

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA**

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

Kedudukan penulis dalam praktik kerja magang di PT. Binar Consulting Indonesia adalah sebagai *Graphic Designer* bagian dari divisi *Special Project Team*. Dengan kedudukan ini penulis diberikan tanggung jawab atas perancangan kebutuhan visual media-media pelaksanaan acara ANCOP Global Walk. Seperti, pembuatan feeds instagram, videotron, banner, dan lain-lain.

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

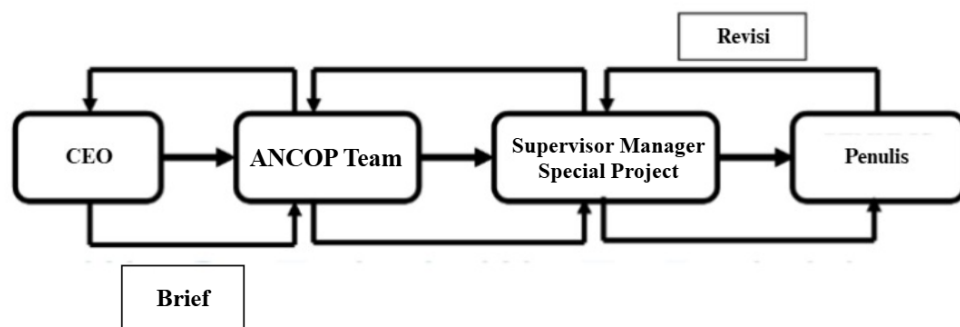
Penulis merupakan bagian dari divisi *Special Project Team* yang dinaungi langsung oleh CEO dari Bright consulting. *Special Project Team* dibagi menjadi dua yaitu perencanaan (*planning*) dan desain (*design*). Bagian perencanaan berfokus pada strategi branding dan pemasaran, sementara bagian desain memiliki fungsi untuk melakukan perancangan desain grafis dari media-media yang ditentukan oleh tim perencanaan.

Tim *Special Project: Design* bertanggung jawab dalam merancang konsep visual untuk menyusun visual-visual yang telah ditentukan oleh tim planning. Setelah itu Tim *Special Project* akan mengajukan rancangan ke CEO dan Tim ANCOP Global Walk untuk disetujui. Media-media yang dibuat oleh Tim *Special Project* antara lain seperti, media feeds instagram, videotron, banner, merchandise, dll.

##### **3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja**

Sebagai pelaku dari praktik kerja magang, selaku desainer grafis pada PT. Binar Consulting Indonesia terdapat alur koordinasi yang perlu diikuti penulis dalam proses pengerjaan setiap proyek desain yang dirancang. Berawal dari *brief meeting* dengan tim special project, beserta Tim ANCOP Global Walk, dan CEO disini penulis diberikan penjelasan mengenai detail

proyek yang akan dikerjakan. Kemudian penulis coba merancang ideasi moodboard dan konsep perancangan serta beberapa opsi perancangan yang akan diajukan kepada *supervisor* dari Special Project Team. dan didiskusikan kembali dengan pihak ANCOP Global Walk selaku penanggung jawab acara.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

Hasil *feedback* dari diskusi dan *input* yang diberikan akan menjadi acuan revisi perancangan oleh penulis sebelum diajukan kembali, setelah supervisor dan ANCOP Global Walk memilih opsi hasil perancangan penulis dan memberikan persetujuan, opsi terpilih akan diajukan kepada CEO untuk meminta persetujuan publikasi desain, setelah tahapan ini penulis mengerjakan finalisasi desain sebelum menyerahkan hasil final perancangan untuk di publikasikan dari Tim ANCOP Global Walk.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada kegiatan praktik kerja magang di Perusahaan Bright Consulting, penulis berperan aktif dalam berbagai proyek yang berhubungan dengan perancangan desain dan kebutuhan komunikasi visual pada acara ANCOP Global Walk. Beragam hasil karya yang dihasilkan mencakup pembuatan video promosi, poster acara, desain *merchandise*, serta materi publikasi digital seperti konten media sosial dan bahan presentasi pendukung kampanye.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	4 — 8 Agustus 2025	Couples for Christ (CFC)	Membuat video dan presentasi
2	11 -15 Agustus 2025	Bright Consulting	Poster untuk Bright Consulting
3	19-22 Agustus 2025	ANCOP <i>Global Walk</i> & Bright Consulting	Desain flyer dan tiket untuk <i>ANCOP Global Walk</i>
4	25-29 Agustus 2025	ANCOP Global Walk	Revisi flyer dan tiket serta perencanaan untuk media-media lainnya
5	1 – 4 September 2025	ANCOP Global Walk	Membuat perancangan untuk media videotron vertikal.
6	8 – 12 September 2025	ANCOP Global Walk	Membuat kartu ucapan untuk Bright Consulting  Membuat perencanaan konten sosial media Bright Consulting  Finalisasi Videotron Vertikal
7	15 – 19 September 2025	ANCOP Global Walk	Merancang videotron horizontal 8x10  Merancang feeds instagram
8	22 – 26 September 2025	ANCOP Global Walk	Proses revisi instagram feeds.  Merancang videotron horizontal 10x5
9	29 September – 3 Oktober 2025	ANCOP Global Walk	Revisi media-media collateral ANCOP Global Walk
10	06 Oktober -10 Oktober 2025	ANCOP Global Walk	Teaser ANCOP Global Walk
11	13 – 17 Oktober 2025	ANCOP Global Walk	Tambahan konten untuk videotron dan sosial media ANCOP Global Walk
12	20 – 24 Oktober 2025	ANCOP Global Walk	Membuat kaos untuk acara retreat CFC

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
13	27 – 31 Oktober 2025	ANCOP Global Walk	Revisi desain CFC dan ANCOP Global Walk
14	03 – 07 November 2025	ANCOP Global Walk	Pembuatan spanduk untuk AGW 2025 dan <i>Training</i> karyawan
15	10 – 14 November 2025	ANCOP Global Walk	Membuat video untuk tampilan digital sponsor dan backdrop
16	17- 21 November 2025	ANCOP Global Walk	Membuat media sosial after event ANCOP Global walk
17	24 – 28 November 2025	Bright Consulting & CFC	Melanjutkan perancangan logo sebagai usulan dan merancang kartu ucapan untuk anggota CFC.
18	1 – 4 November 2025	Bright Consulting	Membantu membuat media promosi untuk Bright Consulting

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama pelaksanaan kegiatan magang di perusahaan Bright Consulting, penulis berfokus pada pengerjaan proyek desain yang berkaitan dengan kampanye acara ANCOP Global Walk. Kegiatan magang ini melibatkan berbagai bentuk kebutuhan visual yang mendukung strategi komunikasi dan promosi acara. Berdasarkan lingkup dan tingkat kompleksitas pengerjaannya, penulis mengklasifikasikan hasil kerja menjadi lima proyek, yang terdiri atas satu proyek utama dan empat proyek tambahan. Proyek utama berfokus pada pembuatan video promosi, sedangkan proyek tambahan meliputi perancangan poster acara, desain merchandise, serta proyek-proyek desain lainnya yang berkaitan dengan kebutuhan kreatif perusahaan di luar kegiatan ANCOP. Pembagian ini dilakukan untuk mempermudah analisis proses perancangan serta menggambarkan variasi jenis pekerjaan yang dilakukan penulis selama masa magang.

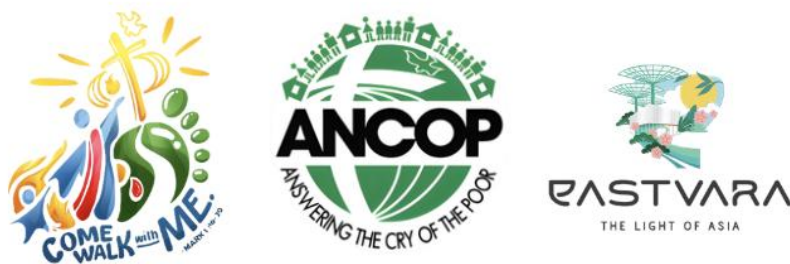
#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Tugas pertama dan yang menjadi fokus utama penulis merupakan video promosi acara ANCOP Global Walk, dimana penulis diberikan penjelasan melalui *creative brief* mengenai detail kebutuhan video *motion*

*graphic* sederhana sebagai sarana promosi acara yang akan di tampilkan di beberapa lokasi videotron yang terlibat dalam kerjasama dengan perusahaan.

