

## BAB III

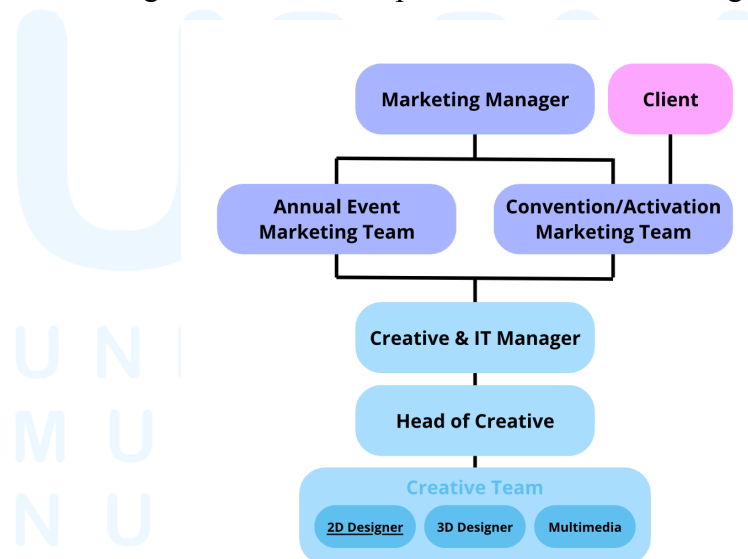
### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan program magang dari tanggal 28 Juli 2025 hingga 20 Desember 2025 di PT Dyandra Promosindo yang berada di Jl. Gelora VII No. 15 Palmerah, Jakarta Pusat. Selama menjalani program magang, penulis menempati posisi desainer 2D yang bertugas untuk mendesain keperluan desain 2D dari sebuah *event*. Penulis ditugaskan untuk merancang desain sosial media dari *event* JIPS sebagai tugas utama, namun juga terlibat dalam mendesain acara-acara lain yang memerlukan bantuan dari desainer 2D.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Sebagai desainer 2D, penulis menduduki posisi di bawah supervisi Head Creative yang menyampaikan *brief* dan *request* dari tim Marketing. Tim Marketing yang menangani *event* tahunan Dyandra membuat *brief* sesuai dengan identitas acara tersebut. Sedangkan, tim Marketing Convention atau Activation bertugas membuat konsep desain berdasarkan keinginan klien.

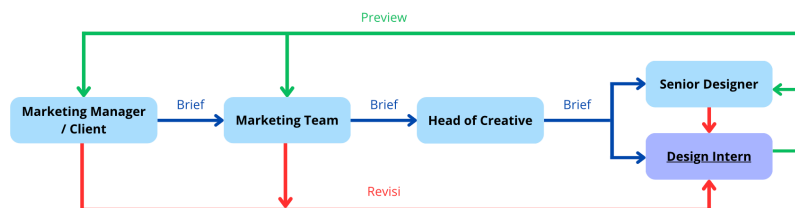


Gambar 3.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Bagian Kreatif memiliki beberapa tim desain yang beranggotakan tiga hingga empat desainer, terdiri atas desainer 2D, desainer 3D, dan desainer multimedia yang saling berkoordinasi serta bertanggung jawab terhadap event yang ditugaskan. Penulis tergabung dalam salah satu tim tersebut dan bertanggung jawab atas pekerjaan yang diberikan. Namun, terdapat pula penugasan individual yang tidak memerlukan kerja tim.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama periode magang, penulis aktif berkoordinasi dengan tim Kreatif serta tim Marketing. Koordinasi yang baik antar divisi dan tim diperlukan untuk menghasilkan pekerjaan yang efektif serta meminimalkan miskomunikasi. Berikut merupakan gambaran alur koordinasi kerja yang penulis lakukan selama menjalani program magang di PT Dyandra Promosindo:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Tahapan awal koordinasi dimulai dengan *briefing* desain dari tim Marketing kepada tim Kreatif dengan sepengetahuan Head Creative. Sebelum diberi *brief*, Head Creative akan menginformasikan tim bahwa akan ada penugasan yang harus dikerjakan. Kemudian, tim desain akan dihubungi langsung oleh Staf Marketing untuk memberi *brief* dalam bentuk Google Slides. Isi dari setiap *brief* berbeda-beda sesuai dengan keperluan tim Marketing. Namun, pada umumnya *brief* desain berisi konsep, sketsa *layout*, teks, gambar, referensi, dan juga detail desain yang dibutuhkan. Setelah mendapatkan *brief*, desainer akan mengerjakan desain.

Lalu, sesudah desainer menyelesaikan desain, desainer akan memberikan *preview* kepada tim desain serta Staf Marketing. Pihak Marketing kemudian meneruskan *preview* tersebut kepada Manajer

Marketing atau klien untuk mendapatkan *feedback* dan *revisi*. Setelah itu, Staf Marketing akan menyampaikan revisi kepada desainer untuk diperbaiki. Desainer dan Staf Marketing akan terus berkoordinasi hingga memperoleh *approval* dari Staf Marketing atau klien. Setelah disetujui, desainer mengunggah hasil akhir desain ke Google Drive.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam pelaksanaan magang, penulis terlibat dalam perancangan lebih dari 10 *event*. Penulis melaksanakan tugas sesuai dengan arahan Head Creative. Berikut adalah detail pekerjaan yang dilakukan setiap bulan sesuai dengan *daily task* pada situs PROSTEP:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

