

BAB III

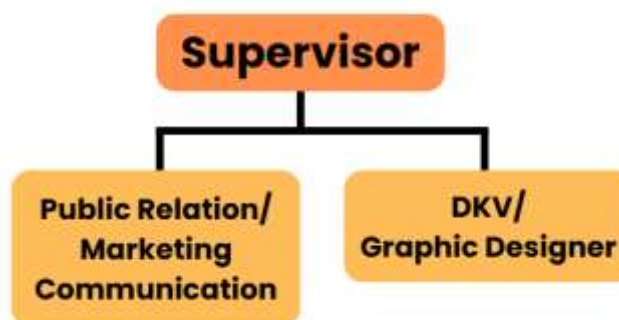
PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Pada perusahaan PT Paramadaksa Teknologi Nusantara (Nexsoft), penulis bekerja sebagai seorang Designer dan ditempatkan di divisi *Sales and Marketing*. Penulis memiliki tugas utama, yaitu membuat desain untuk proyek Warung Desa. Alur koordinasi penulis dalam melaksanakan pekerjaan di PT Paramadaksa Teknologi Nusantara melibatkan penulis sebagai Designer, Supervisor, dan User. Penulis akan diberi *brief* desain oleh Supervisor, lalu melanjutkan proses perancangan desain. Setelah menyelesaikan desain tersebut, hasilnya akan diberikan kepada Supervisor, lalu Supervisor akan meneruskan desain yang dimaksud kepada User yang membutuhkan. Jika terdapat revisi dari Supervisor, penulis akan memperbaiki desain tersebut hingga disetujui oleh Supervisor.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Penulis bekerja sebagai seorang Designer di PT Paramadaksa Teknologi Nusantara. Penulis ditugaskan untuk membuat desain bagi proyek Warung Desa. Pada perusahaan ini, penulis ditempatkan di divisi *Sales and Marketing*. Divisi ini terdiri dari Designer, Marketing atau Public Relations, dan Supervisor. Berikut merupakan bagan dari divisi *Sales and Marketing* PT Paramadaksa Teknologi Nusantara (Nexsoft):



Gambar 3.1 Bagan Divisi *Sales and Marketing* Nexsoft
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Penulis memiliki tugas utama, yaitu membuat desain berupa media promosi untuk Warung Desa. Selain untuk pelanggan Warung Desa, terdapat media promosi yang ditujukan bagi calon pemilik toko Warung Desa. Penulis juga memiliki tugas tambahan, yaitu membuat desain untuk keperluan identitas merek Warung Desa. Desain tersebut dibuat untuk keperluan internal proyek Warung Desa dan bagi pihak-pihak yang berminat untuk melakukan kerja sama dengan Warung Desa. Selain itu, penulis juga mendapatkan tugas tambahan untuk membuat desain media promosi dan media lainnya untuk keperluan identitas merek Koperasi Desa.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama program magang berlangsung, pihak-pihak yang terlibat dalam koordinasi pelaksanaan kerja ini adalah penulis sebagai Designer, Supervisor, dan User. Supervisor yang dimaksud adalah seseorang yang mengawasi kinerja penulis pada divisi *Sales and Marketing*. User pada perusahaan PT Paramadaksa Teknologi Nusantara (Nexsoft) adalah pihak-pihak yang membutuhkan desain tersebut, seperti divisi lain maupun atasan Supervisor. Berikut merupakan alur koordinasi pelaksanaan kerja penulis:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Pelaksanaan Kerja Designer di Nexsoft
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Pertama-tama, penulis menerima desain *brief* dari Supervisor. Dalam program magang ini, Supervisor memanfaatkan platform Notion untuk

menyusun *brief* desain. Notion merupakan sebuah aplikasi kolaboratif yang dibuat dengan tujuan memudahkan pengguna dalam menyusun informasi, pekerjaan, dan proyek dalam satu platform. Dalam aplikasi tersebut, terdapat sebuah *workspace* yang terdiri dari daftar pekerjaan yang harus dilaksanakan. Selain itu, terdapat dua tipe status pekerjaan yang telah memudahkan penulis dalam melaksanakan magang, yaitu status penyelesaian pekerjaan dan status prioritas pekerjaan. Kedua fitur ini telah membantu penulis dalam menentukan prioritas dalam melaksanakan pekerjaan. Selain itu, terdapat *detail* lainnya seperti judul yang biasa tertera jenis media apa yang akan didesain, tenggat waktu, cantuman file yang diperlukan untuk membuat desain, spesifikasi desain, dan catatan revisi. Informasi-informasi tersebut sangat bermanfaat bagi penulis untuk bisa melaksanakan pekerjaan dengan mudah.

Setelah mencermati *brief* desain yang diberikan oleh Supervisor, maka penulis akan mengerjakan desain tersebut untuk beberapa hari. Proses pengerjaan desain terdiri dari proses ideasi dan implementasi ke dalam bentuk desain sesuai *brief*. Jika desain yang dimaksud sudah selesai dikerjakan maupun masih dalam tahap proses pengerjaan, maka penulis akan mengunggah file ke dalam folder pada aplikasi Google Drive. Google Drive adalah sebuah aplikasi di mana pengguna bisa menyimpan berbagai jenis media secara digital, seperti berkas, foto, audio, dan video dengan memanfaatkan jaringan Google. Pada aplikasi ini, Supervisor membuat folder khusus untuk program magang ini. Dalam folder tersebut terdapat beberapa folder lainnya yang dikategorikan berdasarkan bulan pengerjaan desain yang dimaksud maupun file yang dibutuhkan untuk mengerjakan desain.

Jika file desain yang dimaksud sudah diunggah di Google Drive, maka penulis akan memberitahu kepada Supervisor melalui chat pribadi pada aplikasi Whatsapp terkait status pengerjaan desain tersebut. Whatsapp merupakan sebuah aplikasi di mana pengguna bisa merasa terlindungi, tenang, dan diberi kemudahan ketika melaksanakan kegiatan komunikasi pada aplikasi yang sama. Setelah mendapatkan respon chat pribadi dari

Supervisor, maka Supervisor akan memperlihatkan desain tersebut kepada User.

Setelah melalui proses penilaian desain, maka Supervisor akan menghubungi penulis secara pribadi melalui aplikasi Whatsapp terkait desain yang dimaksud. Jika terdapat sebuah revisi maka Supervisor akan mencantumkan catatan revisi tersebut pada *workspace* Notion, lebih tepatnya pada bagian tugas yang sedang dikerjakan. Lalu, penulis akan mengerjakan revisi desain yang dimaksud, mengunggah proses maupun hasil akhir dari revisi tersebut ke dalam folder Google Drive, dan menghubungi kembali Supervisor melalui aplikasi Whatsapp. Jika desain yang dimaksud sudah disetujui, maka Supervisor akan menghubungi penulis terkait status tersebut. Setelah itu, status pengerjaan tugas pada aplikasi Notion berubah menjadi selesai.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis memiliki tugas utama dalam program magang ini sebagai seorang Designer, yaitu membuat desain media promosi untuk proyek Warung Desa. Selain itu, penulis membuat beberapa desain yang digunakan sebagai bagian dari identitas merek Warung Desa. Tidak hanya itu, penulis juga ikut serta dalam membuat beberapa jenis media untuk kepentingan identitas merek dan media promosi Koperasi Desa. Berikut merupakan detail pekerjaan yang telah dilaksanakan oleh penulis selama menjadi Designer di PT Paramadaksa Teknologi Nusantara (Nexsoft):

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	17—18 Juli 2025	<i>Roll Banner</i> Warung Desa	Membuat <i>roll banner</i> untuk mempromosikan Warung Desa
2	21—25 Juli 2025	Warung Desa: 1. <i>Roll Banner</i> 2. <i>Company Profile</i>	<ul style="list-style-type: none">- Revisi dan finalisasi <i>roll banner</i> untuk kepentingan promosi Warung Desa- Progres desain <i>company profile</i> untuk PT Warung Desa Indonesia Maju

3	28—31 Juli 2025, 1 Agustus 2025	Warung Desa: 1. <i>Company Profile</i> 2. Spanduk 3. Stiker	<ul style="list-style-type: none"> - Lanjut dan finalisasi desain <i>company profile</i> untuk proyek WDI (Warung Desa Indonesia) - Pembuatan dan revisi desain spanduk dan stiker untuk toko Warung Desa
4	4—8 Agustus 2025	Warung Desa 1. Spanduk 2. Stiker 3. Bando Tuing-Tuing	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan revisi terhadap desain spanduk dan stiker toko Warung Desa - Membuat desain bando tuing-tuing untuk keperluan <i>grand opening</i> Warung Desa
5	11—15 Agustus 2025	Warung Desa: 1. Bando Tuing-Tuing 2. Profil Instagram 3. <i>Highlight Story</i> Instagram 4. ID <i>Card Crew Store</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan revisi dan <i>template print</i> terhadap desain bando tuing-tuing untuk keperluan <i>grand opening</i> Warung Desa - Membuat desain dan melakukan revisi terhadap profil Instagram Warung Desa - Membuat desain <i>highlight story</i> Instagram untuk jam operasional, lokasi toko, dan <i>soft opening</i> Warung Desa - Membuat desain, <i>mock up</i>, dan versi lain dari ID <i>card crew store</i> Warung Desa
6	18—22 Agustus 2025	Warung Desa: 1. Feeds Instagram “Apa itu Warung Desa” 2. Feeds Instagram “ <i>Coming Soon</i> Warung Desa Teluknaga” 3. Bando Tuing-Tuing	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 3 desain feeds Instagram “Apa itu Warung Desa” dan 3 desain feeds Instagram “<i>Coming Soon</i> Warung Desa Teluknaga” - Melakukan revisi terhadap desain bando tuing-tuing untuk keperluan <i>soft opening</i> Warung Desa - Melakukan revisi dan edit foto untuk desain ID <i>card crew store</i> Warung Desa

