

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA**

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

Terdapat kedudukan, alur pekerjaan, serta koordinasi antar karyawan di Lippo Mall Nusantara sesuai dengan sistem manajemen perusahaan. Dalam perusahaan ini, penulis memiliki posisi sesuai dengan arahan tim Human Resource Department (HRD), yaitu sebagai Graphic Designer Intern di bawah divisi Marketing Communication. Adapun kedudukan serta alur koordinasi penulis dengan pembimbing lapangan dan tim Marketing Communication, termasuk Senior Graphic Designer, saat pengerjaan suatu proyek digambarkan sebagai berikut.

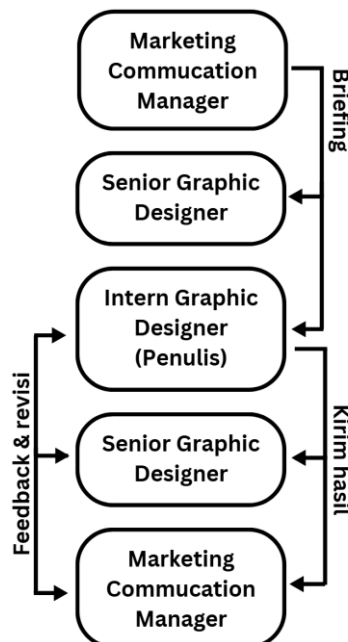
##### **3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja**

Pada divisi Marketing Communication di Lippo Mall Nusantara, kedudukan penulis adalah sebagai Intern Graphic Designer. Dalam divisi tersebut, penulis berada di bawah arahan seorang Senior Graphic Designer. Seluruh proyek desain yang penulis kerjakan diberikan serta diarahkan oleh Senior Graphic Designer, kemudian apabila sudah mendapat persetujuan awal, hasil pekerjaan dilanjutkan untuk mendapatkan final approval dari Marketing Communication Manager yang juga bertindak sebagai supervisor (pembimbing lapangan) selama kegiatan magang berlangsung. Secara keseluruhan, proyek dan aktivitas di divisi Marketing Communication berada di bawah pengawasan Marketing Communication Manager yang memastikan setiap hasil desain sesuai dengan standar komunikasi visual perusahaan. Dengan kata lain, sebagai Intern Graphic Designer, penulis memiliki tanggung jawab mendukung proses desain grafis untuk berbagai kebutuhan promosi, publikasi, serta materi komunikasi visual tenant maupun program mall. Selama magang, penulis bekerja secara langsung dengan Senior Graphic Designer sebagai mentor dan pemberi arahan pada setiap tahapan pekerjaan desain, sekaligus sebagai pihak pertama yang memberikan

approval atas hasil kerja. Posisi ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperoleh pengalaman nyata dalam bekerja di bawah arahan profesional sekaligus memahami lebih dalam praktik industri kreatif di lingkungan pusat perbelanjaan modern.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Pada divisi Marketing Communication Lippo Mall Nusantara, penulis menempati posisi sebagai Intern Graphic Designer di bawah arahan Senior Graphic Designer. Setiap proyek desain yang dikerjakan dimulai dari brief yang diberikan oleh Senior Graphic Designer, kemudian hasil desain akan direview dan disetujui terlebih dahulu oleh Senior Graphic Designer sebelum diajukan kepada Marketing Communication Manager untuk memperoleh final approval. Dengan alur koordinasi tersebut, penulis berperan mendukung proses desain grafis untuk berbagai kebutuhan promosi dan publikasi mall, sekaligus memperoleh pengalaman bekerja secara profesional dalam sistem kerja terstruktur di industri kreatif.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan magang, penulis mendapatkan beberapa tugas yang harus diselesaikan. Penulis mengerjakan tugas yang berbeda-beda dan secara bertahap. Banyak variasi media yang telah penulis kerjakan. Berikut merupakan detail tugas yang telah dilakukan penulis selama magang.

Tabel 3.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	18-20 Juni 2025	Operational dan Keperluan LMN	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membuat sticker pintu 18 lokasi letak tongsampah (B3, Residu, Organik, Daur Ulang)</li><li>2. Membuat denah untuk signage jalur evakuasi (lantai B1 hingga lantai 5)</li><li>3. Membuat spanduk untuk Parkir Ojol (Ojek Online)</li><li>4. Mengerjakan beberapa media untuk promosi free parking.<ol style="list-style-type: none"><li>a. A4 (Mengganti Logo)</li><li>b. Instagram Story (Mengganti Logo)</li><li>c. Boomgate (Mengganti Logo)</li><li>d. LED Atrium (Dibuat dan resize)</li><li>e. LED AAN (Dibuat dan resize)</li></ol></li><li>5. Mendesign design baju seragam untuk hari grand opening.</li></ol>

2	23 – 27 Juni 2025	Operational dan Keperluan LMN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Design baju seragam               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Melanjutkan design batik baju</li> <li>b. Membuat mock up</li> <li>c. Menyusun buat preview</li> </ol> </li> <li>2. Mengukur dan mendesign hoarding lantai 2</li> <li>3. Mengecek event si juki, mereview dan berdiskusi.</li> <li>4. Meresize dan design free parking untuk LED Lobby Mall.</li> <li>5. Baju seragam.               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Melanjutkan Design baju seragam dengan pilihan warna yang berbeda-beda untuk dibahas dalam meeting.</li> <li>b. Merevisi Baju seragam sesuai dengan hasil meeting.</li> <li>c. Membuat Preview Baju Seragam</li> <li>d. Berdiskusi mengenai desain batik yang akan didesign dan dipakai.</li> </ol> </li> <li>6. <i>Checking dan Rerearrange</i> event Si Juki</li> <li>7. Menjadi Talent untuk postingan event Si Juki</li> <li>8. Membuat Sunblast untuk Mushola lantai B1.</li> <li>9. Meeting dengan Group Marcoom untuk Update</li> <li>10. Membuat Sunblast untuk kaca deket meja Informasi</li> </ol>
---	-------------------	-------------------------------	---

			<p>11. Membuat signage untuk lift yang sedang direnovasi</p> <p>12. Membuat signage untuk event Si juki (Photo shot) dan gratis cup coffee.</p> <p>13. Membuat design sign di tumpeng untuk ultah HUT YGVRI KE 56.</p> <p>14. Mengikuti training fire drill.</p> <p>15. Membuat design informasi untuk di tempelkan pada Meja CS.</p> <p>16. Memperbaiki dan memasang signage untuk under renovation lift lantai B1.</p>
--	--	--	--



3	30 Juni – 4 Juli 2025	Operational dan Keperluan LMN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengresize dan revisi hoarding lantai 2</li> <li>2. Menjadi talent untuk konten reels IG Lippo mall puri.</li> <li>3. Membuat materi LED acara SI JUKI</li> <li>4. Membuat Signage overhead parkir dari lantai 5 – 8</li> <li>5. Membuat Signage untuk Eskalator dari lantai B1-5.</li> <li>6. Mengukur size dan membuat <i>design</i> hoarding bagian beauty saloon dan gadget.</li> <li>7. Membuat 3d design kursi dengan app blender dan Membuat preview dari <i>design</i> tersebut.</li> <li>8. Menjadi model untuk foto webcareer</li> <li>9. Membuat IG Story event Kite Painting Competition dan event cupcake Decoration Contest</li> <li>10. MemPNG (Transparent background) beberapa foto yang dibutuhkan.</li> <li>11. Membuat Invitation tenant Gathering.</li> <li>12. Membuat sign untuk ulang tahun.</li> <li>13. Membuat Design untuk karangan bunga</li> <li>14. Meeting MarCom.</li> <li>15. Membuat table stock barang</li> <li>16. Mengukur size pilar hush puppies.</li> </ol>
---	-----------------------	-------------------------------	--

