

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Kedudukan dan koordinasi dalam pelaksanaan kerja memiliki peran penting bagi pegawai kerja. Robbins dan Judge (2018) dalam *Organizational Behavior* menjelaskan bahwa posisi seseorang di pekerjaan mencerminkan peranan resmi mereka dalam organisasi. Hal ini berhubungan dengan distribusi tugas, tanggung jawab, dan sejauh mana mereka mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Sedangkan koordinasi menurut Brech dalam Hasibuan (2024:85) merupakan sebuah pelaksanaan yang bisa mengimbangi dan memandu kelompok dengan memberikan tugas yang tepat untuk setiap anggota, serta memastikan bahwa semua kegiatan yang dilakukan dengan harmoni di antara mereka.

Hal ini yang membuat kedudukan dan koordinasi merupakan dua elemen yang saling menunjang dengan posisi yang memberikan pedoman dan kerangka, sementara koordinasi memastikan bahwa semua bagian berfungsi dengan baik bersama-sama. Tanpa adanya kedua hal ini, pelaksanaan tugas bisa menjadi kurang efisien, kacau, dan sulit untuk mencapai hasil yang diinginkan oleh organisasi.

Penulis pada kegiatan magang di PT Platinum Adi Sentosa ini dikoordinasikan dalam membantu membuat desain yang befokus pada sosial media, seperti *cover reels* Instagram, *feeds* Instagram, *story* Instagram, dan juga *cover* Youtube. Pekerjaan tersebut dikoordinasikan oleh tim marketing pada PT Platinum Adi Sentosa.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Pada melaksanakan kegiatan magang di PT Platinum Adi Sentosa, penulis mendapatkan kedudukan sebagai *Graphic Designer Intern* di bawah divisi *Marketing*. Dalam menjalankan tugasnya, posisi ini penting untuk mendukung aktivitas promosi serta komunikasi visual pada perusahaan. *Graphic designer* berkolaborasi dengan tim marketing untuk mendapatkan

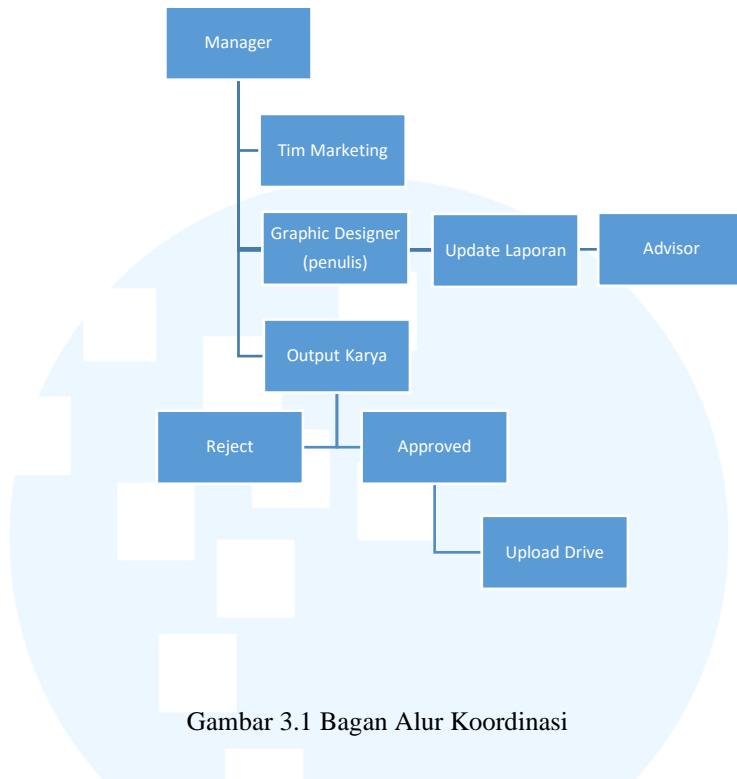
petunjuk tentang konsep dan strategi komunikasi visual yang akan diterapkan pada media sosial. Selain itu penulis juga memiliki senior pada *graphic design* yang membantu membimbing penulis selama kegiatan magang di PT Platinum Adi Sentosa.

### **3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja**

Pada kegiatan magang di PT Platinum Adi Sentosa, penulis berkoordinasi secara langsung dengan tim *marketing*. Proses koordinasi berdasarkan dari tim *marketing* yang membuat *draft editorial plan* pada setiap bulan yang berisikan mengenai konten *brief* apa yang ingin dinaikkan pertanggal yang ditentukan, serta memberikan arahan visual desain dan *copywriting* yang diinginkan.

Setelah penulis membaca dan menerima *brief* tersebut, penulis mulai memikirkan komposisi visual seperti warna font dan aset yang ingin dirancang agar *copywriting* sudah sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Apabila desain sudah selesai, penulis memberikan hasil desain langsung pada tim *marketing* untuk disetujui. Kolaborasi yang dibangun selama proses kerja ini berfungsi untuk memastikan bahwa setiap tahap dilaksanakan dengan baik dan hasil desain yang diperoleh dapat mendukung strategi pemasaran yang telah disusun.