*Creative brief* ini berisi arahan pembuatan *Video Motion Graphic* untuk kampanye ANCOP Global Walk 2025 yang akan ditampilkan pada berbagai videotron di kawasan BSD dengan tiga ukuran utama: 8x10 vertikal (CBD 55), 10x5 horizontal (ICE, Giant, JPO Teko), serta 1x3 di sekitar ICE BSD. Seluruh format visual wajib menampilkan empat elemen logo Global Walk, ANCOP, Eastvara, dan SinarmasLand serta menyesuaikan isi dengan *template* yang diberikan. Penulis juga diarahkan untuk mencantumkan informasi waktu dan tempat acara, dan membuat elemen visual yang menggambarkan sekelompok orang berlari, serta narasi tulisan “5K WALK AND RUN”, dan informasi *doorprize*.

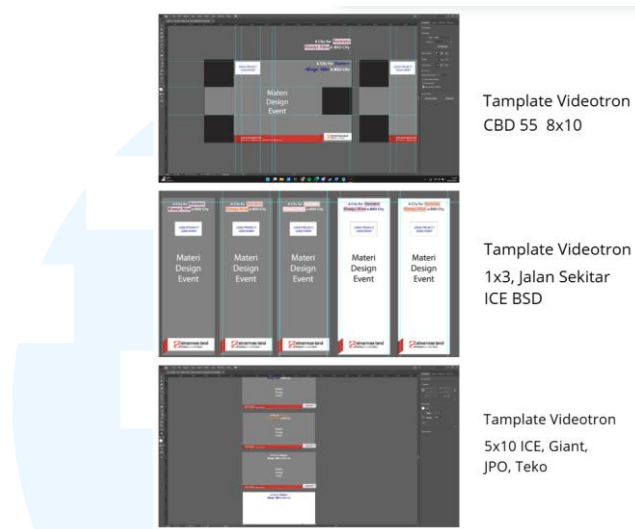
Setelah memahami *creative brief* mengenai kebutuhan konten video penulis mengkonfirmasi kembali setiap arahan kepada *supervisor manager* special project, termasuk asset visual paten yang perlu dicantumkan dalam perancangan video, seperti ikon AGW 2025, logo sponsor yaitu ANCOP dan logo Eastvara.



Gambar 3. 2 Asset Logo Video Perusahaan

Penulis juga diarahkan untuk menggunakan *template* videotron yang diberikan oleh salah satu sponsor yaitu Sinarmasland. *Template* ini berfungsi agar penulis dapat menyesuaikan ukuran videotron, membantu layout, dan

informasi yang harus ditampilkan. Dalam proyek ini penulis diberikan 3 *template* dengan ukuran yang berbeda-beda sesuai dengan gambar berikut:



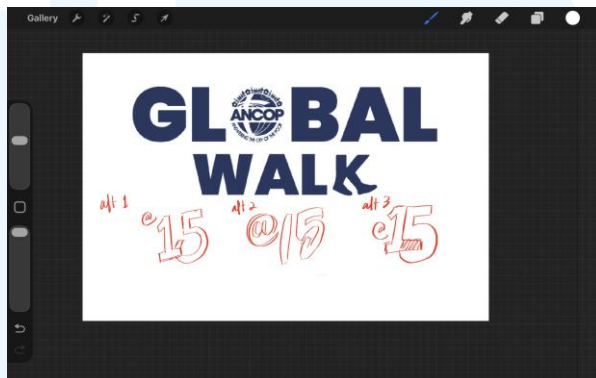
Gambar 3. 3 Template ketiga Videotron

Setelah menerima *creative brief*, penulis melanjutkan proses dengan menyusun *layout* dan *storyboard* yang diajukan kepada *supervisor manager*. Kemudian penulis memulai untuk menyusun asset-asset tambahan dan merencanakan tipografi yang akan digunakan. Proses tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

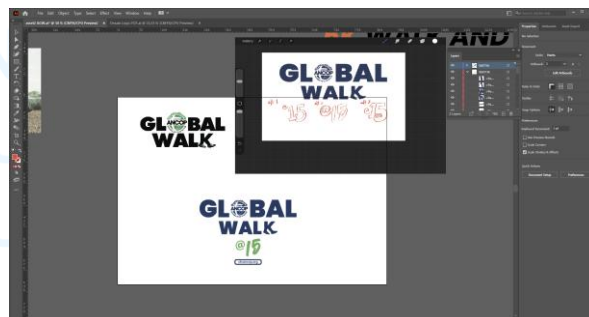
Referensi Asset	Hasil Modifikasi/Karya Penulis
 Link: <a href="https://ancopglobalwalk.com/">https://ancopglobalwalk.com/</a>	
 Link: <a href="https://11nq.com/t6BZW">https://11nq.com/t6BZW</a>	
 Link: <a href="https://sl1nk.com/RZqrT">https://sl1nk.com/RZqrT</a>	

Proses pembuatan asset tambahan oleh penulis menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator*. Terdapat 3 asset tambahan sesuai dengan brief yang diminta yaitu; tulisan “GLOBAL WALK @15”, tulisan “ 5K WALK AND RUN”, dan *vector* orang berlari. Dalam pembuatan asset-asset ini penulis menggunakan metode *tracing* dan permainan tipografi yang didukung dengan referensi karya.



Gambar 3. 4 Tampilan *workdesk* pembuatan aset digital 1

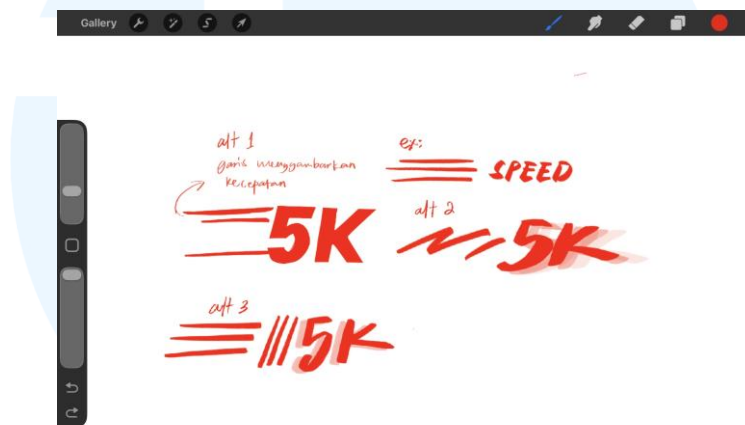
Modifikasi asset tambahan “GLOBAL WALK @15”, diawali dengan pengajuan sketsa alternatif kepada *supervisor manager*, penulis menggunakan Procreate dalam membuat alternatif yang kemudian diterapkan ke logo ANCOF GLOBAL WALK sebagai gambaran pengaplikasiannya. Penambahan elemen “@ 15” bertujuan untuk menandakan bahwa ini acara Global Walk yang ke 15 di Indonesia. Hasil alternatif yang terpilih adalah alternatif sketsa kedua dikarenakan bentuknya yang tidak kaku sehingga selaras dengan huruf “K” yang juga dimodifikasi agar terlihat lebih fleksibel



Gambar 3. 5 Tampilan *workdesk* pembuatan final aset digital 1



Penulis melanjutkan proses finalisasi menggunakan Adobe Illustrator agar hasil final dapat berbentuk vektor dengan kualitas yang memadai. Pemilihan warna biru dipilih sebagai alternatif warna hitam karena menunjukkan kesan yang lebih sejuk. Selain itu, warna biru juga memiliki hubungan analogus dengan warna hijau yang dipilih untuk tetap menerapkan identitas logo ANCOP.