			17. Membuat QR dan posternya untuk registration Tenant Gathering.
--	--	--	---



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

4	7 – 11 Juli 2025	Operational dan Keperluan LMN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memfinalisasi batik seragam</li> <li>2. Memfinalisasi Ucapan karangan bunga untuk tenant berikut: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Blibli</li> <li>b. Bag Republic</li> <li>c. Blee</li> <li>d. Sroja</li> <li>e. Guardian</li> <li>f. Fonel</li> <li>g. 10 tenant lainnya.</li> </ol> </li> <li>3. Membuat ilustrasi gedung</li> <li>4. Membuat signage untuk main lift atrium (B1, LG,GF, UG, 1-10)</li> <li>5. Membuat poster cancellation of tenant gathering</li> <li>6. Membuat 3d pebbles bench dan preview. <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 alternatif</li> <li>- 2 tempat</li> </ul> </li> <li>7. Menambah informasi pada denah mall lantai B1 untuk setiap lobby.</li> <li>8. Resize Konten Free Wifi <ul style="list-style-type: none"> <li>- LED Alun-alun</li> <li>- LED Atrium</li> <li>- LED Lobby</li> </ul> </li> </ol>
---	------------------	-------------------------------	--



		<p>- Digital Signage.</p> <p>9. Mengukur dan mendesign kaca di lantai 5 untuk memasang sunblast.</p> <p>10. Membuat design dan memasang signage untuk “awas kaca”.</p> <p>11. Mengecek ke toilet lantai 2 dan 3 (lapangan) untuk memasang signage toilet yang akan dibuat.</p> <p>12. Membuat signage untuk toilet perempuan.</p> <p>13. Memasang sticker opening soon pada hoarding lantai 1</p> <p>14. Menempel karangan bunga</p> <p>15. Mencari wording untuk membuat hanging sign door untuk toilet rusak.</p>
--	--	---



5	14 – 18 Juli 2025	Operational dan Keperluan LMN	<p>1. Membuat Hanging door sign untuk toilet.</p> <p>2. Mengedit video untuk konten LED AAN dan Atrium</p> <p>3. Revisi sign toilet wanita dan memfinalisasi.</p> <p>4. Membuat konten LED untuk Surprise Ulangtahun Pak Henry (CEO)</p> <p>5. Resize materi ISF</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LED ATRIUM</li> <li>- LED AAN</li> <li>- LED LOBBY</li> <li>- LED CITIVISION</li> </ul> <p>6. Menempelkan sign lift atrium</p> <p>7. Membuat sticker tombol SL, LG, dan B1. Sticker ditempelkan kepada 8 LIFT.</p> <p>8. Membuat hoarding general untuk menutupi bagian mall yang sedang di renovasi</p> <p>9. Membantu membuat template untuk posting intagram lipso mall nusantara.</p> <p>10. Mencopotkan sticker openingsoon bag republic di hoarding</p>
---	-------------------	-------------------------------	---

			<p>11. Membuat twibbon untuk instagram story</p> <p>12. Menghilangkan background dan mengganti warna logo tenant untuk keperluan sosial media.</p> <p>13. Memotong kertas dan laminating untuk sign lift.</p> <p>14. Membuat sunblast untuk kaca lantai 1</p> <p>15. Membuat icon untuk instagram highlight</p> <p>16. Membuat preview frame instagram story</p> <p>17. Membuat hoarding untuk lantai GF dekat NOBU Bank.</p>
--	--	--	---



6	21 – 25 Juli 2025	Operational, MarCom, dan Keperluan LMN	<p>1. Mengukur di lapangan dan membuat sticker nomor lift (atrium dan office)</p> <p>2. Menambah konten untuk LED AAN, Lobby, dan Atrium</p> <p>3. Meeting Marcom</p> <p>4. Bikin list tenant untuk konten IG Highlight story Lippo mall nusantara.</p> <p>5. Membuat design ucapan untuk kepentingan kantor.</p> <p>6. Membuat beberapa asset untuk keperluan sosial media.</p> <p>7. membahas dan mendesign twibbon untuk instagram story.</p> <p>8. Menyiapkan beberapa asset untuk konten sosial media. (remove background, dll)</p> <p>9. Memperbaiki signage untuk toilet lantai 2-3. (mendesign, memotong, memasang).</p> <p>10. Membuat signage untuk changing station mobil lantai 5.</p> <p>11. Membuat signage untuk arah restroom.</p> <p>12. Membuat signage untuk info lift khusus</p>
---	-------------------	--	--

		<p>13. Membuat signage untuk info jam pintu lobby.</p> <p>14. Membuat sticker untuk packaging souvenir.</p> <p>15. Menyiapkan beberapa asset untuk konten social media.</p> <p>16. Meresize konten pelangi nusantara</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LED AAN</li> <li>- LED ATRIUM</li> <li>- LED LOBBY</li> <li>- CITIVISION</li> </ul> <p>17. Meresize KV untuk acara ke dalam bentuk IG Story dan LED Atrium</p> <p>18. Membuat signage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toilet</li> <li>- Renovation</li> <li>- Arah lift</li> </ul> <p>19. Membuat packaging untuk souvenir LMN.</p> <p>20. Resize konten acara</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lestari Berkebaya</li> <li>- ISF</li> <li>- Pesona Meloka</li> </ul> <p>21. Meeting MarCom</p>
--	--	---

7	28 Juli – 1 Agustus 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<p>1. Menjadi talent untuk konten social media</p> <p>2. Melanjutkan dan merevisi design KV untuk acara</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ISF</li> <li>- Lestari Berkebaya</li> </ul> <p>3. Mengerjakan list untuk story info tenant.</p> <p>4. Menyiapkan asset untuk sosial media.</p> <p>5. Membuat voucher untuk event acara.</p> <p>6. Melanjutkan list tenant untuk Instagram story.</p> <p>7. Membuat Sticker meja untuk event pelangi nusantara.</p> <p>8. Membuat KV Semarak Pelangi Nusantara.</p> <p>9. Meeting bersama Director MarCom dan Supervisor mengenai acara yang akan diadakan.</p> <p>10. Membuat IG Story untuk acara event mingguan yang akan diadakan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- anak-anak mewarnai</li> <li>- Lomba Tari Tradisional.</li> </ul> <p>11. Melanjutkan design KV untuk acara semarak pelangi nusantara.</p>
---	--------------------------	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nonaria x FKC (Lestari Berkebaya)</li> <li>- Raisa Judulnya “The Unfold Story”</li> <li>- Gabungan antara ke 2 (Semarak pelangi nusantara)</li> </ul> <p>12. Menurunkan Konten KV Nonaria menjadi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LED Lobby</li> <li>- LED Atrium</li> <li>- LED Alun-Alun</li> <li>- Digital Signage</li> <li>- IG Story</li> <li>- IG Feeds</li> </ul> <p>13. Meeting bersama Mall Director untuk membahas Design PPT untuk tenant gathering.</p> <p>14. Membuat KV untuk ROJALI (Rombongan jadi beli di Lippomall Nusantara.</p>
--	--	--

8	4 – 8 Agustus 2025	Marcoom	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merevisi dan Mengerjakan KV untuk acara besar. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plangi Nusantara (Raisa, Lestari Berkebaya, dan Gabungan)</li> <li>- Pesona Meloka</li> <li>- Rojali</li> </ul> </li> <li>2. Membuat turunan dari KV acara Plangi Nusantara <ul style="list-style-type: none"> <li>- Raisa (IG Feeds, IG Story, LED AAN, LED Lobby, LED Atrium)</li> <li>- Nonaria / Lestari Berkebaya (IG Feeds, IG Story, LED AAN, LED Atrium, LED Lobby)</li> <li>- Gabungan / Plangi Nusantara (IG Feeds, IG Story, LED AAN, LED Atrium, LED Lobby)</li> <li>- Pesona Meloka (IG Feeds, IG Story, LED Atrium)</li> <li>- Rojali (IG Feeds, IG Story, LED Atrium, LED AAN, LED Lobby)</li> <li>- ISF (IG Feeds)</li> </ul> </li> <li>3. Membuat konten raisa dan nonaria untuk LED Citivision.</li> <li>4. Membuat dan Merevisi Exhibition (Canvas 1-7)</li> </ol>
---	--------------------	---------	---