Selama kegiatan magang dijalankan, penulis mendapatkan bimbingan oleh senior *graphic design*, selain itu penulis juga mendapatkan bimbingan oleh *manager marketing* sekaligus *supervisor* pada kegiatan program magang di PT Platinum Adi Sentosa. Kerangka pelaksanaan koordinasi bisa dilihat pada bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada kegiatan magang di PT Platinum Adi Sentosa, penulis memiliki tugas yang harus dikerjakan selama kegiatan program magang berupa desain konten promosi sosial media di PT Platinum Adi Sentosa. Penulis diberikan tanggung jawab untuk mendesain *cover reels* Instagram, *feeds* Instagram, *story* Instagram, dan *cover* Youtube. Tugas tersebut diberikan pada tim marketing pada editorial plan yang sudah disusun setiap bulan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

| Minggu | Tanggal         | Proyek       | Keterangan   |
|--------|-----------------|--------------|--|
| 1      | 14-18 Juli 2025 | Sosial Media | - Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i> , dan <i>story</i> . |
| 2      | 21-25 Juli 2025 | Sosial Media | - Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala,   |

|   |                         |                           |   |
|---|-------------------------|---------------------------|---|
|   |                         |                           | trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i> , dan <i>story</i> .   |
| 3 | 28 Juli -1 Agustus 2025 | Sosial Media              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> </ul>  |
| 4 | 4-8 Agustus 2025        | Sosial Media              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> </ul>  |
| 5 | 11-15 Agustus 2025      | Sosial Media, Media Cetak | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat desain business card.</li> <li>- Membuat feeds.</li> </ul>                     |
| 6 | 18-22 Agustus 2025      | Sosial Media, Media Cetak | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat desain business card.</li> <li>- Membuat feeds dan story Dirgahayu.</li> </ul> |
| 7 | 25-29 Agustus 2025      | Sosial Media              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> </ul>  |

|    |                               |                           |  |
|----|-------------------------------|---------------------------|--|
| 8  | 1-5 September 2025            | Sosial Media              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> </ul>   |
| 9  | 8-12 September 2025           | Sosial Media              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> </ul>   |
| 10 | 15-19 September 2025          | Sosial Media, Media Cetak | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat pricelist katalog.</li> <li>- Membuat flyer, story, feeds promo hi-silk.</li> </ul> |
| 11 | 22-26 September 2025          | Sosial Media, Media Cetak | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat pricelist katalog.</li> <li>- Membuat flyer, story, feeds promo hi-silk.</li> </ul> |
| 12 | 29 September - 3 Oktober 2025 | Sosial Media              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> </ul>   |
| 13 | 6-10 Oktober 2025             | Sosial Media              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> </ul>   |

|    |                     |                   |   |
|----|---------------------|-------------------|---|
| 14 | 13-17 Oktober 2025  | Sosial Media      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> </ul>  |
| 15 | 20-24 Oktober 2025  | Sosial Media, TVC | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat aset TVC JPD goldfish.</li> </ul>                                      |
| 16 | 27-31 Oktober 2025  | Sosial Media, TVC | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat aset TVC JPD goldfish.</li> </ul>                                      |
| 17 | 3-7 November 2025   | Sosial Media      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat aset TVC JPD goldfish.</li> </ul>                                      |
| 18 | 10-14 November 2025 | Sosial Media, TVC | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat aset TVC JPD goldfish.</li> <li>- Revisi pricelist katalog.</li> </ul> |
| 19 | 17-21 November 2025 | Sosial Media      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media</li> </ul>   |

|    |                     |                           |  |
|----|---------------------|---------------------------|--|
|    |                     |                           | <p>seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi pricelist katalog.</li> </ul>  |
| 20 | 24-28 November 2025 | Sosial Media, Media Cetak | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten pada setiap <i>brand</i> (mizuho, matala, trident) pada sosial media seperti <i>feeds</i> dan <i>cover reels</i>, dan <i>story</i>.</li> <li>- Membuat kartu natal.</li> </ul> |

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Dari tabel tersebut bisa terlihat bahwa pekerjaan yang penulis kerjakan selama magang setiap minggunya menunjukkan bahwa adanya sebuah konsistensi tugas pada sosial media. Terdapat juga tugas tambahan selain sosial media, seperti media cetak tetap diberikan yang menjadi kewajiban dan tanggung jawab penulis.

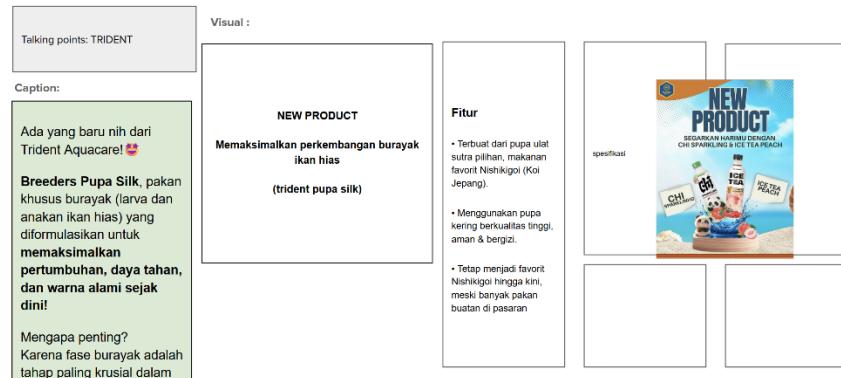
#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Pada pelaksanaan magang di PT Platinum Adi Sentosa, penulis diberikan tugas utama yaitu mendesain konten media sosial yang terdiri atas 4 *brand* atau 4 akun sosial media. Desain yang dibuat berupa *cover reels*, *feeds*, dan *cover youtube* dengan tugas utama penulis yaitu membuat konten agar menarik saat dilihat dan memberikan konteks jelas untuk *audience*.

