

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

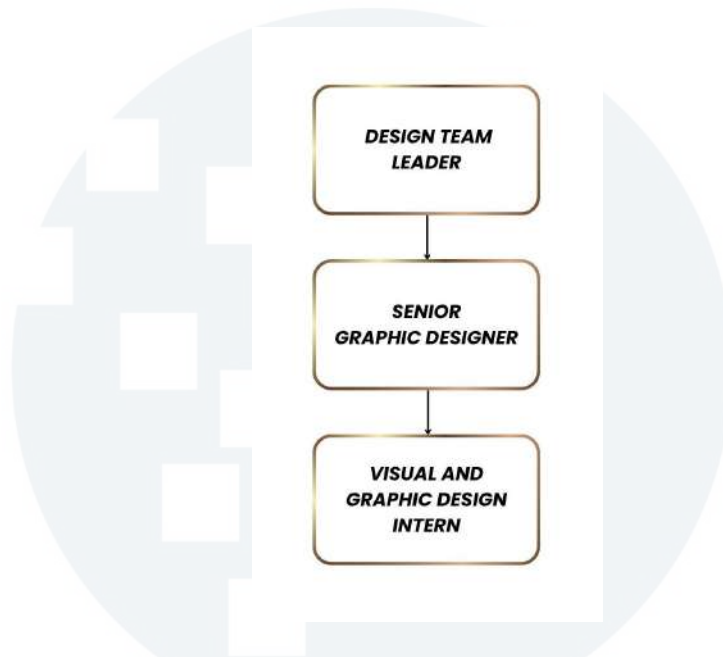
Struktur dan koordinasi yang jelas dalam perusahaan berperan penting untuk menjaga efektivitas kerja serta keteraturan tugas. Sistem kerja yang terarah memungkinkan setiap anggota tim berkolaborasi dengan baik demi mencapai tujuan bersama. Selama magang di B erl Cosmetics, penulis bertugas sebagai *Desain dan Visual Intern* di bawah arahan Design Team Leader dalam divisi *Creative*, departemen *Sales, Marketing, and Branding*.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan magang di B erl Cosmetics sebagai *Desain & Visual Intern*. Tanggung jawab utama penulis selama magang adalah merancang berbagai materi desain promosi, baik digital maupun cetak, yang mendukung kebutuhan promosi produk kecantikan serta event spesial perusahaan. Materi yang dikerjakan mencakup desain untuk media sosial, seperti feeds carousel, cover reels Instagram, serta video promosi untuk Instagram B erl Cosmetics. Selain media digital, penulis juga ditugaskan dalam mendesain media cetak seperti voucher, banner dan spanduk yang digunakan dalam event spesial yang diselenggarakan oleh B erl Cosmetics.

Penulis ditempatkan dalam divisi *Creative*. Divisi *Creative* sendiri berada di bawah *Digital, Marketing & Branding*, yang memiliki peran penting dalam mengelola strategi pemasaran digital perusahaan. Dalam tim *graphic design*, terdapat beberapa posisi dengan tanggung jawab yang berbeda. *Desain & Visual Intern* , bertugas mendukung tim dalam pembuatan materi visual untuk berbagai kebutuhan pemasaran, baik digital maupun cetak. Di atasnya, terdapat senior graphic designer, yang bertanggung jawab merancang materi promosi online B erl Cosmetics serta

memastikan desain yang dibuat mendukung strategi pemasaran. Selain itu, terdapat Design Team Leader yang berperan dalam mengkoordinasikan tim kreatif, memberikan arahan, serta memastikan kualitas desain tetap terjaga.

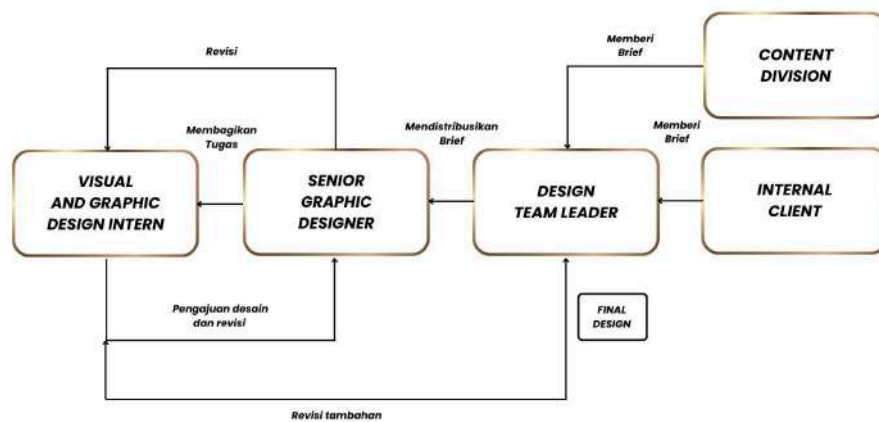


Gambar 3.1 Struktur Kedudukan Tim Desain Divisi Digital Marketing

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Koordinasi Pelaksanaan Kerja adalah proses pengintegrasian tugas yang efektif di lingkungan kerja. Koordinasi dibutuhkan untuk memastikan setiap tugas klien dapat diselesaikan dengan baik. Dalam hal ini, komunikasi yang jelas dan terstruktur sangat membantu proses kerja yang lancar. Hal ini juga berlaku dalam pelaksanaan magang, di mana koordinasi kerja yang baik memungkinkan penyesuaian tugas dengan kebutuhan perusahaan.

Selama bekerja sebagai *Graphic & Visual Intern*, penulis menerima dan berbagi tugas dengan *senior graphic designer* yang mendapatkan distribusi *brief* desain dari Design Team Leader. Design Team Leader menerima *brief* dari berbagai pihak yang membutuhkan materi promosi visual, seperti tim konten dan divisi lain perusahaan sebagai pihak “klien” *internal*.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Proses pengajuan *brief* dilakukan melalui google sheets yang disebut sebagai “*Master Sheets*” setiap produk brand. Dalam format google sheets yang telah disediakan oleh tim konten sebagai *template* standar untuk memudahkan pengajuan permintaan desain. google sheets lalu dibagikan kepada Design Team Leader, yang bertanggung jawab mendistribusikan tugas kepada anggota tim sesuai dengan kemampuan dan kapasitas anggota.

Pada umumnya, penulis mengumpulkan hasil desain ke Design Team Leader yang lalu akan bergerak sebagai mediator antara klien internal dengan penulis. Dalam beberapa instansi, penulis juga mengumpulkan dan revisi tugas ke Senior Graphic Designer dan klien langsung ketika Design Team Lead sedang sibuk.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama magang di Berl Cosmetics sebagai *Graphic & Visual Intern*, penulis ditugaskan dalam perancangan berbagai materi desain untuk mendukung aktivitas pemasaran digital perusahaan. Tugas utama meliputi pembuatan materi visual seperti feeds, cover, video reels, banner, dan konten promosi lainnya. Setiap pekerjaan dilakukan sesuai alur kerja yang terstruktur, mulai dari menerima *brief*, melakukan revisi, hingga tahap finalisasi desain.

Tabel 3.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1 - 5 Agustus 2025	Bahaya Gula buat tubuh!	Mengedit video edukasi konsumsi gula berlebih untuk tubuh, mempromosikan produk pemanis alternatif Fitosweet Stevia untuk Instagram.
		POV: Lip Combo First Date!	Mengedit Video konten daily brand Arinna Hidayah Skincare berupa produk Lip Matte untuk Instagram.
		Market Placement Product Big Brand	Merancang Market placement produk website Fitosweet Steva dan Shopee FrutaBee.
2	11 - 14 Agustus 2025	Promo kemerdekaan buy 1 get 1 Fitosweet Stevia	Mengedit Video konten promosi hari kemerdekaan 17 Agustus Fitosweet Stevia untuk Instagram.
		“LOMBA PAKE SUNSCREEN TERCEPAT”	Mengedit Video konten promosi hari kemerdekaan 17 Agustus Arinna Hidayah Skincare untuk Instagram.
		Promo kemerdekaan Diskon FitoZlim	Membuat cover untuk video reels Instagram produk Fitosweet dan Fitozlim.
3	18 - 22 Agustus 2025	Matcha: Rendah Kalori VS tinggi kalori	Mengedit Video konten daily menu manis sehat yaitu Matcha dengan Stevia.
		Minggu depan mau first date tapi perut sebuncit ini?	Mengedit Video Journey turut berat badan.

		Product Placement untuk produk Arinna Hidayah Skincare	<ul style="list-style-type: none"> - Cover untuk UV Protecton Sunscreen - Cover untuk Whitening Glow Tone Up Lotion - Slider untuk UV Protecton Sunscreen - Slider untuk Whitening Glow Tone Up Lotion
4	26 - 29 Agustus 2025	Desain cover "Say Goodbye to Komedo!"	Membuat Cover Reels Instagram untuk produk B Erl Official.
		Desain cover "Tipe orang pake Sunscreen"	Membuat Cover Reels Instagram untuk B Erl Cosmetics.
		Desain cover "Merawat Kulit with Bestie!" dan "Kandungan utama Body Scrub"	Membuat Cover Reels untuk instagram produk B Erl Body care.
5	1 - 4 September 2025	Konten Video Reels "Bikin kue bolu buah naga pakai Steva?!"	Mengedit Video konten daily produk Fitosweet Stevia untuk Instagram.
		Cover reels "Bodycare Terjangkau", "Sekali Apply langsung cerah!" dan 2 combo tergong	Membuat cover untuk reels instagram Body care B Erl.
		Body scrub tanpa bilas, step by step body scrub	Feeds cara memakai produk Body scrub. Desain untuk instagram untuk body scrub Body care.