No.	Tanggal	Proyek	Keterangan
1.	29 Juli – 1 Agustus 2025	- Media Sosial JIPS - Media Sosial IFRA	- JIPS: Mendesain media sosial JIPS - IFRA: Membantu desain media sosial IFRA
2.	4 – 29 Agustus 2025	- Media Sosial JIPS - GSM JIPS - Logo BRI Consumer Expo - Media Sosial IFRA - Bumper IFRA	- JIPS: Mendesain media sosial JIPS, mendesain GSM dari desain yang sebelumnya dibuat - BRI Consumer Expo: Mendesain logo untuk keperluan <i>brand activation</i> - IFRA: Membantu desain media sosial IFRA, dan desain konstruksi untuk keperluan acara
3.	1 September – 3 Oktober 2025	- Media Sosial JIPS - <i>Key visual</i> BRI Subsidiaries Forum - Turunan desain BRI Subsidiaries Forum	- JIPS: Mendesain media sosial JIPS - BRI Subsidiaries Forum: Mendesain 3 opsi <i>key visual</i> untuk <i>brand activation</i> , mendesain undangan, <i>tent card</i> , penomoran meja, <i>placing card</i> , <i>goodie bag</i> , dan <i>signage</i>

4.	6 – 31 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turunan desain <i>event</i> Kementrian Koordinasi</li> <li>- Logo, <i>key visual</i>, turunan desain ASEAN Secretariat Staff Outing</li> <li>- Logo Indonesia Coffee Expo</li> <li>- Booth Korea Travel Fair</li> <li>- <i>Merchandise</i> IIMS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kementrian Koordinasi: Mendesain <i>placing card, cue card, signage, control room, FOH, backdrop</i> registrasi, meja registrasi, dan booth</li> <li>- ASEAN: Mendesain logo, <i>key visual, merchandise, template</i> PPT, <i>doorprize, bumper</i>, penomoran meja, <i>banner</i></li> <li>- Indonesia Coffee Expo: Mendesain logo</li> <li>- Korea Travel Fair: Mendesain booth</li> <li>- IIMS: Mendesain <i>merchandise</i></li> </ul>
5.	3 – 28 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Key visual</i> baru JIPS</li> <li>- GSM baru JIPS</li> <li>- Media Sosial JIPS</li> <li>- Proposal Dyandra Convention</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- JIPS: Mendesain <i>key visual</i> baru, <i>template</i> PPT, <i>template</i> A4, GSM baru, dan media sosial</li> <li>- Dyandra Convention: Mendesain proposal</li> </ul>
6.	Desember	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Sosial JIPS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- JIPS: Mendesain media sosial JIPS</li> </ul>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa penulis ikut merancang berbagai *event* dengan bentuk desain yang beraneka ragam seperti desain konten media sosial, logo, *key visual*, *graphic standard manual*, *signage*, *cue card*, *booth*, proposal, dan masih banyak lagi.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama mengikuti program magang di PT Dyandra Promosindo sebagai desainer 2D, penulis diberikan tugas yang bervariasi. Namun, penulis tetap memiliki 1 tugas utama yang dikerjakan dari awal hingga akhir periode magang yaitu perancangan konten media sosial Instagram *event* Jakarta International Pet Show (JIPS). Selain tugas utama, penulis juga diberi beberapa tugas tambahan, beberapa di antaranya akan dijabarkan di poin-poin berikut:



### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

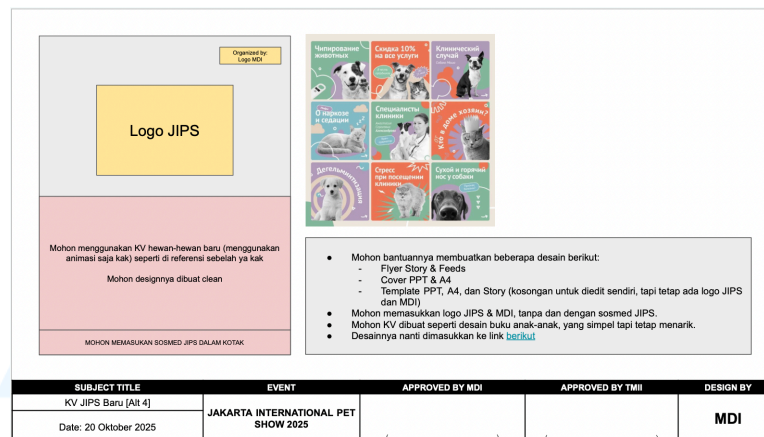
Proyek utama yang dikerjakan oleh penulis merupakan perancangan konten media sosial Jakarta International Pet Show (JIPS). Proyek ini dipilih sebagai tugas utama karena berjalan dari awal hingga akhir periode penulis menjadi desainer 2D di PT Dyandra Promosindo serta sepenuhnya ditangani oleh penulis. Proyek ini bersifat berkelanjutan, yang berarti konten media sosial akan terus diproduksi hingga acara puncak *event* pada Juni 2026 dan dapat dilanjutkan pada tahun berikutnya bila acara kembali diselenggarakan.

Pada awal masa magang, penulis hanya meneruskan desain konten dari *key visual* yang sudah ada. Namun, terdapat perubahan *key visual* yang ditugaskan kepada penulis sehingga memerlukan *redesign*. Penulis juga mendesain *graphic standard manual*, *template* PPT, dan *template* proposal dengan *key visual* JIPS terbaru. Setelah dilakukan *redesign* penulis kembali melanjutkan desain konten sosial media per minggu.