Tugas utama yang diberikan merupakan sebuah media informasi pada *feeds* instagram. Pada pelaksanaan proses penggerjaan *feeds*, penulis mengikuti arahan berdasarkan *editorial plan* yang sudah disediakan oleh tim sosial media. Berikut merupakan proses desain penulis dari awal sampai akhir:

MULTIMEDIA  
NUSANTARA

##### 1. *Editorial Plan* pada PT Platinum Adi Sentosa



Gambar 3.2 *Editorial Plan Brand Trident*

Berikut merupakan bentuk *editorial plan* yang disediakan oleh tim marketing. *Editorial plan* dibuat pada setiap bulan dengan isi konten apa yang perlu dibuat pada setiap tanggalnya. Pada awal proses mendesain, penulis baca dan pahami terlebih dahulu mengenai tema konten dan *brand* yang ingin diangkat. Pada *brief editorial plan* tersebut, bisa terlihat bahwa pada bagian atas terdapat hari dan tanggal sebagai tanda *deadline* untuk *brief* desain untuk penulis, lalu pada bagian kiri terdapat *caption* yang tim *marketing* persiapkan sebagai *caption* pada hasil desain penulis nantinya. Setelah itu pada isi *brief*, terlihat adanya beberapa kotak dengan tujuan setiap kotaknya berisikan mengenai konten yang ingin disampaikan pada setiap halaman *feeds*.

Pada kotak pertama tertera *copywriting* yang sudah tim *marketing* siapkan yaitu “*New Product, Memaksimalkan perkembangan burayak ikan hias*” dengan itu penulis harus mendesain sesuai dengan *copywriting* yang diinginkan oleh tim *marketing*, lalu berlanjut dengan hal yang sama dengan kotak seterusnya. Tim sosial media memberikan referensi desain pada penulis, dengan itu untuk pembuatan *feeds* kali ini dapat memudahkan penulis dengan bentuk desain *feeds* yang ingin dibuat. Setelah penulis sudah mendapatkan ide, penulis langsung mendesain menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator*.

## 2. Asset Desain yang digunakan



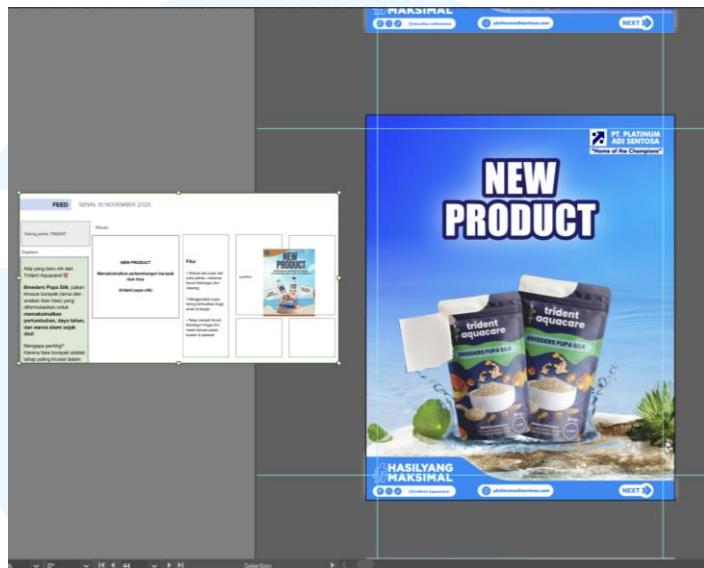
Gambar 3.3 Aset Perancangan *Feeds* Trident

Pada perancangan desain, senior penulis mengatakan bahwa sebaiknya tidak menggunakan asset gambar ikan terus menerus dan lebih baik desain ditekankan pada *copywriting* yang ingin difokuskan saja. Pada desain *feeds* ini penulis menggunakan beberapa asset untuk membantu menggambarkan pesan yang ingin disampaikan pada konten tersebut. Pada setiap desain *feeds* maupun yang lainnya penulis menggunakan asset yang berbeda, kecuali pada asset wajib seperti logo dan *frame*. Terdapat dua jenis *frame*, yaitu adanya “*frame next*” yang digunakan sebagai tanda bahwa adanya halaman berikutnya pada *feeds carousel*, dan “*frame akhir*” yang digunakan pada halaman terakhir.

Pada *feeds* yang dirancang pada produk baru Trident ini, penulis memakai gambar asset *mockup* produk sebagai empasis, lalu adanya asset-asset dari freepik pendukung seperti *confetti* untuk menggambarkan suasana meriah, potongan kertas sebagai pembatas teks agar penulisan tampak lebih rapih. Selain itu adanya *sticker* “*new product*” untuk menandakan bahwa produk tersebut adalah produk baru dari *brand* Trident, cahaya bintang agar produk tampak terkesan lebih mencolok. Aset percikan air sebagai wadah produk dan gambar pupa silk menggambarkan komposisi dari produk baru Trident. Terakhir pada *background*, warna biru tua yang menjadi warna utama pada

tema *design* perusahaan, penulis juga menambahkan gradasi *background* bebatuan dengan sedikit perairan.

### 3. Proses mengerjakan desain pada aplikasi desain



Gambar 3.4 Proses Mengerjakan *Feeds*

Saat mulai mengerjakan desain *feeds*, penulis memastikan semua *brief* yang diberikan sudah sesuai dengan desain yang dibuat, seperti penulisan *copywriting*, aset, dan tema pada *brand* yang diposting pada tanggal tersebut. *Artboard* yang digunakan disesuaikan pada ukuran *feeds* instagram yaitu 1080x1350 dengan margin berukuran 2 cm pada setiap pinggiran nya. Penulis biasanya menyusun aset *background* terlebih dahulu dengan aset produk agar penulis lebih mudah untuk menata penempatan desain font yang akan digunakan. Font *headline* yang digunakan merupakan font Impact Regular sedangkan *Sub Headline* menggunakan font Poppins Semibold. Setelah desain sudah diselesaikan, penulis akan menampilkan hasil desain pada *editorial plan* agar tim sosial media bisa melihat dan mengecek hasil kerja penulis.

