

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam melaksanakan program magang di PT Wahana Anak Indonesia, penulis berperan sebagai *creative intern*. Dalam pekerjaan yang dilakukan, penulis diberi arahan dan *brief* desain oleh *creative designer*. Sebelum itu, biasanya *brief* desain dibuat terlebih dahulu oleh *marketing head*, *events*, dan *marketing communication*.

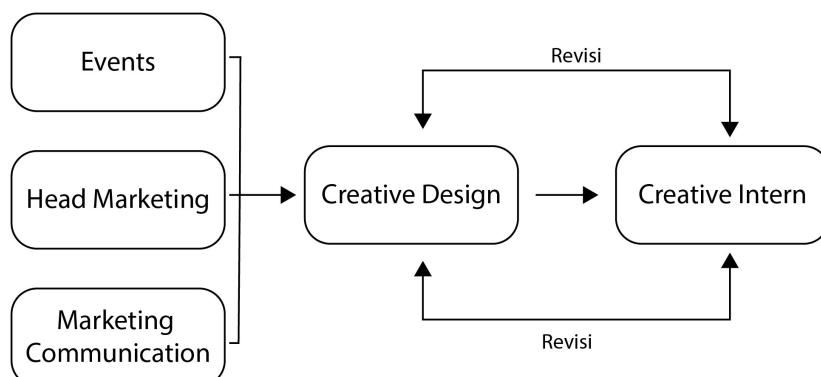
##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan program magang, penulis menempati posisi sebagai *creative intern* di bawah divisi *Marketing* pada WAI dan SAI. Divisi ini terdiri dari *marketing head*, *creative designer*, *events*, dan *marketing communication*, yang saling berkoordinasai dalam membuat dan mengembangkan promosi yang strategis. Sebagai seorang *creative intern*, penulis memiliki peran dalam membantu pembuatan konten visual untuk berbagai kebutuhan promosi yang strategis, baik digital maupun cetak, serta mendukung kegiatan divisi *marketing* lainnya, seperti mendokumentasikan kegiatan yang diadakan oleh *events*. Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja berdasarkan arahan dari divisi *marketing*, dan melakukan koordinasi rutin untuk memastikan hasil desain sesuai dengan identitas brand dan tujuan komunikasi dibuatnya desain tersebut.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam melakukan pekerjaan, penulis melakukan koordinasi melalui website Trello dan Whatsaap. Alur koordinasi yang penulis lakukan di perusahaan kerja dimulai dari *marketing head* yang sudah terlebih dahulu berkoordinasi dengan *events* dan *marketing communication*, lalu ketiga anggota tersebut memberikan tugas desain melalui website Trello dalam bentuk *brief* yang kemudian ditujukkan kepada *creative designer*, dan melalui

*creative designer* ini, nantinya penulis mendapatkan arahan apa yang perlu dikerjakan. Setelah selesai mengerjakan tugas yang dikerjakan, penulis memberikan hasil desain kembali kepada *creative designer* untuk mendapatkan feedback. Pada waktu tertentu, *events dan marketing communication* juga memberikan tugas secara langsung tanpa melalui website Trello maupun *creative designer*, kepada penulis untuk segera dikerjakan. Berikut merupakan alur koordinasi pekerjaan selama magang berlangsung:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Kerja

Melalui alur koordinasi tersebut, penulis dapat bekerja sesuai dengan proses kerja dalam divisi marketing secara terstruktur dan terintegrasi. Setiap arahan yang diterima, baik melalui Trello maupun komunikasi langsung, membantu penulis belajar untuk bekerja secara fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan perusahaan. Dengan demikian, koordinasi yang terjalin selama masa magang tidak hanya mendukung kelancaran pekerjaan, tetapi juga memberikan pengalaman praktis yang berharga dalam memahami dinamika kerja di industri kreatif.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan program magang, penulis melakukan tugas pembuatan konten promosi baik digital maupun cetak. Untuk digital, banyak dilakukan dalam bentuk Instagram Feeds, Instagram Story, dan TVC, sedangkan untuk cetak, dibuat dalam bentuk *poster banner, flyer, dan sticker*. Penulis berhasil mengerjakan tugas-

tugas tersebut dan menyelesaikan waktu bekerja selama 640 jam. Berikut merupakan rincian mengenai tugas yang dilakukan oleh penulis selama 640 jam bekerja:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	21-25 Juli 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Instagram Story dan TVC promosi dalam rangka memperingati hari anak nasional</li> <li>- Membuat Headline untuk event kemerdekaan Indonesia di Skorz</li> <li>- Membuat konten Instagram Story dan TVC untuk pricelist terbaru Skorz</li> <li>- Membuat desain promosi kegiatan baru Minneapolis, New Role Play Zone untuk Instagram Feed, Instagram Story, dan TVC</li> <li>- Membuat konten Instagram Story dan TVC princelist bundle untuk Skorz</li> </ul>
2	28 Juli-1 Agustus 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten School Fieldtrip Minneapolis untuk Instagram Feed, Instagram Story, dan TVC</li> <li>- Membuat Headline untuk event kemerdekaan Indonesia di Minneapolis</li> <li>- Membuat poster banner Crick's Train untuk Minneapolis 23 Paskal</li> <li>- Membuat layout Instagram Story konten Merdeka Fest</li> </ul>
3	4-8 Agustus 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat sticker warning sign untuk Minneapolis</li> <li>- Membuat layout Instagram Story konten Mini Merdeka Day</li> <li>- Membuat asset maskot Minneapolis</li> <li>- Membuat sign untuk tempat duduk pengunjung Minneapolis</li> </ul>

4	11-16 Agustus 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat frame Instagram Story untuk Mini Merdeka Day</li> <li>- Membuat layout Instagram Story dan TVC untuk promosi pricelist Skorz</li> <li>- Membuat poster banner waktu bermain di Minneapolis</li> <li>- Mendokumentasikan acara kemerdekaan di Minneapolis</li> </ul>
5	18-22 Agustus 2025	Minneapolis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit hasil dokumentasi acara kemerdekaan</li> <li>- Membuat layout konten Instagram Story Recap Mini Merdeka Day</li> <li>- Membuat desain kartu identitas karyawan</li> <li>- Membuat layout Instagram Story dan TVC untuk promosi Crick's Ride</li> </ul>
6	26-28 Agustus 2025	Minneapolis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan progress desain kartu identitas karyawan</li> <li>- Membuat layout Instagram Story lomba kemerdekaan terbaru</li> </ul>
7	1-4 September 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan progress desain kartu identitas karyawan</li> <li>- Membuat layout Instagram Story dan TVC untuk konten Level Up Nation</li> <li>- Membuat brand guidelines Skorz</li> </ul>
8	8-13 September 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan pembuatan brand guidelines Skorz</li> <li>- Membuat konten September Weekend Activity untuk Minneapolis</li> <li>- Mendokumentasikan rangkaian acara ulang tahun yang diadakan di Minneapolis</li> </ul>

9	15-19 September 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat layout Instagram Story untuk konten Sempember Weekend Activity di Minneapolis</li> <li>- Membuat layout konten Instagram Story untuk konten promosi Skorz Family Weekend Deal</li> <li>- Membuat layout TVC untuk konten Skorz After Office Hour</li> <li>- Melanjutkan pembuatan brand guidelines Skorz</li> <li>- Membuat design untuk promosi Golden Ticket di Minneapolis</li> </ul>
10	22-26 September 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit foto hasil dokumentasi acara ulang tahun di Minneapolis</li> <li>- Membuat layout konten Instagram Story The Magic of Minutes</li> <li>- Melanjutkan progress pembuatan brand guidelines Skorz</li> <li>- Membuat key visual untuk tema Halloween Skorz</li> <li>- Mendokumentasikan acara ulang tahun di Skorz</li> <li>- Mengedit hasil foto rangkaian acara ulang tahun di Skorz</li> <li>- Membuat photo collage dengan tema Team Building untuk konten Instagram Skorz</li> </ul>
11	29 September – 3 Oktober 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan proses pembuatan key visual Halloween untuk Skorz</li> <li>- Membuat profile picture untuk media sosial Skorz yang bertemakan Halloween</li> <li>- Membuat layout Instagram Story untuk konten promosi Halloween di Minneapolis</li> <li>- Membuat desain promosi Oktober Weekend Activity di Minneapolis</li> </ul>

12	7 - 10 Oktober 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan pembuatan konten Oktober Weekend Activity di Minneapolis</li> <li>- Membuat layout Instagram Story dan TVC untuk Oktober Weekend ACtivity</li> <li>- Membuat layout Instagram Story untuk Skorlympic 2025</li> <li>- Membuat desain untuk konten promosi pickleball Skorz</li> <li>- Membuat layout A4 untuk konten Oktober Weekend Activity</li> </ul>
13	13 - 17 Oktober 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat layout ukuran potrait untuk konten Skorlympic 2025</li> <li>- Melanjutkan pembuatan brand guidelines Skorz</li> <li>- Membuat end card untuk media sosial Minneapolis</li> <li>- Membuat layout A4 dan Website Thumbnail untuk konten promosi Skorz Buy1 Get1</li> <li>- Membuat layout A4 dan Website Thumbnail untuk konten promosi Skorz After Office Hour</li> <li>- Membuat konten promosi Crick's Ride versi Bahasa Indonesia</li> </ul>
14	20 - 24 Oktober 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat layout untuk Website Thumbnail pada konten School Fieldtrip, Playdate Party, dan Outing Class</li> <li>- Mengejerkana revisi pada konten Skorlympic 2025</li> <li>- Membuat layout Instagram Story untuk konten Birthday Pricelist di Minneapolis Plaza Indonesia</li> <li>- Membuat konten Instagram Story untuk menghitung hari</li> </ul>