Di PT Dyandra Promosindo, desainer tidak memiliki metode perancangan yang spesifik, melainkan setiap desainer memiliki prosedur perancangannya sendiri. Prosedur perancangan tersebut terdiri dari *briefing*, *concepting*, *designing*, *feedback*, *revision* dan *finalization*. Berikut adalah penjabaran setiap prosedur perancangan pembuatan *key visual* untuk keperluan *event* JIPS:

#### 1. *Briefing*

Tahap pertama perancangan *key visual* adalah tahap *briefing*. Pada tahap ini, pihak Marketing memberi *brief* dalam bentuk Google Slides yang berisi 3 opsi *key visual* yang mereka inginkan beserta referensinya. Tim Marketing juga akan menyertakan elemen apa saja yang perlu disertakan dalam desain.



Gambar 3.3 Contoh *Brief* Desain *Key Visual* JIPS

Sesudah mendapatkan *brief* desain, penulis akan menganalisis dan memahami isi *brief*. Tahap ini berfungsi sebagai arahan dalam membentuk desain yang sesuai dengan keinginan tim Marketing. Penulis juga akan bertanya kepada Staf Marketing jika ada hal yang tidak dimengerti untuk menghindari kesalahpahaman. Untuk desain *key visual*, penulis ditugaskan membuat 3 opsi desain dengan gaya visual yang berbeda-beda.

## 2. *Concepting*

Setelah penulis menelaah *brief*, penulis melanjutkan prosedur ke tahap *concepting*. Tahap ini merupakan tahap di mana penulis mengembangkan konsep desain. Penulis akan menetapkan arahan visual seperti gaya, warna, dan *layout* yang akan diterapkan pada ketiga opsi *key visual*. Pada tahap ini, penulis mencari aset visual dan palet warna yang sesuai dengan *brief* yang diberikan.

## 3. *Designing*

Penulis melanjutkan prosedur ke tahap *Designing* yang merupakan tahapan penulis merancang desain. Untuk pembuatan *key visual*, penulis sepenuhnya mendesain dengan *software* Adobe Illustrator dengan ukuran 1080 x 1350 piksel menggunakan mode warna RGB. Dalam proses pembuatan setiap opsi desain, tim Marketing juga meminta agar disediakan 2 variasi. Versi pertama menggunakan foto hewan asli sebagai elemen visual, sedangkan versi kedua menampilkan hewan yang

digambarkan dengan gaya ilustrasi. Berikut adalah opsi-opsi *key visual* yang didesain penulis:

**a. Opsi 1**



Gambar 3.4 Opsi Key Visual JIPS 1

Pada opsi pertama, penulis menggunakan desain yang menggunakan banyak elemen bentuk. Penulis menggabungkan elemen bentuk dengan elemen warna yang beragam, disertai dengan ukuran bentuk yang berbeda-beda sehingga desain terlihat dinamis.

**b. Opsi 2**



Gambar 3.5 Opsi Key Visual JIPS 2

Opsi kedua menggunakan gaya desain yang *playful* dan abstrak, disertai dengan sedikit bentuk geometris. Palet warna

didominasi oleh warna ungu dan biru sebagai warna utama, dengan aksesoris jingga untuk menambah kontras. Seluruh warna juga kemudian diberi gradasi agar komposisi terlihat lebih menarik.

c. Opsi 3



Gambar 3.6 Opsi Key Visual JIPS 3

Opsi terakhir menggunakan warna hijau sebagai warna utama dengan aksesoris kuning agar memberi kesan ramah dan *welcoming*. Berbeda dari opsi lainnya, opsi ini memakai warna dan bentuk yang lebih sederhana agar menciptakan tampilan *clean*, modern dan minimalis. Dalam tahap *designing*, penulis menerapkan prinsip desain dari Robin Landa (2011) dalam buku *Graphic Design Solutions* yakni *balance*, *unity*, *emphasis*, dan *rhythm* agar hasil desain menyampaikan pesan yang indah dan mudah dipahami.

#### 4. Feedback

Tahapan prosedur selanjutnya merupakan tahap *feedback* yang berfungsi sebagai sarana evaluasi terhadap desain yang penulis telah buat. Pada tahapan ini, penulis mengirimkan *preview* dari ketiga opsi yang penulis buat kepada tim Marketing. Kemudian, tim Marketing akan meninjau ulang setiap elemen desain untuk memastikan kesesuaian dengan *brief* serta memilih opsi yang menurutnya sesuai dengan konsep *brief*.



Gambar 3.7 Feedback Key Visual JIPS

Staf Marketing kemudian mengabarkan penulis melalui WhatsApp bahwa *brief* telah diperbarui dengan revisi. Pada tahap ini, tim Marketing memilih opsi desain yang sesuai dengan bayangan mereka. *Feedback* desain disampaikan melalui Google Slides dengan komentar mengenai desain apa saja yang dapat disempurnakan serta dikembangkan kembali.

## 5. Revision

Penulis melanjutkan prosedur ke tahap *revision* yang bertujuan untuk menyempurnakan dan mengembangkan kembali opsi desain yang tim Marketing pilih. Pada tahap ini, penulis mewujudkan komentar tim Marketing ke dalam bentuk desain. Penulis juga memastikan revisi tetap konsisten dengan konsep awal sehingga hasil akhir memenuhi standar visual yang ditetapkan.



Gambar 3.8 Variasi Key Visual JIPS

Dari opsi yang dipilih, penulis kembali merancang 5 variasi *layout* dan komposisi desain yang berbeda-beda sesuai dengan *brief* revisi. Informasi *event* yang berisi lokasi dan tanggal juga diminta tim Marketing untuk dimainkan *layout* dan ukurannya. Penulis juga menambahkan tekstur pada desain agar *background* tidak terlihat terlalu kosong. Setelah

melakukan revisi desain, penulis menanyakan kembali ke Staf Marketing mengenai *preview* untuk mendapatkan *approval*.

