

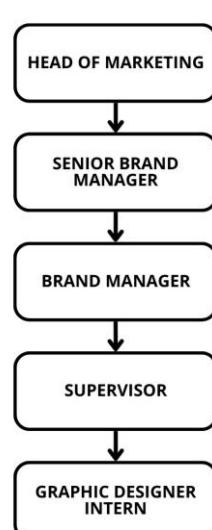
BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama mengikuti kegiatan magang di PT Borden Eagle Indonesia, penulis mengikuti koordinasi kerja yang telah ditetapkan oleh Divisi Marketing. Proses ini dilakukan secara sistematis dan melibatkan beberapa pihak untuk memastikan setiap hasil desainnya sesuai dengan standar perusahaan.

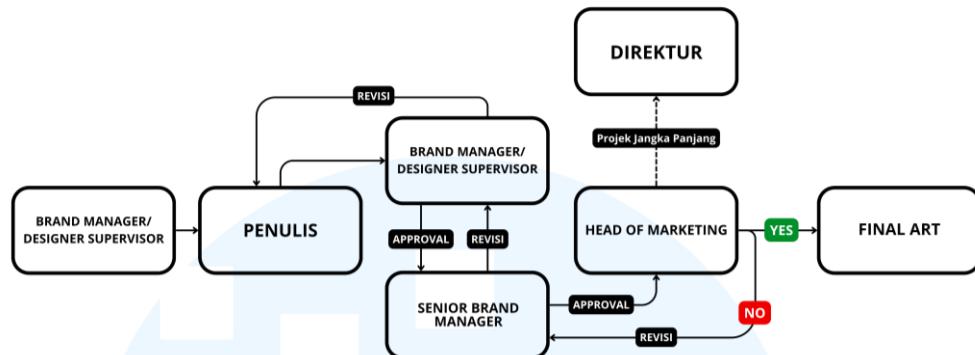
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja



Gambar 3. 1 Bagan Keudukan Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan magang ini, penulis berperan sebagai Graphic Design Intern yang di tempatkan pada Divisi Marketing. Dalam posisi ini, penulis bekerja dibawah koordinasi *supervisor*, *brand manager*, *senior brand manager*, hingga *head of marketing* sebagai penanggung jawab tertinggi divisi. Sebagai graphic designer intern, penulis memiliki peran dalam membantu pembuatan berbagai kebutuhan pemasaran dan branding, terutama dalam media POSM (*Point of Sales Materials*).

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja



Gambar 3. 2 Bagan Alur Koordinasi

Alur koordinasi selama magang, penulis biasanya menerima *brief* dari *supervisor* atau *brand manager* melalui email maupun melalui via whatsapp. Setelah menerima *brief*, penulis mulai menyusun konsep desain awal yang kemudian didiskusikan dengan *supervisor* untuk mendapatkan masukan. Tahap berikutnya, dikirim kepada *brand manager* untuk tahap *review* pertama. Kemudian diteruskan ke *senior brand manager* untuk dilakukan *second review*. Apabila perlu ada penyesuaian terhadap desainnya, revisi dilakukan berdasarkan masukan dari *brand manager*, baik secara langsung dari *brand manager* maupun melalui *supervisor* kepada penulis. Setelah desain telah *diapprove* oleh *brand manager*, tahap berikutnya diajukan kepada *head of marketing* untuk dilakukan pengecekan dan persetujuan. *Head of marketing* juga dapat memberikan masukan tambahan atau meminta revisi yang kemudian akan diteruskan kembali kepada *brand manager*. Selanjutnya masukan tersebut akan disampaikan kepada penulis secara langsung atau melalui *supervisor*. Khusus untuk proyek berskala besar atau jangka panjang, proses persetujuan tidak hanya melalui *head of marketing*, tetapi juga melibatkan direktur untuk memberikan *approval* sebelum materi desain diproduksi dan dipublikasikan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam kegiatan magang ini penulis memperoleh wawasan baru mengenai proses pengembangan ide dari *brief* hingga hasil akhirnya, termasuk bagaimana setiap keputusan desain melewati proses diskusi dan evaluasi bersama dengan tim

marketing. Dari pengalaman ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana suatu karya desain dihasilkan secara profesional di lingkungan industri. Berikut merupakan rincian tugas yang telah dikerjakan selama masa magang di PT Borden Eagle Indonesia (Cap Lang) :

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	15-18 Juli 2025	1. GPU 2. Inhaler Lang 3. Geliga 4. iFree	1a. Merevisi packaging karton GPU krim (60g dan 150g) 1b. Merevisi packaging karton GPU Minyak (30,60&100ml) 1c. Merevisi poster GPU 2a. Mendesain poster lift (trembesi tower) Inhaler Lang 3a. Mendesain poster promosi Geliga 3b. Mendesain banner sponsorship badminton Geliga x UIN Raden Intan Lampung 3c. Mentracing ulang logo UIN Raden Intan Lampung 3d. Membuat mockup sponsorship Geliga untuk di lapangan badminton UIN Raden Intan Lampung 4a. Merevisi desain poster iFree
2	21-25 Juli 2025	1. iFree 2. Vfresh 3. Balsem Lang 4. Cap Lang - Alfamart 5. Geliga 6. Norit 7. GPU	1a. Merevisi desain poster iFree 2a. Mendesain paper sleeve Vfresh 3a. Revisi desain packaging karton BL (10g,20g dan 40g) 3b. Mentracing asset lavender BL 4a. Mendesain mailer produk Cap Lang x Alfamart 4b. Merevisi desain COC produk Cap Lang x Alfamart

		8. Green Oil 9. Cap Kayu Putih Roll On 10. Telon Lang	5a. Merevisi poster Geliga 5b. Merevisi banner sponsorship badminton Geliga x UIN Raden Intan Lampung 6a. Merevisi karton packaging Norit 7a. Merevisi poster GPU 7b. Merevisi packaging karton GPU minyak (uk 30,60,100 ml) & GPU krim (uk 60g) 8a. Merevisi desain brosur Green Oil 9a. Merevisi desain roll banner CKP RO 10a. Mendesain spanduk lomba mewarnai TLP
3	28 Juli-01 Agustus 2025	1. Telon Lang 2. Vfresh 3. GPU 4. Gastromint 5. Sloan's 6. Green Oil 7. Balsem Lang 8. Minyak Kayu Putih Bayi 9. Geliga 10. Minyak Kayu Putih Roll On	1a. Mendesain spanduk lomba mewarnai TLP 2a. Merevisi paper sleeve Vfresh (hemat isi 2) 3a. Merevisi T-banner GPU Sereh 4a. Merevisi sleeve Gastromint dan Blister Promint 5a. Mendesain spanduk Sloan's (2x1m) 5b. Mendesain spanduk pelepasan produk baru Sloan's 5c. Mendesain roll banner Sloan's 5d. Mendesain poster Sloan's 5e. Finalisasi spanduk, spanduk pelepasan, poster, roll banner, x-banner Sloan's 5f. Mendesain spound bag Sloan's 5g. Mendesain flyer Sloan's 5h. Mendesain spanduk pelepasan produk baru Sloan's (4x1m) 5i. Merevisi poster Sloan's 6a. Merevisi brosur Green Oil

			<p>7a. Merevisi packaging karton Balsem Lang 2 varian 20g</p> <p>8a. Membuat asset kelapa & daun eucalyptus untuk packaging MKP Bayi</p> <p>8b. Merevisi label packaging MKP Bayi chamomile (15-210ml)</p> <p>8c. Merevisi label packaging MKP Bayi chamomile roll on (15-60ml)</p> <p>8d. Merevisi label packaging MKP Bayi lavender plus (15-210ml) & lavender roll on (15-60ml)</p> <p>9a. Merevisi packshot pada poster Geliga</p> <p>9b. Merevisi T-Banner Geliga (1x3m)</p> <p>9c. Mendesain spanduk Geliga (4x1m)</p> <p>10a. Mendesain roll banner MKP RO (800x200cm)</p>
4	04-08 Agustus 2025	<p>1. Minyak Kayu Putih Roll On</p> <p>2. Minyak Kayu Putih Bayi</p> <p>3. Balsem Lang</p> <p>4. Geliga</p> <p>5. GPU</p> <p>6. Minyak Angin Menthol Oil</p> <p>7. Minyak Angin Lang</p> <p>8. iFree</p> <p>9. Sloan's</p> <p>10. Minyak Kayu Putih</p>	<p>1a. Mendesain poster MKP RO</p> <p>1b. Mendesain story instagram MKP RO (office to office)</p> <p>2a. Merevisi urutan ingredient label packaging MKP Bayi chamomile dan lavender</p> <p>2b. Membuat packaging karton bayi (15ml), 2 opsi layout berbeda</p> <p>2c. Membuat packaging karton bayi plus (15-210ml) dan MKP bayi roll on, varian warna merah & hijau</p> <p>2d. Membuat alternatif packaging karton MKP bayi plus dan roll on (3 warna, merah, hijau, ungu)</p> <p>2b. Merevisi label MKP Bayi chamomile dan lavender</p> <p>3a. Membuat packaging karton BL 10g (2 varian warna berbeda)</p> <p>4a. Merevisi layout spanduk Geliga (4x1m)</p>

			<p>5a. Merevisi poster GPU</p> <p>5b. Mendesain poster GPU (memperkuat merek di tengah persaingan produk)</p> <p>5c. Merevisi ukuran desain poster lift GPU</p> <p>6a. Merevisi label brosur MAMO</p> <p>7a. Merevisi label brosur MAL</p> <p>8a. Merevisi rak display gantung iFree</p> <p>8b. Merevisi display rak gantung iFree</p> <p>9a. Merevisi tagline media collateral Sloan's</p> <p>9b. Mendesain poster lift Sloan's</p> <p>10a. Mendesain perubahan kemasan baru Minyak kayu putih plus</p> <p>10b. Merevisi ukuran desain poster lift MKP</p>
5	11-15 Agustus 2025	<p>1. Sloan's</p> <p>2. Minyak Kayu Putih Bayi</p> <p>3. Caplang Peduli</p> <p>4. Minyak Kayu Putih Plus</p> <p>5. Minyak Kayu Putih Roll On</p> <p>6. Inhaler Lang</p> <p>7. GPU</p>	<p>1a. Merevisi poster lift Sloan's</p> <p>1b. Mendesain 2 alternatif wallpaper dekstop Sloan's</p> <p>1c. Merevisi wallpaper dekstop Sloan's</p> <p>1c. Merevisi wallpaper dekstop Sloan's</p> <p>2a. Merevisi packaging karton MKP Bayi plus dan roll on</p> <p>3a. Mendesain spanduk Caplang Peduli</p> <p>4a. Mendesain spanduk minyak kayu putih plus (260x80cm)</p> <p>4b. Mendesain poster MKPP (buy 1 free MKP RO)</p> <p>4c. Merevisi poster MKPP (buy 1 free MKP RO)</p> <p>5a. Merevisi poster lift MKP RO</p> <p>6a. Mendesain display gantung INH, MKP, TL untuk di alfamart</p>

			7a. Mendesain poster GPU (memperkuat merek di tengah persaingan produk)
6	18-22 Agustus 2025	1. GPU 2. Geliga 3. Sloans 4. Minyak Kayu Putih, Minyak Eucalyptus	1a. Mendesain poster GPU (memperkuat merek di tengah persaingan produk) 1b. Merevisi poster GPU 1b. Mendesain shelf talker GPU 2a. Merevisi packshot spanduk Geliga (Apotek Carbellla) 3a. Merevisi poster & spanduk Sloan's 3b. Mendesain table standee Sloan's (giveaway program) 4a. Mendesain poster promo MKP,MEA (office to office) 4b. Mendesain table standee MKP,MEA Roll On (free product)
7	26-29 Agustus 2025	1. Sloan's 2. Minyak Kayu Putih, Minyak Eucalyptus 3. GPU	1a. Merevisi table standee Sloan's (giveaway program) 1b. Mendesain table standee penukaran Sloan's (meja resepsionis) 1c. Mendesain header Sloan's (gform) 1d. Mendesain e-voucher digital Sloan's 1e. Mendesain kartu e-money Sloan's 1f. Meredesain poster Sloan's 2a. Mendesain COC MKP,MEA RO (3 alternatif) 2b. Membuat mockup COC MKP,MEA RO 3a. Merevisi poster GPU 3b. Merevisi shelf talker GPU (3 alt)

8	1-4 September 2025	1. Sloan's 2. GPU 3. Minyak Kayu Putih 4. Inhaler Lang	1a. Meredesain poster Sloan's (3 alternatif) 1b. Meredesain spanduk Sloan's (2 alternatif) 1c. Merevisi poster Sloan's 1d. Mendesain e-money Sloan's 2a. Merevisi shelf talker GPU 2b. Merevisi poster GPU 3a. Membuat alternatif desain COC MKP,MEA RO (watson) 3b. Mendesain e-money MKP,MEA RO 3c. Merevisi desain COC MKP,MEA RO (watson) 4a. Membuat mockup display rak gantung INH, MKP & TL (alfamart)
9	8-12 September 2025	1. GPU 2. Minyak Kayu Putih 3. Inhaler Lang 4. Sloan's	1a. Meredesain poster GPU 2a. Mendesain Hanging Alley KRL MKP,MEA RO 2b. Merevisi desain COC MKP,MEA RO (watson) 2c. Merevisi Hanging Alley KRL MKP,MEA RO 2d. Meredesain e-money MKP,MEA RO 2e. Membuat mockup Hanging Alley KRL MKP,MEA RO 2f. Mendesain alternatif e-money MKP,MEA RO 3a. Merevisi poster lift INH 4a. Merevisi poster Sloan's