		4. ID <i>Card Crew Store</i>	
7	25—29 Agustus 2025	Warung Desa: 1. ID <i>Card Crew Store</i> 2. Feeds Instagram, “Apa itu Warung Desa?” 3. Feeds Instagram “ <i>Coming Soon</i> Warung Desa Teluknaga” 4. <i>Flyer</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Finalisasi ID <i>card</i> untuk <i>crew store</i> di Warung Desa - Revisi dan finalisasi 6 feeds Instagram “Apa itu Warung Desa?” dan “<i>Coming Soon</i> Warung Desa Teluknaga” - Edit enam foto produk yang akan dijual oleh Warung Desa - Membuat desain <i>flyer</i> untuk mempromosikan produk-produk Warung Desa yang dijual diskon di bulan September
8	1—4 September 2025	Warung Desa: 1. <i>Roll Banner</i> 2. Bando Tuing-Tuing 3. <i>Booth</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain stiker nomor WhatsApp untuk digunakan pada <i>roll banner</i> - Membuat <i>template print</i> bando ukuran A3 untuk kepentingan <i>grand opening</i> Warung Desa - Membuat sketsa dan desain untuk <i>booth</i> Warung Desa
9	8—12 September 2025	<i>Booth</i> Warung Desa	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain pertama untuk <i>booth</i> Warung Desa - Melakukan <i>brainstorm</i>, sketsa, dan desain untuk alternatif kedua <i>booth</i> Warung Desa - Proses revisi kedua desain <i>booth</i> Warung Desa
10	15—19 September 2025	<i>Booth</i> Warung Desa	Membuat sketsa untuk revisi kedua desain <i>booth</i> Warung Desa
11	22—26 September 2025	Warung Desa: 1. <i>Voucher</i> Belanja 2. <i>Booth</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan revisi desain <i>voucher</i> belanja untuk lomba mewarnai di Warung Desa - Membuat sketsa tampak kanan dan belakang untuk

			revisi kedua desain <i>booth</i> Warung Desa
12	29—30 September 2025, 1—3 Oktober 2025	<i>Booth</i> Warung Desa	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat sketsa tampak kiri dan depan untuk revisi kedua desain <i>booth</i> Warung Desa - Memberi <i>coloring</i> pada tampak kanan revisi kedua desain <i>booth</i> untuk Warung Desa
13	6—10 Oktober 2025	<i>Booth</i> Warung Desa	Memberi <i>coloring</i> pada revisi kedua desain <i>booth</i> untuk Warung Desa
14	13—17 Oktober 2025	1. <i>Booth</i> Warung Desa 2. <i>Banner</i> Koperasi Desa	<ul style="list-style-type: none"> - Lanjut melakukan <i>coloring</i> dan finalisasi pada revisi kedua desain <i>booth</i> Warung Desa - Melaksanakan proses ideasi pada desain <i>banner</i> Koperasi Desa Cibeber
15	20—24 Oktober 2025	<i>Banner</i> Koperasi Desa	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat sketsa untuk desain <i>banner</i> Koperasi Desa Cibeber - Mulai proses <i>coloring</i> untuk desain <i>banner</i> Koperasi Desa
16	27—31 Oktober 2025	1. <i>Banner</i> Koperasi Desa 2. Reels “ <i>Event</i> Oktoberkah: Membuat Mochi Es Krim” Warung Desa	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan dan finalisasi proses <i>coloring</i> untuk desain <i>banner</i> Koperasi Desa Cibeber - Melakukan proses ideasi terhadap reels “<i>Event</i> Oktoberkah: Membuat Mochi Es Krim” Warung Desa dengan membuat <i>storyboard</i> untuk dua reels - Edit reels pertama “<i>Event</i> Oktoberkah: Membuat Mochi Es Krim” Warung Desa
17	3—6 November 2025	1. Reels “ <i>Event</i> Oktoberkah: Membuat Mochi	<ul style="list-style-type: none"> - Edit reels kedua “<i>Event</i> Oktoberkah: Membuat

		Es Krim” Warung Desa 2. Video Menu Warung Desa 3. Video Menu Koperasi Desa	Mochi Es Krim” Warung Desa - Finalisasi edit reels pertama dan kedua “ <i>Event</i> OktoBerkah: Membuat Mochi Es Krim” Warung Desa - Melakukan proses ideasi, edit, revisi, dan finalisasi video menu Warung Desa dan Koperasi Desa
--	--	--	---

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis mempunyai tugas utama sebagai seorang Designer di PT Paramadaksa Teknologi Nusantara (Nexsoft), yaitu membuat media promosi untuk proyek Warung Desa. Beberapa media yang telah dibuat adalah reels Instagram dan video menu. Selain itu, penulis bertugas untuk membuat beberapa desain dalam rangka memenuhi keperluan identitas merek Warung Desa. Beberapa luaran dari jenis desain tersebut adalah *company profile*, *ID card crew store*, dan *booth*. Tidak hanya itu, penulis juga ditugaskan untuk membuat sejumlah desain dalam rangka memenuhi kebutuhan identitas merek maupun media promosi proyek Koperasi Desa. Desain-desain tersebut berupa *banner* dan video menu.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Tugas utama yang dikerjakan oleh penulis sebagai seorang Designer di perusahaan PT Paramadaksa Teknologi Nusantara (Nexsoft) adalah membuat berbagai media untuk mempromosikan proyek Warung Desa. Media yang dibuat pun bervariasi berdasarkan dengan tujuannya, beberapa di antaranya adalah untuk mempromosikan tawaran maupun acara yang diselenggarakan pada proyek Warung Desa maupun Koperasi Desa.

Pertama, penulis telah membuat dua reels Instagram untuk merekap dokumentasi acara “*Event* Oktoberkah: Membuat Mochi Es Krim” yang dilaksanakan pada toko Warung Desa di Babakan Asem. Dalam kedua reels Instagram tersebut, penulis telah membuat video intro, menggilirkan

penggunaan foto dan video yang disesuaikan dengan agenda acara, dan diakhiri dengan video outro. Kedua, penulis telah membuat dua video menu dengan tujuan untuk mempromosikan makanan yang dijual pada toko Warung Desa dan Koperasi Desa. Penulis membuat kedua video menu tersebut dengan melakukan *export* terhadap aset-aset yang telah diberikan, lalu mengubahnya ke dalam format video. Kemudian, penulis mendapatkan revisi untuk mengubah ke dalam format video *landscape*. Lalu, penulis melaksanakan revisi tersebut dengan gaya edit yang sama.

3.3.1.1 Reels “Event Oktoberkah: Membuat Mochi Es Krim”

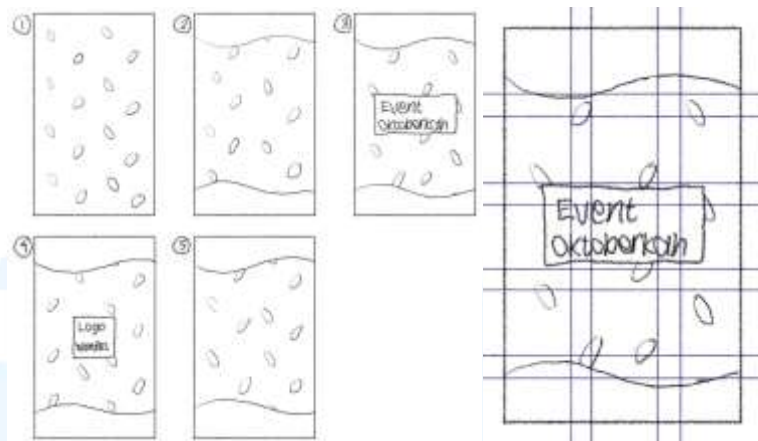
Reels Instagram merupakan video singkat dengan format vertikal yang berlangsung sampai dengan 90 detik di mana bisa dimodifikasi dengan menggunakan filter, efek, tulisan maupun suara sebelum dipublikasikan pada platform Instagram. Tujuan dibuatnya reels Instagram tersebut adalah untuk merekap acara “Event Oktoberkah: Membuat Mochi Es Krim” yang dilaksanakan pada toko Warung Desa di daerah Babakan Asam, Teluknaga. Penulis ditugaskan untuk membuat dua reels yang merekap acara tersebut.

Penulis diberikan akses terhadap dua folder Google Drive berisi 1 folder foto dan 1 folder video terkait acara yang dimaksud itu. Gaya reels yang diedit oleh penulis dibuat serupa dengan reels lainnya pada laman Instagram resmi proyek Warung Desa. Gaya yang dimaksud adalah penerapan trim dan filter yang seperlunya, terdapat intro dan outro dengan animasi yang sederhana, serta mengombinasikan foto dan video. Berikut merupakan referensi video intro yang telah diberikan oleh Supervisor:



Gambar 3.3 Referensi Video Intro Reels
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Supervisor meminta penulis untuk membuat video intro bagi kedua reels tersebut sesuai dengan referensi yang telah diberikan oleh Supervisor. Gambar di atas merupakan *screenshot* dari intro yang telah dibuat untuk reels *Grand Opening* Warung Desa. Elemen grafis, *background*, dan teks pada video intro tersebut muncul secara bersamaan dengan transisi dari bawah ke atas. Setelah teks “*OPENING*” menghilang, muncul logo Warung Desa, dan diakhiri dengan transisi *fade out* video secara keseluruhan. Melihat referensi tersebut, penulis berencana untuk membuat video intro dengan nuansa yang serupa dengan tujuan untuk mempertahankan identitas visual Warung Desa. Satu hal yang membedakan referensi tersebut dengan video intro yang dibuat oleh penulis adalah transisinya yang disesuaikan dengan konteks acaranya.



Gambar 3.4 *Storyboard* dan *Grid* Intro Reels “Event Oktoberkah”

Gambar di atas merupakan *storyboard* dan *grid* yang telah dibuat oleh penulis untuk pembuatan video intro reels ini. Penulis berencana untuk membuat *background* dari video intro tersebut, yaitu *background* berwarna kuning dengan elemen grafis padi Warung Desa yang bersifat menetap, alias tidak menggunakan transisi selama video intro berlangsung. Tujuan penulis menggunakan kedua elemen tersebut adalah sebagai bentuk penerapan identitas merek Warung Desa. Lalu, elemen grafis yang terletak di atas dan bawah video akan muncul terlebih dahulu. Kemudian, teks “Event Oktoberkah: Membuat Mochi Es Krim” akan muncul. Setelah teks tersebut menghilang, lalu logo Warung Desa muncul. Terakhir logo tersebut akan menghilang. *Grid* yang digunakan pada perancangan video intro reels ini adalah *modular grid*. Tujuannya adalah untuk menempatkan dan menyesuaikan ukuran elemen dan teks sesuai dengan *grid* yang telah dibuat.