			<p>keberlangsungan acara Halloween di Miniapolis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan progress pembuatan brand guidelines Skorz</li> <li>- Membuat ulang desain Birthday Pricelist untuk Miniapolis Paskal ke dalam berbagai ukuran</li> </ul>
15	26 Oktober - 1 November 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendokumentasikan acara Halloween di Miniapolis</li> <li>- Mengubah konten Halloween yang sudah ada menjadi kartu undangan</li> <li>- Melanjutkan proses pembuatan desain Birthday Pricelist</li> <li>- Membuat konten promosi aktivitas baru yang diadakan di Miniapolis</li> <li>- Membuat Website Thumbnail untuk konten Superpass Combo</li> </ul>
16	3 - 6 November 2025	Minneapolis & Skorz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten recap acara Halloween di Miniapolis</li> <li>- Membuat tanda peringatan di Skorz</li> <li>- Melanjutkan pembuatan konten aktivitas baru di Miniapolis</li> </ul>
17	10 - 15 November 2025	Minneapolis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain promosi Choir Competition di Miniapolis</li> <li>- Mengubah konten Choir Competition menjadi Christmas Carol Competition</li> <li>- Mendokumentasikan event Birthday Party di Miniapolis Plaza Indonesia</li> </ul>
18	17-21 November 2025	Minneapolis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat signage painting area</li> <li>- Melanjutkan pembuatan Christmas Carol Competition</li> </ul>
19	24-28 November 2025	Minneapolis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten highlight photo Birthday Party di Miniapolis</li> <li>- Membuat desain promosi Desember Activity</li> </ul>

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja**

Dalam melakukan pekerjaan, penulis memperoleh arahan melalui *brief* desain dari *creative designer*. *Brief* yang diberikan biasanya berupa ukuran yang diperlukan, judul konten, isi konten, foto yang akan digunakan jika perlu, dan referensi desain yang diinginkan. Setelah selesai dibuat, penulis akan memberikan *preview* dari hasil desain kepada *creative designer* untuk mendapatkan *feedback* baik dari *creative designer* itu sendiri, maupun dari tim *marketing* lainnya. Apabila terdapat revisi dari *creative designer*, hasil desain yang telah dibuat akan diperbaiki hingga hasil akhir mencapai kesepakatan. Berikut merupakan beberapa tugas yang penulis buat selama masa magang berlangsung.

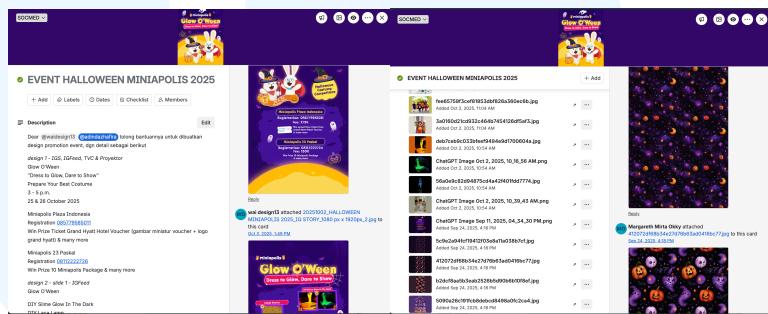
#### **3.3.1 Proyek Desain Konten Promosi Digital**

Tugas utama yang penulis lakukan selama masa magang berlangsung yaitu membuat desain digital untuk kepentingan promosi di media sosial. Untuk tugas desain digital ini, penulis biasanya mendapatkannya dari *creative designer*, yang mana *brief* desain akan dibuat oleh tim *marketing* lainnya yaitu *marketing head, event, dan marketing communication*, atau biasanya tim dari divisi lain seperti HR dan *project manager*. Promosi digital yang dilakukan oleh WAI dan SAI biasanya dilakukan melalui Instagram, TVC, dan Website. Berikut beberapa proyek desain promosi digital yang penulis buat selama melakukan magan di WAI dan SAI.

##### **3.3.1.1 Proyek Desain Glow O' Ween**

Glow O' Ween merupakan sebuah acara Halloween yang diadakan oleh Miniapolis. Acara Halloween ini diadakan setiap tahunnya dengan berbagai macam aktivitas yang berbeda, tetapi dengan acara utamanya yang selalu sama, yaitu kostum kompetisi dan tradisi *Trick or Treat*. Untuk acara Halloween tahun 2025 ini, Miniapolis mengusung konsep bersinar dalam gelapnya tradisi Halloween, yang kemudian dinamakan Glow O' ween.

Pada proyek desain Glow O' Ween, *request* desain dibuat oleh event, selaku penyelenggara acara. Permintaan pembuatan desain ini dibuat melalui website Trello yang dibentuk ke dalam *brief* desain dan berisikan judul acara, kebutuhan format desain, kegiatan acara, lokasi acara, serta *caption* yang akan digunakan ketika mempublikasikan hasil desain di media sosial. Tidak hanya itu saja, *brief* desain juga disertakan dengan foto-foto referensi yang diinginkan oleh penyelenggara acara, dan foto-foto kegiatan yang akan dilakukan.

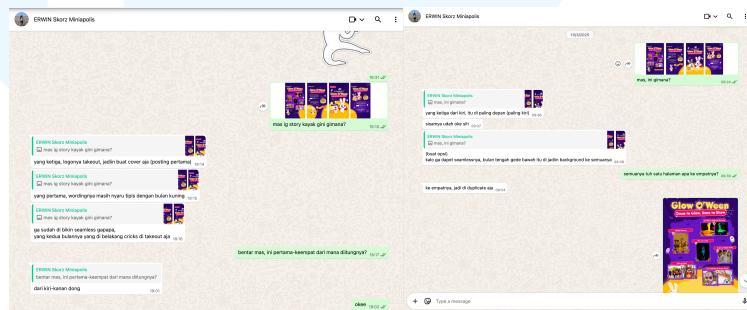


Gambar 3.2 *Brief* Desain Glow O' Ween

Setelah *brief* desain dibuat, creative designer akan membuat *main visual* konten terlebih dahulu, baru setelahnya format yang dibutuhkan diserahkan kepada penulis baik secara lisan maupun melalui *Whatsapp*. *Key visual* yang dibuat mengusung tema bercahaya dalam kegelapan, sehingga warna yang digunakan Adalah ungu, hitam dan kuning. Warna ungu gelap sebagai latar utama untuk mempresentasikan suasana Halloween yang identik dengan Kesan misterius, namun tetap aman dan ramah bagi anak-anak. Warna kuning dan oranye merepresentasikan cahaya serta kilauan dalam tema Glow O' Ween. Pemilihan tipografi pada judul Glow O' Ween, menggunakan font dekoratif dengan bentuk membulat efek glow guna memperkuat Kesan bercahaya sesuai dengan konsep acara. Elemen ilustrasi berupa maskot Miniapolis yang mengenakan kostum Halloween dipilih untuk menjaga konsistensi brand dan menciptakan kedekatan emosional dengan anak-anak. Sedangkan, penambahan elemen visual seperti laba-laba, jaring laba-laba, hantu, labu, serta ornamen mata digunakan sebagai elemen

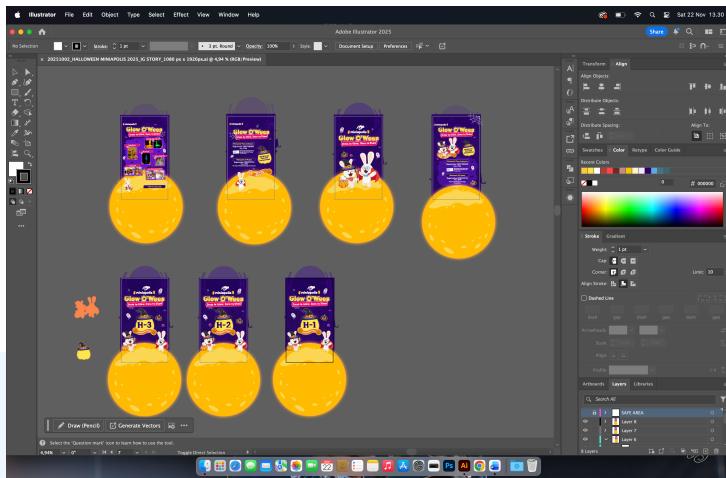
dekoratif pendukung untuk memperkuat tema Halloween tanpa menghilangkan unsur fun.

Tugas pertama penulis pada proyek Glow O' Ween ini adalah membuat desain untuk *layout* Instagram Story. Penulis mengubah *layout* dari Instagram Feed menjadi ukuran untuk *layout* Instagram Story. Pada tahap ini, penulis menerapkan keseimbangan asimetris, dimana *asset* grafis menggunakan elemen yang berbeda namun tetap memberikan visual yang seimbang ketika dilihat. Setelah selesai mengerjakan, penulis memberikan hasil desain kepada *creative designer* untuk memastikan apakah ada revisi atau tidak. Penulis mendapatkan beberapa revisi yang perlu diperbaiki, sehingga penulis memperbaiki kembali proyek yang sedang dikerjakan.