10	15-19 September 2025	1. Inhaler Lang 2. Minyak Kayu Putih 3. iFree 4. Inhaler Lang 5. Balsem Lang	1a. Merevisi packshot poster lift INH 2a. Finalisasi desain e-money MKP,MEA 2b. Merevisi COC Watsons MKP,MEA 2c. Mendesain clip strip display MKP,MEA RO 2d. Mendesain ceiling panel KRL MKP,MEA RO 2e. Mendesain shelf talker MKP,MEA RO (2 alternatif) 2f. Merevisi clip strip display MKP,MEA 2g. Mendesain wobler MKP,MEA RO 2h. Finalisasi COC Watsons MKP,MEA 3a. Mendesain kartu ucapan iFree 3b. Mendesain kalender dinding iFree 4a. Merevisi display gantung INH, MKP, TL dan TLP 4b. Merevisi desain beserta ukuran display gantung INH, MKP, TL dan TLP 5a. Mendesain banner BL
----	-------------------------	--	--

UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

11	22-26 September 2025	1. Inhaler Lang 2. Balsem Lang 3. iFree 4. Geliga 5. Inhaler Lang 6. Minyak Kayu Putih 7. Sloan's	1a. Merevisi display gantung INH, MKP, TL dan TLP 2a. Mendesain banner BL 2b. Mendesain poster BL 3a. Mendesain kalender dinding iFree 4a. Mendesain kalender dinding Geliga 5a. Mendesain kalender dinding INH 5b. Mendesain display gantung INH, TLP, TL dan TLP 5c. Merevisi display gantung INH, TLP, TL, TLP dan Finalisasi 6a. Merevisi clip strip MKP, MEA RO 7a. Mendesain alternatif poster Sloan's
12	29 September – 3 Oktober 2025	1. iFree 2. Geliga 3. Balsem Lang 4. Inhaler Lang 5. Minyak Kayu Putih 6. GPU 7. Norit	1a. Mendesain kalender meja iFree 2a. Mendesain kalender meja Geliga 3a. Mendesain shelf talker BL (2 alt) 3b. Merevisi shelf talker BL 4a. Merevisi poster lift INH 5a. Mendesain poster promo outlet MKP RO 5b. Mendesain kalender meja MKPP 5c. Mendesain kalender dinding MKP,MEA 5c. Merevisi poster promo outlet MKP RO 6a. Mendesain etalase e-commerce GPU 6b. Mendesain alternatif poster GPU 6c. Mendesain kalender meja GPU Hot 6d. Mendesain kalender dinding GPU Hot 7a. Mendesain poster NORIT

13	6-10 Oktober 2025	1. Norit 2. Minyak Kayu Putih 3. iFree 4. GPU 5. Inhaler Lang 6. Telon Lang 7. Sloan's 8. Geliga	1a. Mendesain kalender meja NORIT 1b. Mendesain kalender dinding NORIT 1c. Mervisi poster NORIT 2a. Merevisi hanging alley dan ceiling panel KRL MKP,MEA RO beserta mockup 2b. Merevisi kalender meja dan dinding MKPP 2c. Mendesain leaflet MKP RO 3a. Mendesain hanging alley dan ceiling panel KRL iFree beserta mockup 3b. Merevisi kalender meja dan dinding iFree 3c. Merevisi hanging alley dan ceiling panel KRL iFree 4a. Mendesain kalender meja GPU 4b. Mendesain kalender dinding GPU 4c. Mendesain shelf talker GPU 4d. Merevisi kalender meja dan dinding GPU 5a. Merevisi poster INH 6a. Mendesain kalender meja TL dan TLP 6b. Mendesain kalender dinding TL dan TLP 7a. Mendesain kalender meja SLOAN'S 7b. Mendesain kalender dinding SLOAN'S 7c. Mendesain shelf talker SLOAN'S 8a. Mendesain kalender meja GELIGA 8b. Mendesain alternatif desain kalender meja dan dinding GELIGA
----	-------------------	---	--

14.	13-17 Oktober 2025	1. Norit 2. Minyak Kayu Putih 3. Cap Lang 4. GPU 5. Balsem Lang 6. iFree 7. Inhaler Lang 8. Telon Lang	1a. Merevisi poster NORIT 1b. Finalisasi poster NORIT 1c. Merevisi kalender meja NORIT 2a. Merevisi hanging alley dan ceiling panel KRL MKP,MEA RO 2b. Merevisi leaflet MKP RO 2c. Mendesain kalender meja MKP,MEA 2d. Mendesain kalender dinding MKP,MEA 2e. Merevisi kalender meja MKP,MEA 2f. Mendesain poster bundling MKP,MEA 3a. Mendesain cover kalender dinding semua produk Cap Lang 4a. Mendesain spanduk 2x1 GPU 4b. Mendesain event desk GPU 4c. Merevisi shelf talker GPU 4d. Merevisi poster GPU 5a. Mendesain poster, kalender meja, kalender dinding, shelf talker, leaflet BL Lavender 5c. Merevisi leaflet BL Lavender 6a. Merevisi hanging alley KRL iFree 8a. Mendesain kalender meja TL
-----	--------------------	---	---

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

15.	20-24 Oktober 2025	1. Inhaler Lang 2. Balsem Lang 3. iFree 4. Minyak Kayu Putih 5. Norit 6. Telon Lang 7. GPU 8. Cap Lang 9. Inhaler Lang 10. Minyak Gandapura 11. Geliga	1a. Merevisi poster lift INH 2a. Merevisi leaflet BL Lavender 2b. Mendesain desktop wallpaper BL Lavender 2c. Mendesain poster a3 BL Lavender 3a. Merevisi hanging alley dan ceiling panel KRL iFree 3b. Merevisi kalender meja dan dinding iFree 3c. Mendesain neon box iFree 4a. Merevisi hanging alley dan ceiling panel KRL MKP,MEA RO 4b. Mendesain e-commerce a5 MKP 4c. Mendesain poster a4 MKP 4d. Mendesain sponsorship buku doa MKPP, MKP 4e. Mendesain spanduk 3x1 MKP, MEA RO 4f. Mendesain glorifier MKPP 5a. Merevisi kalender meja dan dinding NORIT 6a. Merevisi kalender meja TL 7a. Merevisi poster GPU 7b. Mendesain sponsorship buku doa GPU 7c. Merevisi sponsorship buku doa GPU 8a. Mendesain cover kalender dinding semua produk Cap Lang 9a. Merevisi poster lift INH 10a. Mendesain sponsorship buku doa Minyak Gandapura 11a. Merevisi packshot kalender meja dan dinding GELIGA
-----	--------------------	--	--

16.	27-31 Oktober 2025	1. Minyak Kayu Putih 2. Balsem Lang 3. Launching produk 4. GPU 5. iFree 6. Sloan's	1a. Mendesain glorifier MKPP 1b. Merevisi glorifier MKPP 1c. Mendesain feed instagram MKP,MEA x trustorchestra 1d. Merevisi desain feed instagram MKP,MEA x trustorchestra 2a. Merevisi poster a3 BL Lavender 2b. Merevisi dan finalisasi leaflet a6 BL Lavender 2c. Mendesain roll banner BL Lavender 200 x 80cm (2alt) 3a. Mendesain backdrop launching produk MKPB, BL LV, SLOAN'S 3b. Mendesain alt backdrop launching produk MKPB, BL LV, SLOAN'S 4a. Merevisi poster GPU 4b. Merevisi sponsorship buku doa GPU 4c. Merevisi kalender meja GPU 4d. Merevisi shelf talker GPU 5a. Merevisi hanging alley dan ceiling panel iFree 6a. Mendesain roll banner SLOAN'S 200 x 80cm
-----	--------------------	---	---

17.	3-7 November 2025	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minyak Kayu Putih 2. Launching produk 3. Cap Lang 4. Sloan's 5. Balsem Lang 6. iFree 7. GPU 	<ol style="list-style-type: none"> 1a. Merevisi post feed MKP,MEA RO 1b. Merevisi glorifier MKPP 1c. Merevisi dan mendesain 4 alternatif hanging dan ceiling KRL MKP,MEA RO, beserta mockup 2a. Merevisi backdrop launching produk MKPB, BL LV, SLOAN'S 2b. Merevisi cue card mc launching MKPB, BL LV, SLOAN'S 2c. Mendesain signage launching MKPB, BL LV, SLOAN'S 3a. Mendesain alternatif kalender dinding semua produk Cap Lang 4a. Mendesain e-money SLOAN'S 4b. Merevisi roll banner SLOAN'S 5a. Merevisi roll banner BL Lavender 6a. Merevisi hanging alley dan ceiling panel KRL iFree 7a. Merevisi poster GPU 7b. Merevisi shelf talker GPU 7c. Merevisi kalender meja dan dinding GPU
-----	-------------------	--	--

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

18.	10-14 November 2025	1. Minyak Kayu Putih 2. iFree 3. Launching produk 4. GPU 5. Balsem Lang	1a. Mendesain alternatif hanging dan ceiling KRL MKP,MEA RO, beserta mockup 1b. Merevisi warna desain hanging alley dan ceiling panel KRL MKP,MEA RO 1c. Mendesain COC MKP,MEA RO Toko Viva 2a. Merevisi hanging alley dan ceiling panel iFree 3a. Mendesain spanduk launching MKPB, BL LV, SLOAN'S 3b. Merevisi spanduk launching MKPB, BL LV, SLOAN'S 4a. Merevisi poster GPU 4b. Merevisi shelf talker GPU 5a. Finalisasi wallpaper desktop BL Lavender
-----	---------------------	---	--



19.	17-21 November 2025	1. Minyak Kayu Putih 2. Launching produk 3. iFree 4. GPU 5. Balsem Lang	1a. Merevisi ceiling panel KRL MKP, MEA RO 1b. Mendesain COC MKP, MEA Toko Viva beserta mockup 1c. Mendesain post feed instagram Keluarga Cap Lang MKPP 1d. Merevisi post feed instagram Keluarga Cap Lang MKPP 1e. Merevisi packshot MEA RO pada hanging alley dan ceiling panel KRL 1f. Finalisasi hanging alley dan ceiling panel KRL MKP, MEA RO 2a. Mendesain spanduk launching MKPB, BL LV, SLOAN'S (5 ukuran) 2b. Mendesain signage launching MKPB, BL LV, SLOAN'S untuk di hotel 88 kopo 3a. Merevisi hanging alley dan ceiling panel iFree 3b. Finalisasi hanging alley dan ceiling panel KRL iFree 3b. Membuat mockup hanging alley dan ceiling panel KRL iFree 4a. Finalisasi poster dan shelf talker GPU
20.	25-28 November 2025	1. Minyak Kayu Putih 2. Cap Lang 3. Balsem Lang	1a. Merevisi glorifier MKPP Guardian untuk di mall Central Park dan Lippo Mall Puri, beserta mockup 1b. Membuat mockup COC MKP, MEA RO Toko Viva 1c. Mendesain 2 post feed instagram Keluarga Cap Lang brand MKPP 2a. Mendesain seragam annual Cap Lang 2b. Merevisi desain seragam annual Cap Lang 3a. Mendesain spanduk BL Lavender 2x1m

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalankan magang di PT Borden Eagle Indonesia, penulis mendapatkan beberapa proyek. Sebagian besar proyek yang dikerjakan berkaitan dengan pembuatan POSM (*Point of Sales Materials*), seperti *wobbler*, *shelf talker*, *x-banner*, *poster*, serta materi branding visual untuk kebutuhan toko maupun event. Selain itu, penulis juga mengerjakan materi promosi untuk peluncuran produk baru yang akan dipasarkan. Proses desain dalam perusahaan ini dimulai dari *brief*, eksplorasi visual, *desain* dan *finalisasi*. Berikut ini penjelasan secara umum mengenai pekerjaan penulis yang dilakukan selama magang.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Proyek utama yang dikerjakan oleh penulis adalah merancang media promosi *hanging alley* dan *ceiling panel* untuk branding Minyak Kayu Putih Roll On dengan Minyak Eucalyptus Roll On. Tujuan adanya proyek ini untuk memperkenalkan bahwa sekarang produk Minyak Kayu Putih dan Minyak Eucalyptus Cap Lang sudah tersedia dalam bentuk roll on. Dalam proyek ini penulis terlibat sepenuhnya dalam mendesain, mulai dari *brief* hingga final.