Gambar 3. 6 Tampilan *workdesk* pembuatan final aset digital 1

Asset tambahan “5K WALK AND RUN” dibuat dengan memodifikasi font *sans serif*. Dalam asset ini penulis mengajukan alternatif efek garis-garis untuk memberikan kesan kecepatan seperti referensi yang digunakan. Kemudian penulis mengajukan alternatif sketsa modifikasi kepada supervisor manager yang telah dibuat menggunakan aplikasi Procreate. Asset menggunakan huruf besar karena ada emphasis untuk menyampaikan bahwa acara ini merupakan 5K *walk and run* (acara sejauh 5 kilometer yang memperbolehkan peserta untuk berlari, berjalan, atau melakukan kombinasi keduanya).





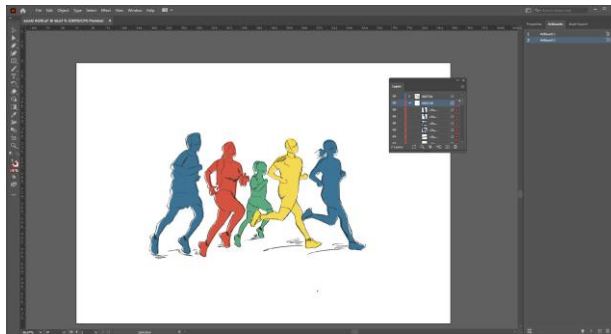
Gambar 3. 7 Tampilan *workdesk* pembuatan aset digital 2

Hasil dari proses pengajuan alternatif yang terpilih merupakan alternatif pertama karena kesan yang tetap formal namun berhasil menggambarkan kesan cepat sesuai dengan konsep awal. Dalam perancangan final asset penulis warna oranye dipilih untuk menunjukkan kesan energi dan warna hitam digunakan untuk menunjukan ketegasan. Penulis membuat dua variasi untuk asset ini agar dapat digunakan di berbagai layout kedepan.



Gambar 3. 8 Tampilan *workdesk* pembuatan aset digital 3

Pembuatan asset tambahan orang-orang berlari dibuat secara manual dengan acuan gambar referensi. Proses dimulai dengan pembuatan sketsa menggunakan aplikasi Procreate dengan konsep visual *silhouette* orang-orang berlari dalam bentuk vektor. Setelah menyelesaikan proses sketsa kasar penulis mulai melakukan proses finalisasi visual sketsa yang dilakukan menggunakan Adobe Illustration.



Gambar 3. 9 Tampilan *workdesk* pembuatan aset finalisasi digital 3

Proses finalisasi dilakukan dengan menggunakan *Pen Tool Adobe Illustrator tracing* ulang hasil sketsa kasar dengan tujuan untuk membuat bentuk vektor yang lebih rapih. Kemudian penulis menambahkan warna yang bervariasi ke dalam *silhouette* untuk menambahkan pesan tersirat bahwa acara *5K Run and Walk* ini terbuka untuk siapapun. Setelah menyelesaikan pembuatan aset visual penulis beranjak ke proses selanjutnya yaitu, mulai menentukan jenis tipografi yang akan digunakan.



Gambar 3. 10 *Font* tipografi yang digunakan

Penulis memilih jenis *font sans serif* yaitu; (1) *Outfit*, (2) *Montserrat*, dan (3) *Poppins* untuk perancangan videotron ini. Pemilihan *font* ini dikarenakan sesuai dengan visual AGW 2025 yang memiliki kesan *fun* tapi tetap ingin menyampaikan pesan dan informasi dengan jelas. Penulis juga menggunakan variasi dari keluarga font *Outfit*, yaitu *reguler*, *bold* dan *light* untuk melakukan *layout* tipografi *headline* pada videotron. Sedangkan font *Montserrat* digunakan untuk menyampaikan informasi tanggal, waktu, dan lokasi. Kemudian penulis menggunakan *Poppins* dengan keluarga font *Extra Bold* dalam *headline* kedua. Pemilihan ini dilakukan karena keluarga font ini

dapat menunjukkan karakteristik berenergi ketika digabungkan dengan asset visual *silhouette* orang-orang berlari. Penulis juga menambahkan efek *shadow* pada *headline* kedua agar memberikan efek dimensi kepada visual yang ditampilkan. Modifikasi font diatas dilakukan dengan menggunakan Canva.



Gambar 3. 11 Modifikasi dan efek tipografi

Penulis melanjutkan menggunakan font *Montserrat* untuk membuat *headline* ketiga videotron. Efek pertama yang digunakan pada headline adalah *outline* yang terlihat pada karakter “&”. Kemudian penulis memberikan efek *extrude* dengan warna hijau kepada kata “DOORPRIZE!” untuk melakukan ephasis terhadap kata tersebut. Lalu, penulis menambahkan efek *shadow* untuk memberikan kesan dimensi dan mendukung efek timbul yang akan diaplikasikan pada videotron.

Setelah menjabarkan aset-aset digital yang dibuat, Penulis akan menjabarkan proses pembuatan videotron yang dibagi menjadi tiga ukuran. Proses pembuatan videotron dimulai dengan melakukan layout untuk setiap *scene* yang akan ditampilkan menggunakan *storyboard*. Kemudian penulis akan melanjutkan proses finalisasi dengan aplikasi *Canva* yang memiliki tool untuk melakukan penyutingan video.

### 1. Videotron CBD 55

Videotron pertama yang ditugaskan kepada penulis memiliki ukuran 8x10m. Namun Videotron ini memiliki karakteristik layout yang tidak umum dalam bentuk *zigzag* yang dibagi menjadi 3 layar. Hal ini membuat komposisi tersusun secara tidak simetris, yang akan menjadi tantangan penulis dalam menyusun layout videotron ini.



Gambar 3. 12 Tampilan Lokasi Videotron CBD 55

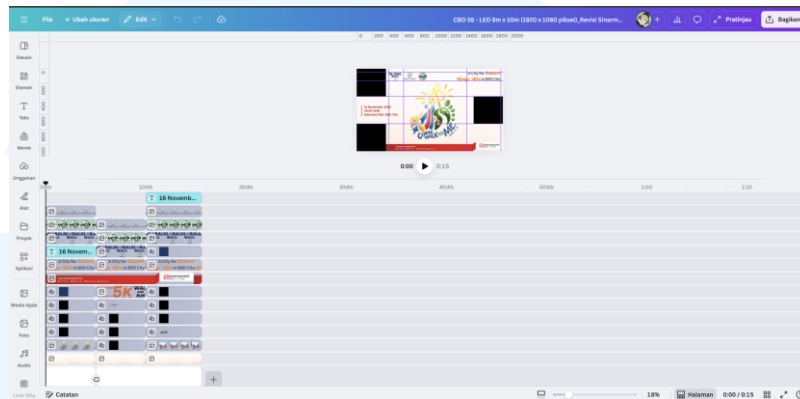
Penulis memulai perancangan awal dengan membuat sketsa *storyboard* untuk memberikan gambaran kasar dari rencana perancangan video yang akan dilakukan. Dalam *storyboard* ini penulis tidak lupa untuk menambahkan dimensi segi empat berwarna hitam untuk memblokir kanvas, sehingga menciptakan komposisi *zigzag* sesuai dengan media videotron. Kemudian penulis mulai melakukan proses layout dengan memasukkan elemen-elemen yang digantikan dengan kotak sebagai *placeholder*.



Gambar 3. 13 Tampilan Sketsa Storyboard Video CBD 55

Sketsa *storyboard* yang telah dibuat, kemudian diajukan kepada *supervisor manager* dari divisi *special project* untuk mendapatkan *feedback*. Dalam proses *feedback*, agar menambahkan guidelines pada sketsa agar membantu penempatan visual dikarenakan media videotron

CBD 55 tidak umum. Kemudian penulis mendiskusikan konten yang merupakan, informasi pelaksanaan acara, jenis acara, sponsor, dan hadiah *doorprize*. Kemudian penulis juga mendiskusikan konten persuasi dalam bentuk ajakan pada *scene* dua dan tiga.



Gambar 3. 14 Proses pengerjaan media dengan Canva

Perancangan video dengan *motion graphic* dilakukan menggunakan perangkat lunak Canva. Dalam tahap ini Penulis memulai penataan asset-asset digital yang telah dibuat menggunakan *adobe illustrator* dan di *export* ke Canva. Setelah semua asset digital telah ditata, penulis mulai mengaplikasikan efek animasi dan transisi ke asset digital.