Gambar 3.3 Proses Revisi Glow O' Ween

Setelah revisi diberikan, penulis mengerjakan perbaikan yang disebutkan sebelumnya. Revisi terjadi sebanyak 2 kali, dan setelah memastikan semuanya sudah sesuai dengan arahan *creative designer*, baru setelahnya desain yang sudah selesai dan disetujui, dimasukkan kedalam Google Drive untuk arsip perusahaan dan kedalam Website Trello untuk penyelesaian tugas-tugas. Pada penggerjaan Instagram Story ini tidak menggunakan sketsa, karena hanya mengubah layout dari Instagram Feed ke Instagram Story saja.



Gambar 3.4 Proses Pengerajan Instagram Story Glow O' Ween

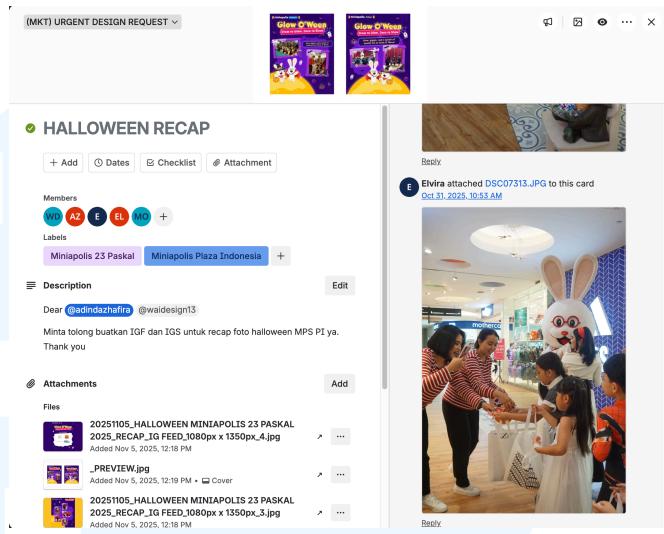
Pekerjaan kedua yaitu membuat konten menghitung hari menuju hari acara Glow O' Ween, masih dengan konsep yang sama, konten ini menggunakan asset yang sudah ada sebelumnya, dan hanya dibuat sederhana tanpa memiliki revisi.



Gambar 3.5 Konten Instagram Story Menghitung Hari

Tugas ketiga dalam proyek ini adalah membuat *recap* keseleuruhan acara yang telah selesai diadakan. *Brief recap* dibuat melalui Trello dan hanya memuat arahan untuk membuat desain *recap* untuk social media, dengan pilihan beberapa foto yang diambil selama acara berlangsung. *Brief recap* ini dibuat oleh *marketing communication* untuk keperluan Instagram Feeds. Penulis bertugas dalam

mendokumentasikan seluruh kegiatan Glow O' Ween di Miniapolis Plaza Indonesia, dan membuat desain untuk konten *recap* acara.



Gambar 3.6 Brief Glow O' Ween Recap

Menyesuaikan dengan konsep desain awal yang telah dibuat, penulis berencana hanya mengubah bagian isi konten dengan memuat foto-foto yang telah diambil selama acara berlangsung. Hal pertama yang penulis lakukan adalah mencari ide bentuk *frame* yang cocok dengan tema Glow O' Ween melalui Freepik. Setelah mendapatkan bentuk *frame* yang cocok, penulis membuatnya dan menyesuaikan dengan palet warna yang digunakan untuk desain Glow O' Ween. Langkah selanjutnya yang penulis lakukan Adalah menyatukannya dengan asset-asset yang sudah ada agar tidak terjadi tumpang tindih. Penulis mulai melakukan proses komposisi menggunakan prinsip keseimbangan dan hierarki visual agar focus utama tetap tertuju pada foto kegiatan. Tak lupa, penulis juga menggunakan teknik layering guna mengatur kedalaman visual antara frame, elemen dekoratif, dan foto utama, sehingga hasil desain terlihat dinamis namun tetap rapi. Setelah keseluruhan elemen terpadu dengan baik, penulis memberikan hasilnya kepada *creative designer* untuk mengecek apakah desain sudah cocok dengan image Glow O' Ween atau belum.



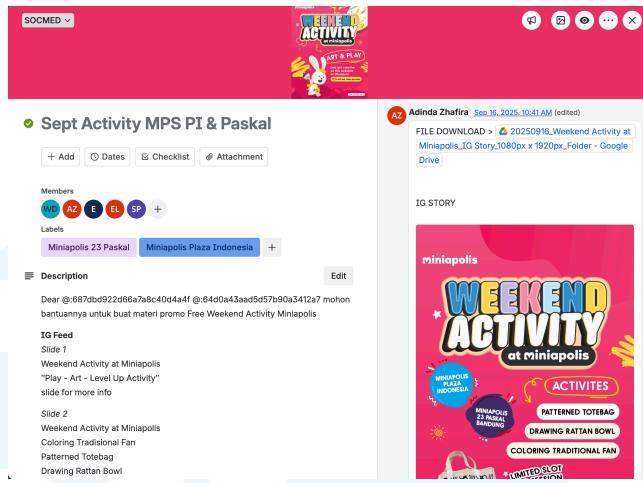
Gambar 3.7 Hasil Recap Glow O' Ween

Setelah *creative designer* menyetujui hasil desain secara keseluruhan, penulis mengunggahnya kedalam Google Drive. Setelahnya baru kemudian *creative designer* meminta *quality check* kepada *marketing communication* baru kemudian diunggah kedalam Trello. Setelah semua rangkaian persetujuan diberlakukan, baru hasil desain dapat diunggah kedalam media sosial Miniapolis dalam rangka mempromosikan hasil dokumentasi keseruan selama acara Glow O' Ween berlangsung.

### 3.3.1.2 Proyek Desain Weekend Activity

Weekend Activity merupakan program yang diadakan oleh Miniapolis untuk kegiatan seru, kreatif, dan edukatif yang diadakan setiap akhir pekan. Program ini mengusung satu jenis tema untuk perbulannya dan diadakan dengan kegiatan yang berbeda-beda setiap pekannya. Setiap tema yang diangkat disesuaikan dengan momen tertentu, seperti perayaan hari besar atau musim tertentu, sehingga setiap bulan menghadirkan suasana yang baru dan menarik.

Proyek desain Weekend Activity dibuat oleh *event* yang bertugas dalam merancang seluruh acara di Miniapolis. Pada awalnya, *event* menulis *brief* desain terlebih dahulu di Trello. *Brief* desain memuat jenis media yang harus dibuat, judul dari proyek yang diadakan, materi desain seperti kegiatan yang akan dilaksanakan, waktu dilaksanakannya, foto-foto yang akan digunakan, dan *caption* yang harus ditulis ketika mengunggah konten tersebut. Setelahnya *creative designer* akan mengambil alih dan membuat *key visual* yang akan digunakan pada proyek tersebut.

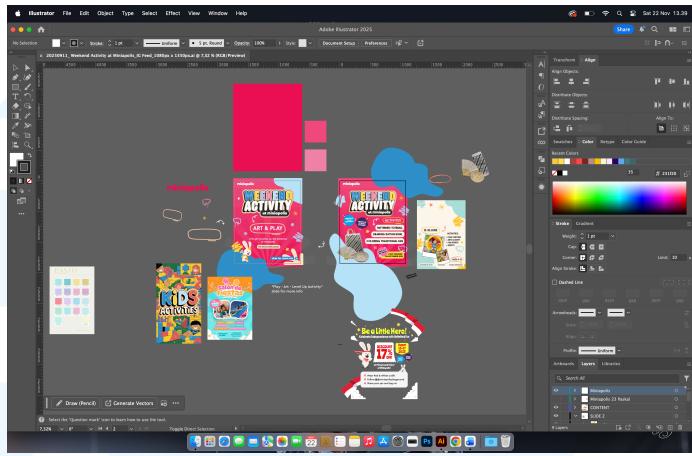


Gambar 3.8 Brief September Weekend Activity

*Key visual* dibuat menggunakan pemilihan warna merah muda dan kuning. Warna merah muda digunakan karena mampu merepresentasikan kesan hangat, ramah, dan menyenangkan, serta menciptakan suasana yang aman dan bersahabat bagi anak-anak. Sementara itu, warna kuning digunakan karena memiliki asosiasi kuat dengan keceriaan, kreativitas, dan energi positif. Sementara itu, warna kuning sendiri secara psikologis mampu merangsang rasa ingin tahu, semangat bermain, serta aktivitas berpikir kreatif, sehingga sangat relevan dengan konsep *Art & Play*. Elemen visual pendukung seperti sapuan kuas, percikan cat, serta garis-garis dinamis digunakan untuk menggambarkan kebebasan berekspresi, kreativitas, dan aktivitas seni yang menjadi inti dari program Weekend Activity. Penggunaan maskot Cricks milik Miniapolis tidak hanya menggambarkan identitas merek, tetapi juga menegaskan konsep bermain sambil berkreasi.