1. Tahapan *Brief*

Tahap awal dari perancangan proyek ini dimulai ketika penulis menerima *brief* dari *brand manager* melalui email pada tanggal 8 September 2025. Didalam *brief* tersebut, penulis diminta untuk merancang media promosi *hanging alley* dan *ceiling panel* pada transportasi umum KRL. *Brief* yang dikirimkan berisi kebutuhan desain untuk dua jenis media, yaitu *hanging alley* dan *ceiling panel*, lengkap dengan spesifikasi visual yang harus digunakan pada masing – masing media. Pada bagian *hanging alley*, penulis diminta untuk membuat desain dengan ukuran 1.05 m (W) x 0,3 m (H). Dalam *brief* tersebut beberapa elemen wajib yang perlu ditampilkan berdasarkan *brief* dari *brand manager* adalah logo Minyak Kayu Putih Roll On, *packshot* produk, informasi mengenai varian aromatherapy yang tersedia dalam bentuk roll on. *Benefit* utama produk “Mual dan Pusing tinggal roll langsung on”, serta desain harus

menampilkan rangkaian tiga aroma minyak eucalyptus yaitu rose, lavender dan original. Sedangkan pada bagian *ceiling panel*, dengan ukuran 1,70 m (W) x 0,25 (H), Brief desain pada *ceiling panel* sama dengan *hanging alley*, dengan menampilkan logo minyak kayu putih roll on, packshot produk, ikon produk baru, infomasi varian *roll on* dan *benefit*.

2. Tahapan Referensi dan *Moodboard* Desain



Gambar 3. 3 Referensi *Hanging Alley* dan *Ceiling Panel* KRL MKP, MEA Roll On

Sebelum memasuki tahapan desain, penulis mencari referensi, sebagai acuan visual dalam membuat desain *hanging alley* dan *ceiling panel*. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian adalah “varian *product poster*”. Dari referensi yang ada, banyak referensi yang menonjolkan penggunaan warna dengan latar belakang yang kuat dan kontras, biasanya mengikuti *brand color* atau warna yang mempresentasikan varian produk. Selain itu dalam referensi tersebut juga memperlihatkan pemanfaatan elemen dekoratif atau ilustrasi untuk memperkuat *storytelling* produk. Dari referensi ini, menjadi acuan penulis dalam merancang desain *hanging alley* dan *ceiling panel* untuk brand Minyak Kayu Putih Roll On dan Miyak Eucalyptus, karena pada produk Minyak Eucalyptus tersedia dalam beberapa varian aroma.

3. Tahapan Desain

Poppins

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

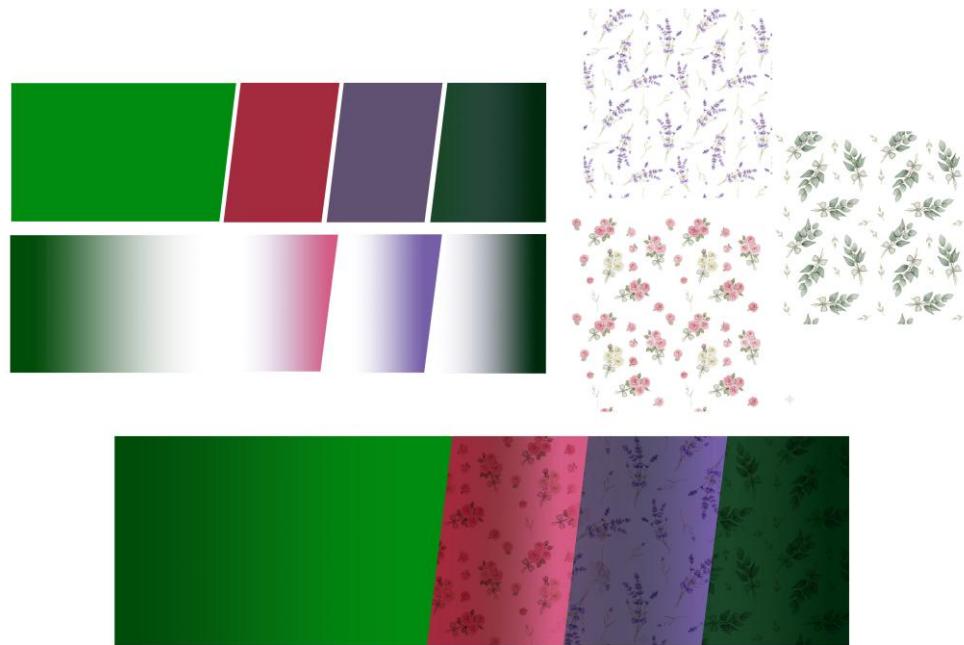
Poppins Extra Thin Poppins Semi Bold
Poppins Thin Poppins Bold
Poppins regular Poppins Extra Bold
Poppins Medium Poppins Black



Gambar 3. 4 *Typeface* dan *Color Palette Hanging* dan *Ceiling KRL MKP,MEA Roll On*

Tahap selanjutnya yang dilakukan penulis adalah memilih *typeface* penulis menggunakan font Poppins secara menyeluruh, karena font ini merupakan salah satu *typeface* yang sering digunakan pada *key visual* produk Minyak Kayu Putih. Poppins dipilih karena karakter hurufnya yang modern, bersih dan mudah dibaca. Sedangkan untuk *color palette*, penulis mengikuti karakteristik dari masing – masing varian produk. Untuk varian rose menggunakan warna merah untuk memberikan kesan floral dan feminim. Varian lavender memakai warna ungu dengan untuk memberikan kesan menenangkan yang memepresentasikan aroma lavender yang identik dengan relaksasi. Sementara varian original menggunakan warna hijau, yang menjadi warna utama Minyak Kayu Putih. Warna hijau memberikan kesan natural dan juga segar. Warna palette ini dipilih agar masing - masing varian memiliki identitas visual yang kuat dan mudah dibedakan. Dengan warna kontras dan cerah membuat desain terlihat lebih *eye-catching* sehingga dapat menarik perhatian.

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 5 *Asset Background* KRL MKP,MEA Roll On

Setelah menentukan *color palette* dan *typeface*, tahap selanjutnya penulis membuat tampilan untuk *background* yang akan digunakan. Pada tahap awal penulis membuat *shape* berwarna hijau muda yang kemudian ditimpa dengan gradiasi warna hijau tua bagian *background* tersebut dibuat untuk Minyak Kayu Putih Roll On, selanjutnya penulis juga membuat *background* untuk Minyak Eucalyptus yang dibuat menggunakan *shape* berwarna pink tua yang kemudian beri gradiasi pink muda, selanjutnya penulis juga membuat *shape* ungu tua yang diberi gradiasi ungu muda dan *shape* berwarna hijau tua yang diberi gradiasi yang hijau lebih tua. Penulis juga menambahkan *pattern* daun lavender yang diambil dari *asset* Canva, kemudian pada *pattern* bunga rose dan daun eucalyptus penulis buat dengan menggunakan *prompt* melalui *artificial intelligence*. *Pattern* tersebut digunakan sebagai elemen pendukung yang dibuat untuk mempresentasikan karakter aroma dari masing – masing varian Minyak Eucalyptus Aromatherapy.

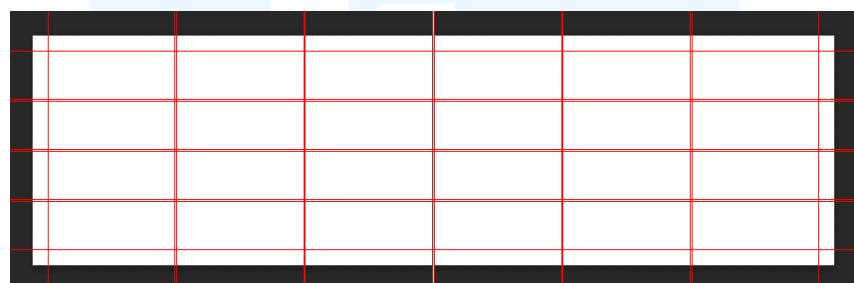


Gambar 3. 6 Asset Hanging dan Ceiling KRL MKP, MEA Roll On

Tahap selanjutnya, Mengenai *asset* yang digunakan dalam mendesain *hanging alley* dan *ceiling panel*, model perempuan yang memegang botol Minyak Kayu Putih Roll On dibuat dengan menggunakan *prompt* melalui *artificial intelligence* yang pada awalnya model tersebut memegang hp, kemudian hp tersebut dihapus dan diubah dengan botol Minyak Kayu Putih Roll On. Pada bagian badge “BARU – Kemasan Roll On” menggunakan *asset* yang telah dibuat oleh *supervisor*. Terkait *benefit* produk Minyak Kayu Putih Roll On “Praktis Tinggal Roll” dan “Tangan Tidak Berminyak” dibuat dengan menggunakan *shape rectangle* yang diberi warna putih kemudian pada ujung sudutnya diberi *rounded* serta diberikan *stroke* berwarna hijau. Selanjutnya terkait *asset* daun-daun, bunga rose, bunga lavender dan daun eucalyptus penulis menggunakan *asset* yang diambil dari Canva.

Packshot pada Minyak Kayu Putih dan Minyak Eucalyptus Roll On menggunakan *asset* dari dokumentasi perusahaan. Pada bagian *packshot* Minyak Eucalyptus Roll On penulis memberikan efek *stroke* berwarna putih dengan size 50px serta efek *drop shadow* agar *packshot* tersebut tetap terlihat jelas dan tidak menyatu dengan *background*. Selanjutnya mengenai *asset* varian aroma dari Minyak Eucalyptus Aromatherapy dibuat dengan menggunakan *shape ellipse* yang diberikan warna sesuai dengan aromanya masing – masing. Beserta dengan ilustrasi bunga rose, lavender dan eucalyptus agar konsumen

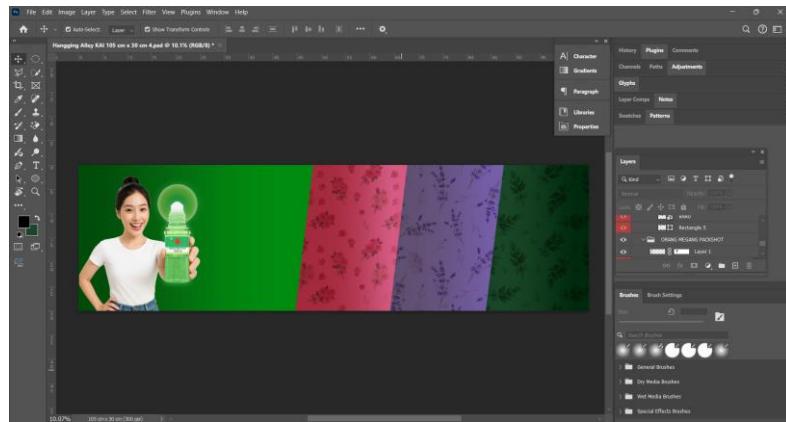
dapat mengenali varian dengan lebih cepat. Pada *asset* identitas varian aroma Minyak Eucalyptus Aromatherapy penulis membuat dengan menggunakan *shape rectangle rounded* yang diberi warna putih dan diberikan drop shadow serta menambahkan logo Minyak Eucalyptus Aromatherapy yang diambil dari dokumentasi perusahaan dan memberikan teks pada setiap aroma varian. Terakhir pada bagian “Tersedia Varian Roll On Varian Aromatherapy” dibuat menggunakan *shape rectangle rounded* yang diberi warna hijau serta diberikan outer glow hijau agar lebih terlihat.