			<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Membuat Spanduk (umbul-umbul) untuk acara plangi nusantara</li> <li>6. Menjadi talent untuk konten tenant hokkaido opening.</li> <li>7. Membuat Piagram untuk kemenangan tenant 1st store di mall.</li> <li>8. Membuat Voucher tenant gathering untuk Rp.50K.</li> <li>9. Membuat Prasasti Penghargaan untuk Musium dan Lippo Mall Nusantara untuk tanggal 13 Agustus untuk di TTD oleh Presiden dan Menteri.</li> <li>10. Membuat Invitation Tenant</li> <li>11. Membuat 2 Instagram Story untuk Event hari sabtu dan minggu.</li> <li>12. Meeting bersama Marcoom</li> <li>13. Membuat cover highlight instagram.</li> </ol>
--	--	--	--

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

9	11 – 15 Agustus 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<p>1. Menambahkan materi pada IGS dna IGFees plangi Nusantara untuk keperluan acara plangi nusantara dan radio</p> <p>2. Menyiapkan logo untuk keperluan social media</p> <p>3. Membuat Backdrop untuk wall of fame acara Lippo Mall Nusantara.</p> <p>4. Membuat sigange untuk renovasi toilet</p> <p>5. Membuat Feeds untuk logo” tenant yang berfashion show pada lestari berkebaya</p> <p>6. Melanjutkan feeds kumpulan logo tenant yang berfashionshow pada acara lestari berkebaya.</p> <p>7. Membuat invitation untuk KOL ke acara lestari berkebaya</p> <p>8. Pergi foto lapangan untuk keperluan foto pada konten exhibition yang akan diadakan.</p> <p>9. Membuat piagam untuk acara tenant gathering:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategic Brands Contributor</li> <li>- New Star The Block</li> </ul> <p>10. Pergi ke lapangan untuk mengukur keperluan hoarding</p> <p>11. Meeting untuk acara ISF.</p>
---	----------------------	---	--

		<p>12. Memperbaiki CERTIFICATE of Appreciation untuk tenant gathering.</p> <p>13. Membuat hoarding untuk lantai 3</p> <p>14. Membuat cover untuk postingan feeds.</p> <p>15. Membuat hoarding untuk lantai GF untuk acara.</p> <p>16. Memperbaiki voucher tenant gathering.</p> <p>17. Membuat frame untuk story acara raisa besok.</p> <p>18. Menyediakan frame logo lippo mall nusantara untuk keperluan sosial media</p> <p>19. Membuat poster untuk peserta lucky draw</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sepeda</li> <li>- Glaxy A06</li> <li>- Voucher belanja</li> <li>- Arra jewelry</li> </ul> <p>20. Mengikuti acara ISF dan mengambil beberapa video untuk keperluan sosmed</p> <p>21. Membuat poster untuk acara plangi nusantara besok (schedule)</p> <p>22. Menaruh signage di lapangan</p>
--	--	---

			23. Membuat sticker logo untuk neon box beberapa pameran
--	--	--	--



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

10	18 – 22 Agustus 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<p>1. Membuat sticker logo untuk acara pameran di atrium</p> <p>2. Membuat kv untuk pesona meloka versi 2 (kerajinan tangan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IG</li> <li>- IG STORY</li> <li>- LED ATRIUM</li> </ul> <p>3. Membuat beberapa resize untuk styles.</p> <p>4. Mengganti design untuk rojali karena diperpanjang.</p> <p>5. Menjait konten LED</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LED AAN</li> <li>- LED ATRIUM</li> <li>- LED LOBBY6</li> </ul> <p>6. Merevisi konten Instagram Story pesona meloka</p> <p>7. Menyelesaikan konten styles (turn shopping into free rewards.</p> <p>8. Turun ke lapangan untuk mengecek dekorasi acara legenda panji.</p> <p>9. meeting untuk acara 17 agustus lomba kantor</p> <p>10. Mencari template untuk Social media</p>
----	----------------------	---	---

		<p>11. Membuat template untuk postingan instagram.</p> <p>12. Membuat template untuk digital signage yang akan ada di Street Level.</p> <p>13.Meeting untuk acara 17 Agustus untuk tanggal 25.</p> <p>14. Mengukur area untuk peletakan backdrop foto lomba 17.</p> <p>15. Membuat kartu untuk kemenangan lomba</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tarik tambang</li> <li>- Dresscode</li> <li>- juara 3,2,1</li> <li>- Yel-yel</li> </ul> <p>16. Membuat mc card</p> <p>17. Menjadi talent untuk video lippo mall nusantara tenant 99 ninety-nine</p> <p>18. Membuat karangan bunga untuk misoa dan marcos.</p>
--	--	--

11	25 – 29 Agustus 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<p>1. Mengukur size dan mengerjakan hoarding Pandora dekat Balai Sarbini.</p> <p>2. Membantu sosial media dalam asset story atau design instagram.</p> <p>3. Membuat ilustrasi lippo mall nusantara untuk digunakan pada design hoarding.</p> <p>4. Membuat hoarding untuk Balai Sarbini.</p> <p>5. Mulai membuat design untuk acara/event puzzle prize (TTS).</p> <p>6. Lanjut mengerjakan Design untuk list tenant story instagram.</p> <p>7. Menyelesaikan Design PUZZLE PRIZE untuk instgram post.</p>
----	----------------------	---	--



12	1 – 5 September 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<p>8. Memulai membuat template untuk list facility. (untuk instagram story)</p> <p>9. Membuat highlight untuk instagram lippo mall nusantara</p> <p>10. Merevisi highlight facility yang telah dibuat menjadi lebih baik.</p> <p>11. Membuat postingan untuk cinepolis yang akan di post di instagram lippo mall nusantara</p> <p>12. Melakukan beberapa revisi untuk highlight instagram</p> <p>13. Membuat postingan story untuk kemenangan peserta acara ROJALI.</p>
----	----------------------	---	---





13	8 – 12 September 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membetulkan list Tenant highlight instagram lippo mall nusantara</li> <li>2. Menjadi talent instagram reels lippo mall nusantara untuk tenant funifun!</li> <li>3. Memasukan template konten cinepolis di canva.</li> <li>4. Melanjutkan membuat highlight facility.</li> <li>5. Menyiapkan asset untuk social media.</li> <li>6. Membantu social media membuat konten tenant M&amp;G.</li> <li>7. Membuat form untuk keperluan Kantor.</li> <li>8. Membuat revisi design meja CS</li> <li>9. Merevisi Konten teka-teki silang</li> <li>10. Memperbaiki design highlight facility dan membuat design highlight “media”</li> <li>11. Membahas mengenai design instagram Alun-alun Lippo Mall Nusantara.</li> <li>12. Menjadi Talent dalam social media</li> <li>13. Membuat voucher untuk acara nobu</li> </ol>
----	-----------------------	---	--

14	29 September – 3 Oktober 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<p>14. Mengerjakan Design Instagram Story untuk Pemenang Teka Teki Silang</p> <p>16. Melanjutkan design list tenant alun-alun untuk highlight</p> <p>a. area betawi</p> <p>b. area laggam jawa</p> <p>c. area kolobnial peranakan</p> <p>d. area china town</p> <p>17. Membuat icon-icon untuk highlight instagram alun-alun.</p> <p>18. Membuat template untuk repost instagram alun-alun.</p> <p>19. Membuat template promo untuk instagram alun-alun.</p> <p>20. Membuat sticker nomor slot untuk Alun-Alun</p> <p>21. Melanjutkan membuat sticker number slot untuk tenant Alun-Alun.</p> <p>22. Mengedit foto untuk keperluan social media Lippo Mall Nusantara</p>
----	-------------------------------	---	--

15	6 – 10 Oktober 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<p>1. Membuat karangan bunga untuk LanZhou (reataurant baru)</p> <p>2. Membuat signage untuk lift.</p> <p>3. Menyelesaikan signage lift lantai</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lantai 1</li> <li>- Lantai 2</li> <li>- Lantai 3</li> <li>- Street Level</li> <li>- UG</li> <li>- GF</li> <li>- LG</li> </ul> <p>4. Mengerjakan desain untuk promo bulan.</p> <p>( The Shopisticated Spender dan the weekends surprise reward)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- membuat turunannya seperti LED dan IGS</li> </ul>
----	---------------------	---	---