Setelah *key visual* selesai dibuat, *creative designer* menyerahkan pekerjaan selanjutnya kepada penulis. Penulis melanjutkan pembuatan untuk Instagram Feed terlebih dahulu dengan membuat layoutnya dengan menyesuaikan bentuk *key visual* yang telah dibuat. Penulis menyesuaikan warna terlebih dahulu dengan palet warna milik Miniapolis, setelahnya, penulis mencari referensi bentuk dan layout yang cocok digunakan dengan *key visual* yang telah diberikan melalui Freepik

dan Pinterest. Selanjutnya setelah mendapatkan beberapa ide, akhirnya penulis memutuskan untuk membuat dengan warna-warna cerah yang menarik untuk anak-anak.



Gambar 3.9 Proses Penggerjaan Weekend Activity

Penulis memutuskan untuk mengerjakan tugas desain menggunakan Adobe Illustrator. Untuk palet warna, penulis menggunakan website Coolors untuk menyesuaikan warna agar lebih selaras. Penggerjaan desain Weekend Activity sebelum revisi dilakukan dikerjakan selama empat jam penuh dibantu dengan sedikit saran yang diberikan oleh *creative designer* selama penggerjaan berlangsung.



Gambar 3.10 Hasil Desain September Weekend Activity

Setelah hasil desain pertama selesai dibuat, penulis menyerahkan hasilnya kembali kepada *creative designer* melalui Whatsaap. Penulis

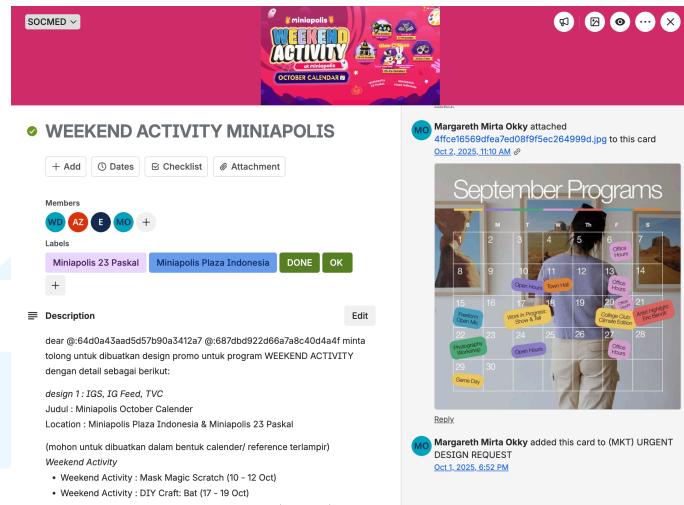
mendapatkan revisi berupa palet warna dan layouting yang masih kurang cocok digunakan. Akhirnya penulis membetulkan kembali bagian yang perlu direvisi sesuai dengan arahan, yang kemudian setelah selesai memberikan hasilnya kembali kepada *creative designer*. Setelah *creative designer* dan *head marketing* menyetujui hasil desain, penulis melanjutkan pembuatan Instagram Story untuk Weekend Activity.



Gambar 3.11 Hasil Weekend Activity Setelah Revisi

Setelah menyelesaikan dua jenis konten tersebut, penulis mengunggahnya ke Trello untuk kemudian diunggah ke media sosial Minapolis oleh *marketing communication*. Proses koordinasi setelahnya dilakukan dengan tim marketing terkait waktu publikasi dan susunan dalam mengunggah hasil desain. Dengan demikian, setiap konten yang dipublikasikan dapat tersampaikan sesuai dengan tujuan program yang dibuat.

Weekend Activity ini dibuat setiap bulannya, yang mana penulis juga mendapatkan tugas untuk membuat Weekend Activity bulan Oktober dan Desember. Setiap bulan, penulis akan mendapatkan brief baru dari Trello yang memuat tema dan aktivitas baru pada bulan tersebut. Untuk bulan Oktober, tema yang digunakan adalah Halloween, sehingga referensi yang digunakan sama dengan hasil desain untuk Glow O' Ween. Akan tetapi, penulis mendapatkan arahan dari *creative designer* untuk menggabungkan desain dengan tema September Activity.



Gambar 3.12 Brief Oktober Activity

Brief desain berisikan jenis media yang akan digunakan, judul kegiatan, isi kegiatan, serta foto-foto referensi yang perlu penulis gunakan sebagai acuan desain, dan foto-foto aktivitas yang akan diadakan selama bulan Oktober. Meski referensi sudah diberikan, penulis tetap mencari ide-ide lain melalui Freepik untuk menyesuaikan antara tema Glow O' Ween dengan tema September Weekend Activity. Penulis mencari bentuk *frame* yang sesuai untuk menempatkan berbagai kegiatan yang akan dilakukan. Bentuk *frame* yang digunakan memiliki tema Halloween dengan warna gradasi yang memberikan efek glow. *Frame* disusun dengan tidak beraturan memberikan makna bahwa kegiatan yang akan dilakukan memberikan kebebasan pada anak-anak dalam berkreasi. Dengan bantuan arahan dari *creative designer*, penulis berhasil mencapai penyelarasan desain yang sesuai dengan identitas visual Miniapolis, dan target audiens yang ingin dituju.



Gambar 3.13 Proses Pengerjaan Oktober Activity

Hasil desain yang penulis kerjakan mencakup materi promosi untuk Instagram Feed, Instagram Story, dan TVC yang seluruhnya telah disesuaikan dengan perpaduan tema Glow O' Ween dan Weekend Activity sebelumnya. Setiap desain menghasilkan warna cerah namun tetap memiliki nuansa gelap milik Halloween. Penulis juga memastikan bahwa setiap komponen visual yang terkandung di dalamnya dapat mendukung informasi yang ingin disampaikan secara jelas dan menarik. Tidak lupa, adaptasi desain yang dibuat ke dalam berbagai ukuran media dilakukan dengan tetap mempertahankan konsistensi gaya dan identitas brand Miniapolis. Secara keseluruhan, desain yang dihasilkan tidak hanya berfungsi guna memenuhi kebutuhan promosi, akan tetapi juga mampu menunjukkan konsistensi program Weekend Activity sebagai kegiatan yang menunjang kreativitas, edukatif, dan menyenangkan bagi para pengunjung.



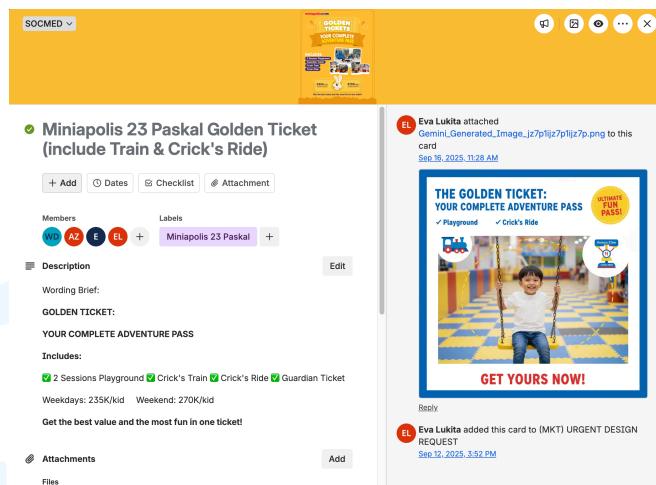
Gambar 3.14 Hasil Akhir Oktober Weekend Activity

Melalui proses pengerjaan ini, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara menggabungkan dua konsep visual berbeda tanpa menghilangkan karakter khas masing-masing tema.

Pengalaman ini juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk mengasah keterampilan teknis, terutama dalam menciptakan desain yang adaptif dan tetap relevan untuk berbagai format media. Selain itu, kemampuan untuk menjaga konsistensi identitas visual sekaligus menghadirkan tampilan yang segar dan menarik menjadi kompetensi penting yang penulis pelajari selama proyek berlangsung. Dengan demikian, hasil desain yang dibuat diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi efektivitas komunikasi visual Miniapolis dan meningkatkan daya tarik program Weekend Activity di mata pengunjung.

### 3.3.1.3 Proyek Desain Golden Ticket

Golden Ticket merupakan program promosi Miniapolis yang diperuntukkan kepada pelanggan setia. Melalui program ini, anak-anak akan memiliki kesempatan untuk mendapatkan tiket dengan harga khusus yang dapat digunakan keberbagai macam permainan, seperti dua kali sesi permainan, Crick's Train, Crick's Ride, serta tiket masuk penjaga anak. Program ini memberikan keuntungan bagi anak-anak yang aktif bermain dan penasaran ingin mencoba seluruh permainan.



Gambar 3.15 Brief Desain Golden Ticket

Berdasarkan desain yang sudah ada sebelumnya, desain ini memerlukan pembaruan dengan gaya desain yang lebih modern dan beberapa konten yang telah diperbarui. *Brief* desain untuk Golden Ticket ini dibuat melalui Trello oleh *head marketing* yang memuat jenis media

yang dibutuhkan, judul dan isi konten, serta referensi desain yang diinginkan oleh *head marketing*. Penulis kemudian melanjutkan pengembangan desain dengan memastikan tampilan visual yang baru untuk tetap konsisten dengan identitas merek Golden Ticket yang sebelumnya agar pelanggan tetap mengenali konten promosi tersebut.