Gambar 3. 7 *Grid Hanging* dan *Ceiling* MKP, MEA Roll On

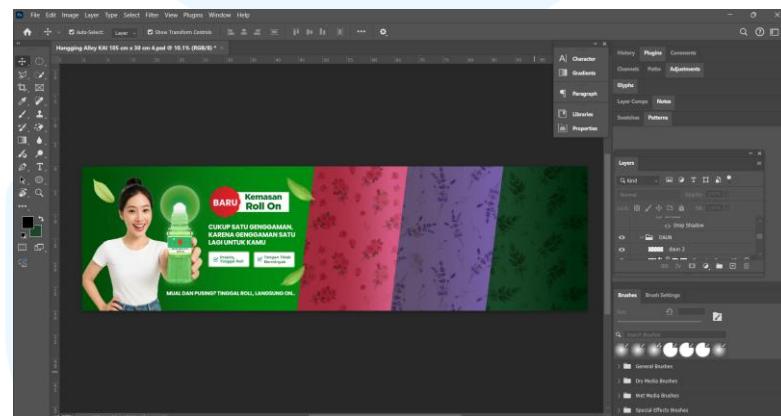
Tahap selanjutnya, memasuki tahapan desain, penulis mendesain menggunakan *Adobe Photoshop* dengan membuat *artboard* berukuran 105 cm x 30 cm dengan resolusi 300 *dpi*. Penulis juga membuat *modular grid* dengan 6 columns dan 4 rows dengan gutter 0.2 cm. Dengan masing – masing margin disetiap sisinya 2 cm. Margin 2 cm ini digunakan sebagai *safezone* saat mau dipasang ke media *hanging alley* nanti agar desain sepenuhnya terlihat dan tidak ada yang terpotong. Tujuan dibuatnya *modular grid* ini agar peletakan setiap asset lebih terstruktur.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 8 Tahap Awal Layouting *Desain Hanging Alley KRL MKP, MEA Roll On*

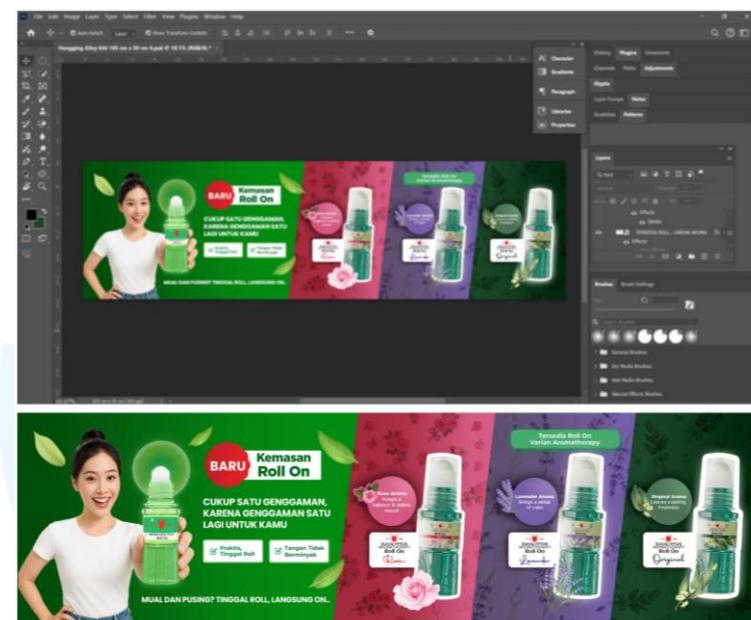
Secara layout *visual*, desain dibagi menjadi dua bagian utama, pada sisi kiri penulis menonjolkan produk Minyak Kayu Putih Roll On dan pada bagian sisi kanan memperkenalkan tiga varian Minyak Eucalyptus Aromatherapy. Bagian kiri desain, penulis memasukan *visual* utama berupa seorang model perempuan yang sedang memegang produk Minyak Kayu Putih Roll On, dengan perspektif botolnya terlihat lebih besar.



Gambar 3. 9 Tahap Kedua Layouting *Hanging Alley KRL MKP, MEA Roll On*

Terdapat juga elemen “BARU – Kemasan Roll On”, yang berfungsi sebagai penanda bahwa produk ini merupakan inovasi terbaru. Pesan ini untuk menarik perhatian bagi pengguna KRL yang mungkin sudah familiar dengan produk Minyak Kayu Putih dalam bentuk botol, namun belum mengetahui versi Roll On. Dibawahnya terdapat *headline* utama yang dibuat oleh *brand manager* yaitu “CUKUP SATU GENGAMAN, KARENA GENGAMAN SATU LAGI UNTUK KAMU”. Selain *headline*, terdapat dua poin *benefit* dan pada

area bawah, *tagline* “Mual dan Pusing? Tinggal Roll Langsung On”. Serta menambahkan elemen daun-daun



Gambar 3. 10 Preview Awal *Hanging Alley* KRL MKP,MEA Roll On

Pada bagian sisi kanan menampilkan 3 varian Minyak Eucalyptus Roll On, dengan masing – masing *color palette* berbeda. Setiap varian diberikan motif bunga dan daun yang sesuai dengan aromanya. Pada bagian atasnya terdapat label “Tersedia Roll On Varian Aromatherapy”, untuk memperkenalkan bahwa Minyak Eucalyptus juga hadir dalam bentuk Roll On dengan berbagai pilihan aroma. *Packshot* produk ditempatkan secara simetris dari kiri ke kanan, dengan efek *shadow* halus agar terlihat lebih menonjol dan realistik. Desain *hanging alley* ini dijadikan patokan sebagai *keyvisual* awal sebelum lanjut ke desain *ceiling panel*.

4. Tahapan *Feedback* dan Revisi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 11 Revisi Pertama *Hanging Alley* KRL MKP,MEA Roll On

Setelah direview oleh *head of marketing*, adanya masukan pertama mengenai *e-commerce* untuk dikecilkan agar tidak mendominasi dan tidak terlalu menjadi pusat perhatian. Selain itu pada bagian *benefit* untuk Minyak Kayu Putih dan Minyak Eucalyptus untuk di *take out* karena terlalu banyak informasi dan terlihat penuh, sehingga menyebabkan *visual stress*. Head of marketing juga meminta untuk mengganti *font* pada label varian aromatherapy, karena fontnya dianggap kurang jelas ketika dilihat dari jarak jauh. Penulis juga diminta untuk menambahkan efek *glow* pada area *packshot* Minyak Kayu Putih Roll On agar produk terlihat lebih *pop out* dan tidak menyatu dengan *background*. Selain itu, logo Minyak Kayu Putih Roll On diganti dengan logo Cap Lang saja dan menambahkan identitas produk “KAYU PUTIH ROLL ON” untuk memperkuat *brand recognition*. Pada akhirnya desain ini sudah disetujui oleh *brand manager* dan *head of marketing*, kemudian selanjutnya akan diajukan kepada direktur untuk meminta *approval*.



Gambar 3. 12 Revisi kedua *Hanging Alley* KRL MKP,MEA Roll On

Setelah desain diajukan kepada direktur, terdapat beberapa revisi yang perlu dilakukan. Direktur meminta agar elemen *e-commerce* dihilangkan, serta menekankan bahwa *packshot* produk masih belum terlihat cukup menonjol. Berdasarkan dari masukan yang diberikan oleh direktur, *brand manager* meminta penulis untuk mencoba membuat beberapa alternatif. Pada alternatif pertama, penulis tetap menggunakan layout yang sama, hanya melakukan penyesuaian pada area varian aromatherapy dengan mengganti warna *background* menjadi lebih terang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 13 Alternatif *hanging alley* KRL MKP, MEA Roll On

Pada alternatif kedua, penulis mencoba membuat *layout* baru dengan tampilan yang lebih minimalis. Ilustrasi pada belakang *packshot* Minyak Eucalyptus dihilangkan, agar fokusnya langsung pada produk tanpa ada distraksi. Pada altenatif ketiga, *Brand manager* meminta untuk mencoba menggunakan *background* putih untuk memberikan tampilan yang lebih *clean*. Kemudian pada *packshot* *brand manager* meminta agar Minyak Eucalyptus ditambahkan efek aura yang mempresentasikan aroma dari setiap varian. Pada alternatif keempat, penulis diminta untuk menggunakan *keyvisual* bertema alam yang sudah sering digunakan. Dengan *layout* tetap mengikuti struktur alternatif 3. Kemudian penulis mengirimkan kembali kepada *brand manager* untuk direview. Selanjutnya *Brand manager* memilih alternatif 1,2 dan 4, serta *brand manager* meminta penulis untuk dibuatkan desain *ceiling panel* terhadap 3 alternatif yang telah dipilih beserta *mockup* untuk diajukan kepada direktur.



Gambar 3. 14 Alternatif Ceiling Panel KRL MKP, MEA Roll On

Setelah desain sudah diajukan kepada direktur. Direktur memberikan *approval* untuk *hanging alley* alternatif 1. Namun, terdapat revisi pada *ceiling panel*, dimana direktur merasa bahwa ukuran *packshot* pada *ceiling panel* menjadi kecil, yang dimaksud dari direktur tersebut adalah ketika melihat *hanging alley*, ukuran media yang digunakan besar sehingga membuat *packshot* tampak terlihat jelas. Namun ketika *layout* yang sama diterapkan pada *ceiling panel* yang dimensinya lebih kecil, seluruh elemennya mengecil sehingga produk tidak menjadi ter-*highlight*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ALTERNATIF 1



ALTERNATIF 2



Gambar 3. 15 Alternatif Desain *Hanging* dan *Ceiling* KRL MKP, MEA Roll On

Kemudian *head of marketing* berdiskusi dengan penulis, dengan memberikan masukan agar penulis mencoba membuat alternatif *layout* dengan membagi *ceiling panel* menjadi beberapa bagian terpisah. Untuk alternatif yang pertama desain dibagi menjadi 2 panel agar produk tetap terlihat. Sementara, untuk alternatif kedua dibagi menjadi 4, dimana di setiap panelnya menampilkan 1 varian aroma masing – masing. Setelah berdiskusi, penulis langsung mencoba untuk membuat desain *ceiling panel* tersebut sesuai dengan arahan yang diberikan dan dikirimkan kembali kepada *brand manager* untuk dibawa kembali kepada direktur. Setelah desain *ceiling panel* ini ajukan kembali kepada direktur, yang di-*approve* oleh direktur adalah alternatif ke 2.

5. Tahapan Finalisasi

Berikut ini adalah final desain dari *hanging alley* dan *ceiling panel* yang sudah di revisi dan telah di-*approve* :

Hanging Alley



Ceiling Panel



Gambar 3. 16 Final Desain Hanging dan Ceiling KRL MKP,MEA Roll On

Berikut ini merupakan hasil desain hanging alley dan ceiling panel yang sudah diimplementasikan di KRL :



Gambar 3. 17 Hasil Implementasi Hanging dan Ceiling KRL MKP, MEA RO

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain mengerjakan proyek utama yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis juga diberikan beberapa tugas tambahan selama magang. Tugas – tugas ini diberikan untuk melatih kemampuan penulis. Melalui tugas tambahan ini,

penulis tidak hanya fokus pada satu media saja, tetapi berkesempatan untuk mengeksplorasi jenis desain lain. Berikut ini merupakan empat tugas tambahan yang penulis kerjakan.

3.3.2.1 Proyek Hanging Alley dan Ceiling Panel Brand iFree

Proyek ini adalah merancang media promosi *hanging alley* dan *ceiling panel* untuk branding iFree yang akan diletakan di KRL. Tujuan dari proyek ini untuk memperkuat eksposur dan meningkatkan *brand awareness*, dengan memanfaatkan media transportasi publik yang memiliki jangkauan yang luas dan frekuensi audiens yang tinggi.

1. Tahapan *Brief*

Penulis menerima *brief* melalui email pada tanggal 6 Oktober 2025 dari *brand manager* yang menangani produk iFree. Dalam *brief* tersebut, penulis diminta desain branding iFree yang juga akan digunakan pada media promosi KRL, dengan menggunakan KV (*Key Visual*) *audience centric*, yaitu *keyvisual* yang menampilkan model perempuan sebagai elemen utama. *Brief* ini juga mencantumkan ukuran media pada *hanging alley* sebesar 1,05 m (W) x 0,3 m (H) dan untuk *ceiling panel* untuk tipe kereta Tokyo Metro (TM) yang berukuran 1,70 m (W) x 0,25 (H).

2. Tahapan Desain



Gambar 3. 18 *Typeface* dan *Color Palette* *Hanging* dan *Ceiling* KRL iFree

Dalam pemilihan *typeface* penulis menggunakan font TT Supermolot Neue karena *typeface* ini memiliki karakter bentuk huruf yang modern, geometric. *Color palette* yang digunakan mengikuti standar *keyvisual* iFree, yaitu kombinasi warna pink dan merah sebagai warna

utama. Warna dipink dipilih karena identik dengan karakter brand iFree yang feminim, *care* dan hangat, sekaligus memberikan kesan nyaman. Kombinasi dari warna ini menciptakan visual yang harmonis.



Gambar 3. 19 Asset Hanging dan Ceiling KRL iFree

Asset yang digunakan dalam merancang *hanging alley* dan *ceiling panel* iFree ini terdiri dari *packshot* dan logo yang penulis ambil dari *asset resmi* perusahaan, *benefit* produk yang terdiri dari praktis, efektif dan aman diambil dari *keyvisual* iFree, selain itu juga terdapat model wanita yang didapat dari hasil pemotretan resmi yang dilakukan Cap Lang, model tersebut sudah bekerja dibawah kontrak perusahaan, sehingga hak penggunaan sudah disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku. Pada bagian *asset* pad iFree dan *wave shape* penulis dapatkan *asset* tersebut dari supervisor, serta 3 benefit produk seperti praktis, efektif dan aman penulis mengambil *asset* tersebut dari *keyvisual* iFree. Terakhir *background* yang digunakan juga menggunakan *asset* dari *keyvisual* iFree.



Gambar 3. 20 *Grid Hanging Alley* iFree

Selanjutnya dalam tahapan mendesain *hanging alley* dan *ceiling panel* iFree, penulis menggunakan *Adobe Photoshop* dengan membuat *artboard* berukuran 105 cm x 30 cm dengan resolusi 300 *dpi*, serta memberikan *margin* 2 cm pada setiap sisinya. Penulis juga membuat *modular grid* dengan 6 columns dan 4 rows dengan gutter 0.2 cm. Dengan masing – masing margin disetiap sisinya 2 cm. Margin 2 cm ini digunakan sebagai *safezone* saat mau dipasang ke media *hanging alley* nanti agar desain sepenuhnya terlihat dan tidak ada yang terpotong. Tujuan dibuatnya *modular grid* ini agar peletakan setiap asset lebih terstruktur.