## 6. *Finalization*

Tahap terakhir dalam prosedur perancangan desain *key visual* adalah tahapan *finalization*. Setelah penulis selesai dengan tahap *revision* dan mengirimkan desain yang sudah direvisi kepada Staf Marketing, penulis mendapatkan *approval* desain versi mana yang dipilih. Namun, tim Marketing juga menambahkan sedikit komentar mengenai perubahan kecil dalam desain.



Gambar 3.9 Hasil Akhir *Key Visual* JIPS

Penulis membuang tekstur dan mengubah warna krem menjadi lebih terang sebagai finalisasi terakhir untuk desain *key visual*. Kemudian, penulis mengunduh desain dalam format PNG dan AI. Hasil tersebut diunggah ke dalam Google Drive *event* JIPS sebagai acuan desain acara selanjutnya.

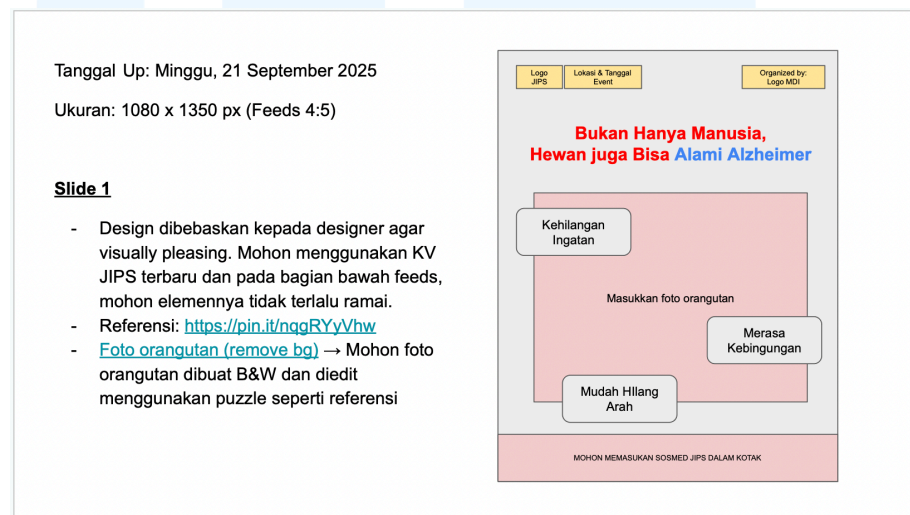
Setelah *key visual* dan *graphic standard manual* selesai dibuat oleh penulis, desain tersebut menjadi acuan utama untuk seluruh desain *event* JIPS berikutnya. Sepanjang periode magang, penulis juga menjalankan prosedur perancangan desain konten media sosial JIPS per minggu yang terdiri dari



*briefing, designing, feedback, dan finalization.* Berikut adalah penjabaran detail setiap prosedurnya:

## 1. *Briefing*

Penulis memulai prosedur dengan *briefing*, ketika tim Marketing mengkomunikasikan *brief* desain berisi berbagai *request* yang diinginkan dari pihak Marketing. Pada tahap ini, penulis memahami *brief* dan berdiskusi dengan Staf Marketing jika ada pertanyaan terkait isi *brief*. Tahapan ini bertujuan agar penulis memahami ide dan konsep yang telah dibuat oleh tim Marketing.



Gambar 3.10 Contoh *Brief* Desain Konten JIPS

Pada pembuatan desain konten media sosial per minggu, penulis menerima *brief* dalam bentuk Google Slides melalui WhatsApp. Namun, jika terjadi miskomunikasi dalam memahami *brief*, Staf Marketing dan penulis bertemu untuk berdiskusi langsung. Di dalam *brief*, terdapat konsep desain serta semua konten yang perlu didesain untuk minggu tersebut dengan referensi, isi, dan layout. *Brief* juga disertai *link* foto dan referensi untuk kebutuhan desain.

## 2. *Designing*

Tahap selanjutnya merupakan tahap *designing* di mana penulis mulai mendesain *brief*. Untuk pembuatan konten media sosial, penulis tidak melakukan tahap *concepting* karena tahapan tersebut sudah

dilakukan sepenuhnya oleh tim Marketing. Di tahapan *designing* ini, penulis membuat desain dengan menaruh gambar, memilih teks, mengatur *layout*, serta mengembangkan konsep langsung di *software* yang diperlukan.

Pada tahap ini, penulis mulai mendesain dengan *software* Adobe Illustrator dengan ukuran 1080 x 1350 piksel. Penulis mengambil elemen-elemen yang ada di *key visual* sebagai desain dasar dan merancanginya dalam *artboard*. Desain akan terus dikembangkan hingga penulis merasa karya memiliki komposisi desain yang baik. Dari konten-konten media sosial yang didesain, penulis menunjukkan konten “Hewan Alzheimer” sebagai contoh:



Gambar 3.11 Tahap Pertama Proses Desain Konten JIPS

Selanjutnya, penulis akan mengambil gambar dari tautan yang dicantumkan. Setelah menaruh gambar, penulis menambahkan teks sesuai dengan *brief*. Teks judul pada umumnya menggunakan *font* Arco, sedangkan isi teks menggunakan *font* Lexend Deca. Ukuran *font* menyesuaikan komposisi desain.



Gambar 3.12 Tahap Kedua Proses Desain Konten JIPS

Langkah terakhir dalam tahap *designing* adalah menaruh logo *mandatory*, yaitu logo JIPS di kiri atas dan logo Mavic Dyandra



International (MDI) di kanan atas. Penulis juga mencantumkan informasi media sosial serta situs JIPS di bagian bawah desain.