Gambar 3. 15 Revisi visual video CBD 55

Sebelum mengajukan desain kepada tim ANCOP dan CEO, penulis mendapatkan revisi dari *supervisor manager*. Gambar (1) menunjukkan revisi pertama yang penulis harus lakukan dalam bentuk mengubah urutan dan ukuran logo yang ditampilkan. Kemudian pada

gambar (2), penulis diarahkan untuk memperbaiki informasi yang ditampilkan. Setelah menyelesaikan revisi dari *supervisor manager*, hasil desain kepada tim ANCOP yang mengarahkan penulis untuk melakukan revisi pada gambar (3), agar kotak hitam dan banner Sinarmasland tidak bergerak saat transisi.

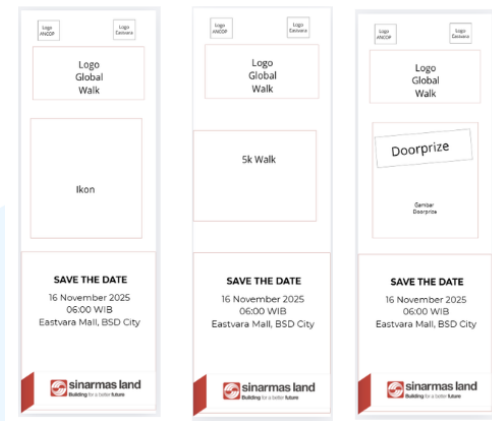


Gambar 3. 16 Revisi visual video CBD55

Setelah menyelesaikan revisi yang diberikan, penulis kembali mengajukan hasil desain kepada *supervisor manager* untuk proses *approval*. Selanjutnya, desain tersebut ditinjau dan dibahas bersama oleh tim ANCOP guna memastikan kesesuaian dengan konsep dan kebutuhan acara. Hasil akhir dari peninjauan ini kemudian diajukan kepada CEO sebagai tahap persetujuan final.

## 2. Videotron 1x3m

Videotron dengan ukuran 1x3m memiliki orientasi vertikal yang memanjang dan berlokasi di sekitar jalan ICE BSD. Penataan elemen visual perlu disusun secara berurutan dari bagian atas hingga ke bagian bawah layar. Dengan proporsi yang tinggi dan sempit, setiap komponen desain seperti judul, elemen ilustratif, informasi acara, serta logo diorganisasikan mengikuti alur pandang vertikal agar pesan yang disampaikan tetap mudah diikuti oleh audiens.



Gambar 3. 17 Tampilan Sektsa *Storyboard* Video 1x3

Sketsa awal dalam bentuk *storyboard* berorientasi vertikal dibuat oleh penulis untuk memetakan alur tampilan serta penempatan elemen-elemen grafis. Langkah ini berfungsi sebagai rancangan pendahuluan yang membantu penulis memahami struktur visual video sebelum memasuki tahap produksi lebih lanjut. Dalam pembuatan *storyboard*, konten yang akan dimasukkan sama dengan konten pada Videotron CBD 55, sehingga penulis hanya perlu menyesuaikan penataan *layout* dengan ukuran 1x3m.



Gambar 3. 18 Proses pengerjaan *videotron* kedua dengan media Canva

Proses perancangan video *motion* dengan ukuran 1x3 ini dirancang menggunakan media canva agar setiap prosesnya dapat ditinjau dan di pantau oleh *supervisor manager* dan pihak ANCOP. Dalam tahap ini menulis memulai penataan asset-asset digital telah di *export* sebelumnya. Kemudian penulis mengaplikasikan efek animasi dan transisi kedalam video.





Gambar 3. 19 Tampilan video Vertikal 1x3

Seperti tahapan pada perancangan video sebelumnya, penulis menyerahkan visualisasi video kepada *supervisor manager* dan diserahkan ke Tim ANCOP. Dalam tahap ini penulis mendapatkan revisi mengenai elemen warna merah dan penggunaan template. Berikut adalah beberapa hal yang harus direvisi oleh penulis.



Gambar 3. 20 Revisi video 1x3m

Revisi yang penulis dapatkan berupa peletakan elemen seperti di gambar (1) “A City for Runners Always Alive in BSD City” untuk tidak diubah dari template. Kemudian, penulis diminta untuk mengurangi

elemen warna merah agar mempertahankan konsistensi visual dengan video sebelumnya. Setelah mendapatkan detail revisi, penulis melakukan layout ulang di storyboard.

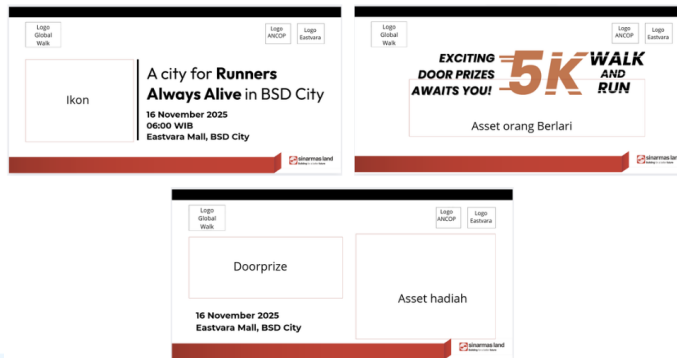


Gambar 3. 21 *Storyboard* dan finalisasi video 1x3

Dalam proses penyelesaian revisi penulis kembali membuat *storyboard* sebagai gambaran yang akan diberikan kepada *supervisor manager*. Kemudian penulis melanjutkan finalisasi menggunakan tools Canva. Setelah finalisasi desain selesai, hasil kembali ditinjau oleh tim ANCOP dan CEO untuk mendapatkan *approval*.

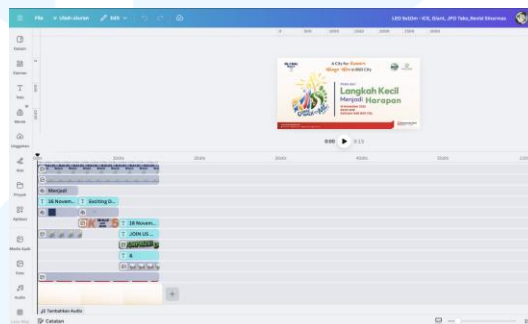
### 3. Videotron 5x10 ICE, Giant, JPO Teko

Videotron ketiga juga memiliki orientasi horizontal, dengan ukuran 5x10m. Penataan informasi dan elemen visual perlu dipertimbangkan kembali untuk menyesuaikan tampilan yang menarik pada sudut pandang horizontal. Berdasarkan brief videotron ini berlokasi sekitar ICE BSD.



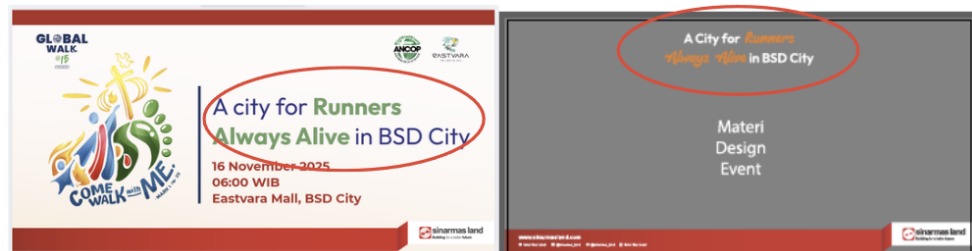
Gambar 3. 22 Tampilan *storyboard* Video 5x10

Setelah memahami brief video dengan ukuran 5x10 ini penulis melanjutkan proses perancangan dengan membuat sketsa *storyboard*. Proses ini diperlukan untuk menyusun gambaran awal peletakan elemen visual dan informasi isi konten video. Penyusunan konten *storyboard* media ini masih sama dengan media sebelumnya sehingga penulis hanya perlu menyusun kembali sesuai dengan *layout* yang diberikan.



Gambar 3. 23 Proses Pengerjaan Video 5x10 dengan media Canva

Berdasarkan hasil diskusi *storyboard* bersama *supervisor manager special project*, gambaran layout dan bentuk konten video 5x10 telah disetujui. Kemudian penulis lanjut ketahapan perancangan video *motion graphic* menggunakan media canva agar dapat mempermudah akses pada saat melakukan review oleh pihak-pihak yang bersangkutan. Sama seperti tahap sebelumnya, pada tahap ini penulis melakukan penataan asset-asset digital dan memasukan animasi serta transisi kedalam video.