Secara komposisi dalam desain ini, *packshot* ditempatkan pada sisi kiri dan efek pantulan dibawahnya agar terlihat lebih realistik. Disamping *packshot* terdapat *badge* OXYHEAT yang menjelaskan teknologi pemanas dalam produk iFree, sehingga langsung menjelaskan bagaimana produk tersebut bekerja. Badge 8 jam digunakan untuk menunjukkan durasi efektivitas produk iFree, kedua badge tersebut diberikan *outer glow* agar lebih kontras dibanding *background* dan mudah terbaca. Kemudian terdapat model perempuan yang tampak sedang berlari sebagai *focal point* utama untuk menyampaikan pesan “tetap aktif meskipun sedang nyeri haid”, selain itu juga menunjukan energi, mobilitas dan rasa nyaman setelah memakai iFree. Terdapat juga *headline* “Tinggal Tempel, Siap Aktif Lagi” yang diberikan warna merah muda terang agar mudah dibaca

serta tetap konsisten dengan brand *color* iFree. Pada bagian *benefit* dibagian bawah kanan dalam bentuk panel kotak dengan ikon yang bertujuan untuk menjelaskan keungulan produk secara cepat dan ikon berfungsi sebagai *visual cue*, yang memudahkan pemahaman. Panel diberi *shadow* tipis agar tidak menyatu dengan *wave shape* yang berwarna pink. Logo iFree ditempatkan pada kanan atas sebagai *brand identity* utama dengan diberi efek *outer glow* agar tidak menyatu. *Background* yang digunakan adalah latar foto *outdoor* yang menegaskan bahwa iFree membantu perempuan tetap aktif saat beraktivitas diluar ruangan. *Wave shape* dan gradasi pink sebagai identitas *visual* iFree yang *feminim*, *warm* dan *comforting*, *wave* ini juga menciptakan kesan dinamis serta membuat tampilan *visual*-nya tidak kaku.



Gambar 3. 21 *Ceiling Panel* iFree

Penulis juga diminta untuk membuatkan versi *ceiling panel*, dengan *artwork* 52 cm x 35,7 cm. *Ceiling panel* ini tetap menggunakan *keyvisual* yang sama dengan *hanging alley*, hanya yang berbeda penempatan layoutnya saja, dimana pada bagian badge OXYHEAT dan badge 8 jam diletakan ditengah bawah, selain itu pada bagian *benefit* dibuat secara vertikal. Setelah itu penulis mengirimkan kembali kepada *brand manager* untuk direview.

3. Tahapan *Feedback* dan Revisi



Gambar 3. 22 Revisi Pertama *Hanging Alley* KRL iFree

Pada revisi kali ini, *head of marketing* memberikan masukan untuk mencoba membuat alternatif pada bagian *shape wave*-nya dibuat miring agar tidak menutupi bagian *benefit point* seperti praktis, efektif dan aman dapat terlihat dengan jelas dan tidak menyatu warnanya dengan *shape*. Selain itu badge mengenai OXYHEAT dan badge 8 jam diminta untuk ditambahkan *glow* dan dibuat lebih menyebar *glow*-nya supaya tidak menyatu dengan *background*.



Gambar 3. 23 Revisi Kedua *Hanging Alley* KRL iFree

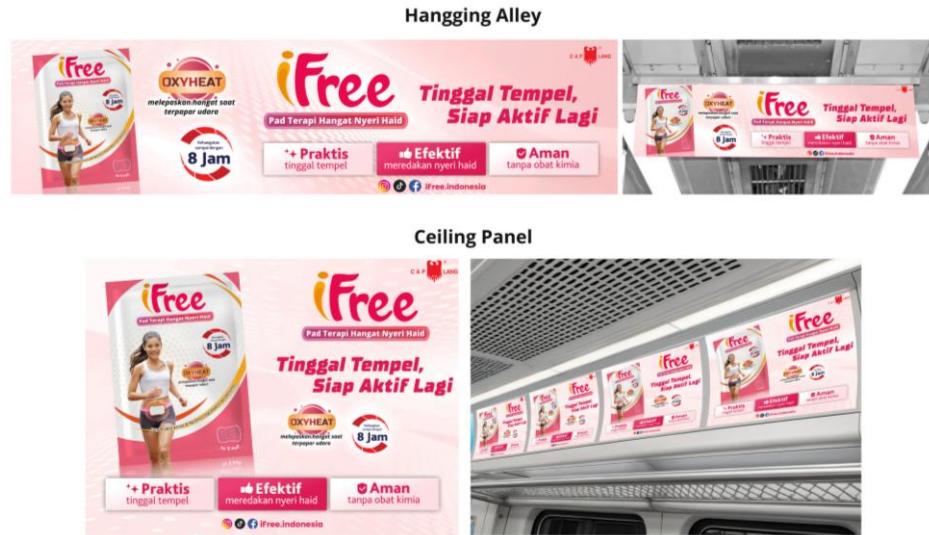
Setelah direview oleh *head of marketing*, penulis mendapatkan revisi yang disampaikan melalui *brand manager*, untuk *take out* model

perempuan yang sedang berlari. Serta menganti *packshot* yang awalnya tiga menjadi satu. Penulis juga diminta untuk menganti *background* yang pernah dipakai pada *key visual* iFree lainnya, selain itu penulis juga diminta merevisi *layout* berdasarkan arahan *brand manager*, seperti pada *tagline* dibuat menjadi satu baris, kemudian pada logo iFree dipindahkan di atas *tagline*, dan diminta untuk menambahkan logo Cap Lang pada bagian kanan atas. Hasil desain yang sudah direvisi ini kemudian dikirimkan kembali ke *head of marketing*.



Gambar 3. 24 Alternatif Layout Desain Hanging Alley KRL iFree

Feedback yang diberikan oleh *head of marketing*, meminta agar dibuatkan 2 alternatif *layout* lagi. Pada alternatif 1 dan 2 diminta agar logo Cap Lang dikecilkan, serta untuk *shape wave*-nya diminta untuk dihilangkan. Setelah penulis membuatkan 2 alternatif layout yang diminta *head of marketing*. *Head of marketing* memilih alternatif ke 2 dan sebelum desain ini diajukan kepada direktur, penulis diminta memasukan *social media* iFree. Serta membuat untuk versi *ceiling panel* untuk diajukan kepada direktur.



Gambar 3. 25 Hasil Revisi Desain *Hanging* dan *Ceiling panel* KRL iFree

Dari kedua *hanging alley* dan *ceiling panel* yang sudah dibuat, kemudian diajukan kembali kepada direktur untuk direview. Dari hasil *feedback* yang diberikan direktur sudah menyetujui desain pada *Hanging alley*, namun direktur merasa bahwa pada bagian *ceiling panel* dianggap *brand repetition*. Dari masukan yang diberikan direktur, *brand manager* meminta penulis untuk membuat alternatif dengan membagi desain *ceiling panel* menjadi dua bagian.



Gambar 3. 26 Alternatif *Ceiling Panel* KRL iFree

Pada panel pertama, yang menjadi fokus utamanya hanya pada produk, badge OXYHEAT, badge durasi 8 jam, dan logo iFree. Pada panel kedua, lebih difokuskan pada logo iFree yang diletakan di tengah, disertai dengan tagline dan benefit produk, serta diminta untuk diaplikasikan pada *mockup*. Setelah desain *ceiling panel* yang sudah direvisi diajukan kembali kepada direktur.

4. Tahapan Finalisasi

Pada akhirnya *ceiling panel* tersebut telah diapprove dan *brand manager* langsung meminta penulis untuk membuat *final artwork* dengan *high resolution* untuk dicetak. Berikut ini adalah hasil dari *hanging alley* dan *ceiling panel* :

Hanging Alley

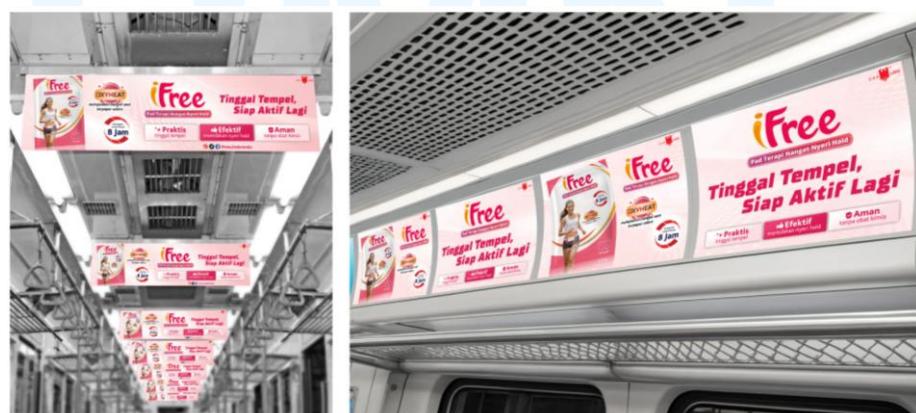


Ceiling Panel



Gambar 3. 27 Final Desain *Hanging Alley* dan *Ceiling Panel* KRL iFree

Serta berikut ini merupakan hasil mockup, yang akan diimplementasikan pada KRL :



Gambar 3. 28 Hasil Mockup Final Desain *Hanging Alley* dan *Ceiling Panel* KRL

3.3.2.2 Proyek Costumer Own Container Cap Lang x Watsons

Proyek pada kali ini adalah membuat COC (*Costumer Own Container*) atau yang sering disebut dengan wadah *display* produk untuk kerja sama dengan brand Cap Lang dengan gerai Watsons. COC ini dibuat untuk produk Minyak Kayu Putih Roll On dan Minyak Eucalyptus Roll On. Fungsi dari COC ini dibuat untuk memperkenalkan kepada konsumen bahwa produk Minyak Kayu Putih dan Minyak Eucalyptus Cap Lang sudah tersedia dalam varian Roll On.

1. Tahapan *Brief*

Tahap awal proyek dimulai dari *brief* yang diberikan oleh *brand manager* melalui email pada tanggal 7 Agustus 2025, didalam *brief* tersebut diberikan ukuran *display* dengan panjang 14 cm x lebar 39 cm dan tinggi 15 cm. *Brand manager* meminta untuk desain COC ini sudah bisa direview pada tanggal 11 Agustus 2025.

COC- WATSONS

3D Preview



Gambar 3. 29 Referensi dan Ukuran COC MKP, MEA Roll On

Brand manager memberikan referensi desain seperti pada gambar di atas, dengan adanya permintaan dari *brand manager* untuk dibuat ada bagian untuk menaruh tester produknya. Sebelum penulis memasuki tahapan desain, penulis bersama *supervisor* membuat sketsa awal yang berisi perkiraan komposisi, bentuk dasar, serta ukuran *display* secara

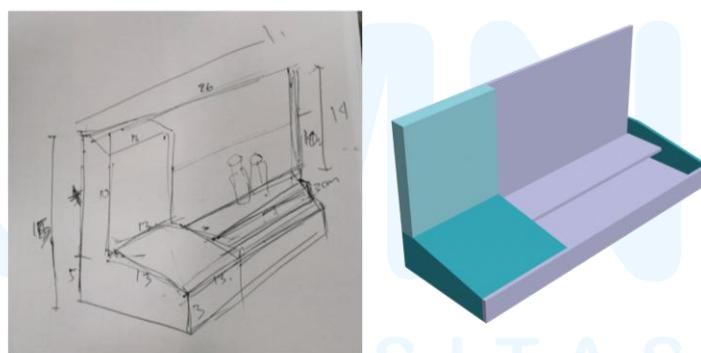
detail. Sketsa tersebut kemudian akan diteruskan *supervisor* untuk dijadikan 3D sebagai acuan visual dan untuk dijadikan sebagai *mockup*.

2. Tahapan Desain



Gambar 3. 30 *Typeface* dan *Color Palette* COC MKP, MEA Roll On

Sebelum memasuki tahapan desain, dalam pemilihan *typeface* penulis menggunakan *font* Poppins secara konsisten pada seluruh baik untuk judul, sub judul, maupun keterangan produk. *Typeface* poppins ini dipilih karena memiliki karakter yang modern, geometris dan bersih. Serta *Color palette* warna hijau yang digunakan dalam desain COC ini diambil dari *key visual* dari brand Minyak Kayu Putih Roll On.



Gambar 3. 31 Sketsa dan 3D COC MKP, MEA Roll On

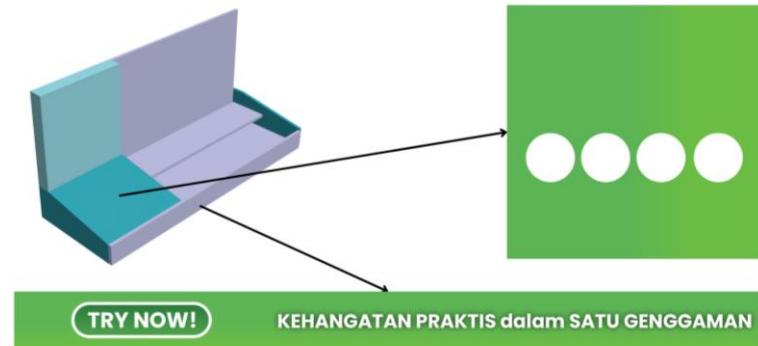
Dalam tahapan desain, penulis menggunakan *Adobe Illustrator* dan memulai mengembangkan visual berdasarkan arahan yang telah diberikan. Dalam pemilihan *typeface* penulis menggunakan font poppins secara konsisten pada seluruh bagian baik untuk judul, sub judul, maupun

keterangan produk. *Typeface* poppins ini dipilih karena memiliki karakter yang modern, geometris dan bersih.