16	13 – 17 Oktober 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<p>1. Meresize design program belanja</p> <p>a. menjadi A4</p> <p>b. menjadi 500 x 500px</p> <p>2. Membuat sticker dan menempelkannya untuk pintu museum perjuangan</p> <p>3. Membuat form untuk KWH Meter dan Air +Gas</p> <p>4. Menjadi talent untuk IG Lippo Mall Nusantara (membagi-bagi voucher)</p> <p>5. Membuat story board untuk bumper Youtube Lippo Mall Nusantara.</p> <p>6. memperbaiki sticker nomor slot tenant.</p> <p>7. Membuat ilustrasi untuk bumper youtube.</p>
----	----------------------	---	---



	20 – 24 Oktober 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. mengurus sticker signage untuk pintu lobby sulawesi.</li> <li>2. membuat ilustrasi lippo mall nusantara</li> <li>3. lanjut membuat ilustrasi untuk bumper youtube lippo mall nusantara.</li> <li>4. membuat ilustrasi alun-alun lippo mall nusantara</li> <li>5. membuat signage <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Sign parkir motor gede 400cc</li> <li>b. Sign Area ini dilarang parkir</li> <li>c. Sign kecepatan maks 15km/jam</li> <li>d. Sign hati” pejalan kaki</li> </ol> </li> <li>6. Membuat karangan bunga</li> <li>7. Menjadi talent untuk konten sosial media lippo mall nusantara tentang tenant baru alun-alun.</li> <li>8. Membuat signage untuk tanda new tenant.</li> <li>9. Membuat revisi untuk story pemenang weekend spenders.</li> </ol>
--	----------------------	---	---

17	27 – 31 Oktober 2025	Operational , Marcoom , dan Keperluan LMN	1. Mengresize design shopisticated top spender ke size LED pillar LMN. 2. Mendesign Paperoll untuk Christmas. 3. Menjadi talent untuk konten sosial media lippo mall nusantara 4. membuat form untuk keperluan data lippo mall nusantara 5. Membuat sticker signage untuk kaca railing (dilarang bersandar) 6. Menjadi tenant konten munchbite tenant baru.
----	----------------------	---	--

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan magang di Lippo Mall Nusantara, penulis telah mengerjakan beberapa proyek untuk keperluan acara, operasional, dan media sosial. Penulis berperan sebagai Intern Graphic Designer pada divisi Marketing Communication. Dalam posisi ini, penulis terlibat langsung dalam proses pembuatan berbagai materi promosi dan publikasi visual untuk mendukung kegiatan pemasaran mall serta kebutuhan tenant. Proses kerja diawali dengan menerima brief dari Senior Graphic Designer, dilanjutkan dengan tahap brainstorming, penyusunan konsep visual, hingga finalisasi desain untuk mendapat persetujuan Marketing Communication Manager. Bagian ini adalah penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama program magang.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Penulis telah mengerjakan beberapa proyek untuk kebutuhan Lippo Mall Nusantara. Salah satu proyek utama yang dikerjakan adalah media promosi untuk acara “Plangi Nusantara”. Berikut merupakan proses pembuatan

proyek tersebut, mulai dari tahap brainstorming hingga hasil akhir. Proyek ini berupa postingan Instagram yang dipublikasikan pada 6 Agustus 2025.

Acara “Plangi Nusantara” terdiri dari tiga subacara, yaitu *The Unfold Story with Raisa* (yang menampilkan penyanyi Raisa), *Lestari Berkebaya*, dan *Pesona Meloka*. Proyek ini dimulai dengan adanya sesi briefing (*meeting*) bersama manager *marketing communication* (Marcom) dan supervisor Graphic design, Pada briefing ini, kami mendiskusikan mengenai tema untuk bulan agustus dan oleh karena agustus adalah bulan kemerdekaan Indonesia, manager Marcom ingin menonjolkan kemerdekaan Indonesia dan nusantara pada Keyvisual dari design bulan Agustus. Pada briefing ini, kami menyetujui untuk menggunakan warna merah sebagai simbol semangat kemerdekaan, dengan *look* yang *clean* dan *elegant*.

Dalam proses pembuatan key visual, penulis terlebih dahulu menyiapkan referensi dan juga asset yang ingin digunakan. Referensi yang digunakan ditemukan di aplikasi *pinterest*. Referensi ini dipilih karena menunjukkan *visual* yang ingin dicapai. Dengan warna *pallate* yang diinginkan untuk digunakan pada design bulan Agustus ini.



Gambar 3.2 Design Referensi  
Sumber: <https://pin.it/3AtegoUre>

Selanjutnya, penulis mulai mencari aset-aset yang akan digunakan dalam desain. Aset utama berupa foto seorang wanita mengenakan kebaya putih dengan kain merah yang berpose anggun seolah sedang menari tarian tradisional. Figur wanita tersebut melambangkan sosok *Nusantara* yang merepresentasikan keindahan serta kebanggaan terhadap budaya Indonesia. Kombinasi kebaya putih dan kain merah juga secara simbolis menggambarkan warna bendera Indonesia, sekaligus memperkuat tema kemerdekaan yang diangkat dalam desain.

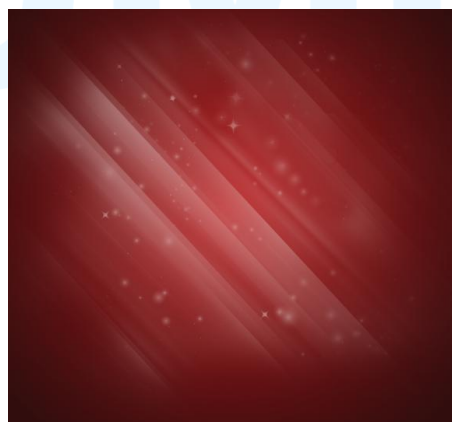
Figur wanita yang digunakan pada key visual diperoleh melalui bantuan ChatGPT dengan menggunakan beberapa kali prompt hingga menghasilkan visual yang sesuai dengan kebutuhan. Metode ini dipilih karena tidak memungkinkan untuk melakukan pemotretan, dan juga berdasarkan saran dari manajer untuk memanfaatkan ChatGPT dalam pembuatan figur perempuan. Proses pembuatan gambar diawali dengan prompt *“buatlah wanita menari dengan memakai busana wastra Nusantara dengan latar belakang merah.”* Setelah gambar awal dihasilkan, dilakukan beberapa penyesuaian melalui prompt lanjutan, seperti *“can you remove the headpiece?”* untuk menghilangkan aksesoris kepala, *“can you make the hair in a bun”* untuk mengubah gaya rambut, serta *“can you change the outfit to kebaya?”* agar pakaian figur sesuai dengan konsep desain yang diinginkan. Melalui beberapa tahap penyesuaian tersebut, diperoleh gambar figur wanita yang dapat digunakan dalam desain.





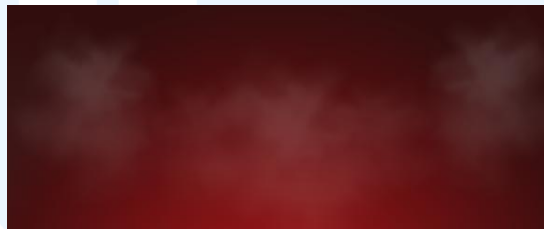
Gambar 3.3 Figure Wanita pada Keyvisual  
 Sumber: Chatgpt [Prompt: Buatlah wanita berpakaian kebaya sedang menari]

Aset kedua yang digunakan oleh penulis adalah elemen latar berupa garis-garis diagonal berwarna putih yang dipadukan dengan taburan bintang-bintang kecil. Elemen ini berfungsi untuk menambah kesan bercahaya pada desain, sekaligus memberikan efek sorotan yang mengarahkan perhatian pada figur wanita sebagai fokus utama dalam desain “Plangi Nusantara”. Selain memperkuat pencahayaan, perpaduan garis diagonal dan efek cahaya ini juga menghadirkan nuansa elegan, dinamis, serta mempertegas atmosfer mewah yang ingin ditonjolkan dalam keseluruhan visual.