### 3. *Feedback*

Setelah menyelesaikan desain, penulis akan mengirimkan *preview* desain kepada Staf Marketing. *Preview* tersebut akan diteruskan kepada Manajer Marketing yang akan merundingkan kritik dan saran terhadap desain yang telah dibuat. Tahapan ini berfungsi untuk mendapatkan masukan dan mengetahui apabila ada kekurangan dalam desain.

Staf Marketing akan memberi revisi yang berisi perbaikan perancangan desain kepada penulis. Tahap *feedback* pada umumnya dilakukan melalui WhatsApp. Namun, jika ada hal yang perlu didiskusikan lebih lanjut, desainer atau Staf Marketing bisa merencanakan pertemuan langsung untuk menghindari miskomunikasi.

### 4. *Revision & Finalization*

Tahap *revision & finalization* prosedur desain merupakan tahapan terakhir dalam prosedur perancangan. Pada tahap ini, penulis akan mengoreksi desain yang sudah dibuat dengan revisi yang diberikan. Penulis akan mengimplementasikan masukan. Tahap ini bertujuan agar desain mencapai hasil yang maksimal.



Gambar 3.13 Hasil Akhir Desain Konten JIPS

Pada konten media sosial “Hewan Alzheimer” *slide* pertama, penulis menerima masukan untuk mengganti warna hijau menjadi biru dan juga warna elemen bentuk menjadi warna ungu. Setelah memperbaiki desain, penulis akan kembali memberikan *preview* kepada Staf Marketing untuk mendapatkan *approval*. Setelah mendapatkan *approval*, penulis

akan mengunduh desain dalam format PNG dan akan diunggah ke Google Drive.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain melaksanakan tugas utama, penulis juga mendapatkan beberapa tugas tambahan di PT Dyandra Promosindo. Tugas tambahan magang yang penulis kerjakan bersifat beragam, dengan bentuk proyek yang berbeda-beda dari event yang bermacam-macam. Penugasan tambahan diperoleh desainer 2D jika tim Marketing sedang menjalankan pitching event yang memerlukan key visual dan mockup desain, ataupun bantuan desain untuk suatu event yang sedang berlangsung. Berikut adalah beberapa tugas tambahan yang dikerjakan oleh penulis:

#### 3.3.2.1 Proyek Perancangan *Pitching* BRI Subsidiaries Forum

Proyek tambahan ini merupakan penugasan yang diberikan oleh tim Marketing untuk mendesain kebutuhan *pitching* acara BRI Subsidiaries Forum. Untuk kebutuhan *pitching* ini, penulis bekerja sama dengan dua desainer lainnya, yakni satu desainer 2D dan satu desainer 3D. Sebagai desainer 2D, penulis bertugas untuk mendesain *key visual* dan turunan desain; undangan, *tent card*, penomoran meja, *placing card*, *goodie bag*, serta *signage*. Dalam mendesain tugas penambahan ini, penulis menggunakan prosedur perancangan seperti berikut:

##### 1. *Briefing*

Tahap *briefing* merupakan tahapan penulis diberikan *brief* oleh pihak Marketing. Pada tahap ini, tim desainer memahami konsep, tema, referensi, *mandatory* desain, dan daftar desain yang perlu dilaksanakan. Tim desain kemudian membagi tugas yang dikerjakan setiap desainer.



Gambar 3.14 Contoh *Brief Desain Key Visual BRI*

Dari konsep dan referensi yang disediakan, penulis ditugaskan untuk mendesain 2 opsi *key visual* dengan gaya geometris dan modern beserta 2 variasi pewarnaan setiap opsinya. Penulis juga diberikan catatan untuk tidak menggunakan terlalu banyak bentuk lancip serta memakai warna dominan putih dan biru dengan aksen oranye.

## 2. *Designing*

Setelah melalui tahap *briefing*, penulis melanjutkan ke tahap *designing*. Tahap ini merupakan tahap digitalisasi di mana penulis menerjemahkan *brief* dalam bentuk desain. Penulis mendesain di *software* Adobe Illustrator dengan ukuran 16:9 *landscape*.



Gambar 3.15 Opsi *Key Visual BRI* 1

Opsi pertama, penulis desain dengan bentuk-bentuk geometris, mencampurkan bentuk kotak dan bentuk lingkaran. Desain opsi *key visual* ini memakai berbagai gradasi warna, mencampurkan warna biru tua dan biru muda serta juga warna biru dan oranye untuk menampilkan kontras. Penulis mendesain *key visual* dengan 2 variasi, yakni variasi pewarnaan terang dan gelap.

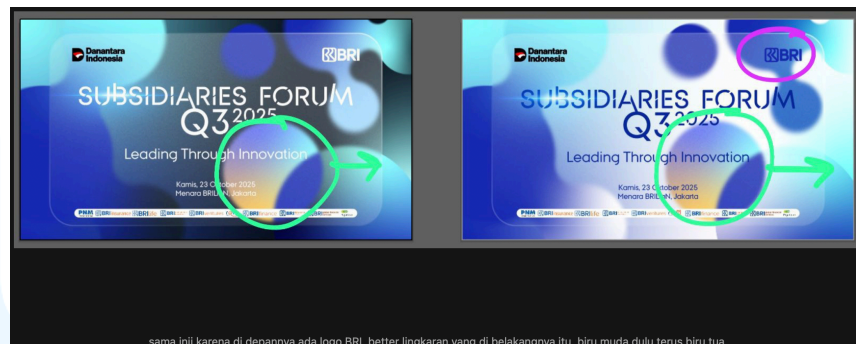


Gambar 3.16 Opsi Key Visual BRI 2

Kemudian untuk opsi kedua, penulis diminta untuk menggunakan elemen desain yang menyerupai kaca. Selain itu, penulis juga menggunakan elemen bentuk lingkaran dengan warna gradasi. Penulis kemudian menambahkan efek *grain* dan *blur* untuk *background* pada bagian belakang elemen kaca.