#### 4. Desain Feeds Brand Trident



Gambar 3.5 Hasil Desain Feeds

Pada desain *cover* utama pada feeds *carousel*, penulis memberikan pesan teks bahwa adanya produk baru pada *brand* Trident dan menampilkan bentuk produk tersebut. Penulis menambahkan aset-aset yang dapat mendukung *copywriting* pada *feeds*, seperti *confetti*, bebatuan, serta percikan air. Pada desain final, warna font *headline* diubah menjadi warna gradiasi mengikuti warna kemasan produk, yaitu warna ungu tua dan hijau. Untuk *Sub Headline* menggunakan warna putih dengan sedikit efek *shadow*. Selain itu penulis menambahkan aset wajib seperti logo pada pojok kanan atas *feeds*, nama produk, *frame* bawah yang menunjukkan informasi sosial media *brand*, dan alamat *website*.

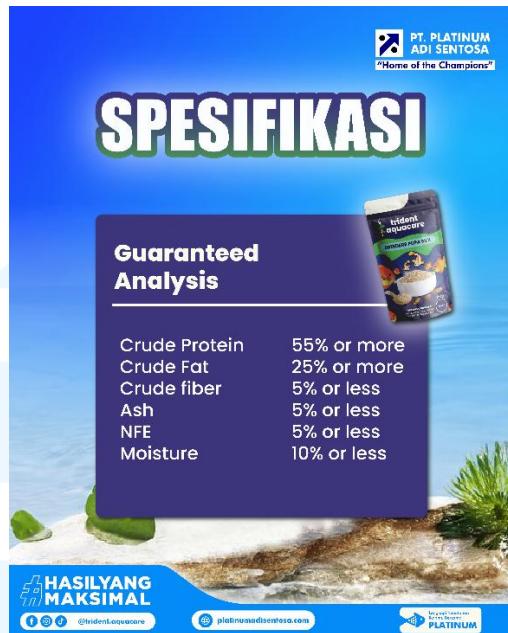
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.6 Hasil Desain *Feeds*

Pada bagian kedua feeds *carousel*, penulis memberikan teks singkat mengenai penjelasan fitur pada produk dengan menggunakan asset potongan kertas atas saran dari tim sosial media. Background *feeds* yang dipakai disamakan pada setiap *feeds*, terdapat juga asset produk dengan tambahan *sticker* berupa “*new product*” dan asset pupa silk yang menunjukkan komposisi utama pada produk Trident Aquacare Breeders Pupa Silk. Penulis juga menambahkan asset wajib seperti logo pada pojok kanan atas *feeds*, nama produk, frame bawah yang menunjukkan informasi sosial media *brand*, dan *website*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.7 Hasil Desain Feeds

Pada bagian ketiga *feeds carousel*, penulis memberikan tabel kecil mengenai spesifikasi pada produk dengan tambahan asset produk di sampingnya. *Background feeds* yang dipakai tetap disamakan pada setiap *feeds*. Penulis juga menambahkan asset wajib seperti logo pada bagian kanan atas pada *feeds*, nama produk, *frame* bawah yang menunjukkan informasi sosial media *brand*, dan alamat *website*.

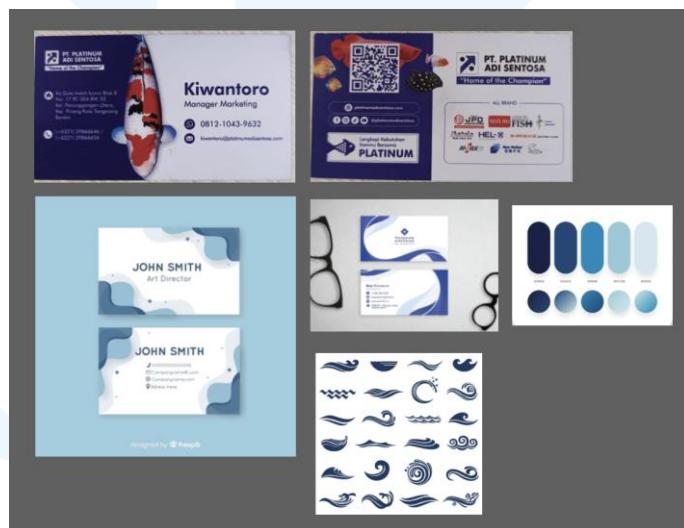
Desain *feeds* dibuat berdasarkan *editorial plan* yang sudah disediakan oleh tim marketing sosial media. *Feeds* tersebut menjelaskan bahwa terdapat produk baru pada *brand* Trident, serta menjelaskan fitur dan spesifikasi pada produk untuk memudahkan *audience* memahami produk. Konsep desain *feeds* tersebut menggunakan tema alam, walaupun penulis tidak menggunakan asset ikan, penulis berusaha menggunakan asset yang bisa mendukung suasana yang cocok untuk produk pakan ikan hias.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Diluar dari pekerjaan utama penulis yang berfokus pada sosial media, penulis juga diberikan pekerjaan tambahan berupa beberapa media informasi. Berikut merupakan uraian dari pekerjaan lainnya yang telah penulis kerjakan:

#### 3.3.2.1 Proyek Desain Business Card

Penulis diberikan tugas pertama di luar tugas utama, yaitu membuat *business card*. *Business card* atau kartu nama sangat dibutuhkan sebagai alat identitas profesional yang berisikan kontak untuk memperkenalkan diri maupun membangun jaringan. Dikarenakan *business card* yang sebelumnya di desain dengan seadanya dan tidak ada elemen yang berhubungan dengan tema perusahaan, dengan itu penulis mendesain *business card* tersebut yang akan disesuaikan dengan tema perusahaan. Berikut penulis jabarkan proses mendesain *business card*:



Gambar 3.8 Referensi *Business Card*

Pada tahap mendesain, penulis melihat terlebih dahulu referensi bentuk *business card* yang ingin penulis buat. Penulis diberikan bentuk *business card* yang sebelumnya, dengan itu bisa membantu penulis untuk *brainstorming* desain yang bisa dikembangkan. Penulis mengumpulkan

beberapa referensi dan penulis menentukan tema utama dengan adanya elemen yang berbentuk gelombang air.