Gambar 3.4 Elemen Latar  
 Sumber: [Freepik](#)

Aset ketiga yang digunakan oleh penulis adalah elemen awan berwarna putih yang ditempatkan sebagai latar belakang desain. Elemen ini berfungsi untuk menambahkan dimensi dan kedalaman visual, sekaligus menciptakan suasana yang lebih dramatis dan misterius. Efek kabut lembut dari awan memberikan transisi halus antara figur utama dan latar belakang, sehingga keseluruhan komposisi tampak lebih harmonis. Selain itu, penggunaan warna putih pada elemen ini juga menyeimbangkan dominasi warna merah, menghadirkan nuansa elegan dan mewah yang tetap selaras dengan tema “Plangi Nusantara”.



Gambar 3.5 Elemen Latar  
Sumber: [Freepik](#)

Aset keempat yang digunakan adalah logo “80 Bersatu Berdaulat Rakyat Sejahtera Indonesia Maju” yang melambangkan peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia ke-80. Logo ini digunakan karena acara *Plangi Nusantara* diselenggarakan pada bulan Agustus, bertepatan dengan momentum perayaan kemerdekaan Indonesia. Aset kelima yaitu logo *Lippo Mall Nusantara* yang berfungsi sebagai identitas utama untuk menunjukkan bahwa acara dan desain promosi ini merupakan bagian dari kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak Lippo Mall Nusantara. Selanjutnya, aset keenam adalah deretan logo yang terdapat pada bagian *footer* desain, yang bersifat konsisten dan selalu digunakan dalam setiap materi promosi resmi Lippo Mall Nusantara. Footer ini terdiri dari tiga elemen utama, yaitu logo *Lippo Malls*, logo *Styles*, serta akun media sosial resmi Lippo Mall Nusantara di Instagram dan TikTok, yang berfungsi untuk memperkuat identitas brand sekaligus memberikan informasi kontak digital kepada audiens.



Gambar 3.6 Logo dan Footer  
Sumber: Aset Lippo Mall Nusantara

Colour palette yang digunakan oleh penulis terdiri dari perpaduan warna merah dan putih yang merepresentasikan bendera Indonesia. Warna merah melambangkan keberanian, semangat, serta energi yang kuat, sedangkan warna putih mencerminkan kesucian, keanggunan, dan kesederhanaan. Kombinasi keduanya menciptakan kesan elegan dan mewah yang sesuai dengan tema acara *Plangi Nusantara*. Pemilihan warna ini telah disetujui bersama pada saat briefing pertama bersama manajer dan supervisor sebagai pedoman utama dalam proses perancangan desain.



Gambar 3.7 Colour Pallate

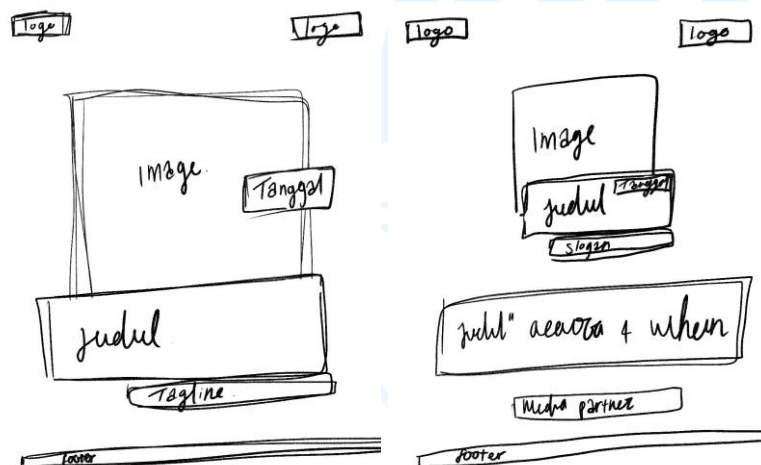
Tipografi yang digunakan pada desain *Plangi Nusantara* adalah font Astagie Regular untuk judul utama. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang ramping dengan lengkungan halus, memberikan kesan elegan, mewah, dan lembut secara visual. Karakteristiknya yang tipis namun tegas membuat judul mudah dibaca sekaligus tampil menonjol. Sementara itu, untuk subjudul dan isi konten digunakan font Times New Roman guna mempertahankan kesan profesional, klasik, dan formal. Kombinasi kedua tipografi ini dipilih karena

mampu mencerminkan identitas visual acara yang elegan serta memperkuat nuansa kemewahan dan keanggunan yang ingin ditampilkan.



Gambar 3.8 Typograhya

Tahap selanjutnya adalah pembuatan alternatif layout untuk penempatan elemen-elemen pada desain key visual. Penulis menggunakan ukuran kanvas 1080 x 1350 piksel, yaitu format standar untuk unggahan Instagram dengan rasio 4:5. Pada tahap ini, penulis membuat dua alternatif layout seperti yang terlihat pada gambar di bawah. Setelah melalui proses pertimbangan bersama supervisor, dipilih layout pertama karena dinilai lebih rapi, proporsional, dan mampu menonjolkan subjek utama dengan lebih jelas. Tata letak ini juga memberikan kesan elegan, bersih, dan tidak terlalu padat, sehingga pesan visual dari desain dapat tersampaikan dengan efektif.



Gambar 3.9 Opsi Layout

Setelah layout terpilih, penulis menggabungkan seluruh aset dan elemen desain menjadi satu tampilan yang harmonis. Penulis menggunakan centered layout grid untuk menata komposisi secara seimbang, dengan menempatkan visual model perempuan berkebaya sebagai elemen utama di bagian tengah. Penempatan ini didukung oleh judul dan tagline yang juga ditempatkan secara *center* sehingga menciptakan fokus tunggal pada objek utama. Pemilihan center desain dilakukan agar tampilan terlihat lebih rapi, simetris, dan dapat menonjolkan satu objek utama secara efektif.



Gambar 3.10 Grid Plangi Nusantara

Setelah elemen utama selesai, penulis memasuki tahap revisi dan evaluasi bersama tim Marcom. Pada tahap ini, supervisor memberikan masukan terkait penyesuaian tone warna agar tampilan keseluruhan terlihat lebih seimbang dan elegan. Penulis kemudian menyesuaikan pencahayaan serta komposisi warna merah agar terlihat lebih lembut namun tetap menonjolkan kesan mewah. Setelah melalui beberapa kali revisi dan mendapatkan persetujuan dari manajer, desain akhir untuk acara “Plangi Nusantara” pun resmi digunakan sebagai *key visual* utama dalam materi promosi bulan Agustus.



Gambar 3.11 Key Visual Plangi Nusantara

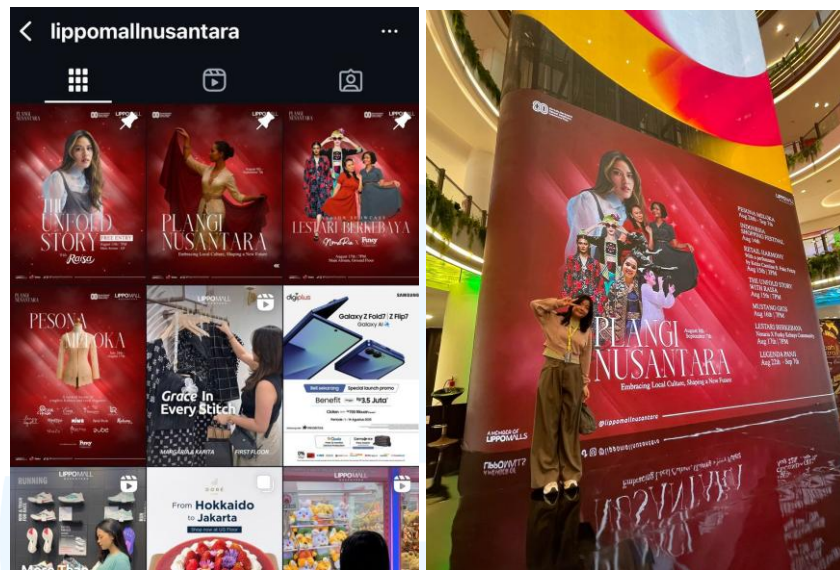
Setelah desain utama disetujui, penulis melanjutkan dengan membuat berbagai turunan dari desain tersebut. Beberapa di antaranya adalah LED Alun-Alun Nusantara, LED Atrium Mall, LED Lobby Mall, serta Instagram Story sebagai media promosi digital. Selain melakukan *resize* sesuai kebutuhan masing-masing media, penulis juga menyesuaikan tata letak dan komposisi agar tetap konsisten dengan identitas visual utama acara. Selain itu, penulis turut mengerjakan desain turunan untuk anakan acara seperti “The Unfold Story with Raisa”, “Lestari Berkebaya”, dan “Pesona Meloka” dengan tetap mempertahankan elemen khas *Plangi Nusantara*.