Gambar 3.16 Desain Golden Ticket Sebelumnya

Langkah pertama yang penulis lakukan adalah melihat desain yang telah dibuat sebelumnya untuk memastikan langkah selanjutnya yang perlu penulis lakukan. Selanjutnya penulis mulai memasukkan seluruh konten yang dibutuhkan secara gambaran kasar. Setelah memastikan semuanya mendapatkan posisi masing-masing, penulis memutuskan untuk mencari inspirasi elemen visual yang dapat digunakan pada konten Golden Ticket kali ini melalui Freepik. Penulis memutuskan untuk tetap menggunakan warna yang sama dengan desain sebelumnya guna menyamakan dengan judul tema Golden Ticket, sehingga palet warna yang penulis gunakan ialah kuning, emas, dan putih. Warna emas digunakan sebagai representasi utama dari makna “golden” yang identik dengan kemewahan, prestise, dan penghargaan. Penggunaan warna ini bertujuan untuk menegaskan bahwa Golden Ticket merupakan program spesial dengan keuntungan lebih dibandingkan tiket reguler, sehingga mampu meningkatkan persepsi nilai di mata pelanggan. Warna kuning dipilih sebagai turunan dari warna emas yang memiliki karakter lebih

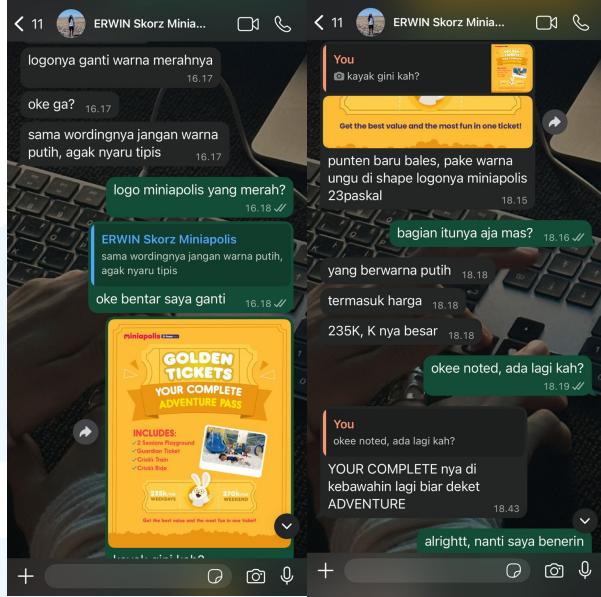
cerah dan ramah, sehingga tetap sesuai dengan target audiens anak-anak dan keluarga. Sementara itu, warna putih digunakan sebagai warna penyeimbang untuk menjaga keterbacaan dan kebersihan visual desain. Untuk jenis font yang akan digunakan, penulis menggunakan font andalan Minneapolis, yaitu Hiruko. Penulis juga menggunakan teknik grid untuk memastikan seluruh konten memiliki rata tengah yang nyaman bagi para pembaca.



Gambar 3.17 Proses Penggerjaan Golden Ticket

Setelah selesai, penulis memberikan hasilnya kepada *creative designer* melalui WhatsApp untuk dilakukan proses pemeriksaan apakah ada isi konten yang tertinggal, maupun hasil desain yang masih kurang cocok untuk konten Golden Ticket tersebut. Penulis mendapatkan revisi terhadap beberapa detail pada hasil desain yang telah dibuat. Penulis mengerjakan kembali revisi tersebut dengan bantuan dan arahan dari *creative designer*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.18 Revisi Golden Ticket

Feedback yang didapatkan penulis antara lain pemilihan variasi logo Miniapolis, yang sebelumnya penulis menggunakan logo berwarna putih mengikuti desain sebelumnya, perlu diganti menjadi logo berwarna merah muda agar terlihat lebih jelas dengan latar belakang kuning dibelakangnya, tak lupa warna font putih yang penulis gunakan juga perlu diubah menjadi ditambahkan *shape* berwarna biru, karena tidak dapat dibaca dengan latar belakang kuning yang mana keduanya sama-sama berwarna cerah. Setelah melalui beberapa kali proses revisi, penulis mencapai hasil yang telah disetujui oleh *creative designer* dan *head marketing*. Berikut adalah hasil desain setelah melalui proses revisi.



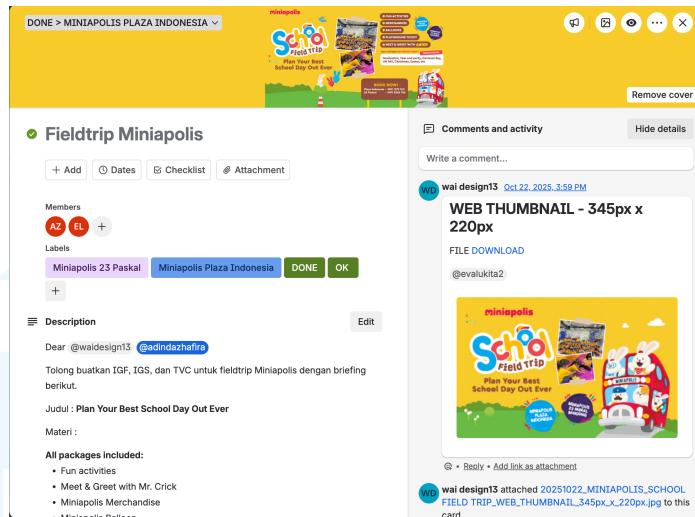
Gambar 3.19 Hasil Akhir Golden Ticket

Setelah revisi selesai dan desain dinyatakan sesuai, penulis memastikan bahwa seluruh elemen visual telah memenuhi standar keterbacaan, konsistensi warna, serta keselarasan dengan identitas brand Miniapolis. Hasil desain akhir kemudian disusun dan diunggah ke dalam website Trello sebagai bagian dari dokumentasi kerja serta langkah lanjutan untuk proses eksekusi. Selanjutnya, materi tersebut akan ditinjau dan digunakan oleh *marketing communication* untuk dipublikasikan melalui berbagai kanal media yang telah ditentukan. Dengan demikian, alur penggeraan desain berjalan secara terstruktur mulai dari pembuatan, revisi, hingga distribusi, sehingga memastikan setiap konten promosi dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens.

#### **3.3.1.4 Proyek Desain School Field Trip**

School Field Trip merupakan program kegiatan yang diadakan oleh Miniapolis. Program ini ditujukan untuk anak-anak sekolah yang ingin merasakan pengalaman belajar sambil bermain di luar kelas. Setiap tahunnya, pada program School Field Trip ini, Miniapolis mengadakan berbagai aktivitas seru dan interaktif yang dirancang guna menstimulasi kreativitas, kerja sama, serta rasa ingin tahu anak-anak.

Sama seperti seluruh proyek sebelumnya, proyek ini diawali dengan *brief* desain yang dibuat melalui website Trello oleh *Head Marketing*. *Brief* desain memuat judul, materi, dan foto-foto yang perlu digunakan kedalam konten. Proyek ini membutuhkan desain untuk media Instagram Feed, Instagram Story, TVC, dan Website Thumbnail. Proyek ini juga merupakan proyek adaptasi dari yang sudah ada sebelumnya. Proyek ini memerlukan pembaruan yang menyesuaikan dengan identitas visual terbaru Miniapolis serta kebutuhan komunikasi yang lebih informatif dan menarik bagi sekolah-sekolah yang menjadi target audiens.



Gambar 3.20 Brief School Fieldtrip

Setelah membaca brief, penulis mencari terlebih dahulu tampilan desain yang sudah pernah dibuat sebelumnya. Desain yang sudah ada sebelumnya selalu tersimpan di Trello, sehingga penulis mencari melalui website tersebut. Berikut merupakan hasil desain yang sebelumnya.



Gambar 3.21 Desain School Field Trip Sebelumnya

Dari desain tersebut, penulis mengamati bahwa tema yang dibutuhkan adalah suasana cerah yang menggambarkan kebahagiaan dalam belajar di luar ruang kelas. Warna-warna cerah seperti biru langit, kuning, dan merah digunakan secara dominan untuk menciptakan kesan visual yang ramah anak serta menarik perhatian. Elemen ilustrasi seperti kelinci, bus sekolah, balon, dan awan turut memperkuat nuansa playful yang identik dengan Miniapolis. Setelah memahami karakter visual yang ingin disampaikan, penulis dapat mulai mengerjakan adaptasi desain untuk kebutuhan media promosi.