Gambar 3.9 Aset Perancangan *Business Card*

Pada perancangan desain *business card* ini, *supervisor* menyebut bahwa harus dicantumkannya beberapa aset yang sudah disediakan oleh perusahaan, seperti logo, semua produk *brand*, dan logo *brand*. Selain itu adanya asset wajib seperti biasa yang berisikan informasi perusahaan, seperti logo, nomor telepon, alamat, *website*, dan sosial media.



Gambar 3.10 Proses Perancangan *Business Card*

Setelah mengumpulkan dan melihat semua referensi, penulis mulai melakukan eksekusi pada desain *pattern business card*, dan penulis membuat beberapa opsi untuk nantinya memudahkan pemilihan. Pada warna, penulis menggunakan warna biru tua ciri khas perusahaan dengan opsi pilihan warna gradasi dan tidak gradasi. Konten yang termuat pada *business card* tersebut yaitu adanya logo, nama, kontak pemilik *business card*, alamat perusahaan, semua logo brand perusahaan, *QR code* untuk *website* perusahaan, dan juga *tagline* perusahaan.



Gambar 3.11 Hasil Desain *Business Card*

Berikut merupakan hasil akhir dari desain *business card* yang sudah lewati pemilihan dari *supervisor* dan revisi minim pada desain. Pada bagian depan (gambar kiri) warna yang digunakan merupakan warna biru tua gradasi dengan warna biru muda, dengan bentuk lengkungan seperti ombak air yang membentuk lingkaran menjadi sebuah *bubble*, dan ditambah adanya informasi perusahaan yang tertera. Font yang digunakan pada bagian nama menggunakan font Poppins medium dan pada bagian alamat perusahaan menggunakan font Poppins Regular. Pada bagian belakang warna tetap sama seperti bagian depan yaitu warna biru tua gradasi dengan warna biru muda, adanya logo perusahaan, dan semua gambar produk perusahaan yang menjadi sebuah empasis.

### 3.3.2.2 Proyek Flyer Promo

Untuk tugas kedua diluar tugas utama, penulis diberikan tugas untuk mengerjakan media cetak berupa *flyer* untuk promo *brand* Hi-Silk.

Hi-Silk merupakan salah satu brand pakan ikan koi premium yang dipegang oleh PT Platinum Adi Sentosa, difokuskan untuk mempertumbuh dan menjaga kesehatan ikan koi dengan optimal. Penulis dibebaskan untuk mengeksplorasi desain sendiri, akan tetapi disaat desain sudah selesai, penulis tetap harus mendapatkan feedback dari *supervisor* dan senior desain.



Gambar 3.12 *Editorial Plan* Promo Hi-Silk

Penulis diberikan arahan konten desain melalui *editorial plan* yang sudah disiapkan oleh tim *marketing* sosial media. Konten tersebut mengenai promo spesial brand Hi-Silk sebesar 15% pada tanggal 1 sampai 10 Oktober 2025, dengan syarat dan ketentuan tertentu. Penulis diberikan tugas untuk mendesain *flyer* yang nantinya akan dibuat turunan menjadi bentuk *feeds* dan *story*. Penulis melakukan *brainstorming* setelah melihat beberapa referensi, dan mencoba bermain dengan warna terlebih dahulu. Setelah itu penulis akan mencoba warna tersebut dijadikan desain.



Gambar 3.13 Aset Perancangan Promo Hi-Silk

Pada perancangan desain flyer ini, penulis menggunakan asset wajib seperti *background* ciri khas perusahaan, *supergraphic* brand Hi-Silk, produk Hi-Silk, logo Hi-Silk dan logo perusahaan. Selain itu terdapat juga asset tambahan dari freepik untuk mendukung hasil desain yang mendukung yaitu beberapa cahaya putih, dan juga kardus box.



Gambar 3.14 Proses Desain Font *Headline*

Penulis mencoba beberapa bentuk desain font untuk *headline* terlebih dahulu berdasarkan hasil *brainstorming* yang sudah dilakukan dengan beberapa referensi yang dikumpulkan. Penulis mencoba untuk

bermain pada font Captura Heavy Demo dengan menggunakan warna biru, merah dan putih dikarenakan warna tersebut merupakan warna dari *brand* Hi-Silk.



Gambar 3.15 Hasil Desain Promo Hi-Silk

Berikut merupakan hasil desain yang penulis buat, tema warna berdominan merah, biru, dan putih. Penulis membuat *headline* font berbentuk sedikit terkesan 3D dicampur dengan logo *brand* Hi-Silk. Font “promo spesial” yang digunakan menggunakan font Captura Heavy Demo, dan untuk *sub headline* menggunakan font Poppin extrabold dan semibold. Dan pada bagian *sticker* “diskon 15%” menggunakan font Bahnschrift semibold dan bold. Selain itu terdapat juga gradasi tipis sebagai *background* dengan gambar pepohonan untuk menggambarkan kesejukan. Untuk lebih mendukung penggambaran konten, penulis juga menggunakan sebuah asset *box* kardus warna coklat yang ditambahkan dengan logo *brand* Hi-Silk.



Gambar 3.16 Proses *Explore Headline*

Penulis memberikan hasil desain *flyer* kepada senior desain untuk mendapatkan *feedback*. Setelah mendapatkan *feedback* bahwa senior merasa desain kurang menarik untuk dijadikan *headline*, penulis langsung mencoba untuk memperbaiki dan *explore* lagi pada bentuk desain *headline* yang bisa lebih di kembangkan agar lebih terlihat *eye-catching*. Pada gambar di atas merupakan proses penulis pada percobaan beberapa warna untuk *headline*. Setelah beberapa perundingan, penulis dan senior setuju untuk merubah bentuk template font yang didapatkan dari freepik dan menggunakan warna biru dan pink sebagai warna dominan untuk desain *flyer* tersebut.