Gambar 3.5 Hasil Intro Reels

Penulis mendapatkan *background* padi kuning dengan melakukan *screenshot* pada video outro reels yang telah diberikan oleh Supervisor dan digunakan pada akhir video reels yang dibuat. Selain itu, *background* tersebut dibuat statis dari awal hingga akhir durasi video intro. Tujuannya adalah untuk menjaga konsistensi video intro dan outro pada kedua reels tersebut. Bentuk melengkung yang terletak di bagian atas dan bawah video menggunakan warna biru Warung Desa sebagai bentuk dari identitas merek. Elemen grafis tersebut muncul dengan menggunakan animasi *wipe* ke arah kanan dengan kecepatan sedang dan diaplikasikan pada awal dan akhir dari durasi kemunculan elemen tersebut. Lalu, teks “*Event OktoBerkah: Membuat Mochi Es Krim*” muncul dengan menggunakan animasi *burst* dengan intensitas sedang dan diaplikasikan pada awal dan akhir durasi elemen tersebut. Teks itu menggunakan font Poppins dengan ukuran 68 pt pada teks “*Event OktoBerkah*” dan ukuran 51 pt pada teks “*Membuat Mochi Es Krim*”. Selain itu, teks tersebut menggunakan format *bold*, warna merah Warung Desa, dan *outline*

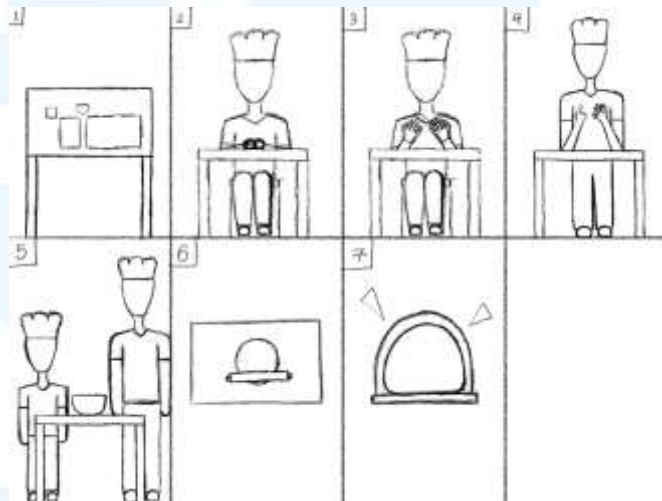
berwarna putih. Alasan penulis menggunakan font Poppins adalah karena font tersebut merupakan bagian dari identitas merek Warung Desa. Ukuran yang digunakan pun disesuaikan untuk membuat teks pada bagian atas dan bawah menjadi sejajar, sehingga memberikan kesan rapi. Selain itu, penulis menggunakan animasi *Burst* pada teks tersebut karena terdapat efek *pop up* huruf secara satu per satu yang memberikan kesan menyenangkan mengingat bahwa acara ini ditujukan kepada peserta anak-anak. Setelah teks tersebut hilang, muncul logo Warung Desa dengan animasi *Wipe* ke arah kanan dengan kecepatan sedang dan diaplikasikan di awal dan akhir durasi dari elemen tersebut. Animasi yang digunakan sama dengan elemen melingkar biru tersebut untuk menyeragamkan transisi kedua elemen pada saat video intro berakhir.



Gambar 3.6 Referensi Reels
Sumber: Instagram Warung Desa

Selanjutnya, penulis mengarahkan atensinya terhadap kedua reels yang berisi dokumentasi dari acara “Event

Oktoberkah”. Gambar di atas merupakan reels milik Warung Desa yang penulis jadikan sebagai referensi untuk membuat kedua reels pada tugas ini. Reels tersebut berisi rekap foto dan video acara *grand opening* toko pertama Warung Desa yang terletak di Babakan Asem, Teluknaga. Pergantian antara foto dan video hanya terjadi pada saat meliput pembicara-pembicara yang sedang berada di atas panggung. Dari referensi ini, penulis berencana untuk mengedit reels dengan menggilirkan penampilan foto dan video dan disesuaikan dengan agenda acara supaya terlihat lebih rapi



Gambar 3.7 *Storyboard Reels*

Pada *storyboard* tersebut, penulis telah mengemukakan dua ide alternatif untuk membuat dua reels “*Event Oktoberkah*”. Salah satu idenya adalah mengisi reels pertama dengan rekap video acara secara menyeluruh dari awal hingga akhir reels, sedangkan reels kedua direncanakan untuk menggunakan dokumentasi foto secara keseluruhan. Ide alternatif kedua adalah menggilirkan penggunaan foto dan video pada kedua reels.

Contohnya adalah pada saat *scene* para peserta sedang menunggu acaranya dimulai, pada reels pertama menggunakan video sedangkan di reels kedua menggunakan foto. Setelah

mempertimbangkannya kembali, penulis memutuskan untuk menggunakan ide alternatif yang kedua, yaitu menggilirkan penggunaan dokumentasi foto dan video pada kedua reels yang disesuaikan dengan agenda acara tersebut.



Gambar 3.8 Hasil Akhir Reels 1

Gambar di atas merupakan *screenshot* dari hasil akhir reels pertama yang telah dibuat. Dokumentasi foto dan video yang telah diberikan oleh Supervisor memiliki format yang berbeda-beda, yaitu *portrait* dan *landscape*. Untuk menyeragamkan kedua format tersebut maka terdapat beberapa foto maupun video yang diperbesar skalanya untuk disesuaikan dengan ukuran reels. Pada bagian awal reels, terdapat video intro yang telah dibuat sebelumnya. Setelah itu, muncul video persiapan meja peserta, para peserta yang sedang memperhatikan ke arah instruktur, dan memakai sarung tangannya. Lalu, muncul video instruktur yang sedang menjelaskan di depan dan terdapat salah satu peserta yang maju ke depan untuk ikut praktik bersama dengan instruktur tersebut. Video-video tersebut disambung oleh foto-foto para

peserta yang sedang praktik membuat mochi di area masing-masing dan instruktur yang membantu mereka dalam mempraktikkannya. Lalu, foto-foto terakhir yang muncul adalah para peserta yang sudah selesai mengikuti rangkaian acara “*Event* Oktoberkah” dan menunjukkan hasil akhir mochi yang telah dibuat.

Video dan foto yang digunakan pada reels ini telah diseleksi sebagai bentuk efisiensi durasi reels. Selain itu, seluruh foto dan video yang terdapat pada reels ini menggunakan filter Fresco dengan intensitas 100. Tujuannya adalah untuk membuat warna pada foto dan video tersebut menjadi lebih menonjol.



Gambar 3.9 Hasil Akhir Reels 2

Gambar di atas merupakan *screenshot* dari hasil akhir reels kedua yang telah dibuat oleh penulis. Sama seperti reels sebelumnya, video intro yang telah dibuat diletakkan pada bagian awal reels. Setelah memasukan video intro tersebut, muncul foto dan video para peserta yang sedang mendengar instruktur di depan. Lalu, diikuti dengan foto instruktur yang sedang praktik membuat

mochi di depan disertai dengan foto salah satu peserta yang ikut serta dalam praktik tersebut. Kemudian, muncul video para peserta yang sedang membuat mochi di tempat masing-masing. Setelah itu, muncul foto-foto peserta yang menunjukkan hasil mochi yang telah dibuat pada acara tersebut.

Serupa dengan reels pertama, tidak semua foto dan video dimasukkan ke dalam reels kedua untuk menciptakan durasi reels yang efektif. Selain itu, seluruh foto dan video pada reels kedua ini menggunakan filter yang sama dengan reels pertama, yaitu Fresco dengan intensitas 100. Tujuannya adalah untuk memberikan warna-warna yang lebih bervariasi terhadap dokumentasi asli foto dan video tersebut.



Gambar 3.10 Outro Reels
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar di atas merupakan *screenshot* dari video outro yang telah diberikan oleh Supervisor kepada penulis. Tujuan adanya video outro tersebut adalah untuk diletakkan pada bagian akhir

reels. Outro ini pun digunakan pada reels milik Warung Desa lainnya. Setelah selesai mengerjakannya, penulis mengunggah kedua video ke dalam folder Google Drive dan menginformasikannya kepada Supervisor.

3.3.1.2 Video Menu Warung Desa dan Koperasi Desa

Penulis ditugaskan untuk membuat video menu untuk toko Warung Desa dan Koperasi Desa. Secara singkat, Koperasi Desa merupakan salah satu proyek pemerintah pusat di mana Warung Desa berperan sebagai manajemen bagi proyek tersebut. Maka dengan itu, penulis bisa mendapatkan tugas ini karena Koperasi Desa masih berhubungan dengan proyek Warung Desa.



Gambar 3.11 File Poster Menu
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

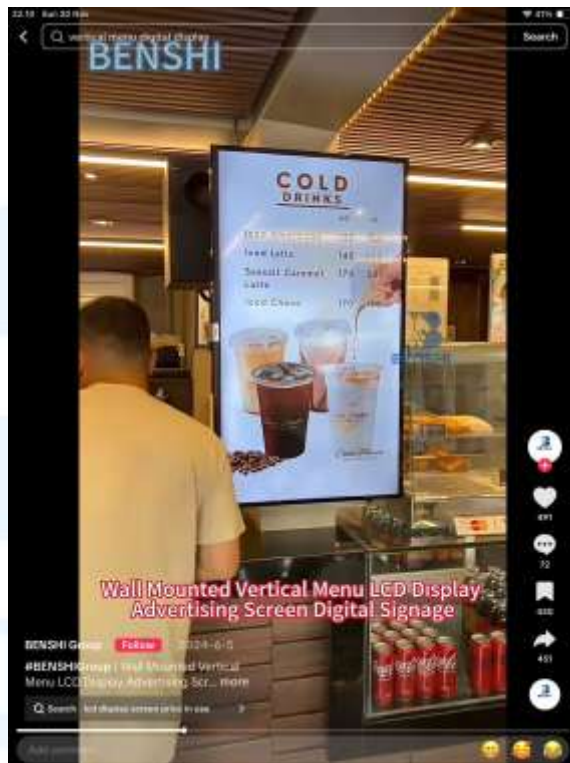
Gambar di atas merupakan *screenshot* dari halaman file Adobe Illustrator yang berisi dua poster menu untuk Warung Desa dan Koperasi Desa. Penulis diberi file tersebut oleh Supervisor untuk mengubah kedua menu ke dalam format video. Oleh karena itu, penulis merasa bahwa perlu adanya animasi di dalam dua video menu tersebut.



Gambar 3.12 *Storyboard* Video Menu Warung Desa dan Koperasi Desa

Gambar di atas merupakan *storyboard* dari kedua video menu yang akan diedit. Penulis ingin membuat *background* statis dan hanya memberi animasi pada teks dan foto. Tujuannya adalah untuk menetapkan fungsi dari menu itu sendiri, yaitu supaya para pelanggan bisa mengetahui menu apa saja yang terdapat pada kedua toko tersebut. Selain *background*, hal selanjutnya yang akan muncul adalah foto menu beserta dengan nama-namanya. Selanjutnya, teks harga akan muncul serta diikuti dengan munculnya teks informasi tambahan dan kontakannya. Lalu, penulis berencana untuk menambahkan animasi pada foto makanan dan teks harga.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.13 Referensi Video Menu
Sumber: TikTok BENSHI Group

Gambar di atas merupakan *digital signage* yang dibuat oleh BENSHI Group yang penulis jadikan sebagai referensi untuk pembuatan video menu. Secara singkat, BENSHI Group merupakan pabrik LCD/LED Display yang berdiri sejak tahun 2012. Dalam video TikTok tersebut, BENSHI Group menunjukkan salah satu produk LCD Display mereka yang berada di suatu cafe.