6	8 - 12 September 2025	You Can Never say No to Body Scrub!	Membuat cover untuk reels instagram Body care B Erl.
		Kenapa harus pakai B Erl Brightening Body Scrub?	Membuat Feeds instagram untuk body scrub Body care.
		Bisa minum manis tiap hari tapi ga gendut?	Mengedit Video konten daily produk Fitosweet Stevia untuk Instagram.
7	16-19 September 2025	Tubuh: SEBELUM vs SESUDAH lahiran	Feeds instagram untuk mother diary perubahan tubuh setelah melahirkan. Desain untuk produk FitoZlim.
		Fitosweet s Calling...	Teaser post untuk Fitosweet Stevia varian baru.
		Customer Feedback B Erl Body Scrub	Testimoni customer terhadap produk Body care B Erl.
		What is this Lip Matte for?	Mengedit Video konten daily produk Arinna Hidayah Skincare: Lip matte cocok untuk semua kegiatan!
8	22-26 September 2025	Sweetness Level Up!	feeds Teaser launching Fitosweet variasi leci.
		Fitosweet Payday Sale	Cover reels Fitosweet Payday Sale.
		Market Placement untuk produk Wondersih	Market Placement untuk produk Wondersih Shopee.
		Gula Berlebih = Obesitas pada anak?!	Cover Reels video edukasi bahaya gula putih pada jajanan anak-anak yang dapat berdampak terhadap kesehatan anak.

9	29 September - 3 Oktober 2025	Banner Shopee Fitosweet dan FitoZlim	Membuat banner Benefit toko Shopee Fitosweet dan FitoZlim ukuran 1080 x 1090 px dan 2000 x 1000 px.
		Ternyata sebanyak ini gula dalam teh kemasan...	Cover reels video Instagram Fitosweet.
		Your Nightly Glow Ritual!	Feeds rutinitas skincare malam hari sebelum tidur Arinna Hidayah Skincare.
		Sweet or Silent Killer?	Feeds tentang jumlah kalori dalam jajanan manis serta bahaya nya.
		RING RING, Did you Join the Give away?	Cover reels Announcement Giveaway produk Fitosweet x Detcha.
		7 Kesalahan diet yang bikin gagal	Feeds informasi FitoZlim tentang tentang 7 kebiasaan tiap hari yg buruk yang dapat membuat diet gagal.
10	6 - 10 Oktober 2025	Feeds edukasi kesehatan kulit produk Arinna Hidayah Skincare	Feeds carousel tentang 70% Wanita Indonesia mengalami masalah kulit.
		Skincare Routine for Healthy Skin!	Motion Graphic berupa receipt tentang skincare Arinna Hidayah Skincare.
		FitoZlim cover 10.10 Sale	Cover reels Instagram FitoZlim cover 10.10 Sale.
		Limited Offer Fitosweet Promo buy 2 get 1 FREE	Feeds announcement promo Fitosweet beli 2 gratis 1.
		Fitosweet Sale 65% 10.10	Cover reels Instagram 65% sale tanggal cantik.

		Promo 10.10 Arinna Hidayah Skincare	Banner dan Instagram story promo 10.10.
11	13 - 17 Oktober 2025	Kenapa Fitosweet 1 tetes aja udah manis?	Feeds Instagram tentang kandungan Fitosweet Stevia.
		Kata orang Indo..."belum pake nasi belum kenyang!"	Feeds Instagram tentang kebiasaan pola makan masyarakat Indonesia yang dapat membuat menaikkan BB.
		Before and After FitoZlim	Cover reels Instagram perbandingan bb sebelum dan sesudah FitoZlim.
		Market Placement Fitosweet	Market Placement Fitosweet shopee yang berisi: <ul style="list-style-type: none"> - Testimoni Fitosweet - Perbedaan Fitosweet dengan Stevia - Mengapa harus waspada terhadap kadar gula?
		Lomba screencap Detcha	Motion Graphic lomba screencap video produk bergerak Detcha.
		POV: kefoto rahasia negara	Video promos Affiliate Detcha Skincare.
12	20 - 24 Oktober 2025	Masalah kulit cocok nya pake apa ya?	Promosi produk Radiance Glow Booster Serum.
		Payday Sale LIVE Button	Mendesain tombol Payday Sale LIVE Button baru.
		Detcha Skincare Reels Cover	<ul style="list-style-type: none"> - Rahasia Kulit Glowing - Brightening for Sensitive Skin!
		Detcha Diskon 20% - 50% + Gratis	Video diskon harga spesial produk membeli produk Detcha Skincare.

		Fitosweet Stevia	
		Flyer Benefit B Erl Deodoran dan testimoni frame	Flyer Benefit untuk launching produk baru B Erl Cosmetics yaitu B erl Deodoran dan testimoni frame untuk Flyer Benefit.
13	27 - 31 Oktober 2025	Mau hasil Make up gak Cakey dan Flawless?	Cover reels untuk produk B erl Cosmetics Cushion.
		B erl Padel Tournament	Membuat Spanduk dan standing banner untuk event padel B erl.
		Kalender tahun baru 2026 B erl Cosmetics	Membuat Kalender dinding dan kalender lipat tahun baru 2026 B erl Cosmetics.
14	3 - 7 November 2025	Ucapan Tahun baru 2026 B Erl	Story dan feeds Instagram B erl Cosmetics.
		Quote feeds B erl	Membuat Quotes Feeds Facebook B erl Cosmetics.



15	10 - 14 november 2025	Membuat ucapan hari besar 2026	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat story dan feeds ucapan Isra Miraj 2026 - Membuat story dan feeds ucapan hari raya Idul Fitri 2026 - Membuat story dan feeds ucapan Hari Buruh Internasional 2026 - Membuat Story dan feeds ucapan Hari Kartini 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Kebangkitan Nasional 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Hari Kelahiran Pancasila 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Idul Adha 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Tahun baru Islam 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Mualid Nabi Muhammad SAW 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Kesaktian Pancasila 2026
		Quote feeds B erl	Membuat Quotes Feeds Facebook B erl Cosmetics.
		Voucher Spesial event B erl	Voucher diskon 20% event spesial B erl.

16	17 - 21 November 2025		<ul style="list-style-type: none"> - Membuat feeds dan story ucapan Hari Batik Nasional 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Hari Santri Nasional 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Hari Sumpah Pemuda 2026 - Membuat Feeds dan story ucapan Hari Pahlawan Nasional 2026 - Membuat Feeds dan story ucapan Hari Ayah 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Hari Guru Nasional 2026 - Membuat feeds dan story ucapan Hari Ibu 2026
		Voucher Diskon Event Spesial B erl	Voucher diskon 30% event perempuan berlari.
		B erl Meet and Grow 2026	Membuat cover untuk reels B erl Meet and Grow 2026.
		Tombol dan Icon untuk web Color Analysis tes	Membuat Icon untuk web Color Analysis tes yang meliputi: <ul style="list-style-type: none"> - Color Palette - Lip Series Icon
17	24 - 28 November 2025	Mockup Kalender tahun baru 2026	Membuat mockup penggunaan kalender dinding dan ring B.
		Tombol dan Icon untuk web Color Analysis tes	Membuat Icon untuk web Color Analysis tes yang meliputi produk lip series B erl beserta swatches nya.
		Urutan pakai Make up B erl	Feeds Instagram Arinna Hidayah Skincare

		Cover Reels Instagram B erl Cosmetics	<ul style="list-style-type: none"> - Lip Treatment event Perempuan Berlari - Recap day 3 event Perempuan Berlari - Cover reels daily konten B erl - Challenge eyeliner ala sashfir
		Reels daily konten B erl	Mengedit video konten daily B erl

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang sebagai *Graphic & Visual Intern*, penulis ditugaskan merancang materi visual untuk mendukung kebutuhan promosi digital produk. Proyek dikerjakan melalui proses penerimaan brief, *brainstorming*, pengumpulan aset desain, revisi, hingga finalisasi desain dan publikasi. Sebagai syarat kelulusan magang, penulis diwajibkan untuk mengerjakan minimal lima proyek/ karya, dengan 1 proyek utama dan 4 proyek tambahan lainnya yang meliputi penjelasan proses perancangan dari awal hingga akhir. Dalam mengerjakan proyek utama dan tambahan, penulis menggunakan berbagai Metode perancangan sesuai dengan lima proyek yang berbeda.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Tugas utama yang penulis kerjakan sebagai proyek besar penulis selama melaksanakan magang adalah merancang kalender tahun baru 2026 B erl Cosmetics. Kalender tahun baru ini dirancang untuk perusahaan, sehingga staf dan pegawai dalam perusahaan dapat melihat tanggal kerja dan hari besar di kantor. Kalender yang penulis rancang memiliki 2 jenis, yaitu kalender duduk dan kalender dinding. Brief tugas utama diberikan kepada penulis pada tanggal 31 Oktober 2025, sedangkan proses pembuatan tugas utama dilaksanakan pada tanggal 31 Oktober - 11 November 2025. Brief yang dibagikan berupa google sheets yang diberikan oleh Design Team Leader.

HARI BESAR 2026						
No	Hari Besar	Tanggal Perayaan	PIC	Format	Checklist	Link Desain
1	Tahun Baru 2026	Kamis, 01 Januari 2026	Sabrina	story	✓	
2	Isra' Miraj Nabi Muhammad SAW	Jumat, 16 Januari 2026	Sabrina	story	✓	
3	Berl 9th Anniversary	Jumat, 27 Februari 2026	Sabrina	story + feeds	✓	
4	Hari Raya Idul Fitri 1447 H	Senin, 31 Maret 2025	Sabrina	story + feeds	✓	
5	Hari Kartini	Selasa, 21 April 2026	Sabrina	story	✓	
6	Hari Buruh Internasional	Kamis, 01 Mei 2025	Sabrina	story	✓	
7	Hari Kebangkitan Nasional	Selasa, 20 Mei 2025	Sabrina	story	✓	
8	Hari Lahir Pancasila	Minggu, 01 Juni 2025	Sabrina	story	✓	
9	Hari Raya Idul Adha 1447 H	Jumat, 06 Juni 2025	Sabrina	story + feeds	✓	
10	Tahun Baru Islam 1447 H	Jumat, 27 Juni 2025	Ade	story + feeds	✓	
11	Hari Kemerdekaan Indonesia (HUT RI)	Minggu, 17 Agustus 2025	Ade	story + feeds	✓	
12	Maulid Nabi Muhammad SAW	Jumat, 05 September 2025	Ade	story	✓	
13	Hari Kesaktian Pancasila	Rabu, 01 Oktober 2025	Ade	story	✓	
14	Hari Batik Nasional	Kamis, 02 Oktober 2025	Ade	story	✓	
15	Hari Santri Nasional	Rabu, 22 Oktober 2025	Ade	story	✓	
16	Hari Sumpah Pemuda	Selasa, 28 Oktober 2025	Ade	story	✓	
17	Hari Pahlawan	Senin, 10 November 2025	Ade	story	✓	
18	Hari Ayah	Rabu, 12 November 2025	Ade	story	✓	
19	Hari Guru	Selasa, 25 November 2025	Ade	story	✓	
20	Hari Ibu	Senin, 22 Desember 2025	Ade	story	✓	

Gambar 3.3 Google Sheets Hari besar 2026

Sebelum memulai proses desain, penulis menerima *brief* dari *design* Design Team Leader, melalui format google sheets yang dikirimkan melalui aplikasi Whatsapp. Brief ini diperoleh dari klien internal, yaitu divisi Brand Marketing, yang kemudian dikirimkan terlebih dahulu kepada *design* Design Team Leader yang lalu didistribusikan kepada penulis sebagai desainer yang bertanggung jawab dalam mengerjakan proyek ini. Google Sheets disediakan sebagai catatan hari-hari besar yang harus dimasukkan pada kalender tahun baru. Selain itu, google sheets ini juga digunakan sebagai brief untuk perancangan *feeds* dan *story* ucapan hari besar pada tahun 2026 yang nanti juga akan dirancang oleh penulis.