Gambar 3.17 Hasil Desain Final Promo Hi-Silk

Berikut merupakan perbandingan dengan desain penulis sebelum revisi dan setelah revisi. Terdapat beberapa perbedaan pada *aset* desain, yaitu pertama dalam *headline* yang menjadi patokan desain keseluruhannya pada penggunaan warna berdominan biru dan pink. Perubahan kedua juga terdapat pada *sub headline* dan penambahan nama produk pada setiap aset produk. Dan terakhir pada *background* yang diubah menjadi gambar suasana kolam dengan bebatuan dan tumbuhan. Setelah hasil desain *flyer* sudah menjadi final desain, penulis langsung membuat turunan nya yaitu pada *feeds* dan *story*.

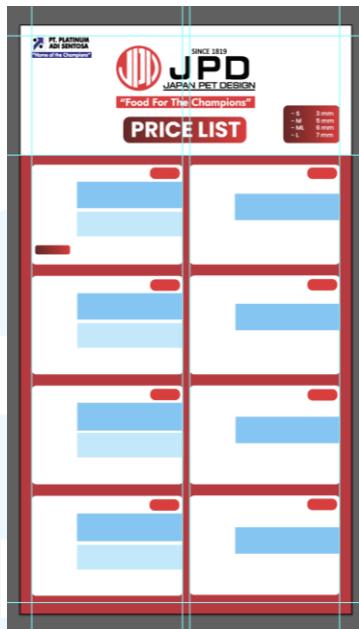
### 3.3.2.3 Proyek Pricelist Katalog

Tugas ketiga diluar tugas utama, penulis diberikan tugas untuk membuat katalog *pricelist* untuk semua *brand* yang dimana akan dijadikan katalog *digital* perusahaan. *Supervisor* memberikan bentuk kasar dari desain yang dibuat, dari segi layout dan bentuk keseluruhan katalog pada aplikasi canva. Dengan itu penulis harus mendesain ulang dan membuat katalog tersebut di *software* desain *Adobe Illustrator* untuk memudahkan pemakaian *tools*. Bentuk desain kasar yang diberikan *supervisor* cenderung tidak rapih dan memakai terlalu banyak warna yang saling menabrak, dengan itu penulis akan menganti bentuk desain yang bisa terlihat efisien dan memiliki kenyamanan visual lebih baik untuk para pembeli.



Gambar 3.18 Desain Kasar *Supervisor*

Berikut merupakan proses awal penulis, dengan contoh visual yang supervisor telah berikan sebagai berikut, bisa terlihat bahwa konten pada katalog pricelist terdapat foto produk, nama produk, ukuran pelet, pilihan berat produk, dan kandungan. Warna yang dipakai oleh *supervisor* cenderung menabrak, hal ini dikarenakan supervisor tidak mempunyai pengalaman dengan desain, dengan itu *supervisor* hanya memberikan warna random, dan mempercayakan penulis untuk memilih warna yang lebih memadai.



Gambar 3.19 Proses Layout Katalog Pricelist

Penulis membuat *layout* baru yang terlihat lebih rapih, dan menggunakan warna yang teratur. Ukuran *artboard* katalog adalah 28.58 x 50.8cm dengan *margin* masing-masing 1 cm pada setiap sisi. Penulis membataskan penggunaan warna pada setiap halaman *brand* berbeda dengan maksimal 3 warna per *brand* agar visual tidak nampak membingungkan dan memusingkan untuk pembeli. Sebelum mengerjakan desain sepenuhnya, penulis juga mempersiapkan beberapa aset wajib yang harus digunakan yaitu berupa logo perusahaan dan logo pada setiap *brand*.



Gambar 3.20 Proses Desain Katalog Pricelist

Penulis membutuhkan sekitar 2 minggu untuk mengerjakan semua *brand* dan produk pada katalog tersebut. Terdapat juga kendala pada peletakan produk-produk agar dapat muat pada satu halaman setiap *brand*, tetapi penulis berhasil untuk merapikan dan membuat halaman yang cukup untuk menampung semua produk pada setiap *brand*.





Gambar 3.21 Hasil Desain Final Katalog *Pricelist*

Berikut merupakan hasil desain akhir pada setiap halaman *brand*. Barisan atas terdapat 4 *brand* pakan yaitu JPD, Mizuho, Hi-Silk, dan Matala. Semua font menggunakan font Poppins regular dan Poppins bold. Pada *brand* JPD menggunakan warna merah untuk ciri khas *brand* dan menggunakan warna biru muda untuk *shape* pada penempatan deskripsi produk, *brand* Mizuho menggunakan warna merah ke jingga untuk ciri khas *brand* dan menggunakan warna kuning dan jingga untuk *shape* pada penempatan deskripsi produk, *brand* Hi-Silk menggunakan warna pink ke ungu untuk ciri khas *brand* dan menggunakan warna ungu ke biruan untuk *shape* pada penempatan deskripsi produk, dan *brand* Matala menggunakan warna biru muda untuk ciri khas *brand* dan menggunakan warna abu-abu muda pada penempatan deskripsi produk.