Gambar 3. 32 Proses Desain Pertama COC MKP, MEA Roll On

Pada tahap awal mendesain, penulis mulai mendesain bagian panel depan COC yang berukuran 13 x 10 cm. Pada bagian ini, penulis menempatkan *packshot* Minyak Kayu Putih Roll On sebagai fokus utama yang diperoleh dari dokumentasi perusahaan. Pada bagian *tagline* “MUAL DAN PUSING? TINGGAL ROLL, LANGSUNG ON..” dibuat dengan diberikan efek *shadow* agar lebih terlihat, selain itu *tagline* ini untuk memperkuat pesan utama dari produk yaitu kepraktisan. Elemen – elemen daun yang ada di latar belakang digunakan untuk memperkuat kesan alami dan menyegarkan. Elemen daun tersebut menggunakan *asset* dari Canva. Selain itu disamping *packshot* terdapat lingkaran *benefit* produk, yang dibuat dengan shape ellipse yang diberi warna putih dengan stroke berwarna hijau. Terdapat juga label “BARU - Kemasan Roll On” untuk memperkenalkan inovasi bentuk Minyak Kayu Putih yang kini hadir dalam bentuk Roll On.



Gambar 3. 33 Proses Desain Kedua COC MKP, MEA Roll On

Pada bagian bawah desain, terdapat elemen *call to action* “TRY NOW!” yang dibuat agar menarik perhatian konsumen untuk mencoba produk di tempat penjualan. Bagian *call to action* ini dibuat dengan menggunakan *shape rectangle rounded*, serta diberikan *stroke* dan warna hijaunya dibuat lebih tua agar tidak menyatu dengan *background*. Penulis juga menambahkan *tagline* “KEHANGATAN PRAKTIS dalam SATU GENGGAMAN” dengan diberikan sedikit efek *drop shadow*. *Tagline* tersebut untuk menegaskan keunggulan dari produk yang memberikan sensasi hangat dan mudah di bawa kemana saja.



Gambar 3. 34 Proses Desain Ketiga COC MKP, MEA Roll On

Pada bagian ini, menampilkan 3 varian produk Minyak Eucalyptus Roll On yang terdiri dari 3 packshot yaitu lavender, original dan rose yang diperoleh dari dokumentasi perusahaan. Setiap label varian dibuat dengan menggunakan *shape rectangle rounded* serta diberi warna berbeda-beda untuk mempermudah identifikasi produk serta menciptakan difresiensi visual antar varian. Di bagian atas varian produk, terdapat tulisan

“Tersedia Roll On Varian Aromatherapy” dibuat dengan menggunakan *shape rectangle rounded* serta diberi efek *glow* putih, berperan sebagai informasi tambahan bahwa varian roll on ini sudah tersedia pada Minyak Eucalyptus Aromatherapy juga. Pada bagian kanan, penulis juga menambahkan logo Minyak Kayu Putih Roll On yang diberi *shape rectangle rounded* berwarna putih.



Gambar 3. 35 Hasil *Mockup* COC MKP, MEA Roll On

Setelah desainnya telah dibuat, penulis kemudian menerapkannya ke dalam *mockup* dengan menggunakan 3D yang telah dibuat oleh *supervisor*. *Mockup* ini dibuat untuk memberikan bayangan kepada *brand manager* bentuk akhir dari *display COC* beserta dengan produknya yang sudah terpasang. Kemudian hasil dari desain dan *mockup* ini dikirim kepada *brand manager* untuk direview.

3. Tahapan *Feedback* dan Revisi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 36 Preview Desain awal COC MKP, MEA Roll On

Setelah *direview* oleh *brand manager* dan *senior brand manager*.

Terdapat masukan pada bagian desain tester produk, diminta untuk menambahkan daun atau bunga sesuai dengan varian produknya agar tidak terlihat terlalu polos dan kosong. Penulis juga bernisiatif untuk menambahkan nama varian produk pada bagian tester produk dan menambahkan logo pada masing - masing varian agar tidak terlihat kosong. Kemudian penulis membuat desain *mockupnya* kembali sebagai preview kepada *brand manager*.



Gambar 3. 37 Mockup Desain COC MKP, MEA Roll On

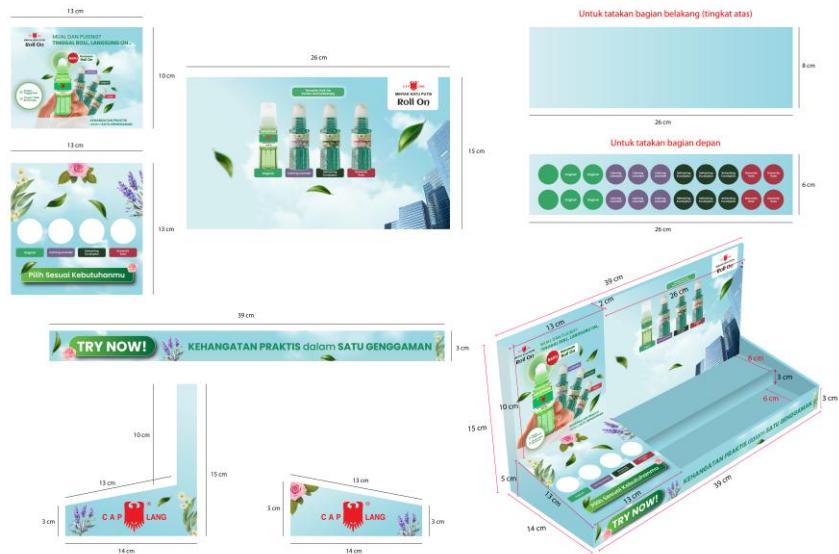
Pada bagian varian produk, *brand manager* meminta penulis agar logo pada masing – masing varian dihapus. Selain itu, tulisan “Pilihan Sesuai Kebutuhanmu” diminta untuk dipindahkan ke bagian bawah agar layout terlihat lebih rapih dan hierarki informasinya lebih jelas. Setelah sudah direvisi, penulis mengirimkan kembali kepada *brand manager*.



Gambar 3. 38 Alternatif Desain COC MKP, MEA Roll On dan Mock Up

Setelah *brand manager* berdiskusi dengan *senior brand manager*, penulis diminta untuk dibuatkan alternatif dengan warna yang berbeda. Pada alternatif ini penulis mengembangkan desain dengan konsep kesegaran di tengah aktivitas kota dengan penggunaan elemen – elemen langit yang cerah, awan, gedung – gedung kota. Perpaduan antara warna hijau dengan biru muda di pilih untuk menciptakan suasana yang bersih, tenang dan lembut. Serta membuat *mockup* untuk di kirim kembali kepada *brand manager*.

Pada tahapan terakhir, desain yang telah direvisi oleh penulis kemudian dikirim kembali kepada *brand manager* melalui email untuk direview. Setelah desain sudah mendapatkan *approval* oleh *head of marketing*, penulis diminta untuk membuat *final art* dengan *high resolution*. Berikut ini adalah hasil dari COC Watson Minyak Kayu Putih dan Minyak Eucalyptus Roll On :



Gambar 3. 39 Final Desain COC MKP, MEA Roll On

4. Tahapan Finalisasi

Gambar di atas ini merupakan hasil desain dan *mockup* yang telah di buat untuk jadikan gambaran kepada vendor untuk dicetak. Visual ini juga membantu tim marketing dan vendor untuk memahami proporsi serta penempatan elemen desain dengan lebih akurat, sehingga meminimalisir kesalahan dalam tahap cetak dan implementasi di lapangan. Berikut ini adalah hasil implementasi yang sudah di cetak dan siap untuk di letakan di gerai Watsons :



Gambar 3. 40 Hasil Implementasi COC MKP, MEA Roll On

3.3.2.3 Proyek Poster Produk Baru SLOAN'S Minyak Gosok

Proyek ini merupakan merancang poster promosi produk SLOAN'S Minyak Gosok yang akan ditempatkan di toko-toko kelontong. Tujuan adanya poster ini untuk memperkenalkan produk baru kepada masyarakat serta membangun kesadaran merek (*brand awarness*) terhadap produk SLOAN'S sebagai Minyak Gosok terbaru dari PT Borden Eagle Indonesia.

1. Tahapan *Brief*

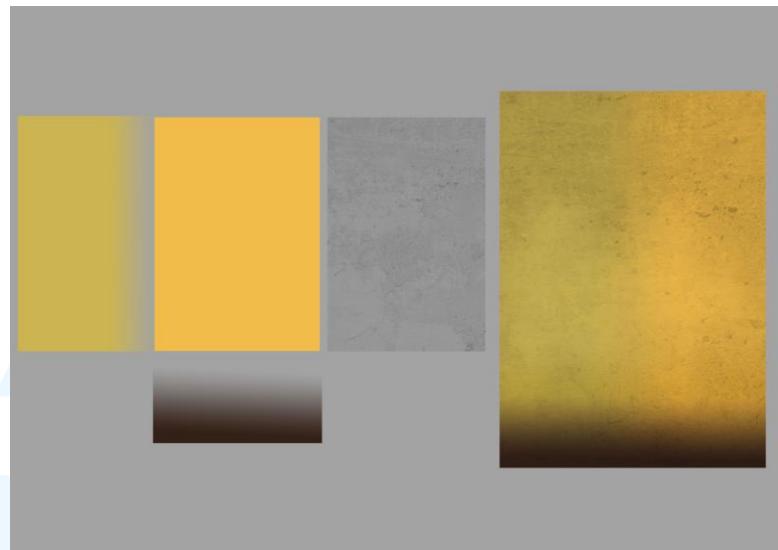
Awal mulai project ini dimulai dengan *brief*, yang diberikan oleh *brand manager* melalui whatsapp dan secara lisan dengan penulis, *brief* yang diberikan adalah poster berukuran A5 (21 cm x 29,7 cm). Selain itu poster harus dibuat dengan tampilan yang modern, premium, dikarenakan produk SLOAN'S ditargetkan untuk menengah ke atas.

2. Tahapan Desain



Gambar 3. 41 *Typeface* dan *Color Palette* Poster SLOAN'S

Dalam pemilihan *typeface*, penulis menggunakan font Norwester untuk tagline "Lawan Pegal dan Nyeri, Otot Nyaman Sepanjang Hari!" karena font tersebut memiliki karakter huruf kapital yang tegas dan berkesan maskulin. Bentuk huruf yang tebal (*bold*) dengan sudut yang tegas yang memberi kesan kekuatan dan ketegasan. *Color Palette* yang digunakan dalam poster ini mengikuti *keyvisual* utama yang telah dibuat oleh *supervisor*.



Gambar 3. 42 Asset Background Poster SLOAN'S

Dalam proses pembuatan *background* poster SLOAN'S, penulis menggabungkan beberapa elemen grafis. Tahap awal dibuat dengan menggunakan *shape rectangle* berwarna kuning keemasan yang memberikan kesan energik dan tegas. Selanjutnya penulis menambahkan *gradient* dengan warna emas yang cendrung lebih kusam (*golden olive*) untuk memberikan kesan yang premium. Penulis juga memasukan tekstur yang menyerupai tekstur dinding atau material kasar. Tahapan berikutnya penulis juga menambahkan *gradient* berwarna coklat tua pada bagian bawah *background*.



Gambar 3. 43 Visual Asset Poster SLOAN'S

Mengenai *asset* yang digunakan dalam mendesain poster SLOAN'S. Pertama, *asset* utama yang digunakan berupa *packshot* produk SLOAN'S yaitu botol dan dus kemasan, yang diperoleh dari dokumentasi perusahaan. *Packshot* tersebut kemudian diberikan *shadow* halus dibagian bawah *packshot* untuk memberikan kesan realistik. Selain *packshot*, terdapat logo "SLOAN'S MINYAK GOSOK" yang juga diperoleh dari dokumentasi perusahaan. *Asset* berikutnya terdapat badge "BARU" yang digunakan sebagai penanda informasi produk terbaru yang diperoleh dari *keyvisual* yang telah dibuat oleh *supervisor*. Selain itu terdapat juga gambar orang yang sedang memegang pinggang, Terdapat juga rangkaian benefit produk yang mengatasi leher kaku, nyeri otot, memar, dan terkilir yang disusun secara horizontal dengan bentuk *shape circle*. Terakhir, pada bagian *headline* "LAWAN PEGAL DAN NYERI OTOT NYAMAN SEPANJANG HARI" penulis menggunakan warna hitam diberikan efek *outline* putih. Secara keseluruhan rata – rata *asset* yang digunakan bersumber dari *keyvisual* yang telah dibuat oleh *supervisor* sebelumnya.