Gambar 3.12 Desain Plangi Nusantara untuk LED mall

Seluruh hasil desain tersebut kemudian ditampilkan secara bersamaan di masing-masing media, baik media digital seperti LED mall maupun media sosial Instagram, untuk menciptakan tampilan visual yang selaras dan memperkuat identitas kampanye *Plangi Nusantara*. Proyek ini menjadi salah satu pengalaman penting bagi penulis dalam mengaplikasikan kemampuan desain komunikasi visual untuk kebutuhan branding dan promosi acara berskala besar.



Gambar 3.13 Hasil desain Plangi Nusantara dipublikasikan

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain mengerjakan proyek pertama, penulis juga mendapatkan beberapa tugas tambahan selama masa kerja di bagian marketing communication Lippo Mall Nusantara. Tugas tambahan tersebut meliputi pekerjaan *operational design* seperti pembuatan desain *packaging*, *poster* internal, serta kebutuhan visual pendukung lainnya yang bersifat mendadak. Dalam pelaksanaannya, penulis tetap mengikuti prosedur kerja yang berlaku di perusahaan, dimulai dari tahap briefing singkat bersama supervisor atau manajer untuk memahami kebutuhan desain, kemudian melanjutkan ke tahap pencarian referensi, pembuatan konsep visual, dan eksekusi desain menggunakan *Adobe Illustrator* maupun *Photoshop*.

Setiap hasil desain yang telah selesai kemudian dikirimkan untuk direview oleh supervisor sebelum digunakan atau dicetak. Melalui proses ini, penulis belajar untuk bekerja dengan cepat namun tetap menjaga kualitas visual dan konsistensi gaya desain sesuai dengan identitas visual Lippo Mall Nusantara. Selain itu, penulis juga mendapatkan pengalaman dalam mengelola



waktu serta beradaptasi dengan perubahan kebutuhan desain yang sering terjadi secara mendadak di lingkungan kerja profesional.

### 3.3.2.1 Proyek Backdrop “Plangi Nusantara”

Proyek tambahan pertama yang penulis kerjakan adalah pembuatan desain backdrop untuk acara *Plangi Nusantara*. Pada acara tersebut, dibutuhkan sebuah backdrop berukuran 7,2 m x 2,4 m sebagai elemen visual utama yang berfungsi untuk memeriahkan area event sekaligus menjadi spot foto bagi pengunjung. Backdrop ini juga berperan sebagai media branding, karena foto yang diambil dan diunggah ke media sosial dapat membantu memperkenalkan Lippo Mall Nusantara kepada publik yang lebih luas. Penulis menerima briefing untuk menggunakan key visual *Plangi Nusantara* dan menggabungkannya dengan elemen branding seperti pola *repeat logo* serta sebuah *cutout* besar bertuliskan “Lippo Mall Nusantara” sebagai pusat perhatian. Setelah memahami arahan tersebut, penulis mulai menyusun layout dan memastikan keseluruhan tampilan tetap konsisten dengan identitas visual acara.



Gambar 3.14 Layout Backdrop Plangi nusantara

Dalam pembuatan backdrop *Plangi Nusantara*, penulis menerapkan prinsip hierarki dengan membagi elemen visual menjadi elemen utama, branding pendukung, dan informasi tambahan. Elemen utama pada proyek ini adalah nama acara “PLANGI NUSANTARA”, sedangkan informasi tambahan berupa tagline “Be a Part of Our Transformation”. Untuk branding pendukung, penulis menggunakan repeat logo pada latar

belakang, yaitu logo mall (Lippo Mall Nusantara) dan logo acara. Dari sisi komposisi, penulis berfokus pada balance dengan menempatkan elemen-elemen secara simetris agar tampilan visual lebih stabil dan mudah diterima. Selain itu, ruang kosong sengaja disisipkan untuk menjaga fokus utama tetap jelas dan tidak terganggu oleh elemen lain.



Gambar 3.15 Backdrop Plangi nusantara

Setelah penulis menyelesaikan desain backdrop sesuai permintaan awal, penulis melakukan asistensi kepada manajer Marcom dan menerima beberapa masukan untuk revisi. Manajer meminta agar bagian cutout pada backdrop dibuat lebih menarik serta menambahkan slogan yang telah ditentukan. Setelah dilakukan revisi sesuai arahan, desain mengalami beberapa penyesuaian visual dan menghasilkan tampilan akhir seperti pada gambar berikut.



Gambar 3.16 Backdrop Plangi nusantara

Setelah melalui proses revisi, penulis kembali melakukan asistensi terakhir dan memperoleh persetujuan final dari manajer MarCom. Desain yang telah disetujui kemudian diserahkan kepada bagian purchasing untuk diproses lebih lanjut dan dicetak. Backdrop tersebut akhirnya dipasang di area Ground Floor sebagai bagian dari rangkaian acara Plangi Nusantara.



Gambar 3.17 Hasil Backdrop Plangi nusantara

### 3.3.2.2 Proyek *packaging* souvenir Lippo Mall Nusantara

proyek untuk membuat desain packaging souvenir Lippo Mall Nusantara yang akan dibagikan kepada pengunjung. Souvenir tersebut berupa diffuser pewangi, dan penulis diminta untuk merancang kemasannya sesuai dengan arahan yang diberikan. Brief yang diterima menekankan bahwa packaging harus terlihat elegan, mewah, mencerminkan identitas Lippo Mall Nusantara, serta tetap menggunakan slogan bulan Agustus, yaitu “*Be a part of our transformation*”. Selain itu, logo Lippo Mall Nusantara juga diwajibkan untuk dicantumkan. Penulis kemudian diberikan ukuran final packaging, yaitu 21,4 cm × 22 cm, sebagai acuan dalam proses perancangan.



Gambar 3.18 Element pada packaging

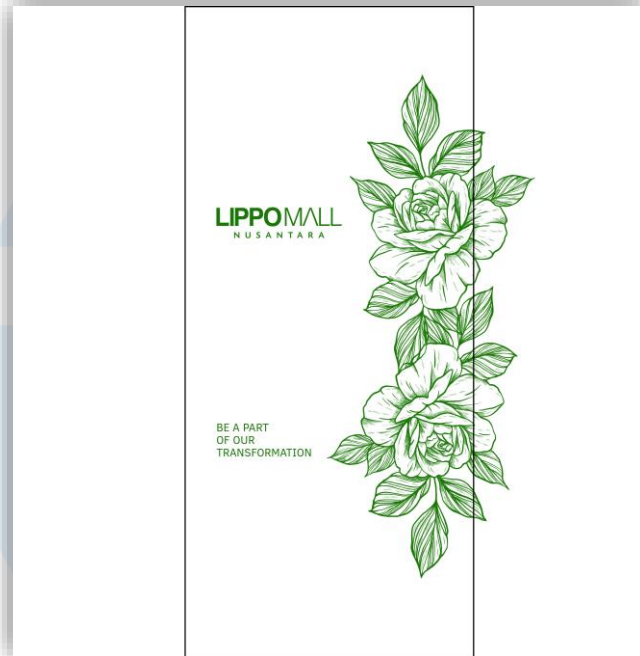
Saat mengerjakan desain packaging ini, penulis memulai dengan melakukan brainstorming karena diberikan kebebasan untuk berkreasi. Pada tahap awal, penulis menentukan warna utama yang akan digunakan, yaitu warna hijau yang identik dengan Lippo Mall Nusantara. Selanjutnya, penulis memilih elemen ilustratif berupa bunga sebagai aksan visual untuk menghadirkan kesan elegan sekaligus merepresentasikan aroma wangi dari diffuser yang menjadi isi souvenir.