LCD Display tersebut menunjukkan video menu cafe di mana menu bergilir setiap beberapa detik. Selain itu, animasi yang terdapat pada video tersebut adalah foto kumpulan minuman yang diberi animasi *pop up* setiap pergantian menu. Dari video tersebut, penulis mendapatkan inspirasi untuk menggunakan animasi *pop up* pada video menu yang akan dibuat.

Seluruh aset pada file Adobe Illustrator yang telah disebutkan sebelumnya, akan diexport berdasarkan jenis elemennya,

seperti *background*, teks, dan foto. Selain itu, penulis melakukan *export* terhadap kumpulan elemen grafis tersebut dengan tidak memindahkan posisinya. Caranya adalah dengan memindahkan kelompok elemen yang tidak ikut diexport ke bagian luar *artboard*. Jika kelompok elemen yang dibutuhkan sudah berada di dalam *artboard*, penulis melakukan *export* terhadap kelompok tersebut dengan format PNG transparan. Jika sudah selesai diexport, penulis akan mengembalikan seluruh kelompok elemen dengan *undo*. Tujuannya adalah untuk memudahkan penulis dalam memasukkan animasi pada kelompok elemen tersebut. Tidak hanya itu, hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi dari kedua poster tersebut. Penulis mencari tahu ukuran dari poster tersebut dengan klik informasi pada *artboard*, yaitu sekitar 595 x 841px. Lalu, penulis membuat file desain baru pada aplikasi Canva dan melakukan *import* pada seluruh kelompok aset yang dimaksud.

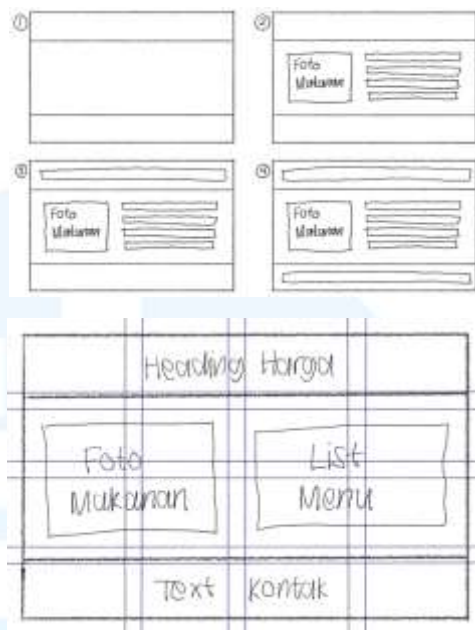


Gambar 3.14 Video Menu Pertama Warung Desa dan Koperasi Desa

Berikut merupakan hasil pengerjaan video menu pertama Warung Desa dan Koperasi Desa yang telah dibuat oleh penulis. Setelah melakukan *import* aset pada aplikasi Canva, penulis memasukkan *background* terlebih dahulu dan dikunci posisinya.

Tujuannya adalah untuk memudahkan penulis dalam melakukan edit pada kelompok elemen lainnya tanpa merubah posisi *background* dari video menu tersebut. Lalu, penulis memasukkan foto dan menu video pada *frame* yang pertama. Kedua kelompok elemen tersebut diberi animasi *Pop* pada bagian awal *frame* dengan kecepatan terendah. Tujuannya adalah supaya para pelanggan berfokus terhadap menu yang tersedia. Setelah itu, muncul teks harga dengan animasi *Rise* pada bagian awal *frame* kedua yang mengarah ke bawah dengan kecepatan terendah. Lalu, muncul teks informasi tambahan dan kontak Warung Desa dengan animasi *Rise* pada bagian awal *frame* ketiga yang mengarah ke atas dengan kecepatan terendah. Tujuan kedua kelompok elemen tersebut menggunakan persamaan efek dengan arah yang berbeda adalah untuk memberikan kesan melengkapi poster menu yang dimaksud secara satu per satu. Terakhir, video tersebut diakhiri dengan foto makanan yang menggunakan animasi *Pulse* yang berlangsung selama 14 detik. Tujuannya adalah untuk memberikan waktu bagi pelanggan untuk membaca menu yang sedang dilihat. Selain itu, animasi ini digunakan untuk membuat video terlihat lebih menarik.

Setelah penulis menginformasikan status penyelesaian dari kedua video menu tersebut, terjadi sebuah miskomunikasi antara penulis dengan Supervisor terkait *brief* desain yang telah diberikan. Supervisor baru memberi tahu ukuran yang sebenarnya untuk kedua video menu tersebut, yaitu 1920 x 1080px atau sebesar televisi milik Warung Desa maupun Koperasi Desa. Oleh karena itu, penulis diminta untuk mengubah orientasi kedua video tersebut dari *portrait* menjadi *landscape*.



Gambar 3.15 Sketsa dan *Grid* Video Menu *Landscape*

Gambar di atas merupakan sketsa dan *grid* dari video menu Warung Desa dan Koperasi Desa dalam orientasi *landscape*. Pada gambar sketsa di atas, hampir seluruh rencana penempatan elemen tetap disamakan, kecuali untuk foto dan nama makanan. Penulis berencana untuk meletakkan foto makanan pada sisi kiri video dan daftar nama makanan pada sisi kanan video. Tujuannya adalah untuk menciptakan pola membaca yang sesuai, yaitu dari kiri ke kanan. Setelah melihat teks *heading* harga, penulis ingin pelanggan berfokus terhadap foto makanannya, lalu beralih untuk melihat daftar nama makanannya, dan yang terakhir melihat informasi tambahan dan kontak dari Warung Desa maupun Koperasi Desa.

Penulis menggunakan *modular grid* untuk proses revisi video menu ini. Tujuannya adalah supaya proses orientasi ulang desain dapat dibuat dengan rapi. Caranya adalah dengan menempatkan elemen-elemen tersebut sesuai dengan *grid* yang telah dibuat. Selain itu, ukuran dari foto dan daftar nama makanan juga dapat disesuaikan dengan *grid* tersebut.



Gambar 3.16 Foto Pemandangan Alam dengan Meja Cokelat
Sumber: Freepik

Setelah membuat sketsa dan menentukan *grid*, penulis beralih untuk membuat revisi video menu. Beberapa perubahan yang dilakukan adalah memperlebar ukuran elemen-elemen yang terdapat pada bagian *background*. Tidak hanya itu, penulis juga harus menggantikan foto pada bagian *background* menu dikarenakan ukurannya yang tidak memadai untuk diubah, baik diperlebar maupun diperbesar skalanya secara keseluruhan. Lalu, penulis melakukan konsultasi dengan Supervisor terkait permasalahan tersebut. Solusi yang diberikan oleh Supervisor adalah dengan mencari foto yang serupa pada platform lain. Maka dengan itu, penulis memutuskan untuk mencari foto pada platform Freepik dan berhasil menemukan foto yang tepat seperti pada gambar di atas.

Setelah itu, penulis menyesuaikan ukuran foto makanan dengan jarak di antara kedua *border* berwarna merah tersebut. Ukuran teks daftar nama makanan diperbesar menyesuaikan dengan ukuran kedua gambar makanannya. Selanjutnya, penulis melakukan proses *ungroup* terhadap teks harga, informasi tambahan, dan kontak untuk diubah menjadi sejajar. Ukurannya pun disesuaikan dengan ukuran foto dan teks makanan. Setelah melakukan orientasi

ulang terhadap kedua menu tersebut, penulis melakukan pengelompokkan elemen dan *export* per kelompok.



Gambar 3.17 Hasil Video Menu Warung Desa dan Koperasi Desa

Gambar di atas merupakan hasil akhir dari video menu Warung Desa dan Koperasi Desa. Pada kedua video menu tersebut, penulis menggunakan animasi dan durasi *frame* yang sama dengan kedua video *portrait* sebelumnya. Persamaan proses *editing* tersebut terdiri dari *background* yang statis, animasi awal pada foto makanan, teks daftar nama makanan, teks *heading* harga, teks tambahan dan kontak, serta animasi repetitif pada foto makanan di akhir video. Setelah selesai mengedit kedua video menu tersebut, penulis mengunggahnya ke dalam folder Google Drive dan menginformasikannya kembali kepada Supervisor.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

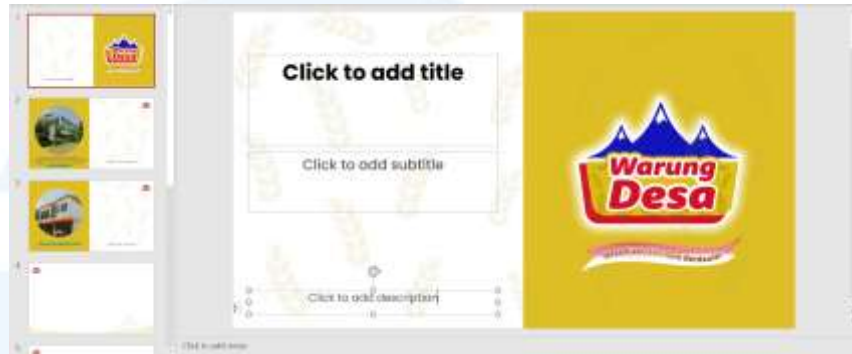
Penulis memiliki dua tugas tambahan sebagai seorang Designer di PT Paramadaksa Teknologi Nusantara (Nexsoft). Pertama, membuat sejumlah desain untuk memenuhi kebutuhan identitas merek Warung Desa. Media yang dimaksud meliputi *company profile*, *ID card crew store*, dan *booth*. Kedua, membuat desain untuk keperluan identitas merek Koperasi Desa.

Pertama, penulis telah membuat *company profile* PT Warung Desa Indonesia Maju untuk keperluan kerja sama dengan pihak yang lain. Penulis membuat *company profile* tersebut dengan memasukkan konten-konten yang terdapat pada situs resmi Warung Desa dan disesuaikan dengan *template* Powerpoint yang telah disediakan. Kedua, penulis telah membuat desain *ID card* untuk keperluan identitas para karyawan di toko Warung Desa. Setelah membuat tiga versi desain dengan orientasi dan warna yang berbeda, Supervisor menyetujui desain yang ketiga, yaitu *ID card* warna putih yang berorientasi *portrait*. Ketiga, penulis telah membuat desain *booth* untuk keperluan promosi produk maupun acara Warung Desa. Dari beberapa versi desain yang telah dibuat, Supervisor menyetujui desain dengan empat ilustrasi yang berbeda-beda. Keempat, penulis telah membuat *banner* untuk keperluan segala acara Koperasi Desa. Penulis membuat desain *banner* tersebut dengan menggambarkan ornamen yang berhubungan dengan Jawa Barat dan menggunakan warna-warna identitas merek Koperasi Desa.