Gambar 3. 44 Preview Awal Poster SLOAN'S

Secara komposisi, dibagian atas kiri penulis menempatkan badge "BARU". Dibagian tengah atas, terdapat logo SLOAN'S dengan ukuran yang besar sebagai identitas dari brand. Tepat dibawah logo, terdapat

headline “LAWAN PEGAL DAN NYERI, OTOT NYAMAN SEPANJANG HARI!”. Headline tersebut ditempatkan secara *center* dan menggunakan huruf kapital. *Packshot* botol ditempatkan dibagian tengah poster sebagai point utama. Terakhir pada bagian bawah poster terdapat deretan *icon benefit*. Kemudian penulis mengirimkan hasil preview desain awal ini kepada *brand manager* untuk direview.

3. Tahapan *Feedback* dan Revisi



Gambar 3. 45 Revisi Pertama Poster SLOAN'S

Dari hasil *feedback* yang diberikan oleh *brand manager*, diminta untuk memasukan logo Cap Lang pada bagian pojok kanan poster, serta menambahkan *outer glow* pada *packshot* agar terlihat lebih menonjol (*stand out*), dan juga menambahkan *benefit* pada produk SLOAN'S. Kemudian penulis juga diminta agar tampilan *benefit* produk dibuat menggunakan bubble agar tampilannya lebih modern. Setelah itu hasil revisi tersebut dikirim kembali kepada *brand manager* untuk direview.



Gambar 3. 46 Revisi Kedua Poster SLOAN'S

Setelah *direview*, *brand manager* memberi masukan, bahwa poster ini masih belum cukup menunjukkan kesan premium. Berdasarkan *feedback* tersebut, maka penulis mencoba untuk melakukan penyesuaian agar desain terlihat lebih premium, dengan menambahkan podium berwarna emas dibagian bawah produk untuk memberi kesan eksklusif. Selain itu, desain *benefit* produk juga direvisi agar tampilannya dibuat lebih mewah. Dari sisi *typography*, *font tagline* di ganti menggunakan Anton yang memiliki karakter huruf yang tebal dan kuat untuk meningkatkan *visual impact*. Efek *outer glow* juga ditambahkan pada *tagline* agar terlihat lebih menonjol. Penulis juga menambahkan *shape* putih pada belakang logo Cap Lang untuk meningkatkan kontras dan memastikan agar logo terlihat jelas. Setelah itu penulis mengirim kembali kepada *brand manager* untuk *direview*, sebelum diajukan ke tahap *review* oleh *head of marketing* dan proses *approval* akhir dari direktur. *Brand manager* meminta penulis untuk membuat beberapa alternatif desain lagi dengan *key visual* yang baru.



Gambar 3. 47 Alternatif Desain Pertama Poster SLOAN'S

Berdasarkan permintaan dari *brand manager*, penulis mencoba membuat alternatif dengan tampilan yang lebih *premium* dan modern. Pada alternatif pertama ini penulis merubah tampilan *layout* secara menyeluruh, kemudian juga melalukan pembaharuan pada *packshot* agar terlihat lebih menarik dan lebih proposional. Badge “BARU” pada kiri bagian poster juga dibuat menjadi lebih modern. *Background* yang digunakan juga diganti dengan warna *gradient* merah ke merah tua, untuk memberikan nuansa yang hangat sekaligus mewah. Penulis juga mengganti cairan yang ada di belakang *packshot*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 48 Alternatif Desain Kedua Poster SLOAN'S

Pada alternatif kedua ini, penulis masih menggunakan warna *background* yang sama. Yang membedakan adalah bagian *layout* dan menambahkan elemen visual berupa orang sedang beraktivitas, seperti berlari. Elemen visual tersebut untuk memperkuat konteks bahwa SLOAN'S adalah produk pereda nyeri otot dan sendi, sehingga visualnya lebih relevan dengan fungsi produk. Penulis juga menambahkan, efek cahaya merah pada area sendi untuk membantu menegaskan area tubuh yang biasanya mengalami rasa sakit, sehingga pesan manfaat produk dapat tersampaikan dengan lebih cepat kepada konsumen.



Gambar 3. 49 Alternatif Desain Ketiga Poster SLOAN'S

Untuk alternatif *layout* yang ketiga ini, penulis meletakan *packshot* di tengah sebagai pusat perhatian utama. Di bagian bawah produk terdapat terdapat elemen berbentuk lingkaran dengan gambar dan teks seperti “terkilir”, “memar”, “leher pegal” dan “otot pegal”. Elemen tersebut berfungsi sebagai manfaat dari produk. Sementara itu pada bagian bawah poster terdapat 3 poin yang menampilkan *selling point* dari produk, bagian tersebut berfungsi sebagai *product benefit section* yang menonjolkan keunggulan dari produk dari segi fungsinya, aroma dan desain kemasan. Dari 3 alternatif ini dikirimkan kembali kepada *brand manager* untuk *direview*. Setelah *direview* *brand manager* dan *head of marketing* sudah mememberi *approval* terhadap desainnya dan tahapan selanjutnya meminta *approval* dari direktur.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 50 Alternatif Desain Poster SLOAN'S Yang Dipilih

Setelah *head of marketing* dan *brand manager* berdiskusi dengan direktur, akhirnya direktur memilih layout alternatif ke-2 sebagai desain yang telah disetujui. Namun, direktur memberikan beberapa masukan, salah satunya adalah untuk *takeout* cairan yang ada di belakang *packshot* atau mengurangi cairannya karena dianggap terlihat seperti minuman berenergi. Direktur juga meminta agar badge “*NEW PRODUCT*” diganti menjadi “*BARU*”.



Gambar 3. 51 Penyesuaian Warna dan Layout Poster SLOAN'S

Selain revisi pada elemen badge, direktur juga meminta agar tetap menggunakan warna emas kekuningan. Namun, tone warnanya diubah menjadi sedikit lebih gelap agar tampilannya tidak terlalu terang. Dengan menggunakan warna yang lebih gelap membuat *packshot* terlihat lebih menonjol, sehingga fokus utamanya tetap berada pada produk.



Gambar 3. 52 Desain Poster SLOAN'S Yang Telah Direvisi

Pada tahap revisian ini, penulis sudah membuat desain dengan layout yang didiskusikan sebelumnya dan mengubah warna *background* menjadi kuning keemasan. Penulis juga sudah megubah tulisan badgenya dari sebelumnya “*NEW PRODUCT*” menjadi “*BARU*”, serta mengurangi percikan airnya menjadi lebih dikit agar tidak terlihat seperti produk minuman berenergi. Kemudian pada *packshot* juga ditambahkan efek pantulan agar terlihat lebih realistik. Setelah selesai di revisi penulis mengirimkan kembali ke *brand manager*, kemudian dari *brand manager* meminta *approval* dari *head of marketing* terlebih dahulu.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 53 Alternatif Glow Poster SLOAN'S

Setelah *direview* oleh *head of marketing* terdapat revisi minor dimana pada bagian *packshot* diberi *glow* supaya tampilannya lebih menonjol (*stand out*). Kemudian penulis langsung memberikan 2 alternatif *glow*, pada alternatif *glow* 1, efek cahaya dibuat lebih *soft* dengan *outer glow* yang tipis disekitar *packshot* untuk menjaga kesan realistisnya dan tidak terlalu mencolok. Pada alternatif *glow* 2, efek cahaya dibuat lebih kuat dan menyebar. Kedua alternatif ini kemudian diajukan kembali kepada *head of marketing*. Kemudian yang dipilih adalah alternatif *glow* ke 2, dengan sedikit revisi minor yaitu glownya dibuat mengikuti kontur bentuk *packshot*.

4. Tahapan Finalisasi

Pada tahap finalisasi, penulis mengajukan kembali sesuai dengan progress yang telah dikerjakan sesuai dengan arahan dan revisi yang sebelumnya diberikan. Pada akhirnya poster SLOAN'S ini telah di *approve* oleh *brand manager*, *head of marketing* dan juga direktur. Kemudian penulis diminta untuk membuat final art yang *high resolution* untuk dicetak. Berikut ini merupakan hasil final poster SLOAN'S :



Gambar 3. 54 Final Desain Poster SLOAN'S

Poster SLOAN'S yang telah final kemudian dicetak dan disebar ke toko kelontong diberbagai daerah. Poster ditempel pada area yang mudah terlihat oleh pengunjung seperti dekat etalase atau pintu masuk. Berikut ini merupakan hasil dokumentasi yang menunjukan bagaimana poster ditampilkan secara nyata di toko kelontong :



Gambar 3. 55 Hasil Implementasi Poster SLOAN'S

3.3.2.4 Proyek Poster GPU (Gosok Pijat Urut)

Proyek ini merupakan perancangan poster promosi produk GPU dari Cap Lang yang bertujuan untuk memperkuat *brand positioning* sekaligus meningkatkan *brand awareness*. Poster ini dirancang untuk menampilkan kualitas produk, manfaat, serta difrensiasi GPU dibanding kompetitor lainnya melalui visual yang modern dan premium.

1. Tahapan *Brief*

Penulis mendapatkan *brief* melalui *brand manager* yang menghandle brand GPU secara lisan, dengan ketentuan poster berukuran A4 (21 cm x 29.7 cm), selain itu *brand manager* meminta agar tampilan poster dibuat premium, serta modern. Serta menampilkan seluruh varian produk GPU dengan varian GPU sereh yang lebih di tonjolkan. Selain itu, desain juga diminta agar menonjolkan kualitas GPU agar terlihat lebih unggul dibanding kompetitornya.

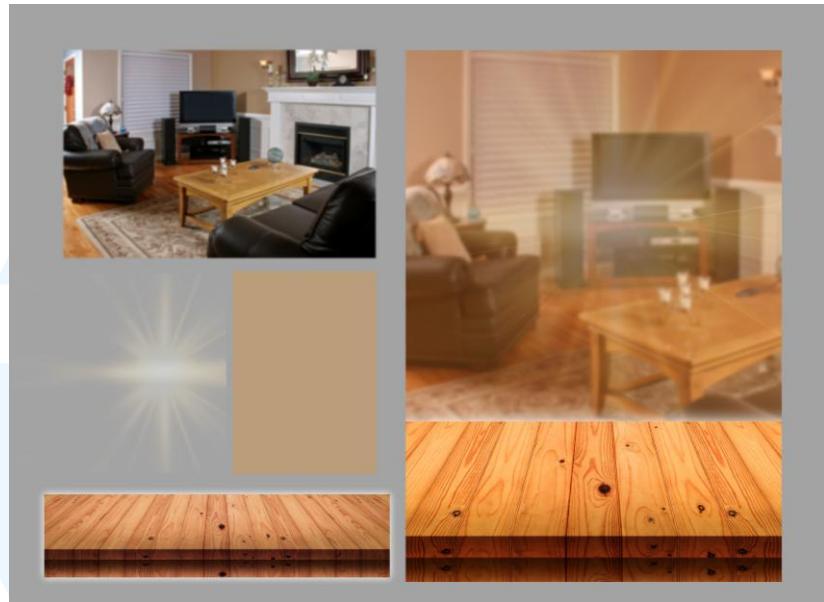
2. Tahapan Desain



Gambar 3. 56 *Typeface* dan *Color Palette* Poster GPU

Dalam penggunaan *typeface*, penulis memilih untuk menggunakan font Poppins dikarenakan desainnya yang modern, memiliki tampilan yang bersih dan mudah dibaca. Dalam penggunaan *color palette* penulis memilih warna coklat, merah dan oranye. Karena warna coklat memberikan kesan hangat (*warm*), sementara warna merah menciptakan

kesan energi dan warna oranye menciptakan kesan energik yang sesuai dengan tujuan dari produk GPU ini.



Gambar 3. 57 Asset Background Poster GPU

Mengenai *background* yang digunakan penulis menggunakan ruang tamu sebagai *background* ruang tamu yang diambil dari *asset* Canva. Kemudian *background* ruang tamu tersebut diberi efek *gaussian blur* agar tidak terlalu mendominasi. Ruang tamu dipilih untuk memberikan konteks penggunaan produk GPU yang dekat dengan kehidupan sehari – hari. Kemudian *background* ruang tamu ini ditimpa dengan *shape rectangle* yang berwarna coklat dengan *opacity* 30% untuk memberikan kesan hangat. Selanjutnya terdapat tatakan meja kayu menggunakan *asset* dari Canva yang kemudian diberikan efek *outer glow*. Terakhir penulis menambahkan elemen cahaya atau *lighting glow* yang diambil dari poster GPU lainnya. Efek cahaya ini diletakan diarea tengah dan dibelakang *packshot* untuk memberikan kesan *spotlight*.