Gambar 3.19 Design Packaging pertama

Desain pertama yang dikerjakan penulis adalah stiker berbentuk oval yang direncanakan untuk ditempel pada packaging diffuser. Komposisinya disusun secara simetris, dengan elemen bunga ditempatkan pada bagian atas dan bawah secara mirroring untuk menciptakan keseimbangan visual. Logo Lippo Mall Nusantara dan tagline diletakkan pada sisi kiri stiker, sementara bagian tengah sengaja dibiarkan kosong sebagai area untuk pita yang akan membungkus packaging tersebut. Setelah rancangan awal selesai, penulis melakukan asistensi kepada manager MarCom dan menerima sejumlah masukan. Manager meminta penulis untuk merevisi desain agar dibuat lebih sederhana dan clean, serta

mengembangkan stiker yang mencakup keseluruhan permukaan packaging agar tampil lebih utuh dan sesuai dengan standar branding.



Gambar 3.20 Design final packaging

Pada desain kedua, penulis menempatkan elemen bunga pada sisi kanan, sementara logo ditempatkan di bagian kiri atas dan tagline pada bagian kiri bawah, tetap menyisakan ruang khusus di tengah sebagai area untuk pita packaging. Penulis juga menambahkan guideline pada desain untuk menunjukkan batas aman dan area cetak, sehingga memudahkan proses asistensi dengan manager maupun proses produksi nantinya. Manager menyetujui desain kedua ini karena tampil lebih sederhana, clean, dan lebih mudah diaplikasikan pada packaging diffuser. Setelah mendapatkan persetujuan tersebut, penulis kemudian mengoper desain final kepada tim purchasing untuk diproses dan dicetak.





Gambar 3.21 Hasil packaging

### 3.3.2.3 Proyek design baju grand opening

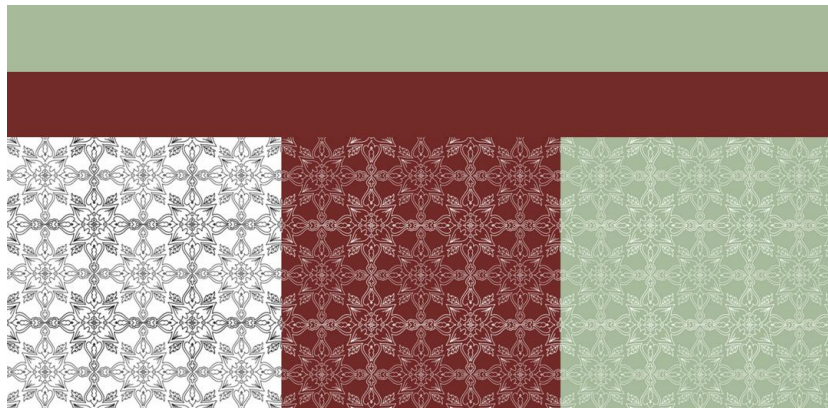
Dalam rangka memperingati grand opening yang akan diselenggarakan oleh Lippo Mall Nusantara, penulis diberikan tugas untuk merancang desain baju seragam untuk kebutuhan acara tersebut. Brief yang diberikan adalah bahwa seragam harus memiliki kesan formal, bernuansa Nusantara, serta menggunakan warna-warna yang merepresentasikan identitas Lippo Mall Nusantara. Selain itu, Mall Director secara langsung menyampaikan bahwa seragam perlu memiliki unsur batik, dengan referensi motif yang diambil dari desain hoarding general yang digunakan oleh Lippo Mall Nusantara.



Gambar 3.22 Batik hoarding general Lippo Mall Nusantara

Berdasarkan referensi yang diberikan, penulis membuat desain batik baru dengan gaya yang serupa namun telah dimodifikasi sesuai kebutuhan. Penulis menggunakan dua pilihan warna utama, yaitu merah maroon (#732b28) dan hijau muda (#a7bb9b). Warna merah dipilih untuk memberikan kesan khas Nusantara, sedangkan warna hijau merepresentasikan konsep alam yang identik dengan identitas Lippo Mall Nusantara. Motif yang digunakan berasal dari elemen dasar batik, seperti bentuk floral, daun, dan elemen geometris.

Dalam proses perancangan, penulis menerapkan prinsip simetri (reflect, rotate, repeat) sehingga pola batik dapat membentuk seamless pattern, yakni motif berulang yang menyatu tanpa batas antar sambungan. Penulis juga mengatur posisi setiap elemen pola agar terlihat konsisten, tidak patah, dan tetap harmonis. Dengan pendekatan ini, motif batik yang dihasilkan tidak hanya estetik tetapi juga selaras dengan karakter dan branding Lippo Mall Nusantara.



Gambar 3.23 Motif Batik

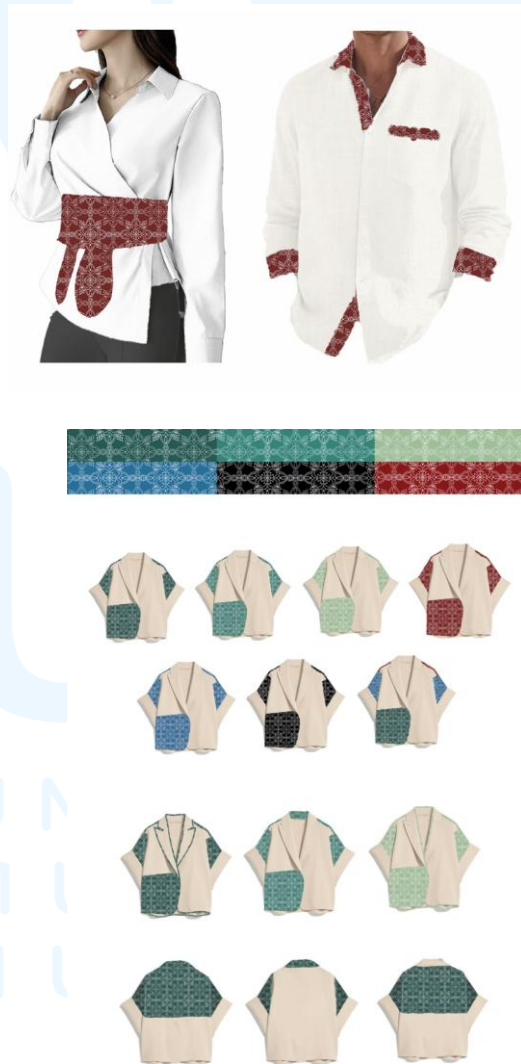
Setelah desain batik selesai, penulis melakukan asistensi kepada manager MarCom dan mall director untuk mendapatkan evaluasi. Pada tahap ini, penulis menerima masukan bahwa warna hijau yang digunakan sebaiknya mengikuti warna hijau dari hoarding general Lippo Mall Nusantara agar tetap konsisten dengan identitas visual yang sudah ada. Selain itu, mereka juga menyetujui hasil modifikasi motif batik yang penulis buat karena dinilai sesuai dengan konsep dan karakter Lippo Mall Nusantara



Gambar 3.24 Final motif batik

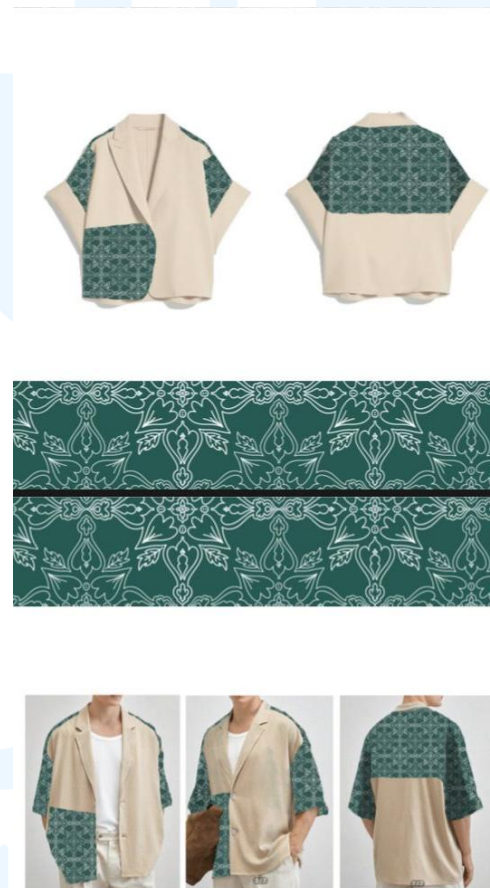


Setelah menyelesaikan desain batik yang akan digunakan, penulis melanjutkan proses dengan merancang gaya pakaian yang akan dijadikan seragam. Penulis diminta untuk menyediakan beberapa opsi desain baju. Arahan yang diberikan adalah mencoba mengaplikasikan motif batik pada kemeja formal, dengan tambahan obi untuk desain perempuan dan penempatan pattern batik pada bagian tertentu untuk desain laki-laki. Opsi lain yang juga diminta adalah tampilan outer kemeja yang lebih casual namun tetap terlihat formal. Berdasarkan arahan tersebut, penulis kemudian membuat beberapa mock-up untuk memperlihatkan penerapan motif batik pada masing-masing opsi seragam.