Gambar 3. 24 Revisi tampilan visual video Vertikal 5x10

Setelah melakukan finalisasi, penulis mengajukan hasil desain kepada supervisor untuk mendapatkan *feedback*. Dalam tahap ini penulis harus kembali menyesuaikan tulisan visual “*A city for Runners always Alive in BSD City*” untuk tidak diubah posisinya. Penulis mendapatkan revisi yang sama dengan media sebelumnya dikarenakan pengajuan hasil desain kedua video ini dilakukan secara bersamaan. Dalam proses ini penulis juga mengusulkan beberapa *headline* pengganti, antara lain adalah “Dari Langkah Kecil, Menjadi Harapan” yang menjadi pilihan.



Gambar 3. 25 Tampilan finalisasi visual video Vertikal 5x10

Setelah melakukan finalisasi kembali, penulis mengajukan hasil desain kembali ke supervisor untuk mendapatkan persetujuan. Hasil final perancangan video 5x10 kemudian diajukan untuk peninjauan terakhir kepada *supervisor manager* dan Tim ANCOP. Setelah memperoleh persetujuan, penulis menyatukan ketiga file video dalam format MP4 ke dalam satu folder drive yang telah disediakan sebagai hasil akhir pengerjaan tugas utama untuk kebutuhan media publikasi videotron.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selama periode pelaksanaan magang selain tugas utama, penulis juga mendapatkan beberapa tugas tambahan seperti media pendukung acara ANCOP, dan beberapa media desain kebutuhan perusahaan lainnya.

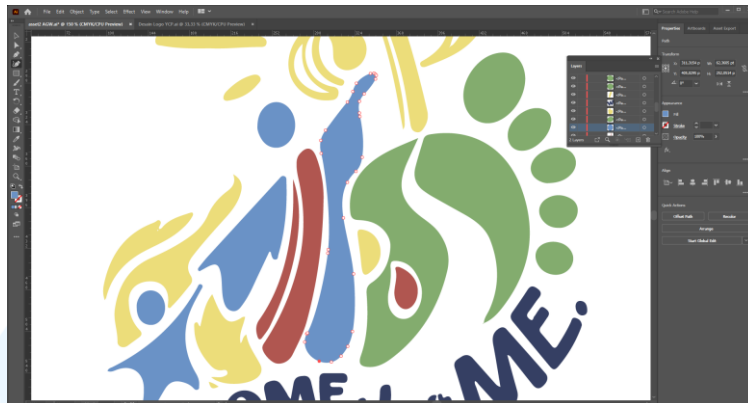
#### 3.3.2.1 Proyek Merchandise ANCOP Global Walk

Dalam bagian ini, penulis menerima brief untuk membuat media-media *merchandise* untuk kebutuhan ANCOP *Global Walk*. Media *merchandise* ini dibutuhkan untuk diberikan secara gratis kepada peserta-peserta acara sebagai tanda terima kasih karena telah mendukung acara ini. Media tersebut meliputi kaos dan *stringbag* yang akan digunakan sebagai seragam acara dan tempat *goodybag*.



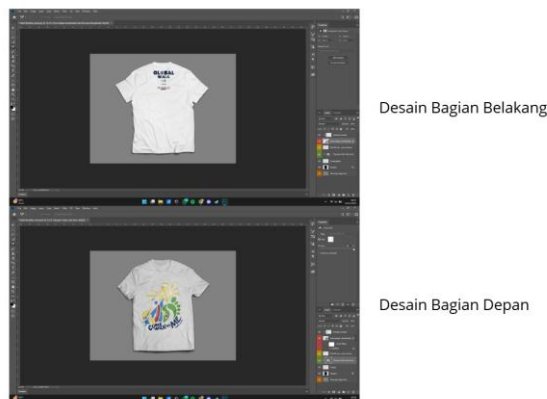
Gambar 3. 26 Tampilan Ikon Ilustrasi ikon ANCOP Global Walk

Tugas awal penulis dari perancangan media desain adalah merancang kembali ikon ilustrasi ANCOP *Global Walk* 2025. Penulis mengubah desain awal yang berdimensi menjadi *flat design* sesuai dengan permintaan dari *supervisor manager*. Kedua ikon tersebut akan digunakan, menyesuaikan kebutuhan pada masing-masing media yang dirancang.



Gambar 3. 27 pembuatan asset digital dengan aplikasi adobe illustrator

Dalam pembuatan asset digital, penulis menggunakan aplikasi adobe illustrator. Dalam proses ini penulis melakukan metode *tracing* kemudian mengaplikasikan modifikasi menggunakan *Pen Tool*. Setelah itu penulis memberikan warna sesuai dengan warna ikon dalam perancangan awal.



Gambar 3. 28 Proses Perancangan Desain *Mockup* Kaos ANCOP 2025

Penulis diarahkan untuk merancang desain kaos sebagai kategori *merchandise* pertama, dimana pada pembuatan desain kaos, penulis diberikan brief untuk menggunakan visual ilustrasi ikon ANCOP tipe *flat design* berdasarkan hasil pertimbangan sistem sablon dan cetak, kemudian penulis juga diarahkan untuk meletakkan logo acara dan sponsor di bagian belakang kaos. Setelah itu penulis membuat *mockup* menggunakan *software adobe photoshop*.



Gambar 3. 29 Revisi dan Spesifikasi Kaos ANCOP 2025

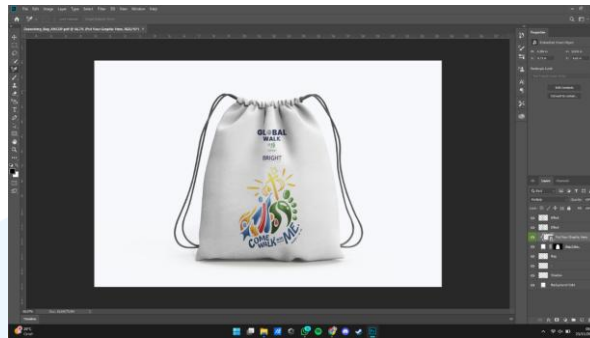
Sebelum berlanjut ketahap produksi, penulis mendapatkan revisi berupa penambahan logo Multipolar. Kemudian penulis juga diarahkan untuk menggunakan grid agar logo Multipolar tidak melebihi kata “Walk”. Dalam proses ini penulis juga diminta untuk menyusun spesifikasi ukuran dan warna pantone untuk keperluan percetakan.



Gambar 3. 30 Hasil Mockup Kaos ANCOP 2025

Setelah menyelesaikan revisi yang diberikan, penulis kembali mengajukan hasil desain kepada *supervisor manager* untuk mendapatkan persetujuan. Selanjutnya, hasil desain tersebut ditinjau kembali oleh Tim ANCOP guna memperoleh *approval* kesesuaian dengan brief yang dibutuhkan. Setelah persetujuan diperoleh, desain dapat dilanjutkan ke tahap produksi.





Gambar 3. 31 Proses Perancangan Desain *Mockup Stringbag* ANCOP 2025

Dalam pembuatan media *merchandise* kedua, penulis diberikan *brief* untuk membuat *stringbag* untuk ANCOP Global Walk. Berdasarkan *brief* yang diberikan, penulis diminta untuk mencantumkan logo sponsor, Bright Consulting, dan menggunakan aset digital yang sudah dibuat sebelumnya. Pembuatan *mockup stringbag* dilakukan menggunakan media *software* Adobe Photoshop.