Gambar 3. 58 *Asset Visual Poster GPU*

Mengenai *asset visual* yang digunakan dalam mendesain poster GPU, terdapat *packshot* GPU yang terdiri dari varian sereh, pala dan jahe. *Packshot* tersebut diambil dari dokumentasi perusahaan. Dibawah *packshot* terdapat *ribbon banner* yang diambil dari Canva, setelah itu teks ditempatkan di atas *ribbon*, lalu teks tersebut dibuat mengikuti lekungan *ribbon* agar menyatu dengan permukaan *ribbon*. Selanjutnya terdapat logo GPU yang diberikan *shape rectangle rounded* berwarna putih serta *outer glow* putih agar logo tersebut terlihat dengan jelas. Pada bagian *headline* “KUALITAS GAK BISA BOHONG!” diberikan warna gradiasi merah ke oranye serta diberikan *stroke* putih dan *drop shadow* halus. Pada bagian *benefit* produk dibuat dengan menggunakan *rectangle rounded*, serta diberikan efek *drop shadow* berwarna putih. Terdapat juga poin-poin yang berbentuk ceklis yang penulis ambil dari *asset* Canva. Elemen pendukung lainnya seperti ikon *media social* dan hastag “#WAKTUNYA GPU YAHUUUD” menggunakan *asset* yang tersedia dari poster GPU lainnya.



Gambar 3. 59 Preview Awal Poster GPU

Pada tahapan penyusunan *layout*, bagian atas ditempatkan logo GPU sebagai identitas utama, sehingga audiens dapat langsung mengenali brand. Logo diletakan pada area *center-top* dan diberi *shape* putih agar tetap terlihat kontras terhadap *background* ruang tamu. Selanjutnya terdapat *headline* “KUALITAS TIDAK BISA BOHONG!” yang menjadi pesan utama dalam poster. *Headline* ini ditempatkan dibawah logo, supaya alur baca mata mengalir secara natural dari atas ke tengah. Pada sisi kiri *layout*, *packshot* GPU diletakan diatas tatakan meja kayu. Pada sisi kanan poster diisi dengan panel yang berisi 3 benefit utama GPU yang disusun secara vertikal dan simetris, agar terlihat rapi dan memudahkan pembaca dalam memahami poinnya satu persatu. Penempatan *benefit* ini untuk membuat *balance* terhadap *packshot* GPU sereh yang lumayan dominan pada sisi kiri *layout*. Dibagian kanan bawah penulis menambahkan varian produk GPU yaitu pala dan jahe yang disusun secara sejajar. Bagian bawah poster diisi dengan ikon media sosial dan hastag brand GPU yang sudah dipakai sejak lama. Kemudian hasil ini desain awal ini dikirim kepada *brand manager* untuk direview.

3. Tahapan *Feedback* dan Revisi



Gambar 3. 60 Revisi Pertama Poster GPU

Setelah mendapatkan *feedback* dari *brand manager*, Pada tahap revisi ini penulis membuat *background* menjadi lebih gelap dengan warna coklat gelap agar *packshot* terlihat lebih jelas dan menonjol dibanding *background*. Pemilihan warna *tone* gelap ini membuat kontras yang kuat terhadap *headline* dan *benefit*, sehingga secara keseluruhan informasinya lebih mudah dibaca. Pada bagian *benefit*, penulis juga mengganti *shape* menjadi *shape* bulat untuk menciptakan visualnya tidak kaku. Setelah sudah *diapprove* oleh *brand manager* dan *head of marketing*, tahap selanjutnya meminta *approval* dari direktur.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 61 Alternatif 1 Desain Poster GPU

Penulis diminta untuk membuat alternatif desain sebagai, dikarenakan desain poster yang sudah di ajukan kepada Direktur belum memenuhi standar. Dalam tahap ini penulis mengembangkan dua konsep poster dengan visual yang berbeda, namun tetep mempertahankan elemen utama seperti *headline*, *packshot*, dan *benefit* produk. Pada alternatif desain pertama, penulis menggunakan *background* dengan warna nuansa orange untuk memberikan kesan yang energik dan hangat. Kemudian produk diletakan di tengah sebagai fokus utama.

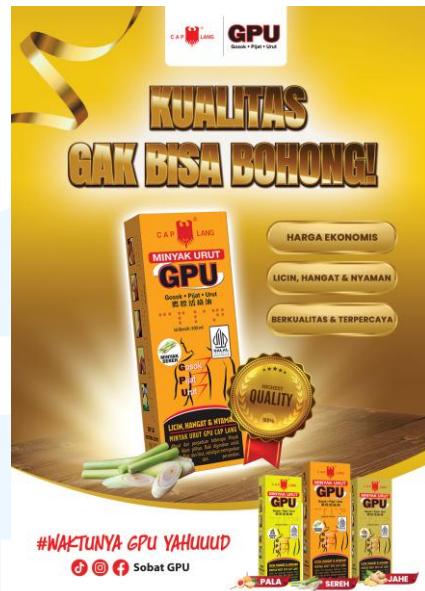
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 62 Alternatif 2 Desain Poster GPU

Pada alternatif kedua ini, penulis membuat desain dengan pendekatan visual yang lebih modern dengan menggunakan elemen podium berwarna putih untuk memberikan kesan bersih. Komposisi produk diletakan secara bertingkat sehingga menciptakan *visual hierarchy* yang jelas, dengan varian serah sebagai fokus utama di bagian tengah. Selain itu penulis menambahkan efek *spotlight* dari arah kiri atas untuk *menghilight* produk GPU varian sereh. Kemudian dari kedua alternatif ini, penulis mengirimkannya kembali kepada *brand manager* untuk *direview*. Setelah *direview*, *brand manager* merasa dari kedua alternatif yang di buat masih belum oke, dan meminta penulis untuk membuat alternatif tambahan yang tampilannya lebih terlihat modern dan lebih premium.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 63 Alternatif 3 Desain Poster GPU

Dari hasil *feedback* yang diberikan oleh *brand manager*, maka disini penulis mencoba untuk meredesign kembali dengan merubah komposisi. Latar belakang pada poster dibuat lebih premium dengan menggunakan gradasi emas. Pada bagian *benefit* di ubah menjadi oval yang dipadukan dengan efek gradiasi emas memberi kesan yang minimalis dan premium. Selain itu penulis juga menambahkan *gold quality badge* yang di letakan di samping produk untuk memperkuat persepsi kualitas produk.



Gambar 3. 64 Elemen *Claim Support* (Data Retail Audit) Poster GPU

Setelah itu adanya masukan dari direktur untuk merevisi pada bagian *headline*. Serta diminta untuk *take out gold quality badge*, diganti dengan memasukan data dari Nielsen Retail Audit mengenai GPU. Pada alternatif 1, penulis memasukan panel yang berisi data dari Nielsen Retail Audit yang diletakan di area kanan bawah produk yang berbentuk kotak dengan sedikit *rounded* yang di beri *highlight* agar terlihat jelas dan tetap selaras dengan keseluruhan visual posternya. Elemen ini untuk mengclaim *support* untuk memperkuat pesan dari “NO.1 DI INDONESIA” melalui data resmi dan terpercaya. Pada alternatif 2, Penulis mendapatkan arahan dari *head of marketing* mengenai data Nielsen Retail Auditnya ditempatkan di bagian footer dengan teks yang kecil saja. Serta memberi tanda asterisk (*) pada tulisan “NO.1” sebagai penanda bahwa *claim* tersebut memiliki data dasar yang resmi dan dijelaskan lebih lanjut pada catatan kaki (*footnote*).



Gambar 3.65 Badge dan Alternatif Layout Badge Poster GPU

Pada tahap ini, *brand manager* meminta penulis untuk mencoba membuat badge dengan tampilan yang lebih premium dan modern. Setelah menerima arahan penulis mulai merancang menggunakan bentuk medali lingkaran berwarna emas – hitam agar terlihat tetap terlihat premium, yang dipadukan dengan pita merah. *Typography* angka “NO.1”

tetap menjadi fokus utamanya. Setelah badge dibuat, *brand manager* meminta penulis untuk mengeksplor beberapa alternatif layout untuk penempatan badgenya. Setelah itu penulis kembali mengirimkan kembali kepada *brand manager*.



Gambar 3. 66 Merevisi Badge Poster GPU

Setelah direview, *head of marketing* memilih *layout* yang tersebut dan sudah setuju dengan desain badgenya. Poster kemudian diajukan ke tahap berikutnya untuk meminta *approval* dari direktur. Setelah diskusi dengan direktur, terdapat beberapa masukan yang perlu di perbaiki, seperti pada bagian badgenya diminta untuk dibuat lebih *clean*. Selain itu, warna pada *headline* juga diminta untuk diganti karena warnanya terlalu menyatu dengan *background*. Mengenai data Nielsen Retail Audit juga dipindahkan ke bagian *footer*. Terakhir, direktur meminta agar beberapa elemen dalam layout diperkecil agar komposisi secara keseluruhan terlihat lebih proposisional dan nyaman dilihat.

4. Tahapan Finalisasi

Pada tahap Finalisasi, penulis mengajukan kembali sesuai dengan progress yang telah dikerjakan sesuai dengan arahan dan revisi yang sebelumnya diberikan. Pada akhirnya poster GPU ini telah *diapprove* oleh seluruh pihak. Kemudian penulis diminta untuk membuat *final artwork*

yang *high resolution* untuk dicetak. Berikut ini merupakan hasil poster GPU :



Gambar 3. 67 Final Poster GPU

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama pelaksanaan program magang di PT Borden Eagle Indonesia, penulis dengan *supervisor* tentunya sering kali menemui berbagai tantangan dan kesulitan dalam melaksanakan proyek yang dikerjakan. Dari kendala – kendala yang dihadapi ini oleh penulis selama kegiatan magang ini menjadi pembelajaran serta pengalaman. Berikut ini beberapa kendala yang dialami oleh penulis serta solusi yang dilakukan penulis selama pelaksanaan.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala yang dialami penulis selama magang adalah beban kerjaan yang cukup tinggi menjadi salah satu faktor utama, terutama karena jumlah anggota tim desain yang terbatas, dimana proses produksi desain hanya di kerjakan oleh penulis dan *supervisor*, sehingga terkadang membuat beberapa permintaan desain dari *brand manager* lainnya harus menunggu antrian, dan penulis harus bekerja lebih cepat agar seluruh kebutuhan desain dapat

terselesaikan dengan tepat waktu. Selain itu *approval* terhadap desain juga cukup panjang karena harus melewati beberapa pihak, mulai dari *brand manager*, *head of marketing* hingga direktur, sehingga membuat finalisasi desain memerlukan waktu yang cukup lama. Dikarenakan setiap pihak memiliki sudut pandangnya masing – masing dengan masukan yang berbeda, sehingga penulis perlu melakukan beberapa kali penyesuaian hingga disetujui. Kendala lainnya muncul ketika penulis sedang mengerjakan desain, tiba – tiba diminta untuk mengerjakan proyek yang bersifat mendadak atau *urgent*, situasi tersebut mengganggu konsentrasi penulis saat sedang mendesain. Selain itu Penulis juga sering kali menerima *brief* yang masih kurang jelas sehingga perlu dikomunikasikan lebih lanjut. Selain kendala teknis, penulis juga menghadapi tantangan terkait keterampilan khusus dalam bidang desain grafis. Misalnya terkadang penulis lupa cara menggunakan fitur-fitur pada perangkat lunak desain tersebut yang membuat proses desain berjalan lebih lama.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam mengatasi berbagai permasalahan yang ada selama pelaksanaan magang, penulis menerapkan beberapa strategi agar proses mendesain dapat berjalan dengan lancar. Untuk mengatasi tingginya beban kerja akibat terbatasnya anggota tim desain, penulis mengatur prioritas pekerjaan berdasarkan deadline terdekat dan membagi tugas dengan supervisor. Solusi lainnya penulis dan supervisor mengerjakan proyek tersebut diluar jam kerja. Dalam menghadapi proses *approval* yang panjang, penulis mencatat setiap masukan yang diberikan oleh *brand manager*, *head of marketing*, maupun direktur. Catatan tersebut berguna untuk membantu penulis dalam melakukan revisi secara tepat dan menghindari kesalahan yang berulang. Ketika menghadapi proyek yang sifatnya mendadak yang mengganggu konsentrasi penulis dalam mendesain, penulis mengetasi dengan cara menggunakan metode *task switching* yaitu dengan menyimpan progres desain yang sedang dikerjakan, dan langsung mengerjakan proyek yang lebih urgent. Setelah selesai, baru kembali mengerjakan proyek sebelumnya yang tertunda. Untuk

mengatasi *brief* yang kurang jelas, penulis secara proaktif melakukan konfirmasi melalui chat maupun diskusi langsung sebelum mulai mengerjakan desain. Sehingga proses dalam mendesain dapat menjadi lebih efisien dan hasil yang dibuat sesuai dengan ekspektasi. Untuk mengatasi kendala dalam penguasaan *software* desain, penulis menerapkan beberapa langkah. Langkah pertama yang dilakukan oleh penulis terlebih dahulu melakukan pencarian secara mandiri melalui internet ataupun melalui menonton video tutorial. Selain itu penulis juga meminta arahan langsung dari *supervisor* mengenai kendala yang dihadapi penulis dalam mendesain. Penulis juga meluangkan waktu di luar jam kerja untuk mengeksplorasi *software* desain tersebut untuk memperluas pemahaman pada software desain.