Gambar 3.22 Progress Pembuatan School Fieldtrip

Setelah mendapatkan informasi terkait desain sebelumnya, penulis mulai mengerjakan proyek School Field Trip terbaru. Dalam proses perancangan, penulis menggunakan metode layouting yang berfokus pada pengaturan komposisi visual agar informasi utama dapat tersampaikan secara jelas dan menarik. Penulis juga menerapkan teknik color matching dengan memanfaatkan palet warna cerah khas Miniapolis seperti kuning, merah, biru, dan hijau untuk menciptakan suasana ceria yang sesuai dengan tema kegiatan luar kelas. Sedangkan untuk elemen visual yang digunakan, penulis menggunakan elemen yang sama pada desain sebelumnya guna mempertahankan ciri khas School Field Trip yang sudah ada sebelumnya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.23 Hasil Akhir School Field Trip

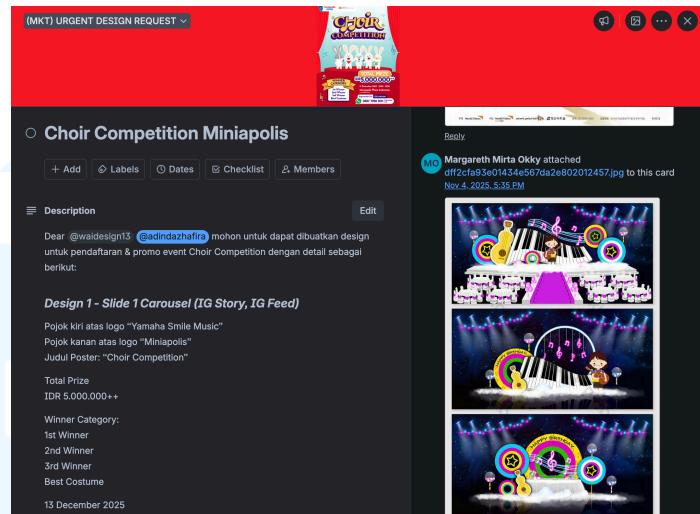
Setelah hasil akhir desain didapatkan dan disetujui oleh *creative designer*, penulis mengumpulkannya kedalam satu file Drive yang sama, dalam bentuk file Adobe Illustrator dan file JPEG. Selanjutnya penulis juga mengunggah link file Drive serta file JPEG kedalam website Trello, pada bagian yang berisi brief desain School Field Trip.

### 3.3.1.5 Proyek Desain Carol Competition

Carol Competition merupakan sebuah kompetisi paduan suara yang diselenggarakan oleh Miniapolis yang bekerja sama dengan Yamaha Smile Music. Acara ini dirancangan untuk memberikan wadah bagi kelompok paduan suara untuk mengekspresikan kemampuan vokal, kekompakkan serta kreativitas musical mereka dalam suasana yang menyenangkan dan suportif. Miniapolis menghadirkan kompetisi ini dengan tujuan mendorong keberanian anak dalam tampil di depan umum, meningkatkan rasa percaya diri, sekaligus memperkuat kemampuan kerja sama dalam sebuah kelompok.

Seperti rutinitas biasanya, penulis akan mendapatkan *brief* melalui Trello. *Brief* dibuat oleh events selaku penyelenggara acara, yang memuat referensi desain yang diinginkan, judul konten dan isi konten. Media

desain dan isi konten yang telah ditentukan untuk masing-masing media tak lupa ikut terlampir dalam website Trello.



Gambar 3.24 Brief Desain Carol Competition

Carol Competition pada awalnya merupakan program acara yang bernama Choir Competition, sehingga penulis membuat desain dengan mascot Miniapolis yang sedang bernyanyi di atas panggung dengan suasana seperti berada di Gedung opera. Setelah desain selesai dibuat, terjadi diskusi lebih lanjut antara *events* dengan direktur. Hal ini dikarenakan acara yang berdekatan dengan acara Natal, sehingga *events* memutuskan untuk menggabungkan kedua acara menjadi satu. Pada akhirnya, penulis mendapatkan revisi untuk mengubah tema Choir Competition menjadi Carol Competition.

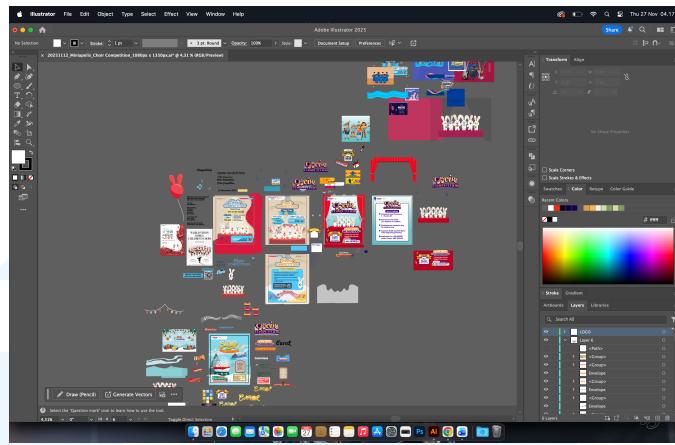
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.25 Hasil Akhir Choir Competition

Revisi diberitahukan secara lisan oleh *events* kepada penulis. Dengan judul acara baru yang Bernama Christmas Carol Competition, penulis memutuskan untuk merombak seluruh desain yang telah dibuat sebelumnya dengan hanya menyisakan gambar maskot Miniapolis, dan warna latar belakang yang masih memiliki satu palet warna, yaitu biru. Langkah pertama yang penulis lakukan adalah mencari kembali referensi desain melalui Freepik dan Pinterest. Penulis mendapatkan inspirasi untuk mencari suasana natal dengan latar belakang warna biru, sehingga didapatkanlah suasana musim dingin di luar ruangan yang menunjukkan cuaca bersalju yang melekat dengan suasana Natal.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.26 Proses Pengerjaan Carol Competition

Berdasarkan referensi yang telah didapatkan, penulis menambahkan elemen visual seperti pohon natal dan topi sinterklas untuk memperkuat penggambaran suasana Natal. Tidak tertinggal, penulis juga berencana menambahkan manusia salju yang melekat dengan maskot musim salju, akan tetapi penulis mengubahnya dengan elemen maskot Miniapolis yang sedang bernyanyi agar konsep yang ditampilkan tetap selaras dengan identitas brand. Penulis juga menambahkan Gambaran alunan music agar tidak hanya menampilkan visual perayaan natal saja, tetapi juga menggambarkan kompetisi bernyanyi yang akan dilaksanakan. Penyesuaian ini dilakukan dengan tujuan menciptakan visual yang tidak hanya tematik, tetapi juga relevan dengan karakter Miniapolis yang ceria dan ramah anak. Berikut merupakan hasil akhir desain Carol Competition.



Gambar 3.27 Hasil Akhir Carol Competition

Melalui penyesuaian visual yang dilakukan, penulis berhasil menghasilkan desain yang mampu memadukan suasana Natal dengan karakter ceria khas Miniapolis secara harmonis. Setiap elemen yang digunakan, mulai dari ilustrasi hingga pemilihan warna, dirancang untuk menciptakan nuansa hangat, meriah, dan mudah dikenali oleh anak-anak maupun orang tua. Selain itu, desain akhir juga disesuaikan dengan kebutuhan berbagai media sehingga tetap konsisten dan efektif ketika digunakan untuk keperluan promosi. Dengan tercapainya hasil akhir ini, diharapkan materi Carol Competition dapat menarik minat pengunjung dan memperkuat identitas visual Miniapolis pada periode perayaan Natal.

### **3.3.2 Proyek Desain Promosi Cetak**

Selain desain untuk media digital, tugas utama selanjutnya adalah mendesain untuk media cetak. Tugas ini biasanya permintaan dari tim operasional ataupun departemen HRD yang juga bertugas sebagai *operation head*, yang kemudian disampaikan kepada *creative designer* baik melalui Trello maupun secara lisan. Biasanyaengerjaan desain media cetak diperlukan untuk media informasi yang akan dipasang di area bermain, seperti poster pengumuman, rambu peraturan, *signage area*, maupun materi promosi yang ditujukan untuk pengunjung. Berikut terdapat beberapa proyek desain media cetak yang penulis kerjakan selama melakukan kegiatan magang.

#### **3.3.2.1 Proyek ID Card**

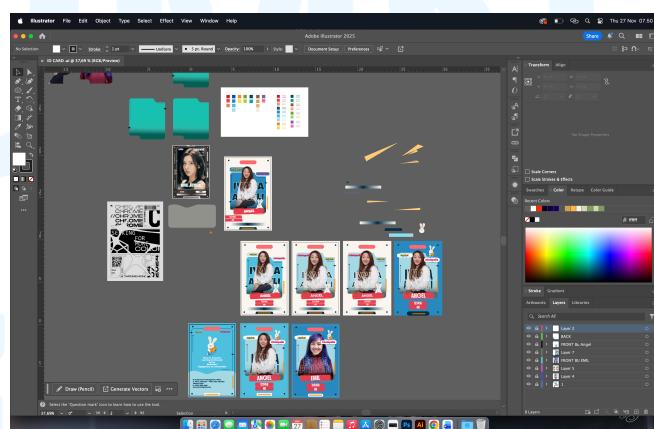
Proyek media cetak menggunakan langkah-langkah yang sama dalam setiap pembuatannya. Biasanya penulis akan diberitahukan terlebih dahulu mengenai kebutuhan yang belum terpenuhi di area bermain, baru anggota tim akan membuatkan *brief* nya melalui Trello. Proyek media cetak yang penulis dapatkan adalah ID Card khusus untuk tim *head office*. Hal ini dikarenakan desain ID Card yang sebelumnya masih menggunakan desain awal pada saat Miniapolis dibentuk, tidak memiliki unsur Skorz, dan sudah tertinggal oleh waktu. Penulis diminta secara langsung oleh creative designer untuk membuat desain ID Card yang lebih

kekinian dan memuat kedua merek yaitu Miniapolis dan Skorz. Penulis memutuskan untuk membuat sketsa terlebih dahulu.