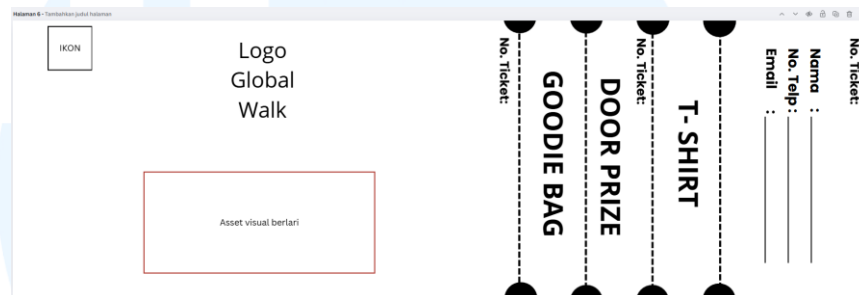


Gambar 3. 32 Hasil Final Desain *Mockup Stringbag* ANCOP 2025

Setelah finalisasi desain dan mockup tampilan *stringbag* diserahkan kepada *supervisor manager* serta tim ANCOP untuk mendapatkan *feedback*. Beberapa masukan muncul yang memerlukan revisi *minor*. Kemudian, desain *stringbag* mendapatkan *approval* untuk di produksi.

### 3.3.2.2 Proyek Media Cetak ANCOP *Global Walk*

Untuk mendukung kelangsungan acara, ANCOP *Global Walk* memerlukan beberapa media cetak untuk berbagai kebutuhan. Media-media cetak yang dibutuhkan antara lain adalah spanduk, tiket, dan *backdrop*. Dalam bagian ini, penulis akan menjabarkan fungsi dan proses pembuatan media-media cetak tersebut.



Gambar 3. 33 Proses Perancangan Sketsa Tiket ANCOP 2025

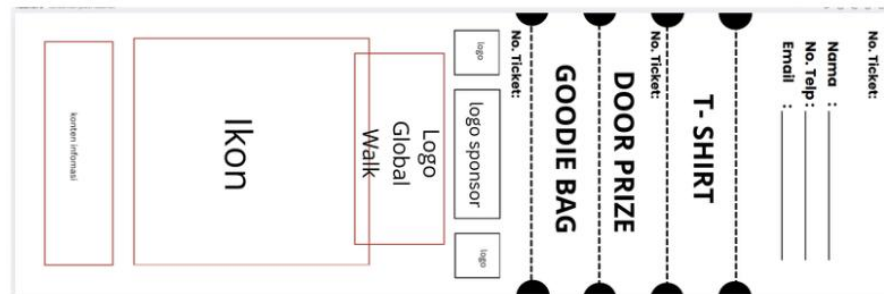
Media cetak pertama yang dirancang oleh penulis adalah tiket acara yang berfungsi sebagai tanda masuk ke dalam acara. Selain itu, tiket juga digunakan untuk melakukan klaim *goody bag* dan berperan sebagai nomor undian untuk *doorprize*. Desain tiket dirancang menggunakan aset visual ANCOP *Global Walk* untuk memperkuat identitas dan konsistensi pada tema keseluruhan acara. Proses perancangan dimulai dengan melakukan sketsa *layout* tiket dengan mempertimbangkan konten dan fungsi dari tiket.



Gambar 3. 34 Hasil Desain Tiket ANCOP 2025

Setelah mengajukan sketsa awal, penulis berlanjut ke tahap desain menggunakan aplikasi Canva. Kemudian penulis menggunakan Palet warna yang terang dan aset visual bentuk-bentuk bundar agar

menunjukkan dan memberi kesan yang *fun* dan *joy*. Selanjutnya penulis menambahkan asset orang-orang berlari agar menunjukkan visual acara *run and walk*. Dalam tahap ini penulis belum mendapatkan arahan yang jelas mengenai visual tiket sehingga penulis akan mendapatkan revisi yang bersifat *major*.



Gambar 3. 35 Layout alternatif Tiket ANCOP 2025

Setelah menyelesaikan desain pertama, penulis mendapatkan masukan untuk membuat alternatif dalam bentuk vertikal. Penulis juga diminta untuk menjadikan ikon sebagai visual utama dan memasukan logo-logo sponsor. Namun, penulis disarankan untuk tetap mempertahankan *layout* tiket dibagian garis perforasi dan kolom nama.



Gambar 3. 36 Desain alternatif Tiket ANCOP 2025

Penulis kembali melakukan finalisasi desain dalam aplikasi Canva. Kemudian sesudah menyelesaikan desain, penulis kembali mengajukan desain kepada *supervisor* dan Tim ANCOP untuk dipilih. Hasil dari proses pemilihan, desain tiket alternatif kedua menjadi pilihan utama dan penulis menerima beberapa revisi minor dalam bentuk perbaikan tanggal, peletakan logo, dan urutan warna di bagian

yang akan di perforasi. Setelah menyelesaikan revisi, desain penulis mendapatkan persetujuan dari Tim ANCOP dan CEO.



Gambar 3. 37 Proses Perancangan Sketsa Spanduk ANCOP 2025

Media cetak kedua, adalah spanduk dalam bentuk *banner horizontal*. Media ini digunakan sebagai permohonan maaf karena ada penutupan jalan untuk kelangsungan acara ANCOP Global Walk. Spanduk dirancang menggunakan aset ANCOP Global Walk untuk menjaga konsistensi identitas acara.



Gambar 3. 38 Proses Pengajuan Awal Desain Spanduk ANCOP 2025

Setelah mendapatkan persetujuan sketsa, penulis melanjutkan proses perancangan desain spanduk. Spanduk dirancang dengan mengintegrasikan visual utama, logo para sponsor, serta informasi inti yang ingin disampaikan. Seluruh proses produksi desain dilakukan melalui Canva, dimulai dari perencanaan tata letak, pengaturan elemen visual, hingga peninjauan. Berdasarkan hasil peninjauan bersama, penulis diarahkan untuk melakukan revisi terkait penempatan elemen teks “5K WALK AND RUN”.



Gambar 3. 39 Proses Pengajuan Ulang Desain Spanduk ANCOP 2025

Setelah melakukan perancangan dua alternatif baru yang berfokus pada penempatan elemen teks “5K WALK AND RUN”. Penulis kembali mengajukan hasil alternatif perancangan, desain yang terpilih merupakan alternatif revisi pertama yang kemudian diselesaikan sesuai masukan. Setelah memperoleh *approval* dari pihak terkait, desain spanduk dinyatakan layak dan dapat masuk ke proses cetak.



Gambar 3. 40 Proses Prancangan Sketsa Awal Backdrop ANCOP 2025

Media cetak ketiga yang dirancang penulis adalah, *backdrop* sebagai media visual utama pada area panggung acara. *Backdrop* ini berfungsi sebagai latar belakang saat rangkaian kegiatan berlangsung, sekaligus memberikan identitas acara serta eksposur bagi para sponsor. Proses perancangannya dimulai dari penyusunan sketsa kasar guna menentukan komposisi elemen visual dan struktur tata letaknya sebelum masuk ke tahap desain digital.



Gambar 3. 41 Proses Pengajuan Awal Backdrop ANCOP 2025

Setelah sketsa awal memperoleh persetujuan, penulis melanjutkan tahapan perancangan hingga mencapai finalisasi desain *backdrop*. Pada tahap ini, penulis bertugas menempatkan logo-logo sponsor sesuai urutan yang telah ditentukan serta memastikan keselarasan dengan identitas visual acara. Proses perancangan dilaksanakan melalui *platform* Canva, dimulai dari penyusunan komposisi tata letak, penataan elemen grafis, hingga pemeriksaan akhir sebelum finalisasi. Hasil rancangan awal kemudian diajukan kepada *supervisor manager*.



Gambar 3. 42 Proses Pengajuan Hasil Revisi Backdrop ANCOP 2025

Setelah melakukan pengajuan awal, penulis diarahkan untuk melakukan revisi dengan membuat alternatif layout baru. Perubahan desain layout yang dilakukan penulis adalah memberikan *space* untuk menampilkan logo sebagai identitas acara ANCOP itu sendiri. Alternatif pertama menggunakan logo ANCOP Gobal Walk 2025, sedangkan alternatif kedua menggunakan ikon acara ANCOP 2025. Kemudian hasil alternatif yang dibuat dan memperoleh persetujuan



akhir merupakan alternatif kedua, desain backdrop dinyatakan layak dan siap untuk melalui proses produksi.

### 3.3.2.3 Proyek Media Digital ANCOP *Global Walk*

Untuk menunjang kelancaran penyelenggaraan acara, ANCOP Global Walk juga memerlukan berbagai media digital guna keperluan publikasi dan informasi. Media digital yang dibutuhkan mencakup unggahan untuk media sosial, konten *feed* Instagram ANCOP, serta peta acara. Pada bagian ini, penulis akan menguraikan fungsi masing-masing media digital tersebut beserta proses perancangannya.