Setelah menerima *brief*, penulis mulai melakukan observasi dan mempelajari kalender Berl pada tahun sebelumnya, observasi ini dilakukan sehingga penulis dapat melakukan interpretasi desain sesuai dengan ciri khas desain lama secara keseluruhan dan digabung dengan elemen desain yang sekarang. Pada tahap ini, penulis mencermati *layout*, *font* serta gaya desain yang sebelumnya perusahaan rancang untuk kalender tahun lalu. Informasi yang penulis dapat pada tahap ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan pendekatan desain yang terpadu antara gaya dan estetika Berl pada tahun sebelumnya serta gaya desain yang saat ini Berl terapkan.



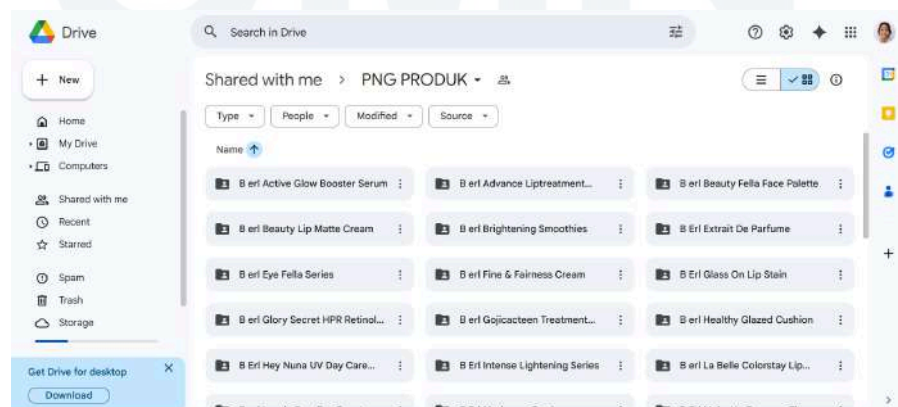
Gambar 3.4 Kalender B erl 2025

Pada *brief* awal, klien meminta penulis untuk membuat kalender yang berdesain indah tetapi elegan. Selain itu, klien juga meminta penulis untuk menggunakan warna-warna yang cerah dan menunjukkan produk B erl serta Bunda Erlyanie sebagai salah satu elemen unik dalam kalender. Berdasarkan *brief* tersebut, penulis mulai mengumpulkan referensi desain dan layout kalender. Melalui referensi yang telah dikumpulkan, penulis menyusun moodboard yang berfokus untuk merancang kalender yang memiliki gaya desain B erl tahun baru serta gaya desain B erl saat ini. Dalam moodboard, penulis mengumpulkan beberapa elemen yang sekarang perusahaan gunakan dalam *brand*, yaitu desain elegan dengan warna pink dan emas.



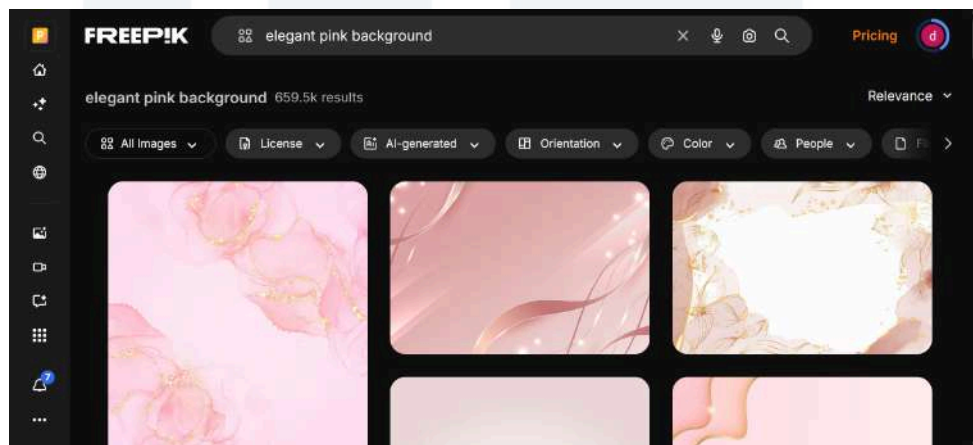
Gambar 3.5 Moodboard Kalender

Setelah mengumpulkan referensi yang digunakan sebagai *moodboard*, penulis mulai mengumpulkan aset yang berupa elemen desain yang nanti penulis gunakan dalam kalender. Pada tahap ini penulis diberikan sebuah link *google drive* yang berisi foto semua produk B'eri, di mana penulis lalu mendownload foto produk tersebut sehingga menjadi aset desain dalam kalender. Di tahap seleksi ini, penulis akan meng highlight produk yang belum masuk pada kalender B'eri tahun sebelumnya, serta memasukan produk yang baru launching juga. Selain foto produk, penulis juga menerima aset desain berupa logo brand, *tagline*, serta foto bunda Erlyanie dari *senior graphic designer*.



Gambar 3.6 Google Drive aset produk B'eri

Pada tahap pengumpulan aset selanjutnya, penulis diarahkan oleh *senior graphics designer* untuk mencari gambar berwarna pink dan elegan yang cocok untuk digunakan sebagai background kalender di website *Freepik* menggunakan akun desain perusahaan. Pada bagian ini penulis akan menelusuri dari sekian banyak desain background berwarna pink yang dapat digunakan saat membuat kalender. Setelah memilih beberapa background, penulis akan masuk ke aplikasi *Adobe Photoshop* untuk mengedit kembali beberapa background tersebut sehingga warna lebih sesuai dengan *color palette* brand *B erl*.



Gambar 3.7 Mencari aset *background* kalender

Setelah mengumpulkan semua asset desain, penulis mulai menyeleksi jenis tipografi dan *font* yang akan digunakan dalam teks kalender. Tipografi dipilih dengan mempertimbangkan keterbacaan dan kesan visual yang sesuai dengan tema dan gaya visual *B erl* saat ini. Setelah mempertimbangkan *font* dengan bantuan Design Team Leader, Penulis memilih font *Britannic* sebagai headline, *font Merriweather* untuk teks *Sub-head* berangka dan font *DM Sans* untuk body text.

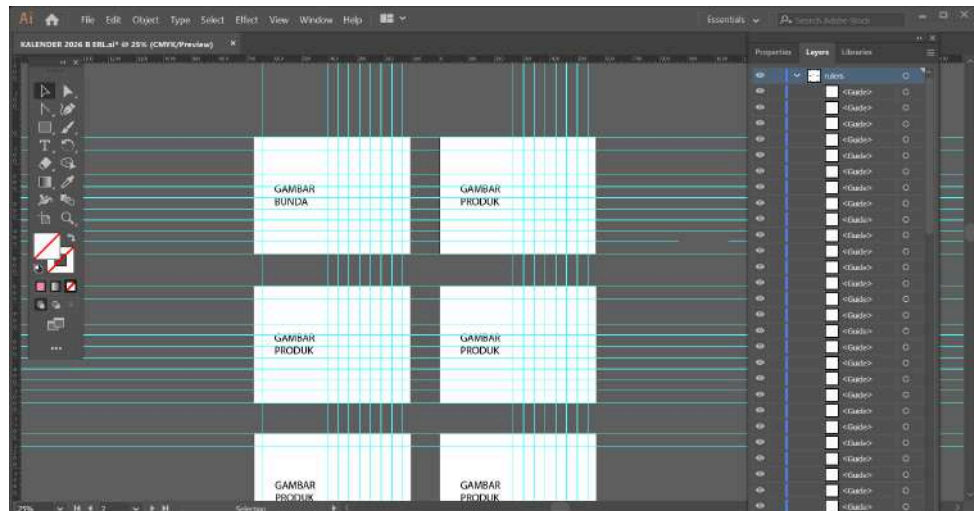
Penulis menggunakan kombinasi tiga font untuk menciptakan hierarki visual yang jelas dan enak dilihat. *Font Britannic* digunakan untuk elemen headline karena merupakan jenis font sans-serif dengan bentuk huruf yang tebal dan proporsi yang unik. *Font* ini dipilih karena font memiliki

tampilan yang kokoh dan berwibawa pada judul utama, sehingga menarik perhatian dan tetap terbaca dengan jelas sebagai display font. Selanjutnya *Font Merriweather* digunakan untuk sub-head pada kalender. *Font serif* ini dirancang khusus untuk keterbacaan tinggi, menjadikannya pilihan ideal untuk teks panjang yang memerlukan kenyamanan pembaca, sekaligus memberikan kontras yang seimbang dengan tampilan sans serif dari *DM sans*. Terakhir, *font DM Sans* dipilih sebagai body teks dan angka pada tanggal pada halaman kalender. *Font sans-serif* ini bersifat modern dan minimalis, memberikan kejernihan visual yang optimal untuk data numerik.