3.3.2.1 *Company Profile* PT Warung Desa Indonesia Maju

Salah satu tugas tambahan yang diberikan kepada Penulis oleh Supervisor adalah membuat *company profile* untuk PT Warung Desa Indonesia Maju. Secara garis besar, konten pada *company profile* terdiri dari sejarah perusahaan, visi misi, dan juga portofolio perusahaan. Tujuan dibuatnya *company profile* ini adalah untuk keperluan kerja sama dengan pihak lain. Penulis ditugaskan untuk membuat *company profile* dengan menggunakan konten-konten yang terdapat pada situs resmi Warung Desa. Konten *company profile* yang dibuat terdiri dari tujuh bagian, yaitu

Logo dan PT, Apa itu Warung Desa, Visi Misi, Kenapa Warung Desa, Langkah Mudah Bergabung, Jadilah Bagian dari Warung Desa, serta *Location* dan *Contact*.



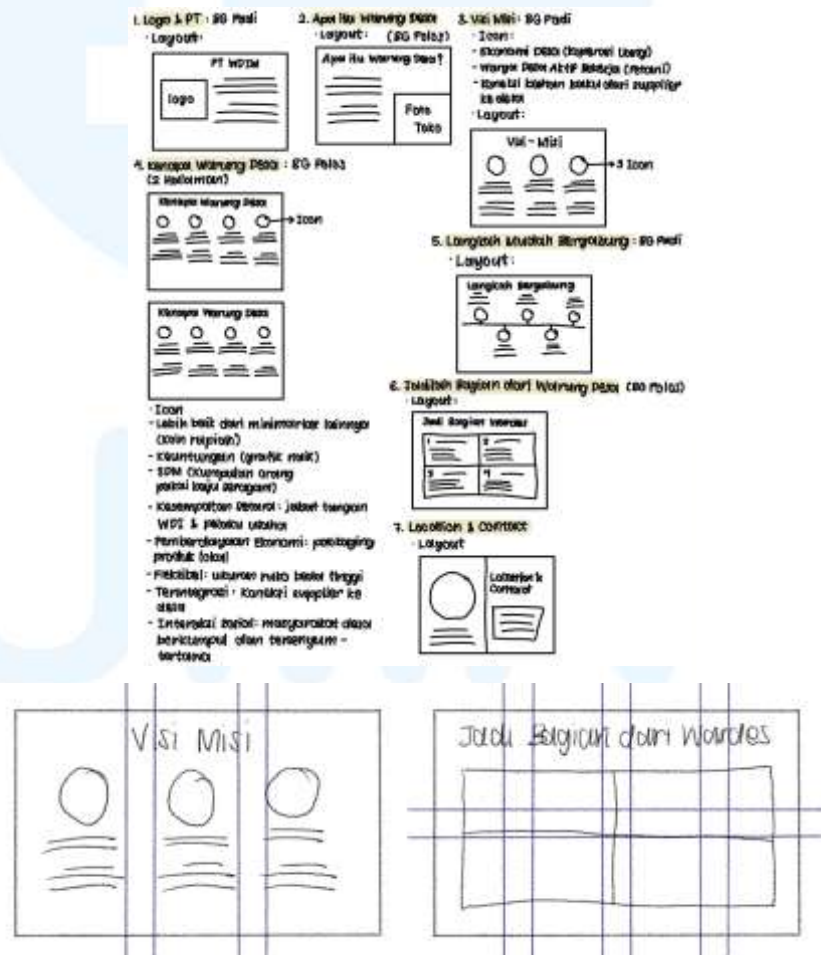
Gambar 3.18 *Template* Powerpoint Warung Desa
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar di atas merupakan *screenshot* dari *template* Powerpoint yang telah diberikan oleh Supervisor kepada penulis. Pada *template* tersebut, terdiri dari enam *template* yang penulis dapat memanfaatkan untuk membuat *company profile*. *Template* tersebut terdiri dari halaman *cover* depan, halaman kontak, halaman pengertian Warung Desa, dua halaman dengan elemen grafis Warung Desa, dan juga halaman *cover* belakang. Selain itu, *template* ini menggunakan font Poppins dan menyeragamkannya dari awal hingga akhir halaman.



Gambar 3.19 Proposal Waralaba *Franchise* Indomaret
Sumber: <https://www.scribd.com/document/611450901/IDM-Franchise-Presentation-20220419>

Gambar di atas merupakan *screenshot* dari proposal waralaba yang dimiliki oleh Indomaret dengan tujuan untuk mempromosikan program waralabanya kepada para calon pemilik minimarket Indomaret. Tautan dari proposal ini diberikan oleh Supervisor kepada penulis untuk dijadikan sebagai referensi pembuatan *company profile*. Tautan tersebut menunjukkan konten-konten yang terdapat pada proposal waralaba Indomaret, seperti sejarah, visi misi, portofolio, keunggulan, syarat, biaya, cara bergabung, dan kontak. Dari proposal tersebut, penulis mendapatkan inspirasi dari segi penggunaan icon, penempatan *heading*, penempatan *body text*, dan penulisan informasi yang efisien.



Gambar 3.20 Sketsa, *Outline*, dan *Grid Company Profile* PT WDI Maju

Gambar di atas merupakan sketsa, *outline*, dan *grid* yang digunakan untuk membuat *company profile* PT Warung Desa Indonesia Maju.

Penulis akan menggunakan *template* pertama untuk membuat *cover* depan dengan memberikan tulisan PT Warung Desa Indonesia Maju. Lalu, penulis akan menggunakan *template* yang terdapat foto mockup toko Warung Desa untuk meletakkan penjelasan mengenai pengertian Warung Desa. Penulisan visi misi akan diletakkan pada *template* yang terdapat elemen padi Warung Desa. Pada halaman tersebut, penulis telah menentukan *icon* apa saja yang dibuat beserta dengan penempatan *body text* yang berisi paparan setiap visi misi. Pada bagian “Kenapa Warung Desa”, penulis memutuskan untuk membagikannya ke dalam dua halaman dengan menggunakan *background* polos. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa seluruh informasi yang terdapat pada bagian tersebut dapat dipapar secara jelas. Selain itu, penulis telah menentukan *icon* seperti apa saja yang ingin dibuat dan juga penempatan *body text* bagi setiap poin. Khusus untuk bagian “Langkah Mudah Bergabung”, penulis akan tetap menggunakan gaya garis *timeline* yang juga terdapat pada situs resmi Warung Desa. Penulis berencana untuk menggunakan *background* yang terdapat elemen grafis padi Warung Desa serta telah menentukan posisi *icon* dan *body text*. Pada bagian “Jadilah Bagian dari Warung Desa”, penulis memutuskan untuk menggunakan *background* polos dan membagi poin-poin yang dimaksud menjadi empat kotak. Selain itu, penulis juga telah merencanakan peletakkan *sub heading* dan *body text*. Terakhir, penulis akan menggunakan *template* yang terdapat foto gedung perkantoran Nexsoft serta merencanakan peletakkan *heading* dan *body text*.

Dalam pembuatan *company profile* ini, penulis akan menggunakan dua jenis *grid* berdasarkan dengan kontennya. Pertama, *column grid*. Penulis akan menggunakan empat jenis *column grid*, yaitu *two column grid*, *three column grid*, *four column grid*, dan *five column grid*. Penulis akan menggunakan *two column grid* pada konten “Logo dan PT” serta “Location dan Contact”. Lalu, *three column grid* akan diterapkan pada konten “Visi Misi”. *Four column grid* akan digunakan pada konten

“Kenapa Warung Desa”. Kemudian, *five column grid* digunakan pada konten “Langkah Mudah Bergabung”. Selain itu, *grid modular* akan digunakan pada konten “Jadilah Bagian dari Warung Desa”. Tujuan penggunaan dua jenis *grid* ini adalah supaya konten yang terdapat pada *company profile* dapat dibaca dengan nyaman dan terlihat rapi.



Gambar 3.21 Proses *Editing Icon* “Kenapa Warung Desa”

Setelah membuat sketsa, *outline*, dan *grid* tersebut, Supervisor memberi tahu penulis untuk menggunakan kumpulan *icon* pada folder yang beliau telah unggah di platform Notion. Kumpulan *icon* tersebut diperuntukkan untuk setiap poin pada bagian “Kenapa Warung Desa”. Lalu, penulis memutuskan untuk melakukan *import* pada aset-aset tersebut ke dalam aplikasi Canva untuk diedit lebih lanjut. Penulis telah membuat dua alternatif warna untuk penggunaan *icon* tersebut, yaitu warna biru dan kuning. Tujuannya pergantian warna tersebut adalah untuk disesuaikan dengan warna identitas merek Warung Desa, yaitu kuning dan biru. Hal ini dapat dilihat pada gambar di atas, yaitu *screenshot* proses *editing icon* “Kenapa Warung Desa”.

Icon yang terdapat pada bagian “Langkah Mudah Bergabung” dan “Jadilah Bagian dari Warung Desa” diambil dari file PDF desain situs resmi Warung Desa yang telah diunduh pada platform Figma. Tidak hanya itu, penulis juga menggunakan beberapa foto dari file tersebut untuk dijadikan *background* pada beberapa bagian yang polos. Pada awalnya, penulis berusaha untuk mencantumkan seluruh informasi dalam

bentuk *body text* ke seluruh bagian *company profile*. Hal tersebut tidak berhasil dilaksanakan karena ukuran bidang yang tidak mampu untuk menampung seluruh informasi yang ada. Setelah berdiskusi dengan Supervisor, beliau memberikan saran kepada penulis untuk mempersingkat informasi-informasi tersebut dan tetap mempertahankan inti pesannya.



Gambar 3.22 Preview Company Profile PT WDI Maju

Kedua gambar di atas merupakan *preview* dari *company profile* PT Warung Desa Indonesia Maju yang telah dibuat oleh penulis. Desain ini menggunakan font Poppins pada seluruh bagian *slides*. Alasan penulis menggunakan font tersebut adalah itu merupakan bagian dari identitas merek Warung Desa. Meskipun *body text* pada beberapa bagian masih terlihat banyak, namun sudah diupayakan untuk dipersingkat dan tetap bisa menyampaikan pesan inti dengan jelas. Pada bagian “Jadilah Bagian dari Warung Desa”, penulis memutuskan untuk tetap membagi setiap poin menjadi empat bagian, namun dibuat sejajar posisinya.

3.3.2.2 ID Card Crew Store Warung Desa

Tugas tambahan lain yang penulis telah kerjakan adalah ID card. Tujuannya adalah untuk memenuhi keperluan identitas para karyawan di toko Warung Desa. Pada tugas ini, Supervisor telah memberikan file berupa kartu nama Warung Desa kepada penulis untuk dijadikan sebagai referensi dalam tugas ini. Ukuran yang digunakan pada perancangan ini adalah 8,56 cm x 5,4 cm.