Pada barisan kedua terdapat 4 *brand* pakan yaitu Neo-Helios, Trident Aquacare, CZ Aqua Products, dan produk obat ikan lainnya. Brand Neo-Helios menggunakan warna biru tua untuk ciri khas *brand* dan menggunakan warna biru muda pada penempatan deskripsi produk, *brand*

Trident Aquacare menggunakan warna biru tua dan hijau untuk ciri khas *brand* dan menggunakan warna hijau dan kuning pada penempatan deskripsi produk, CZ Aqua Products menggunakan warna biru muda muda untuk ciri khas *brand* dan menggunakan warna biru muda dan warna tosca untuk penempatan deskripsi produk, terakhir untuk obat ikan lainnya menggunakan warna tosca untuk ciri khas *brand* dan menggunakan warna tosca muda untuk penempatan deskripsi produk.

Total semua halaman terdapat 17 halaman dari semua *brand* dan produk. Penulis terkadang mendapatkan beberapa revisi tetapi untuk sekedar memasukan produk baru atau deskripsi produk yang harus di perbarui pada setiap waktunya.

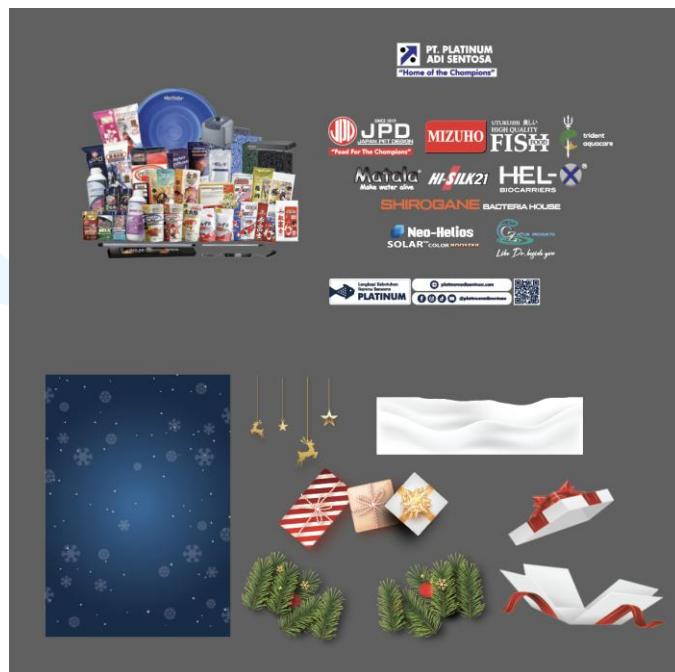
#### **3.3.2.4 Proyek Kartu Ucapan Natal**

Untuk tugas keempat diluar tugas utama, penulis diberikan tugas untuk membuat kartu ucapan natal. *Supervisor* telah memberikan beberapa contoh desain kartu natal yang sudah dibuat pada desainer sebelumnya. Bentuk kartu natal mengikuti bentuk kartu natal perusahaan yang sudah dibuat sebelumnya atas permintaan *supervisor*, kartu natal tersebut merupakan ukuran a5 dan kartu dapat dilipat dan memiliki desain depan dan belakang. Dengan itu penulis memiliki gambaran dengan apa yang diinginkan *supervisor* pada desain kartu natal tersebut. Selain itu supervisor juga meminta untuk dibuatkannya 2 opsi desain.



Gambar 3.22 Referensi Kartu Natal

Setelah mengumpulkan dan melihat beberapa referensi dari internet, penulis memutuskan untuk membuat desain dengan *keyword* “*gift*”. Yaitu berfokus pada penggunaan elemen hadiah. Penulis memilih tema “*gift*” dikarenakan dilihat dari desain kartu natal perusahaan yang sebelumnya, mereka lebih memfokuskan pada desain tema pohon natal dan ornamen saja, dengan itu kali ini penulis ingin membuat kartu natal dengan bertemakan sebuah “*hadiah*” agar pembeli produk yang menerima kartu natal akan merasakan *vibes* dari “*gift*” tersebut.



Gambar 3.23 Aset Perancangan Kartu Natal

Saat mengumpulkan referensi dan melakukan *brainstorming*, penulis segera mencari asset pada website yang menyediakan asset gratis seperti freepik yang bisa mendukung pada keyword “*gift*” yang penulis inginkan. Penulis memutuskan untuk menggunakan *background* berwarna biru tua dengan sedikit gradasi biru terang di tengah agar terlihat tidak terlalu monoton dengan tambahan asset salju dengan *opacity* yang tipis. Selain itu terdapat juga asset dekorasi natal seperti ornament natal yang berbentuk rusa dan bintang, kado natal, dan juga daun-daun pohon natal. Adanya asset kado yang terbuka untuk digunakan sebagai asset penekanan untuk mendukung produk-produk perusahaan yang diperlihatkan pada sisi dalam kartu natal. Yang terakhir terdapat asset wajib untuk penulis sertakan pada kartu yaitu logo perusahaan, logo semua brand pada perusahaan, dan informasi perusahaan seperti sosial media, *website*, dan kontak perusahaan yang bisa di scan melalui *QR code*.



Gambar 3.24 Proses Desain Kartu Natal

Penulis mendesain pada bagian halaman depan terlebih dahulu agar mudah untuk mendesain turunannya pada bagian belakang kartu. Penulis menggunakan *tools ruler* berupa garis di tengah untuk pembatasan kartu bagian depan dan belakang, dikarenakan kartu akan dilipat pada hasil akhir dalam percetakan. Halaman depan kartu dengan *headline*

bertuliskan “Selamat Natal 2025 & Tahun Baru 2026” menggunakan font Peristiwa, sedangkan pada sub headline menggunakan font Garamond.



Gambar 3.25 Hasil Alternatif Desain Kartu Natal

Terdapat 4 opsi desain yang penulis siapkan untuk *supervisor* pilih. 2 desain menggunakan warna biru dengan perbedaan penempatan asset dan asset kado pada bagian dalam kartu, dan 2 desain menggunakan warna merah dengan perbedaan penempatan asset dan asset kado pada bagian dalam kartu.