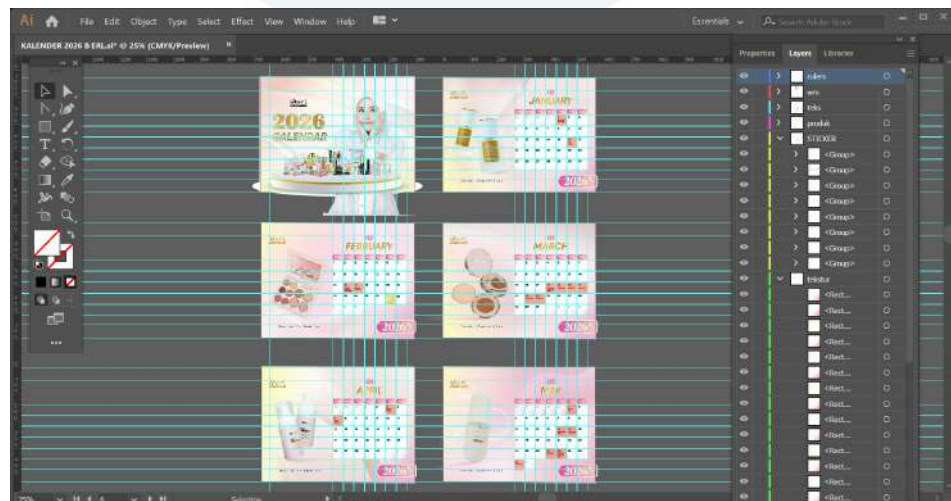
Gambar 3.8 Tipografi Kalender

Penulis lalu mulai membuat *file Adobe Illustrator* dengan ukuran 794 x 559 px (A5). Dengan menggunakan *Adobe Illustrator* penulis dapat menggunakan *tools ruler* untuk membuat *guides* sebagai patokan desain kalender. *Guides* ini digunakan untuk mengatur tata letak antara elemen elemen desain, teks, dan gambar agar tertata dengan rapi dan mudah dibaca. Selain untuk panduan *tools ruler* ini juga penulis gunakan untuk membuat *Grid* template kalender agar tetap peletakkan logo serta gaya desain tetap konsisten.



Gambar 3.9 Grid and Layout Kalender

Pada tahap perancangan kalender, penulis memasukan semua elemen desain terlebih dahulu dan memasukan aset-aset ke dalam layer masing-masing, sehingga proses desain berlangsung lebih rapi serta memudahkan penulis untuk menemukan aset yang dibutuhkan.



Gambar 3.10 Perancangan Aset visual dan teks Kalender

Hal pertama yang penulis masukan dalam desain adalah penempatan kotak tanggal pada kalender beserta angka tanggal nya. Setelah layout sudah terlihat nyaman dilihat dan diberi *approval* Design Team Leader, penulis lanjut memasukan layout dan desain ke halaman kalender lainnya. Sesudah semua halaman terisi, penulis lalu menambahkan tanggal

merah dan hari raya besar yang akan terjadi pada tahun 2026, serta memasukan aset produk dan bunda Erlyanie pada kalender. Setelah hasil pertama kalender sudah jadi, penulis akan mengirim hasil karya ke Design Team Leader untuk membantu hasil karya serta melakukan revisi terhadap kalender. Setelah melakukan beberapa revisi, penulis juga ditugaskan untuk merancang kalender dinding dengan menggunakan aset desain yang sama dengan kalender duduk. Hasil akhir kedua kalender diunggah menjadi file PDF dengan format warna CMYK yang nanti akan dicetak.



Gambar 3.11 Mockup Kalender 2026 B erl Cosmetics

Sebelum kalender di cetak, Design Team Leader menugaskan penulis untuk membuat sebuah *mockup* kalender duduk dan dinding, yang nanti akan dibagikan kepada bunda Erlyanie sebagai tanda *Approval* terakhir terhadap proyek kalender B erl 2026. Setelah mendapatkan revisi minor, penulis akan mengunggah kembali kalender ke bentuk PDF dan mengumpulkan proyek ke Design Team Leader.

Selama proses perancangan kalender tahun baru, penulis mengalami beberapa kendala. Kendala pertama adalah masalah file desain yang mengalami masalah ketika penulis ingin membuka file untuk melakukan revisi di hari kedua mengerjakan kalender. Masalah ini terjadi karena ukuran file kalender yang terlalu besar dan ruang laptop penulis yang sudah terlalu penuh, sehingga file desain tidak bisa terbuka dengan lancar. Untuk mengatasi masalah ini penulis dengan bantuan *Senior Graphic*

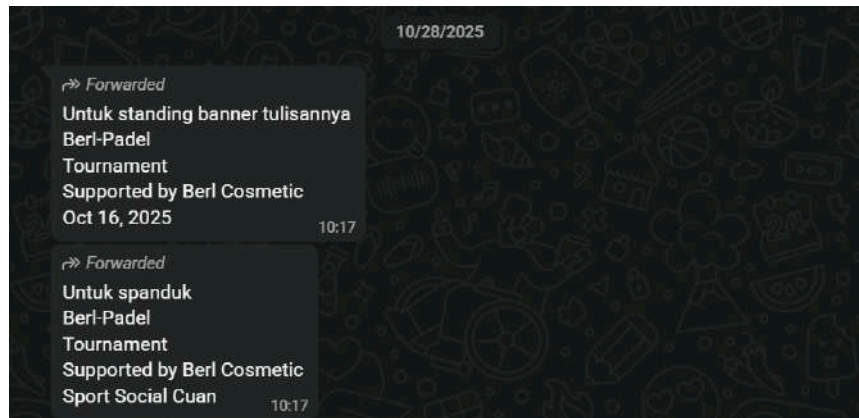
Designer membersihkan *storage* pada laptop dan menghapus beberapa aplikasi pada laptop yang memenuhi ruang laptop. Setelah melakukan ini, penulis dapat mengakses file desain kembali dan melanjutkan proyek dengan baik. Dari perancangan proyek ini, penulis belajar bahwa untuk selalu mengatur ruang pada laptop sehingga file dan data lainnya tidak hilang atau rusak. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa proyek utama penulis dalam merancang kalender tahun baru, memberi pelajaran penulis terhadap perancangan media cetak yang mencakup *layouting* dan *problem solving* yang baik.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain membuat kalender tahun baru B erl, penulis juga mengerjakan beberapa tugas tambahan. Tugas tambahan ini berupa proyek tambahan dari perusahaan yang penulis kerjakan untuk media promosi event spesial B erl. Selama menjalani tugas tambahan ini penulis menggunakan metode perancangan yang diimplementasikan berbeda-beda.

3.3.2.1 Spanduk & Standing Banner B Erl Padel

B erl Padel adalah event turnamen padel yang diadakan pada 16 Oktober 2025 dalam rangka merayakan peluncuran produk baru B erl, yaitu *GlutaShine Deodorant Natural Spray*. Acara yang bertema "*Healthy, Happy & Get Money*" ini bertujuan menjadi ajang bersenang-senang dan berolahraga bagi penggemar padel, termasuk artis dan influencer. Pada event ini penulis bertanggung jawab membuat materi promosi cetak berupa spanduk dengan ukuran 180 x 90 cm dan standing banner dengan ukuran 60 x 160 cm yang meliputi tiga tahapan yaitu tahap penerimaan brief, proses desain, dan pengaplikasian hasil akhir.



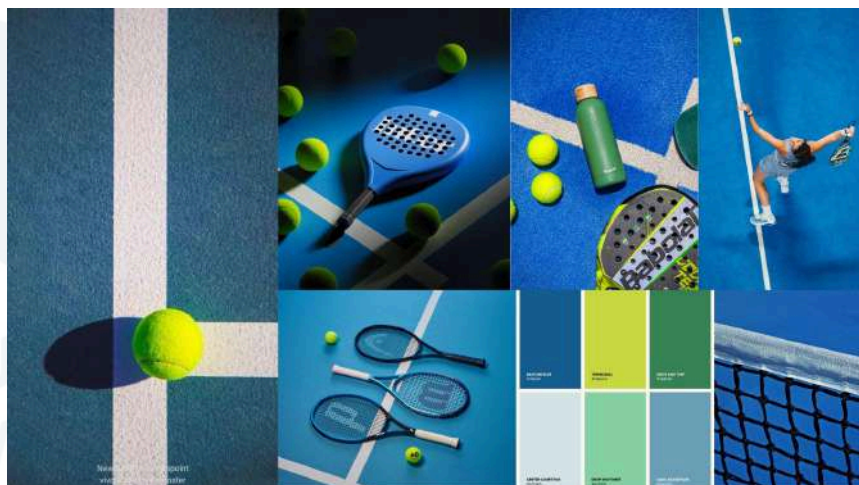
Gambar 3.12 *Brief* Spanduk dan Banner

Pada tahap awal, penulis menerima *brief* dari Design Team Leader pada tanggal 28 Oktober 2025, sedangkan proses pembuatan dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober - 30 November 2025. Melalui *brief* yang diterima, penulis memahami terlebih dahulu tema, tujuan, serta konsep acara. Karena turnamen padel ini ditujukan kepada dewasa yang senang berolahraga, konsep visual yang penulis pilih untuk merancang banner dan spanduk dengan visual *fresh* dan *energetic*, tetapi tetap elegan. Pada proyek ini klien internal menginginkan desain dengan *color palette* berwarna biru, hijau, dan putih. Selain itu klien juga memberi beberapa referensi ilustrasi yang penulis gunakan dalam membuat *moodboard*. Klien juga meminta penulis memasukan elemen ilustrasi raket, bola, serta elemen desain lainnya seperti gambar seorang pemain padel sebagai salah satu subjek utama pada banner dan spanduk. Dari pemahaman tersebut, penulis mulai mengumpulkan referensi visual yang relevan sebagai landasan proses desain selanjutnya.