Gambar 3.28 Sketsa ID Card

Tak lupa, Penulis memutuskan untuk mencari referensi terlebih dahulu mengenai ID Card yang sebelumnya, serta ID Card milik tim operasional, sehingga penulis dapat mengetahui elemen visual seperti apa yang perlu penulis buat. Tidak lupa penulis juga mencari referensi melalui Pinterest bagaimana desain ID Card yang banyak digunakan di zaman ini. Penulis juga diminta untuk menggunakan warna yang cocok untuk kedua merek seperti biru, oranye, dan merah muda. Penulis diminta untuk membuat ID Card yang berukuran 5,4 x 8,5cm.



Gambar 3.29 Proses Penggerjaan ID Card

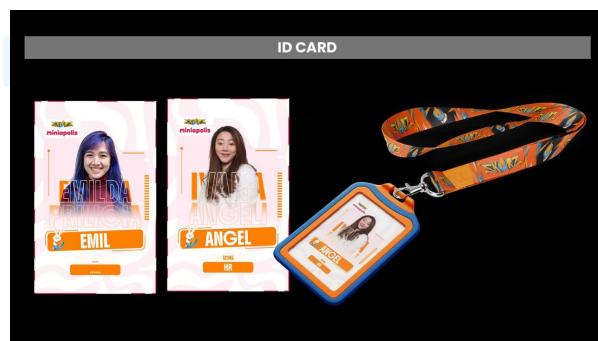
Penulis membuat warna latar belakangnya terlebih dahulu, pada awalnya penulis membuat warna putih agar menetralkan antara

Minneapolis dan Skorz, dan pilihan kedua, penulis membuat warna biru dikarenakan Warna utama Skorz adalah biru, dan konten promosi Minneapolis banyak menggunakan warna biru. Selanjutnya penulis mencari font yang terlihat tegas, akan tetapi tidak terlalu membuatnya formal, sehingga penulis memilih font Boldonse Regular agar tetap memberikan kesan kuat namun tetap ramah dan mudah dibaca oleh berbagai kalangan. Pemilihan font tersebut juga membantu menjaga konsistensi identitas visual kedua brand tanpa mengurangi elemen keceriaan dan semangat yang menjadi karakter utama desain.



Gambar 3.30 Hasil Awal ID Card

Penulis mendapatkan beberapa *feedback* dari *creative designer* mengenai hasil akhir yang penulis buat, beberapa diantaranya yaitu mengenai pemilihan warna yang masih terlalu polos dan kurang menggambarkan kedua merek, serta penempatan maskot yang masih terlihat kurang menyatu dengan desain yang telah dibuat. Pemilihan outline pada bagian nama juga perlu diperbaiki dengan mengurangi ketebalan yang digunakan. Pada penggunaan asset juga perlu dibuat lebih *rounded* lagi agar lebih menyatu dengan asset yang lainnya. Berikut merupakan hasil akhir dari desain ID Card.

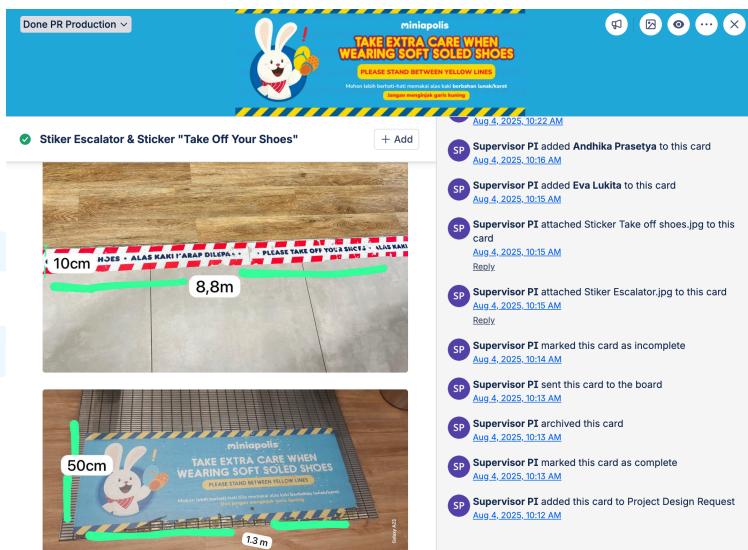


Gambar 3.31 Hasil Akhir ID Card

Setelah menerima masukan dari *creative designer*, penulis segera melakukan serangkaian revisi untuk memastikan setiap elemen visual tampil lebih menyatu dan sesuai dengan identitas kedua merek. Penyesuaian dilakukan dalam pewarnaan latar belakang, ketebalan outline, serta bentuk aset visual agar keseluruhan desain terlihat lebih kohesif dan profesional. Proses revisi ini tidak hanya dilakukan semata karena memperbaiki kualitas desain, tetapi juga meningkatkan pemahaman penulis terkait standar estetika yang berlaku di perusahaan. Dengan hasil akhir yang telah disetujui oleh *creative designer*, desain ID Card siap dicetak untuk kemudian digunakan sebagai bagian dari kebutuhan identitas internal perusahaan.

### 3.3.2.2 Proyek Sticker Sign

Proyek *sticker sign* merupakan proyek yang diminta oleh *supervisor* operasional secara langsung melalui website Trello. *Brief* desain tidak tertulis, namun dijelaskan secara lisan oleh *creative designer* untuk membuat desain terbaru dari stiker penanda di area bermain. Pada website Trello tercantum ukuran stiker yang perlu dibuat yaitu 1,3m x 50cm dan 8,8cm dan 10cm.



Gambar 3.32 *Brief Sticker Sign*

Pada proyek desain kali ini, penulis tidak banyak mengubah hasil desain karena diminta untuk tetap mempertahankan ciri khas desain yang lama. Stiker akan diletakan di depan pintu masuk area bermain, dan di tangga eskalator dekat area bermain. Desain dibuat menggunakan warna yang menonjol agar penanda dapat terlihat oleh pelanggan, penulis memutuskan untuk menggunakan warna biru kuning pada kedua desain agar terlihat lebih selaras satu sama lain, dan memberikan kesan Miniapolis. Penulis juga memberikan penekanan pada bagian font agar pembaca dapat lebih meningkatkan kesadaran dalam menggunakan tangga eskalator. Berikut merupakan hasil dari desain stiker penanda yang penulis buat.



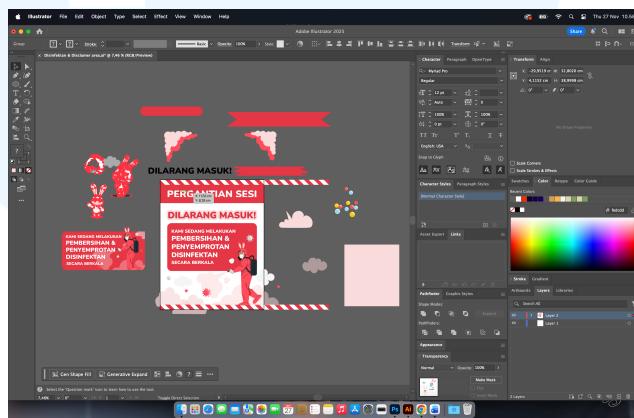
Gambar 3.33 Hasil Akhir Sticker Sign

Melalui proses penyelesaian desain ini, penulis memastikan bahwa setiap elemen visual tetap konsisten dengan identitas Miniapolis tanpa menghilangkan fungsi utama stiker sebagai media informasi. Penulis juga melakukan penyesuaian kecil pada tata letak, kontras warna, dan tipografi untuk meningkatkan keterbacaan stiker yang akan diletakkan di area dengan lalu lintas pengunjung yang tinggi. Dengan kombinasi warna yang cerah serta pesan yang disampaikan secara langsung, desain stiker diharapkan mampu menarik perhatian serta meningkatkan keselamatan pengunjung saat berada di sekitar tangga eskalator. Hasil akhir yang telah disetujui oleh *creative designer*, siap untuk segera keproses cetak dan

digunakan sebagai bagian dari materi pendukung operasional di area bermain Miniapolis.

### 3.3.2.3 Proyek Information Poster

Proyek poster informasi merupakan proyek permintaan *supervisor* operasional. Proyek ini merupakan desain untuk informasi pergantian sesi bermain yang akan diletakkan di bagian depan area bermain. Proyek ini membutuhkan media berukuran 23cm x 30cm, yang nantinya akan dijadikan poster *standing banner*. Sama hal nya dengan proses penggeraan desain yang lain, penulis mendapatkan brief terlebih dahulu melalui Trello dari *supervisor operasional*, lalu setelahnya diberitahukan secara lisan oleh *creative designer*.



Gambar 3.34 Proses Penggeraan Information Poster

Setelah memahami brief yang diberikan, penulis mencari referensi elemen visual yang dapat digunakan melalui Freepik. Penulis menggunakan warna merah untuk meningkatkan kesadaran pelanggan dalam membaca informasi, dan menyamakan dengan warna utama Miniapolis. Selanjutnya penulis menggunakan font utama Miniapolis yaitu Nunito, dan agar terlihat tegas dalam memberikan informasi, penulis menggunakan huruf kapital pada keseluruhan text. Selama penggeraan proyek ini, penulis juga melalui beberapa revisi mulai dari awal penggeraan hingga akhir. Setelah berhasil mencapai persetujuan, penulis mengunggahnya kedalam Trello untuk selanjutnya dikirim kepada tim *purchasing* untuk segera diproses kepada pencetak.