Gambar 3.25 Mock up design seragam

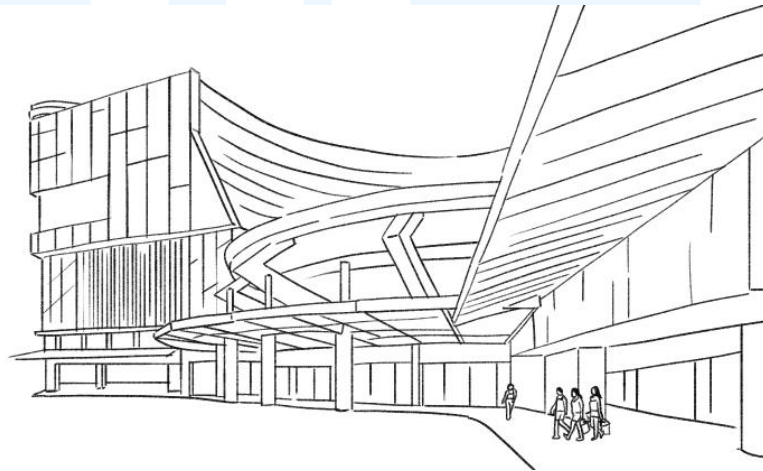
Pada akhirnya, seragam yang dipilih adalah outer batik berwarna hijau dengan pola yang telah disepakati melalui voting oleh seluruh karyawan manajemen di grup WhatsApp. Setelah keputusan final ditetapkan, penulis menyerahkan desain tersebut kepada tim purchasing untuk diproses ke tahap produksi menggunakan teknik batik printing/digital printing, mengingat seragam ini dibutuhkan dalam waktu yang cukup singkat.



Gambar 3.26 Final design seragam

#### 3.3.2.4 Proyek hoarding Balai Sarbini

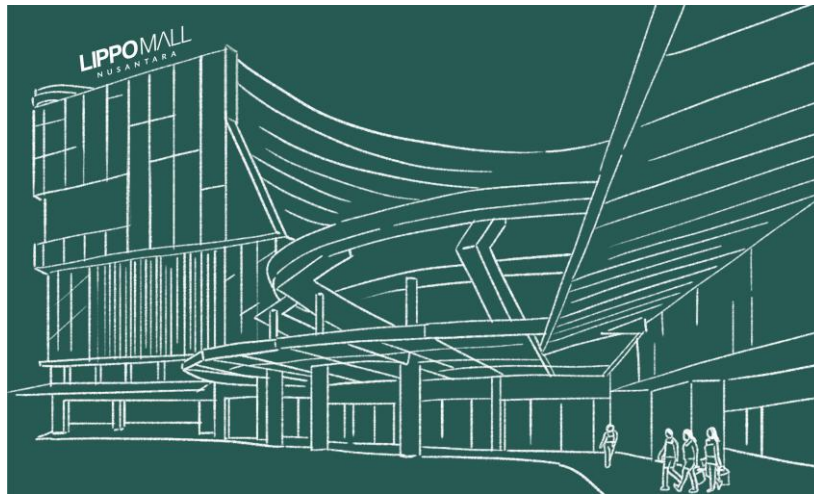
Pada proyek ini, penulis mendapat tugas untuk membuat desain hoarding yang digunakan untuk menutupi salah satu pintu Balai Sarbini di dalam mall. Briefing yang diberikan adalah menampilkan ilustrasi Lippo Mall Nusantara serta warna hijau sebagai identitas visual mall dengan ukuran 3,84m x 2,3m. Desain ini diharapkan tetap selaras dengan konsep branding yang sudah ditetapkan oleh Lippo Mall Nusantara. Penulis memulai dari menggambar ilustrasi gedung Lippo Mall Nusantara.



Gambar 3.27 Gambar Ilustrasi gedung Lippo Mall Nusantara

Setelah menyelesaikan ilustrasi gedung yang diminta, penulis melanjutkan dengan menempatkan ilustrasi tersebut pada background polos berwarna hijau identitas Lippo Mall Nusantara yang diminta oleh manager.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.28 Design hoarding sebelum direvisi

Setelah desain awal selesai, penulis menyerahkannya kepada manager untuk mendapatkan persetujuan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Namun, terdapat revisi yang harus dilakukan karena desain dianggap terlalu polos dan belum sesuai dengan preferensi manager. Manager kemudian meminta penulis untuk memasukkan foto 3D gedung Lippo Mall Nusantara dan mengombinasikannya dengan ilustrasi, dengan komposisi selang-seling antara gambar ilustrasi dan foto gedung aslinya.



Gambar 3.29 Grid Hoarding

Penulis melakukan perbaikan pada desain hoarding agar tampil lebih menarik dengan mengikuti saran dari manajer. Dalam proses pengembangan visual, penulis menerapkan *rule of thirds* sebagai panduan komposisi untuk menata elemen-elemen utama secara lebih proporsional. Penerapan prinsip tersebut juga membantu menonjolkan Balai Sarbini sebagai titik fokus atau highlight utama dalam desain hoarding yang dihasilkan, karena diletakkan pada tengah-tengah desain.



Gambar 3.30 Design hoarding sebelum final

Setelah direvisi, penulis lanjut meminta approval dan masukan dari manajer. Managernya sudah menyukai design karena telah melambangkan lippo mall nusantara. Kemudian sudah suka dengan penempatan yang penulis gunakan. Namun manager marcom kurang suka background desain karena kurang menonjolkan outline dari ilustrasi yang sudah penulis buat. Mangager menyuruh penulis untuk revisi sekali lagi dan menggantikan warna background menjadi warna hijau yang lebih muda.





Gambar 3.31 Final design hoarding

Setelah melakukan revisi, penulis kembali menunjukkan hasil desain kepada manager untuk mendapatkan approval. Setelah desain disetujui, penulis mengoperkannya kepada tim purchasing untuk segera dicetak dan dipasang pada pintu Balai Sarbini.



Gambar 3.32 Preview/mock up design hoarding

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja**

Dalam proses magang, penulis menemukan beberapa kendala yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan. Kendala ini muncul seiring dengan adaptasi terhadap lingkungan kerja serta tuntutan proyek yang diberikan. Berikut merupakan beberapa kendala yang dialami selama pelaksanaan magang.

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

Selama pelaksanaan praktik kerja sebagai graphic designer, penulis menghadapi beberapa kendala dalam proses revisi desain yang cukup sering terjadi. Perubahan konsep dari klien kadang tidak disampaikan secara detail, sehingga menyebabkan miskomunikasi dan memperlambat proses produksi. Selain itu, penulis juga sempat mengalami kesulitan dalam menyesuaikan gaya desain pribadi dengan identitas visual perusahaan yang sudah ada.

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

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis mulai melakukan komunikasi yang lebih intens dengan supervisor dan tim terkait sebelum mengerjakan desain. Penulis juga membuat daftar catatan setiap revisi agar lebih mudah memahami kebutuhan manager secara menyeluruh. Selain itu, penulis mempelajari pedoman desain perusahaan seperti guideline warna, tipografi, dan tone visual agar hasil desain tetap konsisten dengan identitas brand yang telah ditentukan.