Gambar 3.13 Referensi B erl Padel

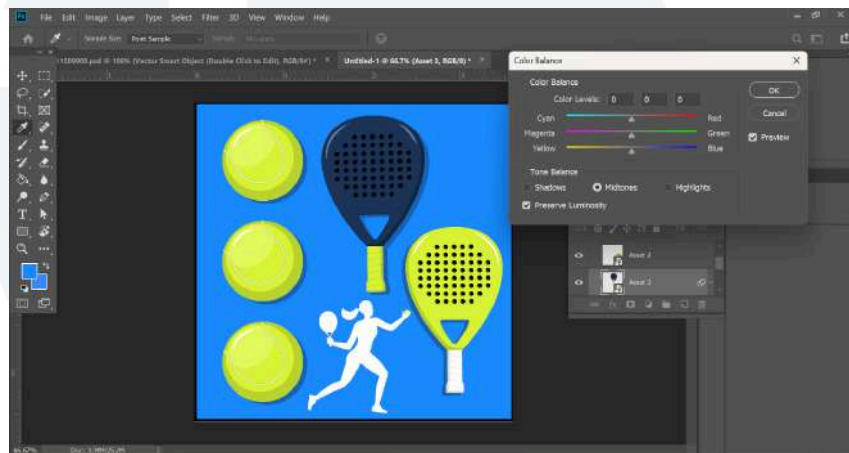
Setelah menerima *brief* dari klien internal, penulis mulai melakukan proses desain dengan menciptakan *moodboard* untuk menentukan arah desain. *Moodboard* ini mencangkup elemen visual seperti palet warna dan gaya ilustrasi yang semuanya dirancang untuk mendukung konsep turnamen olahraga yang menyenangkan bagi audiensi dewasa. *Mooboard* ini berfungsi sebagai pedomaan utama untuk memastikan konsistensi visual sepanjang proses desain.



Gambar 3.14 Moodboard B erl Padel

Setelah mengumpulkan referensi yang digunakan sebagai *moodboard*, penulis mulai mencari aset- aset visual yang diminta klien di website *freepik*, menggunakan akun desain perusahaan.

Pada tahap pengumpulan aset ini, penulis akan membrowsing dari sekian banyak desain vektor yang dapat digunakan saat merancang spanduk dan banner B erl padel. Setelah menemukan aset yang dibutuhkan, penulis membuka aplikasi desain *Adobe Illustrator* untuk mengatur kembali ukuran serta warna aset. Setelah itu, penulis membuat file baru dan memasukkan aset desain yang penulis temukan sebelumnya.



Gambar 3.15 Pengaturan warna aset desain

Setelah semua aset desain terkumpul, penulis lalu memilih *font* yang akan digunakan dalam spanduk dan banner B erl padel. 2 *Font* utama yang dipilih adalah *Poppins* dan *Merriweather*. Font *Poppins* sebagai *font sans serif* yang digunakan untuk memberikan kesan modern, bersih, dan simetris, menjadikannya ideal untuk headline dan tagline promosi utama pada banner, karena keterbacaannya yang tinggi dan tampilan yang fresh sesuai dengan tema olahraga. Sementara itu, *font Merriweather* dipilih sebagai font serif yang dioptimalkan untuk keterbacaan di layar dengan karakteristiknya yang klasik dan elegan. Font ini sangat cocok digunakan pada headline banner dan spanduk juga dan memberikan kontras visual yang memastikan kenyamanan pembacaan teks formal dalam jumlah besar, sekaligus untuk dental pendukung yang lebih formal pada desain promosi.

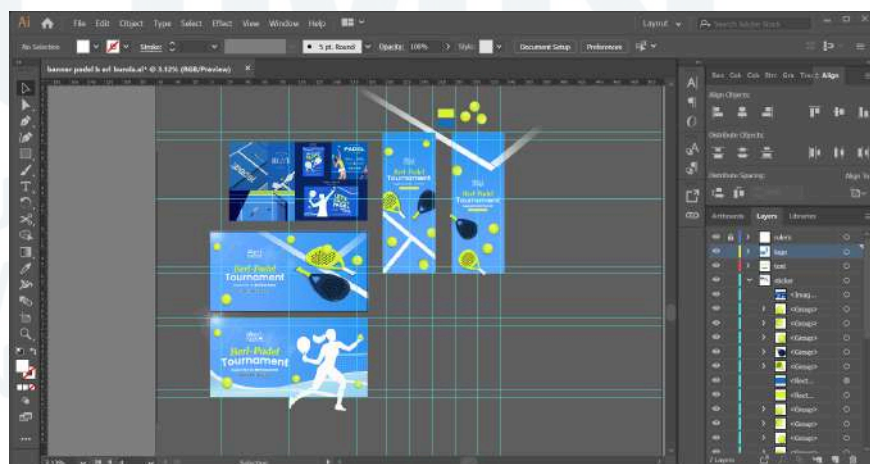
Merriweather

Poppins

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÁ PQRSTUVWXYZÀÁÉ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz abcdefghijklmnop
rstuvwxyzàáéîõø&1 qrstuvwxyzàáéî&12
234567890(\$£€.,!?) 34567890(\$£€.,!?)

Gambar 3.16 Tipografi Banner dan Spanduk

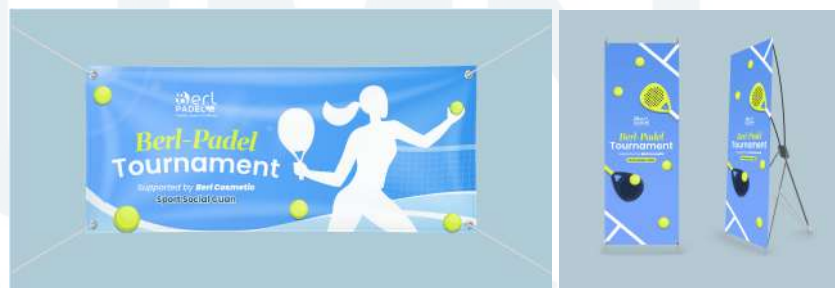
Hal pertama yang penulis lakukan ketika memulai proses desain adalah membuat *background* dengan warna biru gradien. Setelah itu, penulis memasukan teks dan aset desain ilustrasi raket dan bola padel pada canvas banner dan spanduk. Karena klien tidak memberi spesifikasi desain layout, penulis memutuskan untuk merancang 2 varian desain yang berbeda, di mana 2 varian tersebut akan tetap mengikuti konsep desain dari referensi yang diberikan klien. Penulis menggunakan ilustrasi raket dan bola padel sebagai elemen visual utama, beserta ditambahkan *copywriting* pendukung. Setelah merancang desain, penulis lalu mengirim hasil karya ke Design Team Leader untuk membantu memeriksa hasil karya serta.



Gambar 3.17 Perancangan Spanduk dan Banner

Setelah desain pertama diterima oleh klien, penulis kembali ke proses desain dengan melakukan revisi sesuai dengan hasil evaluasi dan permintaan pihak klien dan *supervisor*. Untuk desain spanduk, klien meminta penulis untuk melanjutkan desain spanduk yang memiliki ilustrasi pemain padel. Pada desain ini, klien meminta untuk gagang raket pada ilustrasi di perkecil dan dipendekan sehingga raket lebih mirip dengan raket padel. Selain itu, klien sudah cukup puas dengan hasil spanduk.

Sedangkan desain pada standing banner, di rombak ulang secara keseluruhan. Berdasarkan masukan klien, hasil desain penulis bisa dapat dikembangkan dengan membuat desain yang lebih *balance*. Dari masukan tersebut, penulis merevisi penempatan garis yang merepresentasikan garis pada lapangan padel menjadi diujung banner yang saling berhadapan. Penempatan teks di ubah menjadi di bagian tengah banner, sehingga penulis dapat menambahkan ilustrasi raket padel seiring dengan garis lapangan. Setelah melakukan revisi, penulis langsung mengirim hasil desain yang terbaru ke *team lead* dan menunggu hasil *approval* dari pihak klien.



Gambar 3.18 Mockup banner dan standing banner B erl Padel

Setelah *team lead* dan klien sudah setuju dengan hasil desain, penulis langsung mengunggah desain menjadi bentuk PDF dengan format warna CMYK. Spanduk dan standing banner ini lalu akan dipajang di lapangan tempat event turnamen B erl padel turnamen dilaksanakan.

Selama menjalani proyek pembuatan spanduk dan banner ini, penulis menghadapi beberapa kendala. Kendala pertama yang dialami penulis adalah membuat ukuran *artboard* dengan ukuran yang kurang tepat, sehingga penulis harus mengatur ulang ukuran *artboard*. Kesalahan ukuran desain ini baru diketahui setelah file sudah dikirim ke tukang percetakan. Masalah ini terjadi karena klien tidak memberi tahu ukuran spanduk dan banner secara spesifik, selain itu penulis juga kurang berinisiatif dalam memeriksa dan mengkonfirmasi ukuran kepada klien. Dari kesalahan ini penulis belajar untuk selalu mempelajari lebih baik dengan apa yang kurang dan spesifikasi tertentu yang dibutuhkan. Dengan begitu penulis simpulkan bahwa dari perancangan banner dan spanduk ini penulis belajar cara mengatur ukuran desain dan *artboard* yang sesuai untuk media percetakan dan penting nya komunikasi dalam bekerja.

3.3.2.2 Voucher Special Event B erl

Dalam rangka meningkatkan penjualan produk, B erl mengadakan *event* spesial setiap bulannya. Event yang seringkali mengajak peserta untuk melakukan sebuah kegiatan yang dapat dilakukan bersama-sama. Pada kegiatan event ini biasanya B erl membagikan *voucher* diskon produk untuk semua pengunjung *event*. Pada bulan November 2025 ini, B erl mengadakan event “Perempuan berlari”. Perempuan Berlari merupakan *join event* yang diadakan bersama dengan “Run For Humanity”, yaitu maraton lari untuk pemuda yang gemar melakukan berlari dan beramal untuk mendukung program kemanusiaan. Event ini digelar pada tanggal 26 - 30 November 2025 di Senayan Park. Untuk setiap peserta yang mendapatkan voucher ini, dapat mendatangi booth B erl dan mendapatkan diskon 30% untuk semua produk. Selama kegiatan event berlangsung, penulis berkontribusi dalam merancang voucher diskon untuk kegiatan perempuan berlari.

Deskripsi

VOUCHER SPESIAL

Event Perempuan Berlari

Diskon 30% All Product

Berlaku hanya pada 30 November 2025

di Booth B Erl Cosmetics

Tunjukkan voucher ini saat transaksi untuk mendapatkan harga spesial.