### 3. *Feedback & Revision*

Setelah selesai tahap *designing*, penulis memberikan *preview* desain kepada tim Marketing yang akan menyampaikannya kembali ke pihak klien. Penulis mengirimkan *preview* melalui WhatsApp yang kemudian akan diberi masukan oleh tim Marketing.



Gambar 3.17 *Feedback BRI*

Opsi pertama mendapat masukan untuk mengubah *layout* merek pada bagian bawah dan juga menambahkan logo PNM. Untuk opsi kedua, penulis mendapatkan revisi untuk mengubah warna *background* yang mirip dengan objek atau teks di bagian depan agar terlihat lebih jelas.

#### 4. Finalization

Penulis mengakhiri prosedur perancangan dengan tahap finalisasi. Pada tahap ini, penulis mengimplementasi *feedback* yang diberikan. Setelah selesai mengoreksi desain, penulis memberi *preview* terakhir kepada tim Marketing untuk mendapatkan *approval* dari klien. Penulis juga memastikan seluruh elemen visual sudah sesuai dengan *brief* awal. Seluruh *file* kemudian diunggah dengan format yang dibutuhkan.



Gambar 3.18 Hasil Akhir Key Visual BRI

Setelah mendapatkan *approval* desain opsi yang akan digunakan, penulis mengirimkan karya final kepada Staf Marketing. Penulis mendesain turunan desain dari opsi *key visual* yang disetujui, yakni opsi pertama variasi warna putih. Turunan desain tersebut berisi undangan, *tent card*, penomoran meja, *placing card*, *goodie bag*, serta *signage*.

##### 3.3.2.2 Proyek Perancangan Desain Event ASEAN Staff Outing

Proyek selanjutnya merupakan desain acara ASEAN Secretariat Staff Outing. Proyek ini merupakan penugasan yang dikerjakan secara mandiri oleh penulis untuk kebutuhan *pitching*. Media yang dibuat oleh penulis hampir sama dengan *event* BRI Subsidiaries Forum, yaitu *key visual* beserta turunan desain. Namun, untuk *event* ASEAN penulis akan menjelaskan lebih detail prosedur turunan desainnya yang mencakup desain

*template* PPT, baju kaos, spanduk, *bumper*, serta *door prize*. Berikut adalah prosedur perancangan turunan desain *event* ASEAN Secretariat Staff Outing:

### 1. *Briefing*

Penulis menerima *brief* desain berisi *request* desain dari tim Marketing. Pada tahap ini, penulis memahami konsep dan daftar turunan desain yang perlu dilaksanakan. Sama seperti penjelasan sebelumnya, *brief* diberikan kepada penulis melalui WhatsApp dalam Google Slide.

### 2. *Designing*

Tahap ini merupakan tahap digitalisasi di mana penulis menerjemahkan *brief* dalam bentuk desain. Penulis menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop sebagai *software* desain. *Software* Adobe Illustrator dipakai untuk mendesain vektor, sedangkan Adobe Photoshop dipakai untuk desain *mockup*. Penulis memulai tahap *designing* dengan mendesain *key visual*. Setelah mendapatkan *approval* dari tim Marketing, penulis melanjutkan mendesain turunan desain.



Gambar 3.19 Tampilan *Artboard* Adobe Illustrator ASEAN

Penulis mendesain *template* PPT, baju kaos, spanduk, *bumper*, serta *door prize* dengan Adobe Illustrator. Dalam proses mendesain, penulis menggunakan elemen yang telah dipakai di



*key visual*. Setelah selesai mendesain, penulis melanjutkan ke tahap *feedback & revision*.

### 3. *Feedback & Revision*

Penulis meneruskan prosedur ke tahap *feedback & revision* di mana penulis mengirimkan *preview* desain untuk mendapatkan masukan. Tahap ini dilakukan secara tatap muka dan melalui WhatsApp. Untuk *event* ASEAN ini, penulis mendapatkan masukan untuk mengganti *layout* desain *template* PPT dan juga beberapa warna seragam yang kurang sesuai dengan bayangan tim Marketing. Pada tahap ini penulis juga mendapatkan *approval* untuk melanjutkan desain ke dalam *mockup* yang dikerjakan dengan *software* Adobe Photoshop.

### 4. *Finalization*

Tahap *finalization* adalah tahap yang bertujuan untuk memastikan seluruh elemen desain sudah sesuai dengan *brief* dan *feedback* terakhir. Pada tahap ini, penulis mengoreksi desain dari revisi yang diberikan. Penulis juga meneruskan vektor ke Adobe Photoshop untuk membuat *mockup* desain.



Gambar 3.20 Hasil Akhir Turunan Desain ASEAN

Setelah selesai tahap finalisasi, penulis kembali memberikan *preview* kepada tim Marketing untuk mendapatkan *approval*. Setelah mendapatkan *approval*, penulis mengunduh hasil akhir dalam format PNG dan mengirimkan hasil ke Staf Marketing. Penulis juga memastikan bahwa seluruh elemen visual telah sesuai dengan *brief*.