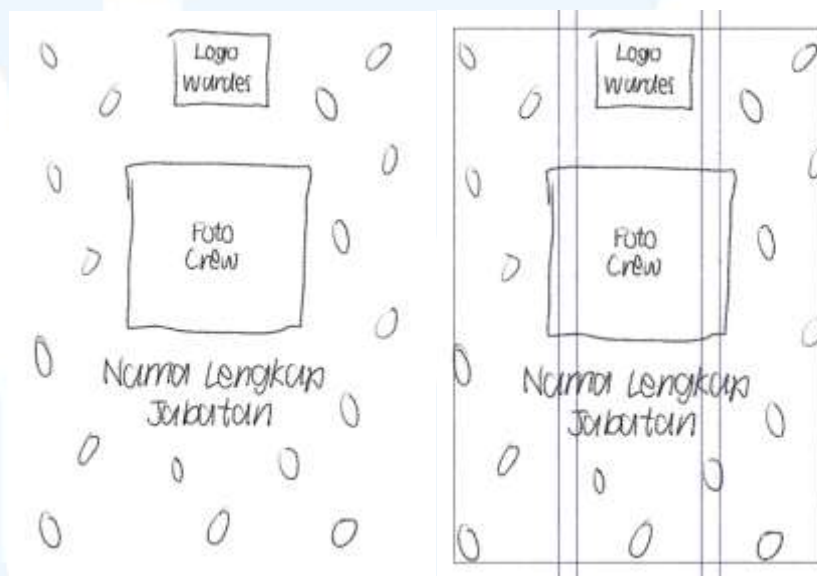


Gambar 3.23 Preview Kartu Nama Warung Desa
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar di atas merupakan *preview* dari kartu nama yang penulis jadikan sebagai referensi untuk membuat ID card. Penulis harus menutupi beberapa bagian karena terdapat informasi pribadi mengenai pemilik dari kartu nama tersebut. Foto pertama merupakan bagian belakang dari kartu

nama Warung Desa. Elemen yang terdapat pada bagian tersebut adalah *background* padi dan logo Warung Desa. Foto kedua menunjukkan bagian depan dari kartu nama Warung Desa. Bagian tersebut terdiri dari nama dan jabatannya, nama dan alamat kantor, nomor telepon, nomor fax, email, serta kode QR.

Dari referensi ini, penulis bisa mendapatkan inspirasi untuk menggunakan elemen padi Warung Desa sebagai *background*. Selain itu, penulis bisa mengetahui perihal peletakkan foto karyawan beserta dengan nama dan jabatannya. Tidak hanya itu, penulis juga mendapatkan gambaran mengenai warna apa saja yang bisa dipadukan pada perancangan ID card.



Gambar 3.24 Sketsa dan *Grid* ID Card Crew Store

Gambar di atas merupakan sketsa dan *grid* yang dibuat oleh penulis untuk perancangan ID card ini. Penulis berencana untuk meletakkan logo Warung Desa pada bagian tengah atas ID card. Selain itu, foto, nama lengkap, dan jabatan karyawan diletakkan pada bagian tengah kartu. Perihal peletakkan persisnya akan disesuaikan dengan jarak antar logo Warung Desa dengan bagian terbawah kartu. Sketsa bulat-bulat yang mengelilingi ID card tersebut merupakan elemen padi Warung Desa yang akan dibentuk seperti pola. *Grid* yang digunakan pada perancangan ini

adalah *three column grid*. Tujuan penggunaan *grid* ini adalah supaya penempatan elemen-elemen inti menjadi rapih pada bagian ID *card*.



Gambar 3.25 Desain ID *Card* Versi Pertama

Gambar di atas merupakan desain ID *card* versi pertama yang penulis telah buat. Penulis memutuskan untuk membuat desain tersebut dalam orientasi *landscape* untuk menyamakan dengan orientasi referensi kartu nama. Selain itu, elemen-elemen pada ID *card* ini diletakkan sedemikian rupa untuk menyerupai format kartu nama. Penulis menggunakan font Poppins sebagai bagian dari identitas merek Warung Desa. *Opacity* pada elemen grafis tadi diturunkan supaya pandangan orang bisa berfokus terhadap identitas karyawan. *Layout* ID *card* dibuat sedemikian rupa untuk menyesuaikan dengan alur membaca, yaitu dari kiri ke kanan. Pada desain ini, foto karyawan akan difokuskan terlebih dahulu, kemudian nama lengkap beserta dengan jabatannya.



Gambar 3.26 Desain ID Card Versi Kedua

Setelah berdiskusi dengan Supervisor, beliau memberikan saran untuk mengubah orientasinya menjadi *portrait*. Gambar di atas merupakan revisi pertama dari perancangan ID card ini. Selain itu, beliau meminta penulis untuk mengubah elemen melengkung pada desain ID card tersebut dari warna biru menjadi warna merah. Warna font juga disarankan untuk diubah dari warna hitam menjadi biru. Tidak hanya itu, beliau juga meminta penulis untuk memperbesar *opacity* pada elemen pada di *background*. Dari revisi ini penulis bisa melihat bahwa tujuannya adalah untuk mempertahankan identitas merek Warung Desa. Dengan dibuatnya *layout* seperti ini, maka alur membaca diubah menjadi dari atas ke bawah. Hal ini tidak merubah hierarki pada desain ID card tersebut, yaitu dari foto karyawan menurun ke nama lengkap dan jabatannya.



Gambar 3.27 Alternatif Desain ID Card Versi Kedua

Setelah Supervisor melihat desain ID *card* yang kedua, beliau meminta kepada penulis untuk membuat alternatif desain lain dengan menggunakan warna latar putih. Gambar di atas merupakan alternatif pada desain kedua ID *card* yang penulis telah buat. Desain ini memberikan kesan yang lebih minimalis karena penggunaan warna selain putih hanya diterapkan pada elemen lainnya, seperti *background* padi, elemen melengkung yang terletak pada dua ujung bagian ID *card*, serta nama lengkap dan jabatan karyawan. Keunggulan dari alternatif desain ini adalah meskipun menggunakan *background* berwarna putih, namun tiga warna utama Warung Desa masih bisa terlihat, yaitu kuning, biru, dan merah.



Gambar 3.28 Desain ID Card Versi Ketiga

Setelah Supervisor melihat alternatif dari desain ID card kedua tersebut, beliau telah memberikan sejumlah revisi. Gambar di atas merupakan hasil revisi ketiga ID card yang telah dibuat oleh penulis. Salah satu hal yang harus direvisikan oleh penulis adalah meletakkan *tagline* pada bagian bawah logo Warung Desa. Elemen visual pada ID card dibuat sederhana serupa dengan referensi kartu nama, seperti ukuran teks nama lengkap dan jabatan karyawan diperkecil serta bentuk *frame* foto diganti dari kotak melengkung menjadi lingkaran tanpa *outline*. Tidak hanya itu, penulis diminta untuk menggunakan contoh foto, inisial nama, dan jabatan pada revisi ini. Tujuannya adalah supaya Supervisor bisa mendapatkan gambar besar perihal penerapan ID card pada karyawan Warung Desa nantinya. Selain itu, penulis diminta untuk membuat *list* pada bagian bawah ID card yang terdiri dari 3 warna utama Warung Desa, yaitu biru, kuning, dan merah. Penulis juga diminta untuk meletakkan teks berisikan alamat situs resmi Warung Desa pada bagian atas list tersebut. Setelah mendapatkan persetujuan dari Supervisor, beliau meminta penulis

untuk menerapkan desain ini untuk ID *card* karyawan Warung Desa lainnya.

3.3.2.3 Booth Warung Desa

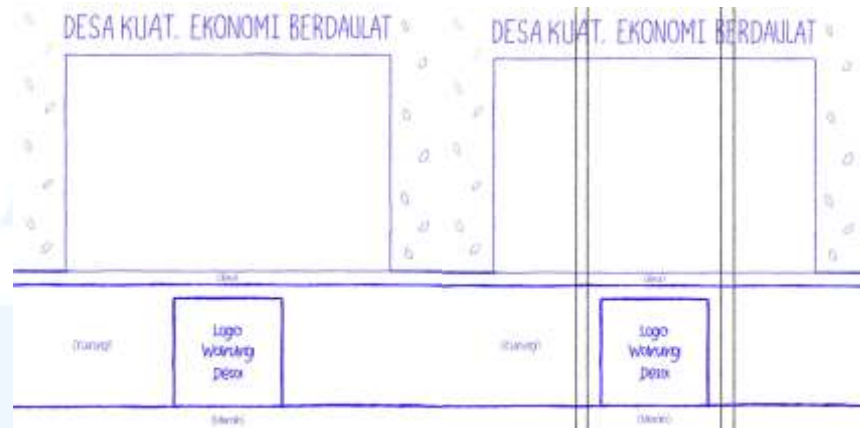
Penulis juga mendapatkan tugas tambahan lainnya, yaitu membuat desain *booth* untuk Warung Desa. Tujuan pembuatan *booth* tersebut adalah sebagai wadah untuk mempromosikan produk-produk Warung Desa. Selain itu, *booth* tersebut bisa digunakan untuk berbagai keperluan acara Warung Desa. Ukuran yang digunakan pada perancangan *booth* ini adalah 2 m x 2 m.



Gambar 3.29 Referensi Desain *Booth*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar di atas merupakan referensi desain *booth* yang telah diberikan oleh Supervisor kepada penulis. *Booth* tersebut merupakan milik Indomaret yang biasa diletakkan pada bagian depan toko. Pada gambar ini, *booth* digunakan untuk menjual makanan di depan tokonya. Warna pada *booth* tersebut tetap menggunakan warna identitas merek Indomaret yang terdiri dari warna biru, kuning, dan merah. *Booth* ini meletakkan logo Indomaret pada hampir seluruh bagian *booth*, terutama pada bagian penutupnya. Selain itu, *booth* tersebut dipenuhi dengan berbagai elemen grafis, seperti *heading*, teks singkat tipe makanan yang dijual, teks harga, foto makanan, dan teks promosi Indomaret. Hal tersebut memberikan kesan ramai terhadap *booth* karena banyaknya elemen grafis

yang digunakan. Pada referensi tersebut, penulis bisa mendapatkan inspirasi untuk peletakkan logo dan *heading*, elemen grafis untuk *background*, dan gambar atau ilustrasi.