Gambar 3.19 *Brief* Spanduk dan Banner

Penulis menerima *brief* pada tanggal 11 November 2025, sedangkan proses pembuatan voucher dilaksanakan pada tanggal 11 - 18 November 2025. *Brief* yang dibagikan berupa *copywriting* yang diberikan oleh Design Team Leader. Brief ini diperoleh dari klien internal, yaitu divisi *Brand and Marketing*, yang kemudian dikirimkan terlebih dahulu kepada Design Team Leader *design* yang lalu didistribusikan kepada penulis sebagai desainer yang bertugas menjalani proyek ini. Berdasarkan *brief* yang diterima, klien tidak memiliki desain spesifikasi untuk voucher, dengan begitu penulis mendapatkan arahan dari *senior graphic designer* untuk mempelajari konsep desain dari *key visual* yang sebelumnya sudah dirancang serta mencari referensi voucher lainnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.20 Key Visual Perempuan Berlari

Berdasarkan *Key visual* event perempuan berlari, penulis mendapatkan bahwa event Perempuan Berlari ini menggunakan tema desain yang menyerupai gaya B Erl sebelumnya yaitu gold dan elegan, dengan penggunaan warna *light gold* dan hitam, dan digambarkan dengan seorang pelari wanita yang berhijab. Elemen-elemen visual ini akan penulis mengimplementasikan ketika membuat ke desain voucher. Setelah menganalisis *key visual* untuk event perempuan berlari, penulis mulai mengumpulkan beberapa contoh desain voucher yang akan digunakan sebagai referensi desain.



Gambar 3.21 Referensi Voucher

Pada tahap desain selanjutnya, penulis mulai mengumpulkan aset desain seperti background *voucher*, ilustrasi

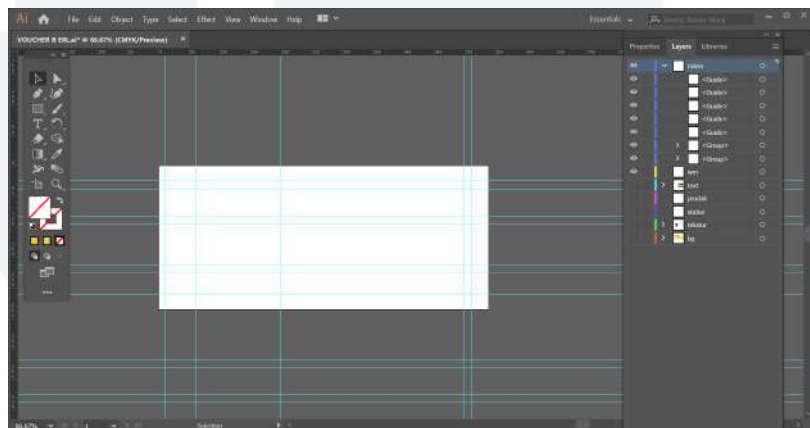
dan tipografi sebelum memasuki *Adobe Illustrator*. Untuk mendapatkan aset ilustrasi, penulis menggunakan *website Freepik* untuk mencari *background voucher* serta ilustrasi perempuan yang sedang berlari. Pada tahap ini penulis menggunakan akun *Freepik* memilih perusahaan, setelah aset penulis unggah akan di edit kembali menggunakan *Adobe Photoshop*, untuk mengatur warna aset sehingga sesuai dengan tema event.

Selain mengumpulkan aset, penulis juga harus menentukan jenis tipografi yang akan digunakan untuk *voucher*. Setelah mengikuti arahan team lead, penulis memutuskan untuk menggunakan *font* yang sering digunakan oleh perusahaan, yaitu *Poppins*, *Barlow*, dan *DM sans*. Ketiga *font* ini akan digunakan sesuai dengan hierarki teks pada perancangan voucher. *Poppins* adalah *font* geometris yang modern dan kuat, cocok untuk judul utama karena bentuknya yang bersahabat dan mudah di baca di berbagai ukuran. *Font Barlow* yang fungsional digunakan untuk meng emphasis tulisan “Diskon 30%” karena keterbacaan yang tinggi sehingga ideal untuk voucher yang padat dengan informasi. Sementara itu *font DM Sans* merupakan *font sans-serif* yang bersih dan minimalis, memberikan kesan elegan dan kontemporer, cocok untuk digunakan sebagai body teks pada voucher.



Gambar 3.22 Tipografi *Voucher*

Setelah mengumpulkan semua aset desain, penulis membuat *file Adobe Illustrator* dengan *artboard* berukuran 15 x 7 cm. Dengan *tool ruler* pada aplikasi, penulis membuat grid desain, sebagai guideline teks pada voucher. Penulis lalu masukan semua elemen desain terlebih dahulu dan memasukan aset- aset ke dalam layer masing-masing, sehingga proses desain berlangsung lebih rapi serta memudahkan penulis untuk menemukan aset yang dibutuhkan.



Gambar 3.23 Layout grid Voucher

Pada tahap desain *voucher*, penulis melakukan 3 kali revisi di mana penulis mendapatkan arahan revisi dari *senior graphic designer*. Desain 1 voucher penulis membuat desain yang elegan dan simpel, dan tidak menggunakan aset desain, hasil karya lalu di rombak ulang berdasarkan hasil evaluasi, Hal ini terjadi karena desain terlalu mirip dengan desain *voucher* yang penulis buat sebelumnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.24 Perancangan ulang voucher

Dengan begitu penulis membuat ulang *voucher* dan menambahkan elemen visual yang kurang pada desain yaitu ilustrasi seorang pelari wanita, yang cocok untuk menggambarkan event pelari wanita ini. Setelah melakukan revisi untuk desain 1 voucher, penulis mendapatkan diminta untuk merevisi teks pada desain kembali. Untuk Revisi 2 penulis di minta untuk memperbesar teks “Diskon 30%” di perbesar dibandingkan tulisan “All product”. Selain itu, penulis juga diminta untuk menambahkan tekstur pada bagian background berwarna putih sehingga desain tidak terkesan datar.



Gambar 3.25 Tahap revisi voucher

Setelah melakukan revisi final dan mendapatkan persetujuan desain dari *team lead*, penulis langsung mengunggah hasil desain menjadi PDF dengan format warna CMYK yang lalu akan di print dan digunakan oleh partisipan acara *Run for Humanity* untuk mendapatkan diskon produk sebesar 30% untuk semua produk B erl.



Gambar 3.26 Hasil final *Voucher* event Perempuan Berlari

Selama mengerjakan proyek ini, penulis melakukan satu kesalahan yaitu penggunaan warna kuning yang kurang tepat, sehingga ketika *voucher* di print warna *voucher* sedikit berbeda dengan desain digital. Dari kesalahan ini, penulis belajar untuk selalu memastikan mengecek pewarnaan pada file desain dikirim untuk di print. Dapat disimpulkan tugas perancangan *voucher* ini penulis belajar untuk selalu memeriksa pengaturan warna pada desain sehingga hasil desain digital, tidak mengalami perubahan ketika desain tersebut dicetak.

3.3.2.3 *Flyer Benefit B erl Deodoran*

Flyer benefit adalah material promosi desain yang dipajang pada halaman awal sebuah toko online. *Flyer benefit* ini digunakan untuk memperkenalkan produk, layanan, atau acara kepada publik secara efektif baik secara cetak atau digital. Dalam hal ini *flyer benefit* yang penulis rancang adalah *flyer benefit*

online berupa cover produk untuk toko shopee B erl Cosmetics. Pada awal bulan Oktober 2025, B erl mengeluarkan produk baru yaitu *GlutaShine Deodorant Natural Spray*. Dalam pengeluaran produk baru ini, penulis diberi kesempatan untuk mengerjakan tugas merancang *flyer benefit* shopee untuk produk tersebut.

III. MARKETING KIT DEODORANT B ERL *GlutaShine* Deodorant Natural Spray

1. Flyer benefit (price no price)

Headline : Bye - Bye Bau Badan!

Subheadline : Cegah Bau Badan Sehari-hari

Benefit :

- Mencegah timbulnya bau badan
- Menghambat pertumbuhan bakteri penyebab bau badan
- Membantu untuk mencerahkan ketiak
- Membuat ketiak lebih terhidrasi dan lembab
- Natural deodorant untuk ketiak sensitif

Gambar 3.27 Brief Flyer Benefit Shopee

Penulis menerima brief pada tanggal 24 Oktober 2025, sedangkan proses perancangan desain dikerjakan dan diselesaikan di hari yang sama. Brief yang dibagikan berupa *google docs* yang berisi *copywriting*. Brief flyer benefit yang diberikan oleh *team lead* dan dirancang dari klien *internal* divisi *Brand and Marketing*. Flyer benefit ini ditargetkan kepada pembeli online, sehingga desain flyer yang dirancang harus mudah dibaca dan dimengerti, tetapi dapat menarik perhatian user yang menggunakan aplikasi shopee.

Dalam perancangan desain ini, penulis diminta untuk membuat 3 desain flyer benefit yang terdiri atas: flyer benefit dengan harga, flyer benefit tanpa harga, dan cover produk dengan quotes. Berdasarkan arahan *supervisor*, penulis diminta untuk

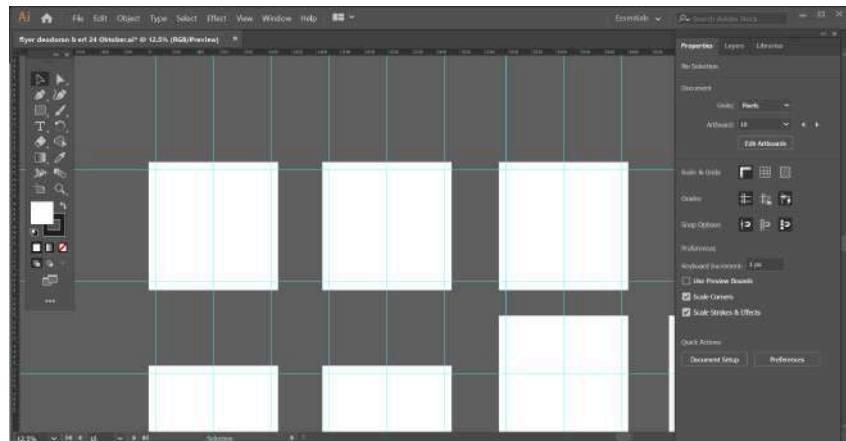
merancang desain dengan gaya desain *flyer benefit* yang sebelumnya sudah pernah dirancang untuk produk cushion.