*Creative brief* ini berisi arahan perancangan konten Instagram untuk kampanye ANCOP Global Walk 2025, yang difokuskan pada penyampaian informasi acara secara jelas, menarik, dan sesuai dengan identitas visual ANCOP. Konten bertujuan meningkatkan *awareness* publik mengenai penyelenggaraan ANCOP Global Walk 2025, memperkuat citra positif pesan sosial ANCOP, serta mendorong partisipasi melalui penyampaian pesan ajakan yang persuasif. Materi yang disiapkan mencakup rangkaian slide berisi teaser, ringkasan sejarah kegiatan, dampak sosial, informasi lokasi dan waktu acara, serta mekanisme pendaftaran, dengan tone visual yang humanis, inspiratif, dan positif. Selain itu, brief ini juga mengarahkan penulis untuk merancang alternatif visual dari identitas ANCOP Global Walk 2025 yang sudah ada. Penulis juga ditugaskan untuk merancang peta rute acara (*map*) dalam bentuk poster digital untuk Instagram sebagai bagian dari kebutuhan publikasi ANCOP Global Walk 2025.

Setelah memahami brief yang diberikan, penulis mulai mengerjakan proses perancangan konten sosial media dengan mempertimbangkan gaya visual, struktur informasi, serta konsistensi brand. Penulis membuat aset elemen visual pada konten yang akan dibuat seperti pemilihan tipografi, warna, dan proses modifikasi foto.





Gambar 3. 43 *Treatment* Fotografi Media Sosial ANCOP

Pada *treatment* foto penulis melakukan beberapa proses seperti *cropping* untuk menyesuaikan foto pada desain *layout feeds* Instagram dengan tujuan memfokuskan objek utama pada foto. Kemudian penulis juga menerapkan metode *filtering* foto dengan menggunakan teknik *dualtone* dengan tujuan memperkuat identitas warna pada *feeds*, penulis membuat dua alternatif warna *filtering* yaitu, biru cenderung merah untuk menggambarkan semangat ANCOP sebagai acara berbasis olahraga, sedangkan warna biru cenderung hijau menjadi alternatif yang mengarah pada identitas warna ANCOP itu sendiri. Tampilan final foto merupakan hasil dari revisi akhir karena pertimbangan warna yang terlalu kuat.



Gambar 3. 44 Pemilihan dan penerapan Tipografi Media Sosial ANCOP

Selain melakukan *treatment* pada aset foto, penulis juga mempertimbangkan penggunaan jenis tipografi yaitu penggunaan kombinasi jenis huruf serif yaitu Times New Romans dan sans serif yaitu outfit pada rancangan konten feeds dilakukan untuk menciptakan variasi visual yang tetap selaras dengan prinsip komunikasi yang efektif. penggunaan huruf *serif* untuk menampilkan kutipan dan informasi karena karakteristiknya yang memberikan kesan formal dan

kredibel, sehingga mampu memperkuat penekanan pada pesan yang ingin disampaikan secara lebih mendalam. Sementara itu, huruf *sans serif* digunakan pada elemen karena tampilannya yang bersih, modern, dan mudah dibaca pada media digital, sehingga membantu menarik perhatian audiens dan memberi ritme visual yang lebih dinamis. Kombinasi kedua jenis huruf pada keseluruhan grid ini berfungsi sebagai variasi estetis.



Gambar 3. 45 Proses *Layout* Media Sosial ANCOP

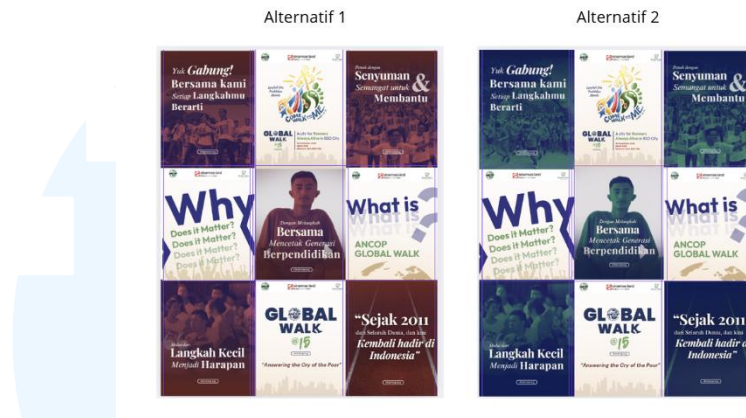
Setelah melalui proses *treatment* foto dan penentuan tipografi penulis masuk kepada proses *layouting* setiap *feeds*. Penulis menggunakan fitur *guideline* sebagai alat bantu mengatur peletakan dengan mempertimbangkan keseimbangan dan harmonisasi antar elemen visual. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap komposisi tetap konsisten, mudah dibaca, serta mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens.



Gambar 3. 46 *Copywriting headline* Sosial Media ANCOP 2025

Pada tahap berikutnya penulis ditugaskan untuk membuat copywrting. Penulis mendapatkan brief untuk membuat *copywriting headline* yang persuasif dan inspiratif. Tidak hanya itu, penulis juga

harus membuat *copywriting* yang berfungsi sebagai *hook* pada konten-konten yang berisikan informasi mengenai ANCOP Global Walk.



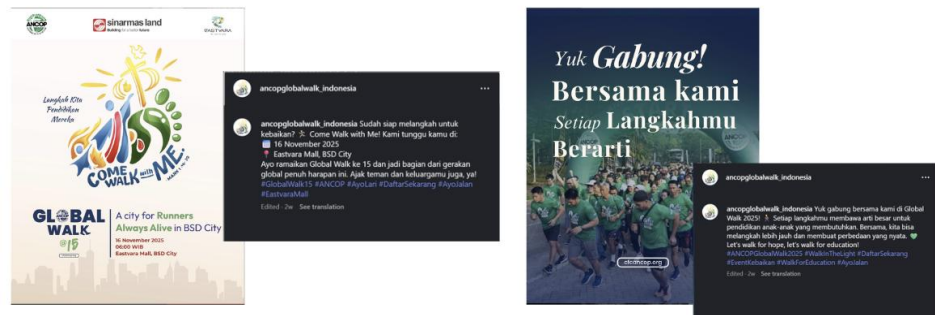
Gambar 3. 47 Desain Alternatif Sosial Media ANCOP 2025

Selanjutnya, setelah menyelesaikan *layout* kesembilan instagram *feeds*. Penulis diminta untuk mengajukan alternatif tampilan desain dalam bentuk *grid* sebagai bahan evaluasi dan pemilihan konsep yang paling sesuai dengan kebutuhan acara. Dalam tampilan *grid* penulis juga menambahkan *guideline* agar dapat memperkirakan bagian *layout* yang akan terpotong secara otomatis pada Instagram. Alternatif tampilan desain sosial media yang penulis ajukan kemudian mendapatkan *feedback* dimana supervisor manager dan tim ANCOP memilih desain alternatif kedua dengan nuansa biru dan hijau, dan beberapa revisi minor seperti warna pada foto testimoni di bagian tengah yang diminta untuk diubah menjadi warna *original*.



Gambar 3. 48 Proses Revisi Sosial Media ANCOP 2025

Penulis kemudian mengajukan hasil revisi untuk kembali ditinjau oleh *supervisor manager* dan tim ANCOP, berdasarkan hasil tinjauan penulis diarahkan untuk mengubah seluruh foto yang terdapat pada setiap masing-masing poster untuk menggunakan warna original foto agar memberikan kesan lebih hidup. *Feedback* dari hasil final desain menjelaskan, *supervisor manager* dan tim ancop sudah menyetujui hasil revisi terakhir sehingga poster siap untuk di unggah.



Gambar 3. 49 Copywriting Caption Acara ANCOP 2025

Sebelum mengunggah post Instagram, penulis membuat copywriting untuk caption Instagram. Dalam copywriting tersebut, penulis ingin menunjukkan kesan positif, semangat, dan kasual. Copywriting disusun dengan gaya bahasa yang ringan dan persuasif untuk menarik perhatian audiens serta mengajak mereka berpartisipasi dalam kegiatan Global Walk. Selain itu, pesan yang disampaikan menekankan nilai kebersamaan dan dampak positif dari setiap langkah

yang dilakukan, sehingga audiens merasa terlibat dan termotivasi untuk ikut serta.