Gambar 3.30 Sketsa dan *Grid Booth* Pertama

Gambar di atas merupakan sketsa dan *grid* pertama yang telah dibuat penulis untuk membuat desain *booth* ini. Penulis berencana untuk meletakkan *tagline* pada bagian atas dan logo Warung Desa pada bagian bawah *booth*. Selain itu, elemen grafis pada Warung Desa akan penulis buat seperti *pattern* zig zag yang hanya diterapkan pada setengah bagian *booth*. Penulis juga berencana untuk membuat beberapa alternatif warna *booth* supaya Supervisor bisa mendapatkan gambaran mengenai penerapan warna Warung Desa yang berbeda-beda. *Grid* yang digunakan pada desain ini adalah *three column grid*. Tujuannya adalah supaya elemen-elemen yang diletakkan pada bagian atas dan bawah *booth* dapat ditempatkan secara rapi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



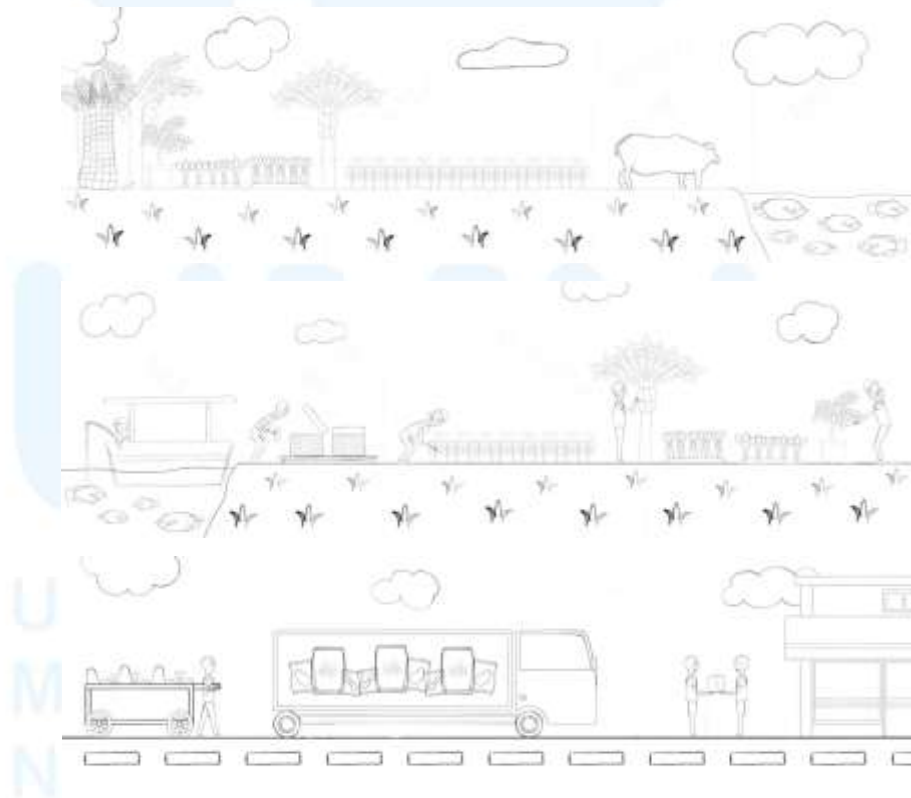
Gambar 3.31 Desain *Booth* Pertama

Gambar di atas merupakan salah satu warna alternatif desain *booth* pertama yang penulis telah buat. Font yang digunakan pada *tagline* adalah Rooney Sans dengan ukuran 354pt, *stroke* setebal 10pt, dan menggunakan efek *Drop Shadow*. Tujuannya adalah untuk memberikan *volume* terhadap *heading* tersebut. *Opacity* pada elemen pada disesuaikan visibilitasnya supaya bisa diadaptasikan ke berbagai jenis warna alternatif. Penulis memberikan garis biru terhadap bagian tengah *booth* sebagai tanda untuk membedakan bagian atas dan bawah *booth*. Dikarenakan elemen grafis gunung menggunakan warna biru, maka penulis menggunakan warna merah sebagai backgroundnya. Tidak hanya itu, penulis memutuskan untuk memasukkan alamat situs resmi Warung Desa pada bagian bawah logo.

Setelah memberikan desain tersebut kepada Supervisor, beliau memberikan sejumlah revisi kepada penulis. Beliau memberikan saran kepada penulis untuk membuat ilustrasi mengenai kegiatan yang dilakukan petani di desa, hasil bumi yang terdapat di desa, dan hasil bumi yang diolah dan dipasarkan di Warung Desa. Beliau memberi masukan

untuk meletakkan ide ilustrasi tersebut pada bagian depan gambar gunung.

Setelah penulis mencoba untuk menggambarkannya, hasilnya kurang optimal dikarenakan skala gambar yang terlalu kecil dan tidak bisa memuat seluruh ide tersebut dalam satu ilustrasi. Lalu, penulis memutuskan untuk mendiskusikan permasalahan ini dengan Supervisor. Penulis mengajukan ide kepada Supervisor untuk membagi ide-ide tersebut menjadi empat sisi yang akan memenuhi seluruh bagian bawah *booth*. Salah satu tujuannya adalah supaya penulis dapat menciptakan sebuah cerita di mana para pelanggan dapat melihatnya dari seluruh sisi. Selain itu, ide ini dibuat untuk membuat desain *booth* ini menjadi lebih beragam. Setelah Supervisor menyetujuinya, penulis segera menerapkan ide tersebut ke dalam perancangan desain *booth* ini.





Gambar 3.32 Sketsa Revisi Desain *Booth*

Keempat gambar di atas merupakan sketsa dari revisi desain *booth* Warung Desa yang dibuat oleh penulis. Gambar pertama menunjukkan hasil-hasil bumi pada beberapa desa di Indonesia. Beberapa hasil bumi yang penulis gambarkan adalah pohon-pohonan, buah-buahan, sayur-sayuran, dan hewani. Selain itu, penulis menggambarkan kerbau sebagai bentuk pendampingan alam dan manusia sekitar. Gambar kedua menunjukkan beberapa petani dan nelayan yang sedang mengolah beberapa sumber daya alam yang tersedia di desa untuk dijadikan makanan. Metode pengambilan dan penyimpanannya pun berbeda, seperti nelayan yang menyimpan ikan ke dalam *cooler box* dan petani yang memetik buah-buahan dari pohonnya. Gambar ketiga menunjukkan proses mobilisasi logistik dari desa menuju ke toko Warung Desa yang dituju. Proses tersebut terdiri dari para petani yang mengelola sumber daya alam yang dimaksud, lalu olahan tersebut diserahkan kepada pengirim untuk disalurkan atau dijual kepada toko Warung Desa. Gambar keempat menunjukkan para pelanggan yang sudah membeli dan sedang menikmati berbagai macam produk yang ditawarkan oleh Warung Desa. Tidak hanya itu, dalam gambar tersebut terlihat beberapa pelanggan yang sedang berbincang santai di kursi dan meja yang telah disediakan oleh Warung Desa. Setelah menyelesaikan keempat sketsa tersebut, penulis segera mewarnainya dan memberikan sejumlah *detail*.



Gambar 3.33 Hasil *Coloring* Desain *Booth*

Keempat gambar di atas merupakan hasil dari ilustrasi yang penulis telah buat untuk perancangan desain *booth* Warung Desa. Salah satu alasan penulis menggambarkan kerbau pada gambar pertama adalah karena kerbau membantu para petani dalam mengelola sumber daya alam yang ada, salah satunya adalah dengan membajak sawah. Selain itu,

penulis menggambarkan hasil-hasil bumi yang berbeda pada gambar tersebut untuk menunjukkan bahwa desa-desa di Indonesia memiliki sumber daya alam yang beragam berdasarkan lokasi masing-masing desa. Gambar kedua menunjukkan para petani dan nelayan sedang saling berdampingan untuk mengelola sumber daya alam yang ada dan memilih yang terbaik. Gambar ketiga menunjukkan proses pengolahan hingga pengiriman produk ke toko Warung Desa. Gambar tersebut dibuat untuk menunjukkan bahwa banyak pihak yang terlibat dalam proses pengadaan barang pada toko Warung Desa. Gambar keempat menunjukkan bahwa seluruh produk pada toko Warung Desa dapat memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Kebutuhan tersebut bisa berupa kebutuhan primer untuk sehari-hari maupun hanya sekedar bersantai bersama dengan orang sekitar dan lambat laun bisa menciptakan komunitas tersendiri. Dengan penggunaan warna yang beragam pada keempat ilustrasi tersebut, penulis ingin kesan keberagaman tersebut lebih unggul.



Gambar 3.34 Hasil Akhir Desain *Booth*

Berikut merupakan salah satu hasil akhir dari desain *booth* Warung Desa Indonesia. Elemen gunung yang diletakkan pada bagian belakang ilustrasi kegiatan petani membuat desain tersebut menjadi lebih terasa di desa. Selain itu, penulis memutuskan untuk meletakkan logo Warung Desa pada bagian tengah atas, *tagline* pada bagian kiri atas, dan situs Warung Desa pada bagian kanan atas. Tujuannya adalah supaya ketiga elemen tersebut bisa dilihat secara jelas oleh para pelanggan.

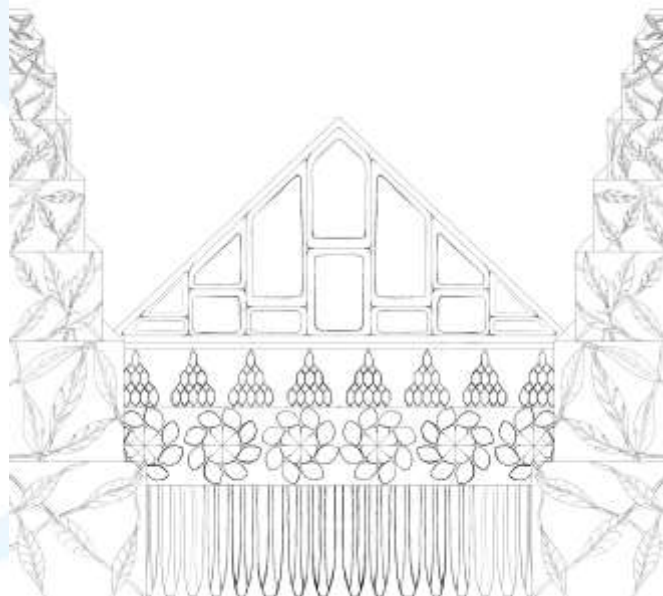
3.3.2.4 *Banner* Koperasi Desa

Penulis diberikan tugas tambahan untuk membuat desain *banner* bagi Koperasi Desa. Tujuan dari pembuatan desain *banner* tersebut adalah untuk dijadikan sebagai latar pada acara-acara Koperasi Desa. Ukuran yang digunakan untuk perancangan ini adalah sebesar 2 m x 2 m. Gaya desain yang diperlukan adalah netral supaya bisa digunakan untuk berbagai macam kegiatan pada toko Koperasi Desa, seperti *live music*, foto-foto sehabis senam, lomba masak, dan lain-lain. Warna yang digunakan sebatas merah putih sesuai dengan warna identitas merek Koperasi Desa.