Gambar 3.28 Referensi *layout Flyer Benefit*

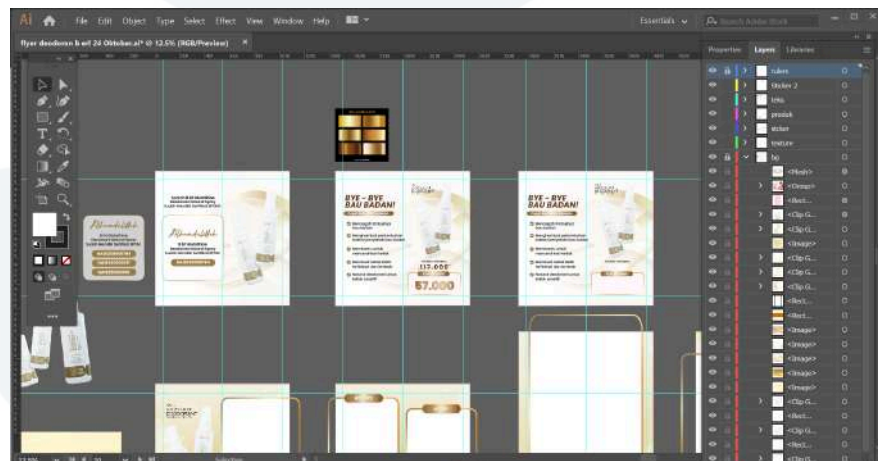
Referensi *layout flyer benefit* penulis terima dari team desain yang mengerjakan flyer benefit tersebut. Berdasarkan referensi tersebut, penulis mendapatkan bahwa dalam *flyer benefit*, desain harus memiliki gambar produk, body teks, harga, *background*, logo dan bumper produk. Dengan begitu, penulis mendapatkan bahwa semua elemen tersebut harus diimplementasikan dalam *flyer benefit* untuk produk *GlutaThione Deodorant Natural Spray*. Untuk konsep desain, penulis diarahkan untuk menggunakan desain yang menyerupai botol produk yaitu putih emas dan elegan.

Sebelum penulis mulai mendesain *flyer benefit* penulis akan mengumpulkan aset desain yang dibutuhkan. Elemen desain seperti foto produk, bumper dan logo penulis menerima file desain dari *senior graphics designer* serta *link google drive* yang berupa *Marketing Kit GlutaThione Deodorant Natural Spray*. Aset yang menulis sendiri butuh cari adalah aset *background* putih emas elegan. Dalam hal ini, penulis menelusuri *website Freepik* dengan akun perusahaan untuk mendapatkan *background* desain yang cocok untuk *flyer benefit*.



Gambar 3.29 Proses *layouting*

Setelah memahami *brief* serta referensi *flyer benefit* yang diberikan, penulis mulai mengerjakan desain menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator*, dan membuat 3 buah artboard berukuran 1080 x 1080 px. Setelah membuat artboard, penulis langsung membuat guideline desain menggunakan tools ruler sebagai patokan desain dan body teks pada *flyer*:



Gambar 3.30 Perancangan desain *flyer benefit*

Pada tahap ini, penulis mulai merancang *flyer* dengan menentukan *layout* teks dan elemen visual sehingga desain enak dibaca dan dipandang oleh pembeli. Pada *flyer benefit* ini, jenis *font* yang klien minta adalah *Poppins*, sebagai *font* khusus yang digunakan untuk desain material produk ini. *Layout* yang akhirnya disetujui oleh klien adalah memilih untuk menempatkan teks pada

bagian kiri *flyer*; sementara itu di elemen visual seperti bumper produk, foto produk di bagian kanan *flyer*. Pada *flyer quote*, produk tetap berada di posisi kanan *flyer*; akan tetapi pada bagian kiri *flyer* penulis memasuki quotes produk serta nomor BPOM produk.



Gambar 3.31 Final desain *Flyer Benefit* Shopee

Setelah ketiga desain *flyer* sudah jadi, penulis mengirim hasil ke Design Team Leader dan melakukan revisi minim. Berdasarkan hasil desain pertama, hal yang harus diubah pada *flyer benefit* merupakan desain *background* yang terlalu gelap sehingga kurang setara dengan *flyer benefit* di toko shopee B erl lainnya.



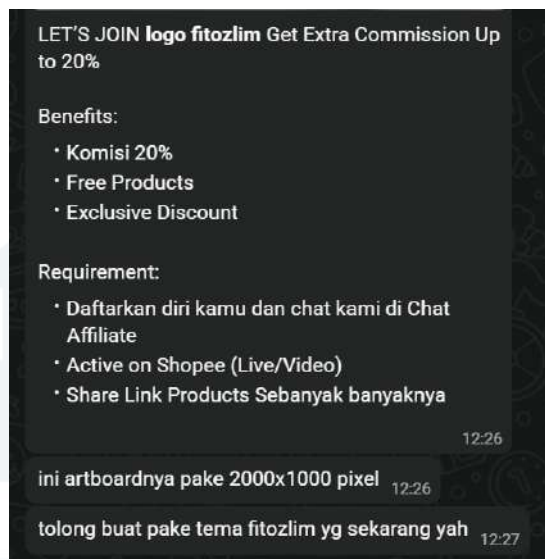
Gambar 3.32 Implementasi desain di toko Shopee B erl

Flyer benefit yang telah disetujui dan berhasil dirancang sebagai material promosi digital kemudian diimplementasikan

dalam toko shopee B erl Cosmetics. Di mana pembeli dan *user online* dapat melihat *flyer benefit* tersebut ketika mencari produk di Aplikasi shopee. Dari proses perancangan tugas ini, penulis melakukan 1 kesalahan yaitu telat dalam pengumpulan hasil final desain ke *design team lead*. Keterlambatan ini terjadi karena selama mengerjakan tugas ini, penulis juga mengerjakan tugas desain dari divisi yang berbeda, dengan tenggat waktu pengumpulan desain di waktu yang cukup dekat dengan tugas *flyer benefit*. Dari kesalahan ini penulis belajar bahwa penulis harus belajar cara mengatur waktu yang lebih baik. Untuk kedepannya ketika penulis menghadapi situasi yang sama, penulis akan memastikan untuk membuat list prioritas yang dapat menentukan pembagian waktu dalam mengerjakan proyek dalam waktu yang bersamaan.

3.3.2.4 Banner Shopee Fitosweet dan FitoZlim

Selama periode magang, salah satu tanggung jawab penulis adalah merancang material promosi produk dan *event*. Salah satu tugas material promosi yang penulis rancang adalah banner kampanye untuk *e-commerce* Shopee, yang menargetkan produk Fitosweet dan FitoZlim. Kedua produk tersebut merupakan salah satu produk big brand yang diproduksi oleh perusahaan yang sama dengan B erl. Banner Implementasi desain ini mencakup penyesuaian dimensi dan spesifikasi teknis Shopee, selain itu penulis juga harus memastikan konsistensi tone visual yang mendukung citra profesional dari kedua produk tersebut.



Gambar 3.33 *Brief* banner Shopee

Penulis menerima *brief* dari team lead pada tanggal 29 September 2025. *Brief* didapatkan team lead dari klien dari team affiliate. Penulis mulai mengerjakan tugas pada tanggal 29 September - 30 September 2025. Berdasarkan *brief* yang diterima, klien meminta desain yang mencakup Logo brand, teks, serta ukuran desain sebesar 2000 x 1000 px. Selain *brief* tersebut penulis juga menerima desain referensi dari klien langsung yang penulis gunakan sebagai pedoman desain.



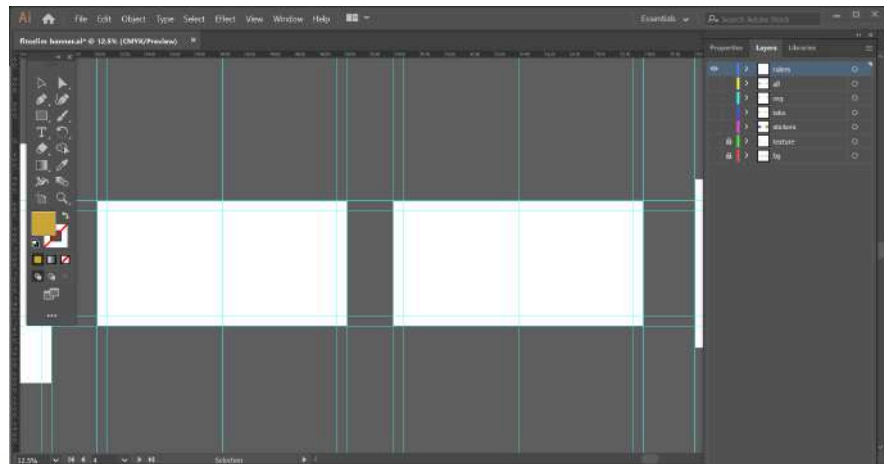
Gambar 3.34 Referensi desain banner

Berdasarkan arahan yang penulis terima dari *team lead*, konsep desain banner shopee akan mengikuti tema baru desain Instagram Fitosweet dan FitoZlm. Kedua produk memiliki tema “*back to school*” dan “*scrapbook*.” Penulis menyimpulkan bahwa warna primer yang digunakan untuk produk FitoZlm adalah Ungu, Putih dan Hijau, sedangkan produk Fitosweet memiliki warna primer yang berupa hijau, kuning coklat, serta putih. Jenis *font* yang sering digunakan ketika mendesain materi promosi kedua produk ini adalah *Poppins* dan *Merriweather*. Jenis elemen visual yang sering muncul meliputi; Note notebook, *emoji*, *paperclip*, serta bentuk dan corak geometrik lainnya. Semua elemen visual tersebut menjadi ciri khas dan style media promosi untuk kedua produk tersebut.