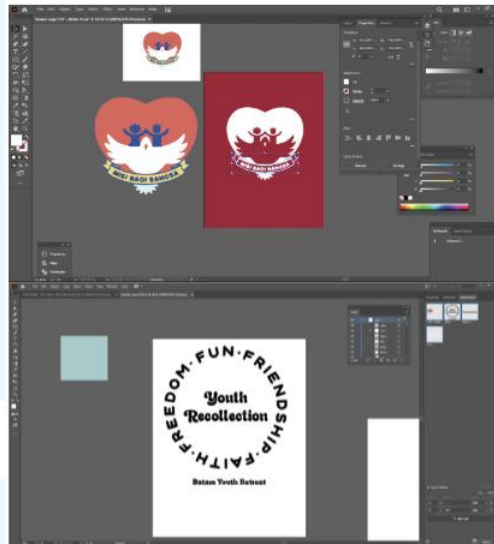
Gambar 3. 50 Proses Perancangan Desain Peta Acara ANCOP 2025

Setelah menyelesaikan proses finalisasi *feeds* Instagram, penulis melanjutkan kegiatan perancangan dengan menyusun desain peta acara. Tahap ini diawali dengan penerimaan aset visual jalur kegiatan dari supervisor manager. Selanjutnya, penulis menyusun struktur tata letak dengan memperhatikan aspek keterbacaan informasi, kejelasan rute pergerakan peserta, serta kesesuaian dengan identitas visual acara. Hasil rancangan kemudian diajukan untuk proses peninjauan oleh supervisor manager dan Tim ANCOP. Karena tidak terdapat permintaan revisi pada tahap evaluasi tersebut, desain peta acara dinyatakan final dan ditetapkan sebagai versi resmi yang digunakan pada pelaksanaan kegiatan.

#### 3.3.2.4 Proyek Desain Kaos *Couple for Christ* (CFC)

Selain mengerjakan kebutuhan desain untuk kegiatan ANCOP *Global Walk*, penulis juga menerima proyek tambahan berupa perancangan desain kaos seragam untuk acara retreat yang dilaksanakan oleh komunitas *Couple for Christ* (CFC). Proyek ini diberikan sebagai bentuk dukungan terhadap kebutuhan internal komunitas sekaligus memperluas ruang lingkup pekerjaan desain yang dilaksanakan penulis selama masa magang. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab menyusun konsep visual, menentukan gaya desain, serta

menyesuaikannya dengan tema kegiatan yang diusung oleh CFC. Dengan demikian, proyek tersebut menjadi bagian penting dari keseluruhan proses praktik perancangan yang dilakukan penulis dalam periode kerja magang.



Gambar 3. 51 Proses Perancangan Elemen Visual Desain Kaos CFC 2025

Tahapan perancangan yang penulis lakukan dimulai dari desain visual yang akan di cantumkan pada desain kaos, diantaranya adalah narasi *youth recollection*, yang dikelilingi narasi *fun*, *friendship*, *faith*, *freedom* untuk menunjukkan solideritas peserta acara, dan logo dari Sekolah Misi Bagi Bangsa sebagai peserta acara tersebut, sesuai dengan brief yang diberikan. Pada proses pembuatan logo penulis melakukan teknik *tracing* karena penulis tidak menerima aset logo dalam bentuk *vector* dengan resolusi yang layak untuk dicetak.



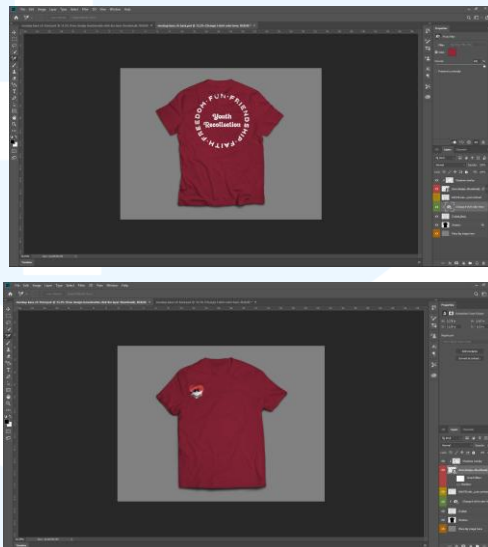
Desain Bagian Depan

Desain Bagian Belakang  
(Alternatif warna)

Gambar 3. 52 Proses Perancangan Desain Kaos CFC 2025



Penulis melanjutkan tahapan desain dengan peletakan layout elemen visual pada kaos bagian depan dan bagian belakang, sebelum mengajukan hasil layout desain penulis juga membuat tampilan alternatif warna kaos untuk diimplementasikan. Berdasarkan hasil *feedback supervisor manager* pada saat peninjauan desain kaos *supervisor manager* menyetujui layout desain yang sudah dibuat dan menyarankan warna merah marun sebagai warna implementasi kaos. Rekomendasi ini kemudian menjadi acuan dalam proses finalisasi desain agar hasil akhir sesuai dengan preferensi dan kebutuhan kampanye.



Gambar 3. 53 *Mockup* Desain Kaos CFC 2025

Setelah mengikuti arahan *supervisor manager* penulis melakukan finalisasi desain kaos CFC dengan warna marun, sekaligus tampilan desain *mockup* bagian depan dan belakang kaos sebagai gambaran akhir jika kaos masuk ketahap produksi. Penulis kembali mengajukan hasil final desain kemudian desain dinyatakan siap dan menjadi desain resmi yang akan digunakan jika masuk ketahap produksi nantinya. Tahap ini menegaskan bahwa seluruh proses perancangan telah memenuhi standar visual dan kebutuhan komunikasi yang telah ditetapkan.



### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Kegiatan magang ini menjadi pengalaman awal penulis dalam bekerja di lingkungan kerja profesional, pelaksanaan praktik di perusahaan Bright Consulting menjadi kesempatan berharga sekaligus menghadirkan sejumlah tantangan, terutama dalam proses penyesuaian terhadap budaya kerja dan standar desain yang diterapkan perusahaan. Meskipun menghadapi beberapa hambatan selama proses pelaksanaan, penulis mampu menyesuaikan diri dan menemukan cara penyelesaian yang efektif, sehingga seluruh kegiatan magang dapat berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang optimal.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang sebagai *Graphic Designer* di Perusahaan Bright Consulting, yang juga merupakan pengalaman pertama penulis dalam dunia kerja profesional, penulis dihadapi dengan berbagai kendala dan tantangan baru, terutama dalam proses adaptasi serta penyesuaian rancangan desain visual agar selaras dengan kebutuhan dan standar perusahaan, karena perusahaan belum memiliki *graphic standard manual* desain sebagai acuan utama. Kemudian penulis juga mengalami kesulitan dalam mempelajari proses perancangan video pada aplikasi Canva sebagai pengalaman pertama penulis. Selain itu, penulis juga mengalami kesulitan dalam melakukan komunikasi dan negosiasi konsep desain dengan pihak perusahaan, khususnya saat menyampaikan ide atau inovasi yang berbeda dari arah desain yang telah ditetapkan. Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri dalam menyeimbangkan antara kreativitas pribadi dan ekspektasi perusahaan terhadap hasil rancangan yang diinginkan.

#### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis berupaya meningkatkan kemampuan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan perusahaan dengan cara aktif mengikuti arahan dari *Supervisor Manager* divisi Special Project serta melakukan diskusi secara berkala dengan tim ANCOP Global

Walk. Penulis juga belajar menyesuaikan ide kreatif agar tetap relevan dengan identitas visual dan strategi komunikasi perusahaan tanpa mengurangi nilai estetika dan orisinalitas rancangan. Selain itu, setiap masukan yang diberikan oleh pihak perusahaan dijadikan bahan evaluasi untuk memperbaiki hasil desain berikutnya, sehingga proses pelaksanaan kerja magang dapat berjalan lebih efektif dan menghasilkan karya visual yang sesuai dengan standar Bright Consulting.