### **3.3.2.3 Proyek Perancangan Proposal Dyandra Convention**

Penulis merancang desain proposal untuk Dyandra Convention berdasarkan *brief* dari tim Marketing. Untuk proyek ini, penulis bekerja sama dengan tim yang berisikan seorang desainer 2D lainnya. Proposal ini kemudian digunakan untuk kebutuhan *pitching* tim Marketing bagian Convention. Proyek perancangan proposal Dyandra Convention memakai prosedur perancangan *briefing, designing, feedback & revision*, dan juga *finalization*. Berikut penjabarannya:

#### **1. Briefing**

Pada tahap ini, penulis mempelajari *brief* desain dari tim Marketing. Penulis ditugaskan merancang proposal sebanyak 40 halaman dengan *key visual* Dyandra. Selanjutnya, penulis membagi pekerjaan bersama tim dan mendapat tanggung jawab untuk mengerjakan 20 halaman terakhir. Dalam tahap ini, desainer dan tim Marketing berdiskusi langsung mengenai konsep agar menghindari kesalahpahaman.

#### **2. Designing**

Setelah tahap *briefing*, penulis melanjutkan ke tahap *designing* yang merupakan tahap digitalisasi. Tahap ini bertujuan untuk merealisasikan *brief* desain. Proyek ini didesain di Adobe Illustrator dengan ukuran A4. Tujuan proposal ini adalah untuk melihatkan acara-acara yang sebelumnya Dyandra pernah selenggarakan sebagai portofolio perusahaan. Oleh karena itu, penulis menaruh foto-foto acara tersebut dalam desain.



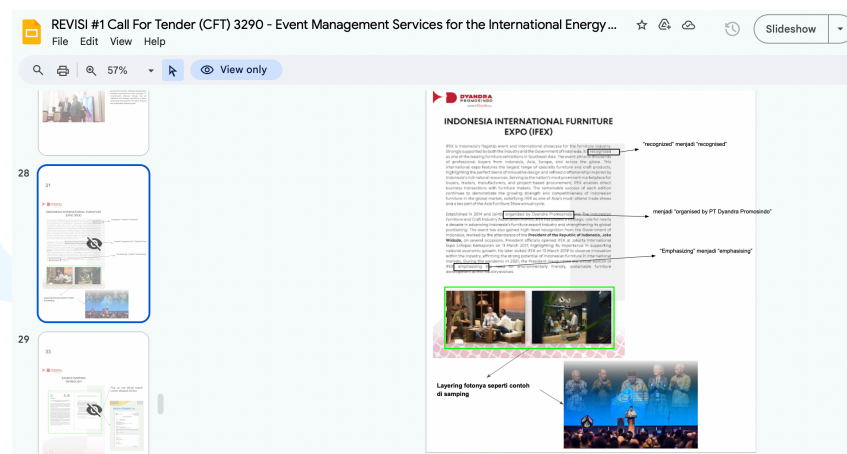


Gambar 3.21 Tampilan *Artboard* Adobe Illustrator Proposal Dyandra

Dalam proposal, penulis memakai elemen desain dari *key visual* Dyandra. Setelah merancang elemen sesuai dengan *layout* yang disusun pada *brief*, penulis merancang foto-foto yang akan disertakan dalam proposal.

### 3. *Feedback & Revision*

Penulis melanjutkan prosedur ke tahap *feedback & revision*. Pada tahap ini, penulis mengirimkan *preview* desain kepada Staf Marketing yang kemudian mendiskusikannya dengan tim. Setelah itu, penulis mendapatkan *feedback* dan revisi yang akan dikoreksi di tahap selanjutnya.



Gambar 3.22 *Feedback* Proposal Dyandra

Pada perancangan desain proposal, penulis diberi sejumlah revisi. Penulis diminta untuk merevisi bagian *layout* foto untuk memberikan efek *layering*. Setelah itu, terdapat beberapa kesalahan ketik dan huruf kapital yang perlu dikoreksi.

#### **4. Finalization**

Tahap finalisasi adalah prosedur terakhir yang bertujuan untuk menyempurnakan desain sebelum diserahkan kepada pihak Marketing. Pada tahap ini, penulis menyiapkan hasil akhir desain sesuai dengan format yang diperlukan tim Marketing, menambahkan nomor halaman pada setiap halaman, dan juga mengoreksi desain yang telah direvisi.

#### **3.3.2.4 Proyek Perancangan Merchandise IIMS**

Proyek tambahan keempat yang diberikan kepada penulis adalah perancangan desain *merchandise* Indonesia International Motor Show (IIMS). Penulis ditugaskan untuk mendesain beberapa *merchandise* berupa *pouch* dan gantungan kunci. Dalam merancang *merchandise* IIMS, penulis melalui 4 tahap prosedur, yaitu *briefing*, *concepting*, *designing*, serta *feedback & revision*. Berikut adalah penjelasan setiap prosedurnya:

##### **1. Briefing**

Untuk penugasan ini, penulis diberikan *brief* dari desainer lainnya yang membutuhkan bantuan desain. *Brief* desain berisi foto referensi *merchandise* dan konsep yang diinginkan dari tim Marketing. Penulis diberi arahan untuk mendesain beberapa opsi logo IIMS dengan gaya yang memberi kesan otomotif. Setelah mendesain logo, penulis membuat *mockup* dari desain tersebut.

##### **2. Concepting**

Setelah tahap *briefing*, penulis melanjutkan ke prosedur *concepting*. Dari arahan *brief* yang diberikan, penulis mengembangkan konsep dan merancang *moodboard*. Tahap ini berfungsi sebagai acuan mendesain logo agar memiliki konsep visual yang terarah.