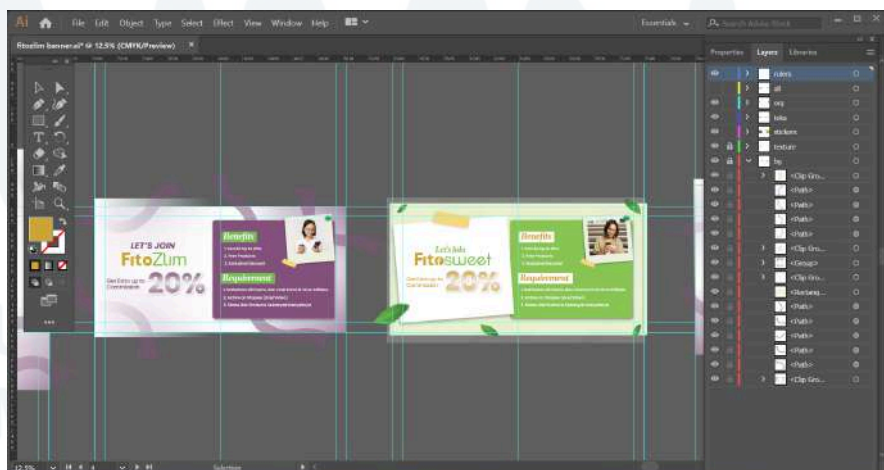
Gambar 3.35 Referensi konsep desain banner

Setelah mendapatkan semua aset desain, teks, dan tipografi yang dibutuhkan, penulis mulai membuat *file* desain di perangkat *Adobe Illustrator* dan membuat artboard dengan ukuran 2000 x 1000 px, format warna RGB. Penulis kemudian membuat *grid* dengan menggunakan tools ruler.



Gambar 3.36 *Layouting Banner*

Banner FitoZlim penulis merancang *layout* teks pada banner terlebih dahulu, sesuai dengan referensi klien, headline banner ditempatkan pada bagian kiri banner yang bertulis “*Let’s Join FitoZlim*” dan “*Get extra up to 20% Commission.*” Sedangkan sub teks “*Benefit*” dan “*Requirement*” ditempatkan pada bagian kanan banner. Pada bagian kanan atas banner, penulis menambahkan gambar yang menyerupai foto polaroid seorang wanita yang sedang melihat handphone, sesuai dengan referensi klien.



Sedangkan untuk banner shopee Fitosweet, penulis menggunakan layout desain yang serupa dengan yang sebelumnya,

penulis hanya mengubah skema warna sehingga sesuai dengan tema warna produk Fitosweet. Akan tetapi pada banner Fitosweet penulis menambahkan aset daun di sekitar layout desain.



Gambar 3.38 Hasil Final banner Shopee FitoZlim dan Fitosweet

Setelah banner shopee dirancang sesuai dengan *brief* dan referensi klien, penulis diperintahkan untuk langsung mengirim hasil desain ke tim *affiliate big brand*, di mana penulis lalu menunggu hasil approval dari desain banner shopee. Dari hasil desain, penulis kemudian diminta untuk membuat desain banner *affiliate* menjadi ukuran 1080 x 1020 px, sehingga dapat digunakan untuk materi media sosial.

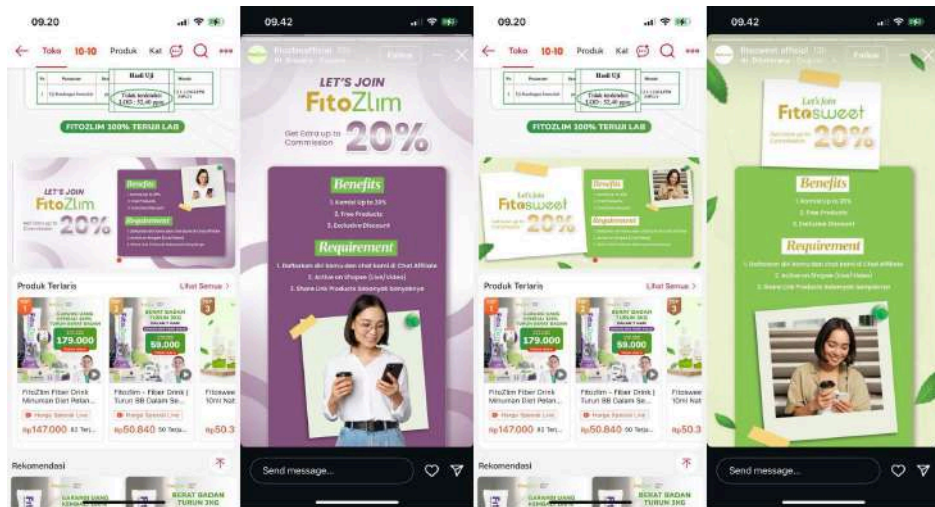
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.39 Hasil Final Instagram Story FitoZlim dan Fitosweet

Setelah seluruh desain sudah di *approve* oleh klien, penulis langsung mengunggah desain ke bentuk PNG dan mengirim dokumen file ke klien, di mana klien akan memasukan hasil desain banner di akun shopee Berli, dan Instagram story di akun resmi produk. Kesalahan kecil terjadi dalam perancangan desain ini adalah penulis tidak sengaja mengeksport file dengan format warna CMYK sehingga ketika desain di masukan ke akun resmi, sehingga desain harus diturunkan dan penulis diminta untuk mengirim ulang desain dengan format warna yang benar. Dari kesalahan yang penulis lakukan, penulis belajar untuk selalu mengecek ulang file desain sebelum mengirim hasil desain final ke klien.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.40 Implementasi desain banner dan Instagram story

Selama mengerjakan proyek banner shopee ini, penulis mengalami beberapa kendala. Kendala pertama adalah pemberian brief desain tambahan yang mendadak. Dalam brief sebelumnya penulis hanya diminta untuk membuat banner untuk toko shopee FitoZlim dan Fitosweet. Akan tetapi malam sebelum kedua banner dimasukkan di toko shopee, klien meminta penulis untuk membuat desain banner menjadi format Instagram Story. Untuk mengatasi masalah ini penulis mengomunikasikan ke pihak klien bahwa desain akan penulis langsung kerjakan di kantor di besok hari. Walaupun dengan waktu pengerjaan desain yang sedikit, penulis berhasil mengerjakan tugas tambahan dengan baik. Dari pengalaman ini penulis belajar penting nya menjadi pekerja yang efisien.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama melakukan program magang di Berl Cosmetics, penulis mendapatkan banyak pengalaman kerja yang dinamis, yang mengharuskan penulis untuk beradaptasi dengan lingkungan serta ritma tugas. Seluruh proses ini sangat berkontribusi pada peningkatan keterampilan teknis dan interpersonal penulis. Tantangan dan kendala yang dihadapi sepanjang masa magang berhasil diatasi dengan menemukan solusi efektif, dan penegakkan pembelajaran profesional penulis.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang di B erl Cosmetics penulis dihadapkan sejumlah kendala yang terbagi menjadi masalah teknis dan masalah personal. Kendala pertama adalah Secara personal, tantangan utama penulis adalah menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja baru, yang mencakup pemahaman mendalam terhadap budaya dan regulasi perusahaan. Sementara itu, dari sisi teknis penulis harus cepat menguasai konsep dan gaya desain yang diperlukan untuk membuat materi promosi yang sesuai.

Tantangan kedua yang dihadapi adalah kualitas dan format *brief* tugas. Penulis sering menerima arahan yang informal dan kurang detail, terutama dari klien internal. *Brief* yang terlalu singkat dan tidak memuat informasi pendukung yang memadai ini mengakibatkan peningkatan jumlah revisi yang bisa dihindari jika *brief* dirancang lebih rinci. Selain itu, *brief* yang disampaikan secara lisan tanpa deskripsi tertulis yang jelas juga rentan terhadap kesalahpahaman, yang mengharuskan penulis untuk melakukan pengerjaan ulang desain dalam waktu yang lebih singkat.

Kendala ketiga yang dialami penulis adalah kompetensi yang belum optimal dalam aplikasi desain *Adobe Photoshop*. Penulis sering ditugaskan untuk melakukan manipulasi citra digital seperti face editing, retouching, dan kalibrasi warna pada aset desain seperti foto. Keterbatasan kemampuan ini secara langsung mempengaruhi efisiensi dan kecepatan penyelesaian tugas desain.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam upaya untuk mengatasi kendala yang dihadapi penulis, terdapat beberapa solusi yang penulis lakukan untuk mengatasi kendala- kendala tersebut. Yang pertama, untuk menyesuaikan diri dengan baik penulis akan mempelajari budaya dan aturan perusahaan yang telah dijelaskan oleh HRD. Melakukan observasi cara kerja masing- masing staf dan berbaur dengan staf

divisi lain merupakan metode yang penulis lakukan untuk mengenali sikap dan cara kerja perusahaan lebih baik.

Solusi yang penulis lakukan untuk mengatasi masalah kurangnya kejelasan *brief* adalah untuk tidak takut dalam bertanya ketika sebuah *brief* terlihat kurang lengkap dan jelas. Untuk *brief* secara lisan, penulis akan membuat catatan kecil dan menanyakan klien tentang referensi desain untuk penulis. Supaya tidak mengalami kesalahpahaman terhadap *brief*, penulis akan selalu mengulang *brief* kepada klien sesuai dengan kesepahaman *brief* yang penulis terima.

Untuk mandala ketiga, penulis melakukan dua praktik yang menjadi solusi penulis dalam menghadapi kendala keterampilan. Yang pertama penulis melakukan belajar mandiri menggunakan web portal youtube untuk mempelajari keterampilan *Adobe Photoshop* yang kurang di diri penulis, setelah itu penulis juga mengikuti tes sertifikasi untuk *Adobe photoshop* untuk memaksimalkan keterampilan menulis. Hal kedua yang penulis lakukan adalah menyeringkan diri dalam mendesain di *Adobe Photoshop* sehingga lebih mahir dengan perangkatnya. Dengan bantuan tim desain lainnya, penulis juga mendapatkan banyak ilmu mengedit foto d perangkat *Adobe photoshop*.

Berdasarkan penulisan laporan ini, solusi yang penulis gunakan untuk menghadapi kendala membantu penulis dalam menjalani kegiatan magang di Berl Cosmetics dengan baik. Semua kendala dan solusi yang dialami penulis merupakan bibit pembelajaran di dunia kerja profesional. Kegiatan magang ini terbukti mengasah soft dan hard skill penulis.