Gambar 3.35 Referensi Desain *Banner* Koperasi Desa
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Gambar di atas merupakan foto referensi yang diberikan oleh Supervisor kepada penulis. Foto tersebut merupakan salah satu desain yang telah dibuat untuk mempromosikan *live* akustik yang diadakan pada hari Sabtu tanggal 25 Oktober 2025 di jam 7 malam yang dilaksanakan di toko Koperasi Desa Cibeber. Mayoritas warna yang digunakan pada poster tersebut adalah merah dan putih. Tidak hanya itu, warna hitam dan abu digunakan sebagai warna pelengkap dalam perwarnaan sejumlah aset. Elemen grafis yang terdapat pada bagian samping desain dibuat menjadi pola zig zag. Dari referensi tersebut, penulis bisa mendapatkan inspirasi untuk pembuatan aset, keseimbangan dalam menggambarkannya, serta penggunaan warna yang hanya terbatas pada ranah merah dan putih.



Gambar 3.36 Sketsa Desain *Banner* Koperasi Desa

Gambar di atas merupakan sketsa ornamen yang telah dibuat oleh penulis untuk perancangan *banner* ini. Penulis memutuskan untuk memadukan alam yang ada di sekitar desa dan dibuat seperti sebuah gapura. Selain itu, penulis juga menggambar sebuah rumah yang diibaratkan sebagai toko Koperasi Desa yang terdapat berbagai ornamen yang berhubungan dengan Warung Desa. Setelah penulis menyetujui

sketsa tersebut, penulis melanjutkan proses pewarnaan dan pemberian *detail*.



Gambar 3.37 Hasil Akhir Desain *Banner* Koperasi Desa

Gambar di atas merupakan hasil akhir dari perancangan desain *banner* Koperasi Desa yang telah dibuat oleh penulis. Gambar yang menyerupai gapura merupakan gabungan antara daun teh dengan sate maranggi yang merupakan salah satu ciri khas makanan Jawa Barat. Tujuan penulis menggambar hal tersebut adalah untuk mengedepankan sisi Jawa Barat pada desain *banner* Koperasi Desa Cibeber. Elemen-elemen yang terdapat pada bagian inti rumah merupakan modifikasi pada elemen padi Warung Desa. Penulis melakukan diskonstruksi terhadap elemen padi tersebut dan dibagi menjadi 3 bagian. Tangkai pada bagian bawah, tanaman padi yang melingkar, dan pucuk padi yang menjulang ke atas menandakan bahwa Koperasi Desa bisa berjalan berkat bantuan Warung Desa. Selain itu, kotak-kotak yang terdapat pada bagian atap rumah menandakan bahwa seluruh kebutuhan pokok yang diperlukan oleh pelanggan dapat dipenuhi oleh Koperasi Desa. Untuk memberikan variasi terhadap desain banner ini, penulis menggunakan 3 varian warna merah

dan putih. Tidak hanya itu, penulis memberikan *outline* terhadap sejumlah gambar sebagai bentuk *detailing*. Penulis juga diminta untuk memasukkan *tagline* Koperasi Desa pada bagian bawah logo.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama kurang lebih empat bulan menjalani program magang, penulis telah menemukan sejumlah kendala. Kendala tersebut berhubungan dengan proses penerimaan pekerjaan hingga melaksanakan eksekusi dalam pekerjaan. Seiring dengan berjalannya waktu, kendala-kendala tersebut dapat diatasi dengan beberapa solusi, baik dari penulis maupun Supervisor.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala pertama yang dialami penulis adalah ketika menerima *brief* pekerjaan. Seperti yang penulis sudah sebutkan sebelumnya, Supervisor meminta penulis untuk menggunakan platform Notion dalam memeriksa *brief* dan status dari pekerjaan yang dimaksud. Pada awalnya semua berjalan dengan cukup baik. Hanya saja ketika Supervisor melakukan pembaruan pada platform Notion, tidak ada notifikasi yang muncul, sehingga penulis harus memeriksa *workspace* pada platform tersebut secara berkala. Selain itu, tidak semua *brief* yang diberikan oleh Supervisor pada platform tersebut lengkap dan mudah dimengerti, sehingga penulis harus bertanya kepada Supervisor mengenai kejelasan dari *brief* yang dimaksud. Hal ini menyebabkan terjadinya beberapa miskomunikasi antara penulis dengan Supervisor.

Kedua, pada saat melakukan pekerjaan. Penulis memiliki kesulitan dalam melakukan eksplorasi dalam pembuatan desain untuk suatu merek. Alasannya adalah karena penulis memiliki kecenderungan untuk terpaku pada *brand guideline* yang telah diberikan oleh Supervisor pada saat hari pertama magang. Hal ini menyebabkan beberapa desain yang penulis telah buat terlihat kaku atau tidak ada pembaruan dari desain yang sebelumnya. Tidak hanya itu, penulis juga menemukan kesulitan dalam mengadaptasikan gaya desain baru

yang belum pernah dibuat, yaitu gaya desain yang biasa ditemukan pada minimarket di Indonesia.

Ketiga, manajemen pekerjaan. Penulis memiliki kesulitan dalam menentukan prioritas pekerjaan dikarenakan faktor kebaruan proyek Warung Desa. Hal ini mengharuskan penulis maupun Supervisor untuk membuat banyak desain dalam waktu yang cukup singkat dalam rangka memenuhi kebutuhan desain pada proyek ini. Selain itu, urgensi pada tugas-tugas yang diberikan di awal program magang mengharuskan penulis untuk melakukan *multitasking*, sehingga dapat segera diselesaikan.

Keempat, pekerjaan di luar *brief*. Penulis pernah diminta oleh rekan kerja dari divisi yang berbeda dan atasan Supervisor untuk membuat sebuah desain *template* untuk keperluan internal dan konten video untuk keperluan media promosi Warung Desa. Pada saat itu, penulis memberikan respon dengan mengatakan bahwa penulis bisa menerima tugas-tugas tersebut jika mendapatkan arahan secara langsung dari Supervisor. Alasannya adalah karena penulis selalu mendapatkan *brief* desain dari Supervisor selama melaksanakan program magang. Kedua pihak tersebut memberikan respon dengan mengatakan bahwa mereka akan menghubungi Supervisor penulis untuk diberikan *brief* resminya.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Solusi yang telah diterapkan kepada permasalahan pertama adalah dengan Supervisor memutuskan untuk memberikan *brief* melalui chat pribadi WhatsApp. Tujuannya adalah untuk mempercepat proses pengerjaan tugas. Selain itu, segala bentuk pembaruan terkait status penyelesaian tugas maupun revisi tugas dapat diketahui melalui notifikasi aplikasi WhatsApp. Meskipun *brief* yang diberikan pada chat pribadi kurang teratur dibandingkan pada *workspace* Notion, namun penulis bisa mengatasinya dengan melakukan rekap terhadap *brief* tersebut ke dalam *workspace* pribadi penulis di platform Notion.

Untuk mengatasi permasalahan kedua, penulis telah mempraktikkan beberapa solusi. Pertama, membuat coretan. Penulis melakukan proses pencarian ide dengan menggunakan tiga aplikasi yang berbeda, yaitu Goodnotes, Freeform, dan Procreate. Penulis menggunakan aplikasi Goodnotes ketika ingin membuat sketsa kasar maupun menulis *outline* mengenai apa saja yang ada di dalam desain yang dikerjakan. Selain itu, aplikasi tersebut membantu dalam menuangkan ide-ide alternatif yang bisa dipertimbangkan kembali oleh penulis. Aplikasi Freeform biasa digunakan untuk membuat *mind map* dengan tujuan menjabarkan *brief* maupun ide-ide besar. Hal ini juga didukung oleh luasan halaman pada setiap file yang tidak terhingga, sehingga penulis bisa menjabarkan ide sebanyak mungkin. Selain digunakan untuk membuat sketsa perancangan, aplikasi Procreate digunakan oleh penulis untuk membuat sketsa kasar dan menuliskan penempatan elemen-elemen yang telah direncanakan untuk digunakan. Selain itu, hal ini juga didukung oleh faktor internal, yaitu penulis pribadi dengan mendorong diri sendiri untuk keluar dari zona nyaman desain maupun ilustrasi.

Selain penggunaan aplikasi, penulis juga mencari referensi desain dari beberapa platform, seperti Google Images, Behance, dan Pinterest. Frekuensi penggunaan pada setiap aplikasi beragam berdasarkan aplikasi apa yang bisa memberikan rekomendasi referensi yang sesuai dengan brief desain yang telah diberikan oleh Supervisor maupun ide penulis. Tidak hanya itu, penulis juga mendorong diri untuk terus latihan membuat desain dengan gaya baru yang dimaksud untuk melatih diri dalam mengikuti gaya desain yang telah ditetapkan. Lambat laun, penulis jadi terbiasa untuk membuat desain dalam gaya tersebut. Hal ini juga didukung oleh revisi atau saran yang Supervisor berikan kepada penulis, sehingga penulis bisa menjadi tahu pola desain pada proyek Warung Desa maupun Koperasi Desa.

Solusi yang dilakukan oleh penulis pada permasalahan ketiga adalah dengan mengerjakan tugas terdahulu yang belum diselesaikan. Tujuannya adalah supaya penulis tidak menumpuk pekerjaan yang ada dan satu per satu

tugas bisa diselesaikan dengan baik. Ada saat di mana dua tugas harus segera diselesaikan oleh penulis dalam waktu yang serupa. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis membagi jam kerja menjadi dua. Contohnya adalah Tugas A dikerjakan dari pagi hingga siang, lalu Tugas B dikerjakan dari siang hingga sore. Hal ini dikecualikan kalau Supervisor meminta penulis untuk segera menyelesaikan tugas yang baru diberikan. Jika tugas penting tersebut sudah diselesaikan, maka penulis akan melanjutkan tugas yang sebelumnya terhambat.

Perihal permasalahan keempat, Supervisor telah menghubungi penulis beberapa minggu setelah mendapatkan permintaan desain secara tidak langsung tersebut. Setelah melakukan diskusi lebih lanjut, Supervisor memberikan respon dengan mengatakan bahwa menerima permintaan desain di luar *brief* yang diberikan oleh divisi lain maupun atas dari Supervisor diperbolehkan. Alasannya adalah karena kedua pihak tersebut terlibat langsung dari proyek Warung Desa ini, sedangkan Supervisor menulis memegang sejumlah proyek Nexsoft lainnya. Hal ini juga dikarenakan kedua pihak tersebut lebih tahu hal-hal yang dibutuhkan untuk mendukung proyek Warung Desa ini. Selain itu, penulis juga mengatakan bahwa permintaan desain di luar *brief* akan disesuaikan kembali dengan tugas-tugas yang sedang dijalani pada saat itu.