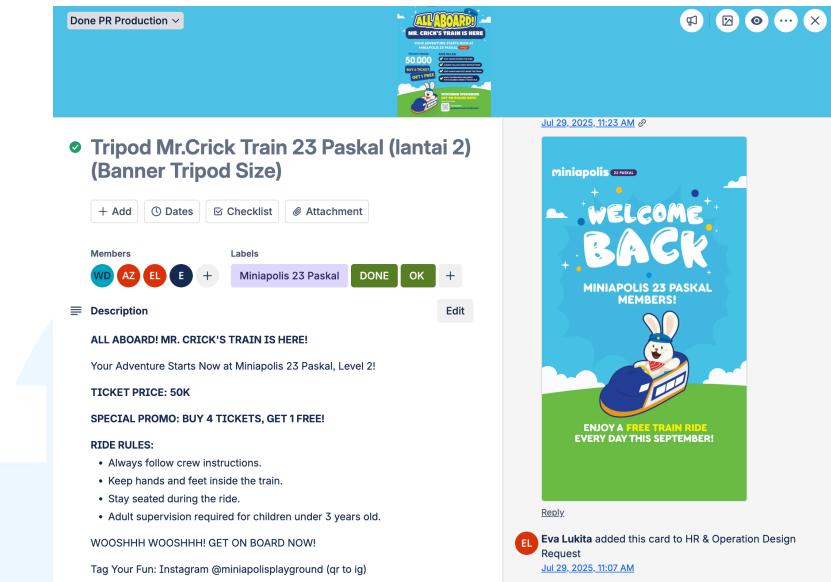
Gambar 3.35 Hasil Akhir Information Poster

Selama penggeraan proyek ini, penulis juga melalui beberapa revisi mulai dari awal penggeraan hingga akhir. Setelah berhasil mencapai persetujuan, penulis mengunggahnya kedalam Trello untuk selanjutnya dikirim kepada tim *purchasing* untuk segera diproses kepada pencetak. Dengan terselesaikannya proyek ini, desain penanda tersebut diharapkan dapat digunakan secara optimal untuk mendukung penyampaian informasi di area Miniapolis.

#### 3.3.2.4 Proyek Crick's Train

Crick's Train merupakan salah satu wahana permainan milik Miniapolis dalam bentuk kereta yang dapat berjalan mengelilingi lokasi mall dimana arena bermain berada. Pada proyek ini penulis ditugaskan untuk membuat Crick's Train di Miniapolis 23 Paskal. Proyek ini merupakan proyek adaptasi dari desain yang sudah ada sebelumnya. Proyek ini dibuat oleh *head marketing* melalui website Trello.

*Brief design* memuat isi konten yang lebih memberikan informasi terbaru secara detail dibandingkan desain yang lama. Desain dibuat kedalam media Instagram Feed, Instagram Story, TVC, dan tripod poster berukuran 64cm x 80cm. Penulis mendapatkan arahan oleh *creative designer* melalui lisan dan website Trello.



Gambar 3.36 Brief Crick's Train

Setelah memahami brief yang diberikan, penulis mencari referensi melalui Instagram Miniapolis berdasarkan hasil unggahan yang sudah ada sebelumnya guna menyelarasi dengan desain yang lama. Penulis tetap menggunakan warna biru dan hijau seperti yang telah dibuat sebelumnya. Warna biru dan hijau menggambarkan suasana luar ruangan yang cerah dan cocok untuk anak-anak bermain dengan gembira. Penulis memilih menggunakan font Luckiest Guy dan Cera Round pada desain baru karena kedua font tersebut mencerminkan karakter Miniapolis yang ceria, ramah anak, serta memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi untuk kebutuhan media promosi. Selain itu, kombinasi kedua font ini mampu memberikan kesan playful tanpa mengurangi kejelasan informasi yang ingin disampaikan dalam desain.

Pada proyek ini, penulis juga mendapatkan revisi dari *creative designer* berupa pewarnaan *headline*, serta elemen visual yang tertera pada bagian rules juga memerlukan sedikit perubahan. Setelah penulis menyelesaikan revisi dan hasil desain telah disetujui oleh *creative designer*, penulis mengunggahnya kedalam Trello untuk ditindak lanjuti oleh *purchasing*. Setelah dicetak, hasil design ditaruh di area bermain.



Gambar 3.37 Hasil Akhir Cricks Train

Penyelesaian proyek ini memberikan penulis pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan desain yang selaras dengan standar visual yang sudah ditetapkan perusahaan. Melalui detail revisi yang diberikan, penulis belajar menyesuaikan agar hasil akhir mampu menyampaikan informasi secara efektif sesuai dengan tujuan pembuatan desain. Setelah desain dicetak dan ditempat di area bermain, materi tersebut mampu berperan penting dalam meningkatkan keinginan pengunjung untuk mencoba permainan ditawarkan dan dapat memahami peraturan dengan baik.

#### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama masa pelaksanaan magang, penulis berhasil menuntaskan seluruh penugasan yang diberikan, sekaligus mencapai peningkatan kompetensi diri yang signifikan. Penulis memperoleh beragam pengetahuan dan wawasan baru yang esensial dan dapat diimplementasikan secara optimal dalam konteks industri desain di perusahaan. Meskipun demikian, penulis juga menghadapi sejumlah tantangan dan hambatan tertentu dalam menjalani magang di WAI dan SAI. Berikut adalah beberapa kendala yang penulis hadapi.

### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja**

Kendala utama yang dialami oleh penulis adalah kesulitan dalam adaptasi gaya desain antara dua merek yang berbeda, yaitu antara Skorz dengan Miniapolis, dalam rentan waktu yang singkat. Penulis seringkali kesulitan dalam menyeimbangkan estetika antara Skorz, yang memiliki kecenderungan visual untuk dewasa, modern, dan futuristik, dengan Miniapolis, yang memiliki kecenderungan visual *childish*, ramai, dan *colorful*. Di samping itu, penulis juga menghadapi tekanan kerja yang signifikan akibat intensitas permintaan desain dari anggota tim marketing yang berbeda-beda. Dalam satu hari, penulis dapat menerima permintaan dari berbagai anggota tim pemasaran, yang seluruhnya meminta untuk diselesaikan dalam waktu secepatnya. Hal ini menimbulkan tantangan dalam menyeimbangkan beban kerja, mengingat penulis memerlukan waktu yang memadai untuk fokus dalam penyelesaian satu jenis desain dengan kualitas optimal, sehingga sering kali penyelesaian sebuah proyek membutuhkan waktu beberapa hari.

Kendala lain yang dialami oleh penulis adalah kurangnya standarisasi visual yang terperinci terkait implementasi di berbagai *platform* dan *campaign* baru. Meskipun target audiens telah ditetapkan dengan jelas, variasi interpretasi visual di antara tim marketing mengharuskan penulis untuk menghabiskan waktu lebih banyak dalam proses revisi dan penyesuaian untuk mencapai konsistensi merek yang baku, yang akhirnya berdampak pada bertambahnya durasi waktu produksi desain.

Penulis juga mengalami kendala mengenai keterbatasan kemampuan dalam penggunaan software Adobe Photoshop secara optimal. Keterbatasan tersebut menyebabkan penulis memerlukan waktu tambahan dalam proses pengerjaan desain, khususnya pada tahap pengolahan visual dan penyesuaian aset. Hal ini menjadi tantangan tersendiri mengingat beberapa proyek memiliki tenggat waktu yang cukup singkat.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Terkait kendala-kendala yang penulis alami selama magang di WAI dan SAI, penulis berusaha untuk selalu mencari solusi untuk dapat menyelesaikan pekerjaan yang dilakukan dan meningkatkan konsistensi kualitas desain. Terkait kendala adaptasi gaya desain, penulis menyusun *checklist* visual brand yang spesifik baik untuk Skorz maupun Miniapolis. Hal ini berfungsi sebagai panduan dalam membuat desain masing-masing untuk Skorz dan Miniapolis, yang selanjutnya didukung dengan mengatur waktu, di mana alokasi waktu kerja didedikasikan penuh untuk satu merek saja guna meminimalkan cognitive load perpindahan gaya.

Mengenai tantangan beban kerja yang tinggi dan timeline yang ketat, solusi yang penulis lakukan adalah dengan melalui permintaan terpusat sebagai tugas utama pengajuan request desain, yang memungkinkan penerapan prinsip prioritas urgensi untuk memilah tugas. Selain itu, dalam mengatasi masalah inkonsistensi visual, tim perlu menjelaskan dengan detail panduan visual yang diinginkan untuk setiap desain baru yang dibuat. Hal penting yang perlu diingat bahwa, semua keputusan final hasil desain yang penulis buat, perlu disetujui oleh *creative designer* yang sudah memahami dan ahli terkait standar brand.

Dalam mengatasi permasalahan kurangnya optimal penulis dalam penggunaan Adobe Photoshop, penulis secara mandiri mempelajari Adobe Photoshop dengan mencari referensi dan tutorial melalui internet. Selain itu, penulis juga mendapatkan bantuan serta bimbingan langsung dari *creative designer* yang memberikan arahan mengenai teknik penggunaan Adobe Photoshop. Melalui proses pembelajaran dan pendampingan tersebut, kemampuan penulis dalam menggunakan Adobe Photoshop mengalami peningkatan dan dapat diterapkan dengan lebih optimal dalam penyelesaian tugas desain.