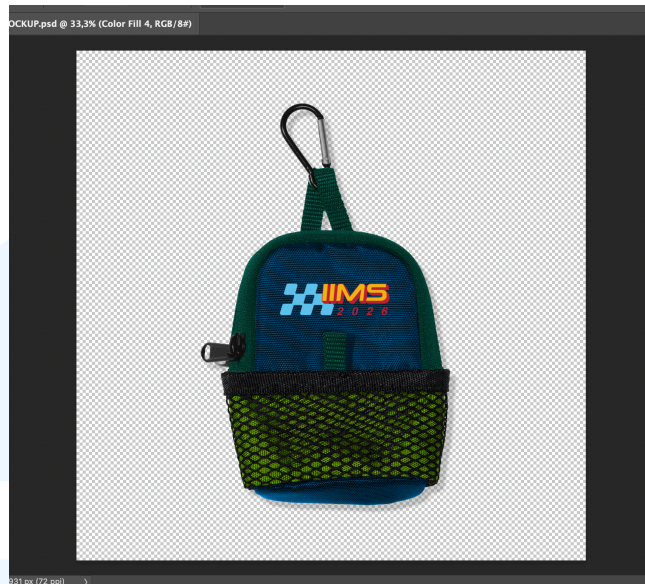


Gambar 3.23 Moodboard Logo Merchandise IIMS

Penulis memulai tahapan ini dengan mencari referensi logo di situs Pinterest yang memberikan konsep otomotif. Setelah mendapatkan referensi, penulis mengumpulkannya dalam 1 *artboard*. *Moodboard* ini dijadikan acuan desain logo yang penulis desain di tahap selanjutnya.

### 3. *Designing*

Setelah membuat konsep, penulis melanjutkan ke tahap *designing* di mana penulis melakukan proses produksi. Penulis memulai mendesain di *software* Adobe Illustrator. Penulis mendesain 3 opsi masing-masing *merchandise* dengan 3 opsi warna yang berbeda. Setelah selesai mendesain logo, penulis membuat *mockup* dengan mengaplikasikan logo pada *merchandise*.



Gambar 3.24 Tampilan *Artboard* Adobe Illustrator *Merchandise* IIMS

Pertama, penulis membuat *clipping mask* untuk area *merchandise* yang akan diganti warna. Setelah itu, penulis mengganti bagian *merchandise* sesuai dengan warna desain. Penulis mengakhiri tahap *designing* dengan menaruh logo dan memberi efek *dropshadow*.

#### 4. ***Feedback & Revision***

Penulis melanjutkan ke tahap *feedback & revision*, di mana proses evaluasi dilakukan. Penulis mendapatkan sejumlah masukan yang didapatkan secara langsung. Penulis menerima revisi untuk mengganti beberapa opsi warna yang kurang terlihat kontras.

#### 5. ***Finalization***

Penulis mengakhiri prosedur perancangan dengan tahap *finalization* yang merupakan tahapan penulis mengoreksi desain. Pada tahap ini, penulis mengimplementasikan revisi dalam desain. Penulis juga mengecek kembali detail-detail kecil yang mungkin terlewat seperti efek *dropshadow* pada logo.



Gambar 3.25 Hasil Akhir *Merchandise* IIMS

Setelah selesai merevisi desain, penulis kembali memberikan *preview*. Kemudian, setelah mendapatkan *approval* penulis mengirimkan *file* akhir dalam format PNG. Penulis mengakhiri prosedur dengan memastikan bahwa seluruh elemen visual telah sesuai dengan standar brand dan kebutuhan materi publikasi.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalani magang di PT Dyandra Promosindo selama 5 bulan sebagai desainer 2D, penulis menemukan beberapa kendala saat melaksanakan pekerjaan. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis juga menemukan sejumlah solusi yang diterapkan selama proses kerja.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Terdapat beberapa kendala yang ditemukan selama masa magang. Dalam proses mendesain salah satu proyek, penulis diharuskan untuk menggunakan *software* Adobe Photoshop. Namun, penulis belum cukup mahir dalam *software* tersebut sehingga memerlukan eksplorasi lebih luas dalam menggunakan fitur dan *effects* yang bisa diimplementasikan dalam proyek. Selain itu, penulis juga menemukan kendala dalam manajemen waktu. Hal ini terjadi karena penulis mendapatkan penugasan dalam waktu yang bersamaan,

sehingga diperlukan penyesuaian dalam mengatur alur kerja dan prioritas tugas.

Selain itu, penulis juga menemukan kendala saat prosedur pelaksanaan kerja pada tahap *briefing*. Proses briefing yang dilakukan secara daring umum mengakibatkan mispersepsi. Hal ini dikarenakan pesan yang disampaikan memiliki pengaruh untuk memproduksi dan menghasilkan keputusan desain untuk berbagai project. Hal ini dapat mempengaruhi proses kerja untuk mengimplementasikan pesan yang disampaikan pada tahap *briefing*.

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

Berdasarkan kendala pelaksanaan, penulis berhasil menemukan solusi dalam mengatasi hambatan tersebut. Terkait penggunaan Adobe Photoshop yang penulis tidak kuasai dengan baik, penulis bertanya kepada desainer senior mengenai kendala teknis. Kemudian, penulis memperdalam pengertian dengan mempelajarinya melalui berbagai video di internet.

Untuk mengatasi kendala manajemen waktu akibat penugasan yang diberikan secara bersamaan, penulis mulai mengatur prioritas kerja berdasarkan tingkat urgensi yang berlaku. Selain itu, penulis juga meminta penjelasan lebih dari Staf Marketing ketika brief yang disampaikan secara daring kurang jelas, serta melakukan diskusi langsung sebelum memulai proses desain agar arah pengerjaan lebih tepat.