Gambar 3.26 Hasil Desain Kartu Natal

Berikut merupakan desain akhir kartu natal yang telah dibuat oleh penulis. *Supervisor* memilih desain pertama, dengan revisi minim pada tulisan kartu ucapan bagian dalam, menambahkan aset salju dibagian bawah untuk penempatan tanda tangan, dan pembesaran pada gambar aset produk-produk.

Pada kartu natal tersebut bagian cover terdapat *headline* dengan ucapan natal dan tahun baru serta adanya logo dan identitas perusahaan, sedangkan pada bagian belakang kartu terdapat semua logo *brand* perusahaan. Bagian dalam kartu berisikan tempat penulisan nama penerima kartu dibagian atas, dengan visual kumpulan produk-produk perusahaan. Pada bagian bawah dalam kartu terdapat juga ucapan natal dan *quotes* natal disertakan tempat tanda tangan pemilik perusahaan.

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

Selama penulis menjalani kegiatan magang, di PT Platinum Adi Sentosa, tentu penulis memiliki beberapa kendala. Akan tetapi dengan adanya kendala yang terjadi, hal tersebut bisa membantu penulis untuk melakukan perkembangan untuk kedepan nya dan penulis akan menghadapi kendala tersebut sebagai sebuah tantangan pada dunia kerja.

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

Berikut merupakan kendala-kendala yang dialami penulis saat melaksanakan kegiatan magang di PT Platinum Adi Sentosa:

##### **1. Penyesuaian *style* desain dan penggunaan *tools***

Pada awal penulis mulai kerja pada perusahaan, penulis tentunya diberikan arahan mengenai desain yang diterapkan pada perusahaan selama ini. Penulis memiliki kendala pada penyesuaian desain konsep perusahaan yang berbeda jauh dengan konsep desain yang selama ini penulis lakukan. Penulis juga kesulitan untuk menggunakan beberapa *tools* pada *Adobe Illustrator* dikarenakan penulis selama ini desain dengan menggunakan

pengetahuan *tools* yang terbatas, sehingga jika ingin *explore* pada desain, penulis kesulitan dan harus mempelajari terlebih dahulu pada *tutorial* di internet yang sebenarnya lumayan memakan waktu.

## 2. Penyesuaian lingkungan kantor

Penulis sangat kesulitan untuk berbaur dengan mudah pada karyawan-karyawan kantor. Penulis merasa adanya berbandingan umur yang lumayan berbeda jaraknya, dengan itu sering sekali penulis merasa sungkan untuk membuka obrolan atau komunikasi mengenai pekerjaan maupun hal lain.

## 3. Komunikasi pada tim

Kendala ini merupakan salah satu kendala yang membuat penulis merasa kesulitan dan merasa ketidak enakan saat bekerja. Hal ini terjadi saat salah satu anggota dari tim marketing tidak cukup melakukan komunikasi yang *detail* dan profesional pada penulis, sehingga mereka melupakan hal-hal tertentu yang mengakibatkan penulis harus melakukan revisi yang cukup memakan waktu.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

#### 1. Penyesuaian *style* desain dan penggunaan tools

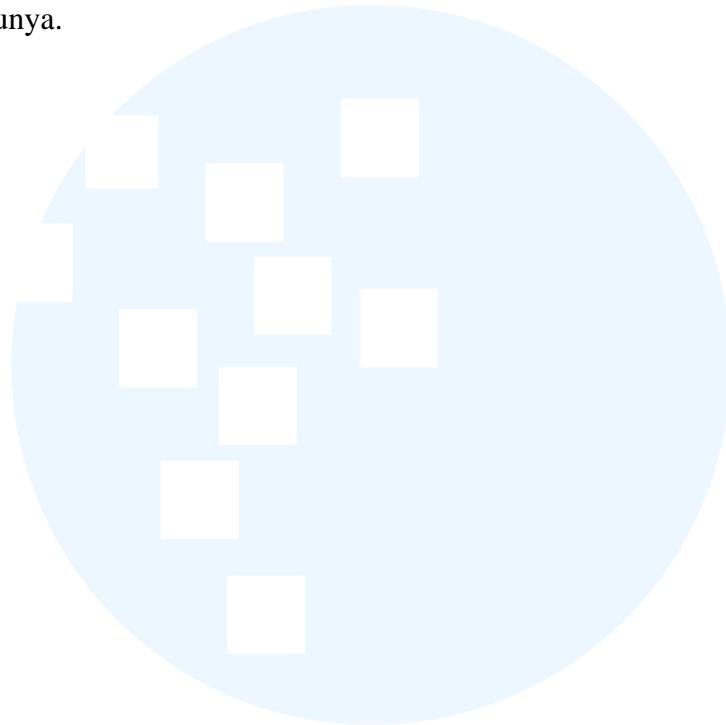
Solusi terhadap kendala ini bisa terselesaikan dengan cara penulis melakukan explorasi pada desain dan mempelajari tools *software* lainnya saat memiliki waktu renggang. Penulis mengatasi masalah ini dalam sekitar 2 bulan dalam menjalani magang.

#### 2. Penyesuaian lingkungan kantor

Solusi terhadap kendala ini bisa terselesaikan dikarenakan tim marketing terkadang mengelarkan acara *bonding* seperti makan bersama setiap 3 bulan. Dengan itu sangat membantu penulis untuk merasa terbuka dan dekat beberapa anggota perusahaan terutama pada tim marketing.

#### 3. Komunikasi pada tim

Solusi terhadap kendala ini terselesaikan setelah tim marketing mengusulkan untuk melakukan *meeting* pada setiap hari jumat untuk membahas kendala, pekerjaan, dan permasalahan tim terjadi pada setiap minggunya.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA