

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

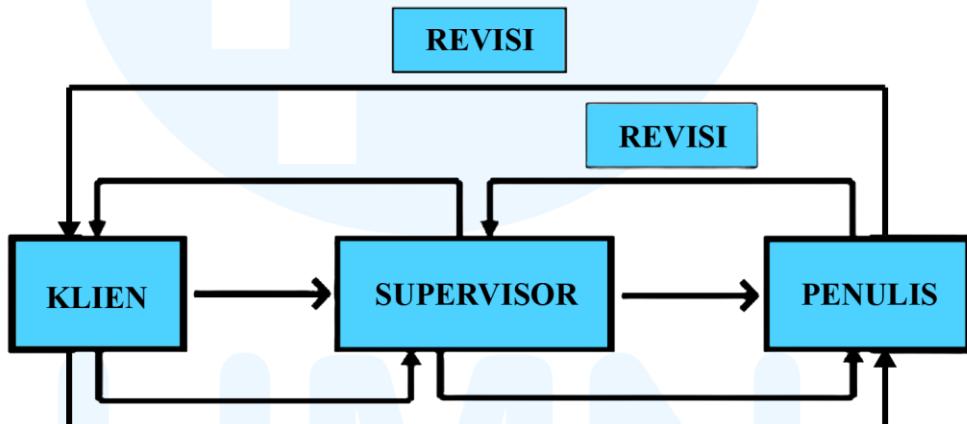
Untuk menciptakan kondisi lingkungan kerja yang positif, penulis membutuhkan *supervisor* yang menjadi pendamping. *Supervisor* membantu penulis dalam memperkenalkan dunia magang yang merupakan dunia sebelum bekerja, sehingga penulis bisa menyesuaikan diri dan melakukan adaptasi terhadap berbagai hal. Selain itu, *supervisor* juga menjadi jembatan membantu mempertemukan penulis dengan klien-klien di dunia kerja, dan membantu penulis dalam melatih kemampuan koordinasi dan komunikasi. Berikut akan dibahas oleh penulis mengenai alur penulis selama menjalankan magang di SQC Indonesia.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Tugas Supervisor adalah untuk mengumumkan pekerjaan apa yang akan dilakukan oleh penulis sebagai *graphic design intern*, kemudian memberikan petunjuk bagi penulis untuk mempermudah proses pengerjaan tugas magang. Tugas *Business Capability Partner* adalah menjalin kerjasama profesional sebagai bentuk kontrak antara dua belah pihak untuk mendapat keputusan bersama yang saling menguntungkan, tentunya secara legal, biasanya dilakukan dengan sebuah perusahaan atau lembaga sebagai pihak investor. Tugas *Business & Operational Support* adalah mengorganisasikan dan mengelola data maupun dokumen krusial yang dibutuhkan dan berhubungan dengan bisnis, menjadi salah satu *quality controller*, menjadi garda dalam pengelolaan barang-barang inventori dan fasilitas kantor serta perbaikannya apabila ada kerusakan. Selain itu, *Business & Operational Support* juga bertugas untuk berhubungan dengan pihak luar, yakni sebagai pihak customer care and service, dan juga bekerjasama divisi finance untuk mengelola anggaran untuk kesejahteraan dan kebutuhan karyawan.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Koordinasi pelaksanaan kerja penulis sebagai graphic designer intern adalah bekerjasama dengan 2 karyawan. Sejak awal, penulis akan selalu berkomunikasi dengan supervisor yang memiliki jabatan sebagai *Business Capability Partner*. Penulis akan melakukan asistensi terhadap tugas secara berkala, sehingga supervisor akan memberikan feedback untuk bagian tertentu dari karya desain penulis yang dapat dikembangkan maupun ditambahkan. Supervisor juga akan membantu menginformasikan pada penulis jika terdapat delegasi dari pihak *Business & Operational Support*. Dengan demikian, penulis akan mendapatkan jobdesc dari pihak Business & Operational Support atas persetujuan dari Supervisor penulis. Alur koordinasi selama penulis menjalankan magang adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Penulis di SQCI

Klien yang didapatkan oleh penulis berasal dari internal maupun eksternal SQCI. Pihak *Business & Operational Support* juga termasuk dalam klien internal, dan *Trainer* di SQCI juga menjadi klien internal dari penulis. Untuk klien eksternal tentunya didapatkan dengan adanya komunikasi antara supervisor dengan pihak Marketing di divisi *Business Unit*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama penulis bertugas sebagai anak magang di SQC Indonesia, penulis melakukan pencatatan terhadap tugas-tugas yang didapatkan. Tentunya tugas tersebut berbeda-beda, dan penulis mencatat tanggal pengerjaan dari proyek tersebut. Berikut merupakan detail pekerjaan yang dilakukan oleh penulis sejak bulan Agustus 2025.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	12-15 Agustus 2025	Brosur	Profil perusahaan
1	15 Agustus	IG Story	Ucapan 17 Agustus
2	18-22 Agustus	IG Story	Reminder akan adanya <i>Public Class “Designing Customer Experience”</i> , dengan narasi IG Story yang menggunakan pembawaan storytelling bertemakan “ngobrol sama customer.”
3	25-29 Agustus	Tumbler	Design tumbler dengan ornamen
4	1-3 September	E-certificate	Pelatihan untuk lembaga keuangan I.
5	3-4 September	IG Story	Ucapan Maulid Nabi Muhammad SAW
6	8-12 September	Buku Catatan	Desain jurnal dan <i>in-notes-calendar</i>
7	15-19 September	IG Story	Reminder akan adanya <i>Public Class “Great Coach for Great Team”</i> , dengan narasi IG Story yang menggunakan pembawaan storytelling bertemakan bola ping-pong.
8	17-19 September	Lanyard	Untuk kebutuhan training
9	22-26 September	Amplop	Desain amplop kecil dan besar
10	29 September – 3 Oktober	ID Card	Desain kartu nama untuk <i>trainer</i> dan <i>participant</i>
11	1-2 Oktober	Cek Typo	Pemeriksaan presentasi untuk training bagi lembaga keuangan II.

12	2-3 Oktober	E-certificate	Sertifikat untuk training bagi lembaga keuangan III.
14	6-7 Oktober	E-certificate	Sertifikat untuk lembaga keuangan II.
15	8-10 Oktober	E-certificate	Sertifikat untuk Program Training Muda bagi lembaga keuangan IV.
16	13-17 Oktober	IG Story	Reminder akan adanya <i>Public Class “Service 4.0”</i> , dengan narasi IG Story yang menggunakan pembawaan storytelling bertemakan Harry Potter
17	16 Oktober	Study Case	Membantu pembuatan skenario tambahan untuk pelatihan <i>Personal Branding & Assertive Communication</i> by PT SQC Indonesia. Isi: Pembuatan pertanyaan untuk meminta atau menanyakan informasi lewat WhatsApp untuk lembaga keuangan III yang menawarkan program prioritas, serta pembuatan skenario kasus komplain, keluhan atau keberatan.
18	20-21 Oktober	LinkedIn	Melakukan penjelajahan terhadap user LinkedIn yang sedang mencari vendor yang menyediakan pelatihan soft skills, memisahkannya dari user LinkedIn yang mencari vendor untuk pelatihan hard skills.
19	22-24 Oktober	Topi	Untuk digunakan oleh para <i>trainer</i>
20	27-31 Oktober	Work jacket	Untuk digunakan oleh para <i>trainer</i>
21	31 Oktober – 6 November	LinkedIn	Pembuatan narasi / <i>wordingan</i> yang akan dikirimkan oleh calon kandidat kerja, melakukan pemeriksaan dan revisi <i>wordingan</i> , melakukan <i>connecting & approaching</i> ke akun LinkedIn kandidat, dan menyelesaikan percakapan hingga mereka bisa terhubung secara resmi ke email SQCI (mengirimkan CV untuk mendapatkan detail <i>job description</i> dengan <i>role</i> sebagai <i>Customer Engagement Manager</i>)

22	3-6 November	IG Story	Ucapan Hari Wayang Nasional
23	3-7 November	IG Story	Ucapan Hari Pahlawan Nasional
24	10-13, 19-21 November	IG Story	Reminder akan adanya <i>Public Class “Creative Problem Solving”</i> , dengan narasi IG Story yang menggunakan pembawaan storytelling bertemakan Aladdin dan Marvel Hero.
25	12-18 November	Spanduk dan <i>Powerpoint Cover</i>	Membuat desain spanduk untuk kegiatan bootcamp SQCI, yang ditujukan bagi sebuah lembaga keuangan. Setelah desain disetujui, maka dibuatlah <i>powerpoint cover</i> untuk kebutuhan training dengan desain yang sama. Kegiatan Bootcamp tersebut dilakukan dalam bentuk <i>Product Refreshment & Outbound Training</i> , dengan tema “ <i>Together Achieve More.</i> ”
26	12-17 November	Spanduk	Membuat desain spanduk untuk kegiatan bootcamp SQCI, yang ditujukan bagi sebuah lembaga keuangan. Tema yang diangkat dalam bootcamp ini merupakan “ <i>Synergy in Action.</i> ”
27	14-18 November	Survei tempat dan proses <i>Shooting</i>	Membantu dalam proses produksi proyek video yang akan diupload dalam Learning Management System SQCI, dengan tema CX (Customer Experience) for TL (Team Leader) dari sebuah perusahaan otomotif, disiarkan ke seluruh cabang perusahaannya di Indonesia.
28	24 November – 10 Desember	Video <i>teaser</i>	Melakukan pengeditan video <i>teaser</i> yang melibatkan penggunaan animasi untuk lembaga keuangan IV yang menawarkan seputar program pemulihan kredit, dengan tema pemulihan organisasi dan membuatnya dalam 2 versi video.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Bagian ini berupa penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses kerja. Jumlah minimal proses yang dijabarkan adalah lima proyek/ karya, meliputi proses perancangan dari awal hingga akhir. Metode perancangan mengacu pada metode yang digunakan di perusahaan tempat kerja. Usahakan lima proyek tersebut berbeda, jangan ketiganya *signage*, misalnya, tapi beda-beda. Kalau hanya mengerjakan *signage*, harus dari tiga klien berbeda. Bisa variatif, bisa juga spesifik, tergantung pekerjaan. Dari lima proyek tersebut, penulis menentukan satu tugas utama dan empat tugas tambahan. Paragraf minimal terdiri atas tiga kalimat.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Desain Instagram Story menjadi salah satu bentuk proyek paling mendominasi saat ini. Instagram Story digunakan sebagai media untuk meningkatkan kesadaran dari merk Service Quality Centre Indonesia. Setiap bulannya, SQC Indonesia mengadakan public class dengan tema yang berbeda-beda, dimana kelas pelatihan ini dibuka untuk publik. Setiap proyek Instagram Story untuk promosi public class biasanya berjumlah 3, dimana terdapat storytelling yang menyatukan keseluruhan rangkaian Instagram Story tersebut. Di hari pertama, penulis akan menyadarkan audiens akan masalah yang kerap terjadi di dunia kerja maupun sesuatu yang relatable dengan banyak orang. Untuk hari kedua, penulis akan menunjukkan tantangan dan arahan atau tindakan yang dapat dilakukan yang belum tentu terpikirkan oleh audiens. Untuk hari ketiga, penulis akan menegaskan solusi dan memberikan ajakan untuk bergabung dalam program public class SQC Indonesia dengan tema tertentu. Dengan demikian, storytelling yang melibatkan perumpamaan dapat membantu audiens agar lebih terengage dengan konten-konten sosial media milik SQC Indonesia, mengingatkan jadwal public class hanya diposting sekali dalam setahun di *Instagram Feeds*.

3.3.1.1 Proyek Desain Instagram Story *Public Class Designing Customer Experience*

Tugas Instagram Story Training yang pertama mengusung tentang topik *Designing Customer Experience*. Penulis menggunakan bentuk persegi-persegi yang geometris untuk menciptakan kesan yang mirip seperti *pixel art*, dengan mengintegrasikan penggunaan efek grain untuk menciptakan kesan yang lebih *retro* lagi. Pemilihan warna yang digunakan terinspirasi dari gerakan *Bauhaus* yang menggunakan warna-warna dasar, yang kebetulan merupakan warna-warna dari *brand* SQCI itu sendiri.



Gambar 3.2 Moodboard dan Referensi untuk IG Story *Public Class Designing Customer Experience*
Sumber: Pinterest

Setelah mengumpulkan *moodboard* dan referensi untuk keperluan pembuatan IG Story, penulis melakukan penjelajahan bahan-bahan foto yang sekiranya dapat menciptakan *storytelling* yang mendeskripsikan bagaimana beberapa orang sedang mendiskusikan argumennya, dan ada pihak yang berusaha menjelaskan, meluruskan maupun membantu pencarian solusi. Hal ini secara keseluruhan menciptakan kesatuan skenario bahwa ada konsumen yang melakukan komplen terhadap keresahannya, dan pihak perusahaan melakukan mediasi, berusaha memberikan jalan keluar atau win-win solution bagi konsumen. Dengan sikap seperti ini, diharapkan bahwa konsumen bisa merasa didengarkan oleh pihak pemberi layanan, begitu juga dengan pihak pemberi layanan bisa berempati dan mau mengerti tentang kendala yang dialami oleh konsumen.



Gambar 3.3 Sketsa foto untuk IG Story *Public Class Designing Customer Experience Lembar 1*
Sumber: Official Instagram SQC Indonesia

Setelah mengumpulkan *moodboard* dan referensi untuk keperluan pembuatan IG Story, penulis melakukan penjelajahan bahan-bahan foto yang sekiranya dapat menciptakan *storytelling* yang mendeskripsikan bagaimana beberapa orang sedang mendiskusikan argumennya, dan ada pihak yang berusaha menjelaskan, meluruskan maupun membantu pencarian solusi. Hal ini secara keseluruhan menciptakan kesatuan skenario bahwa ada konsumen yang melakukan komplen terhadap keresahannya, dan pihak perusahaan melakukan mediasi, berusaha memberikan jalan keluar atau win-win solution bagi konsumen. Dengan sikap seperti ini, diharapkan bahwa konsumen bisa merasa didengarkan oleh pihak pemberi layanan, begitu juga dengan pihak pemberi layanan bisa berempati dan mau mengerti tentang kendala yang dialami oleh konsumen. Aset-aset foto tersebut diambil melalui Instagram resmi SQC Indonesia, mengingatkan penulis diimbau untuk tidak mengambil aset foto “manusia” yang sedang melakukan training diluar dari media informasi yang dipublikasikan oleh SQCI, kecuali jika diberikan tambahan aset foto dari arsip dokumen perusahaan.



Gambar 3.4 Sketsa Layout dan hasil akhir IG Story Lembar 1
Public Class Designing Customer Experience

Untuk lembar pertama sendiri, penulis tidak mendapatkan revisi apapun dari supervisor, walaupun awalnya penulis sempat melakukan eksperimen terkait layout fotonya, tetapi penulis memutuskan untuk mengubah desain tersebut sebelum mengumpulkannya kepada supervisor. Secara keseluruhan, penulis banyak melakukan *masking* dalam mendesain, dengan bentuk-bentuk geometris sebagai bentuk dasar yang dipadupadankan, misalnya menjadi bentuk brush untuk desain pertama, dan menjadi bentuk seperti *pixel art* yang ditata secara acak untuk menciptakan kesan desain yang tidak kaku.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline, font* yang digunakan adalah Arial Rounded MT Bold versi regular, dengan ukuran 16 pt dan *line spacing* sebesar 18 pt. Untuk *body text, font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 8 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk *footer, font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 6 pt dan *line spacing* sebesar 6 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 85 px.



Gambar 3.5 Sketsa foto untuk IG Story *Public Class Designing Customer Experience*
Lembar 2

Sumber: Official Instagram SQC Indonesia

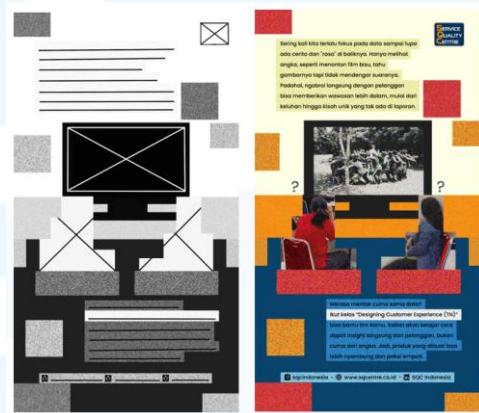
Beberapa asset foto dipilih oleh penulis tidak hanya melalui *Instagram Feeds* lama dari SQCI, tetapi juga dari *screenshot layer* dari berbagai *Instagram Reels* yang dipadupadankan sedemikian rupa untuk menciptakan 2 orang yang sedang duduk di kursinya memperhatikan kedepan ke arah pembicara atau pengajar, dengan konteks disini bahwa pengajar tersebut menjadi sebagai pihak perusahaan penyedia barang atau jasa. Untuk percobaan desain awal, penulis mencoba untuk hanya menggunakan foto dari 2 orang yang sedang duduk, karena terdapat ide lain yang muncul dan coba dieksekusi oleh penulis.



Gambar 3.6 Sketsa foto untuk IG Story Lembar 1
Public Class Designing Customer Experience
Sumber: Official Instagram SQC Indonesia

Penulis pun mencoba menyambung jalan cerita sebelumnya dengan menggambarkan bahwa terdapat televisi yang menjadi *point of interest* di dalam desainnya. Sebelum itu, penulis menemukan foto peserta *bootcamp* yang sedang mengikuti aktivitas game sebagai bagian dari rangkaian kegiatan, dimana tergambaran *teamwork* dan keseruan yang kental dalam

gambar ini. Penulis memilih untuk mengubahnya menjadi hitam putih untuk menggambarkan perasaan yang lebih sulit untuk ditebak dan dianalisis, karena banyak interpretasi yang bisa muncul ketika melihat *scene* dalam warna hitam dan putih, bisa saja mengarah ke hal positif seperti nostalgia atau malah sebaliknya ke arah yang negatif seperti contohnya kesedihan. Dengan demikian, terkembanglah ide visual desain seperti berikut.



Gambar 3.7 Sketsa Layout dan hasil IG Story sebelum revisi untuk Lembar 2 *Public Class Designing Customer Experience*

Tetap dengan desain yang menggunakan persegi sebagai bentuk dasar, penulis mendesain tentang bagaimana menonton televisi tanpa suara merupakan pengibaran dari melihat “data” tanpa berempati pada konsumen dengan berusaha mengetahui apa yang mereka rasakan terhadap sebuah produk atau layanan. Dengan demikian, penulis membuat narasi dimana penting sekali untuk terjun ke lapangan daripada hanya melihat informasi yang sifatnya statis, karena tentunya ada hal-hal tak tertulis yang tidak bisa hanya direpresentasikan dengan kata-kata atau data semata. Selain tampilan-tampilan elemen bentuk geometris, penulis juga menambahkan penggunaan *grain* dengan konsep yang membantu memberikan kesan desain yang lebih *retro*.



Gambar 3.8 Sketsa Layout dan hasil IG Story (revisi 1 dan hasil akhir) *Public Class Designing Customer Experience* untuk Lembar 2

Setelah dikumpulkan, penulis mendapatkan revisi dari supervisor untuk mengubah narasi, dan mendapatkan saran pengubahan narasi yang lebih menggali seputar poin-poin seperti apa yang membuat konsumen puas maupun kecewa, dan juga harapan mereka terhadap produk atau layanan. Penulis pun pada akhirnya mengubah elemen gambar di dalam desain story yang memiliki bentuk televisi di dalamnya menjadi bentukan geomatis *pixel* yang mirip dengan desain lainnya agar lebih selaras dengan apa yang dibahas dalam narasinya.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline, font* yang digunakan adalah Arial Rounded MT Bold versi regular, dengan ukuran 16 pt dan *line spacing* sebesar 18 pt. Untuk *body text, font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 8 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk *footer, font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 6 pt dan *line spacing* sebesar 6 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 55 px. Demikianlah desain dari lembar kedua untuk topik *Designing Customer Experience*.



Gambar 3.9 Sketsa foto untuk IG Story *Public Class Designing Customer Experience* Lembar 3

Sumber: Official Instagram SQC Indonesia

Sebagai salah satu pelatih senior di SQC Indonesia, Bapak Toni Suryantono menjadi pelatih di program *Public Class Designing Customer Experience*, mengingat setiap bulannya pelatih SQCI mendapatkan gilirannya masing-masing, dan beliau memiliki kompetensi untuk melatih klien dalam memberikan pelayanan yang baik dan membangun *Customer Experience* yang tepat, dimana pelayanan sendiri dapat diukur dan peserta pelatihan bisa mempelajari hal tersebut dengan melakukan investasi di SQCI.



Gambar 3.10 Sketsa Layout dan hasil awal dan akhir setelah revisi IG Story *Public Class Designing Customer Experience*

Untuk desain story dari lembar ke-3, penulis tetap mendesain dengan *style* yang sama, tapi kali ini terfokus pada pelatih dan tanggal dari pelatihan tersebut, karena lembar story kali ini merupakan ajakan kepada *viewers* untuk mengikuti *Public Class*, dimana terdapat beberapa materi

yang akan dipelajari yang tujuannya untuk meningkatkan kualitas CX dari jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan atau bisnis.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline, font* yang digunakan adalah Arial Rounded MT Bold versi regular, dengan ukuran 16 pt dan *line spacing* sebesar 18 pt. Untuk *body text, font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 8 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk *footer, font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 6 pt dan *line spacing* sebesar 6 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 55 px. Semua desain ini dibuat dengan Adobe *Photoshop*.

3.3.1.2 Proyek Desain Instagram Story *Public Class Great Coach For Great Team*

Tugas Instagram Story Training yang kedua, mengusung tentang topik *Great Coach for Great Service Team*. Konsep desain yang hendak penulis adopsi adalah nuansa yang mirip dengan hasil fotografi dengan teknik *panning*. Untuk meraih hasil tersebut, tentunya menggunakan settingan *shutter speed* yang rendah di kamera. Di sisi lain, penulis bukan berperan sebagai fotografer di SQCI. Dengan demikian, penulis memutuskan mengumpulkan dulu aset foto yang dikumpulkan untuk memenuhi rencana *storytelling* tertentu.



Gambar 3.11 Moodboard dan Referensi untuk IG Story *Public Class Great Coach for Great Service Team*
Sumber: Pinterest

Setelah menemukan gambaran dari *style* dalam mendesain, penulis memilih aset-aset foto yang menggambarkan keaktifan, mengingat aktivitas oper bola ping-pong seperti ini membutuhkan kecepatan dan ketepatan. Dengan demikian, sangat mungkin bagi para pemain untuk bergerak dengan gesit atau bahkan berlari, tetapi tetap dengan presisi. Setelah mengambil aset-aset foto tersebut, penulis melakukan sedikit penyesuaian terhadap tingkat *warm* and *tint*, serta mengatur kontras dan pencahayaan.



Gambar 3.12 Sketsa foto untuk IG Story *Public Class Great Coach for Great Service Team* untuk Lembar 1
Sumber: Official Instagram SQC Indonesia

Untuk mencapai *motion blur* yang diinginkan, penulis menggunakan aplikasi Adobe *Photoshop* untuk menambahkan efek tersebut, yang diimbangi dengan peningkatan kecerahan dari foto tinggi pula, sehingga menghasilkan foto dengan tingkat *brightness* yang tinggi. Penulis mengaplikasikan fitur *motion blur* untuk menyesuaikan dengan *storytelling* yang hendak diangkat, dimana terdapat goyangan dan penggeseran posisi

(kiri ke kanan, atas ke bawah), ditambah lagi bols ping pon yang terjun bebas dari ayas, karena penulis duah mencoba gambar tanpa *filter motion blur* hanya menciptakan gambar statis.



Gambar 3.13 Sketsa Layout dan hasil akhir dari IG Story *Public Class Great Coach for Great Service Team Lembar 1*

Sebelumnya, penulis juga membuat sketsa *layout* dengan Adobe *Illustrator*, dimana terdapat perbedaan bentuk pada bagian judul karena menggunakan *warp textnya* yang terinspirasi dari tong air yang biasanya ada tempat wisata permainan air, dimana akan ada jumlah air dengan volume tertentu yang dituang ke daerah tempat para wisatawan datang tanpa mengetahui siapa yang akan terkena siramannya jika tong air tersebut bisa berputar-putar. Di samping itu, bentuk “bola ping pong” tersebut mempunyai wadah, yaitu gelas plastik diatas kepala dari peserta pelatihan di foto tersebut. Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline, font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran yang mengecil hingga membesar karena telah melalui proses *warp* dan *line spacing* sebesar 21,34 pt. Untuk *body text, font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 6 pt dan *line spacing* sebesar 9 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 85 px.



Gambar 3.14 Sketsa foto untuk IG Story Lembar 2 *Public Class Great Coach for Great Service Team*

Sumber: Official Instagram SQC Indonesia

Untuk mencapai *motion blur* yang diinginkan, penulis menggunakan aplikasi Adobe *Photoshop* untuk menambahkan efek tersebut, yang diimbangi dengan peningkatan kecerahan dari foto tinggi pula, sehingga menghasilkan foto dengan tingkat *brightness* yang tinggi. Penulis mengaplikasikan fitur *motion blur* untuk menyesuaikan dengan *storytelling* yang hendak diangkat, dimana terdapat goyangan dan penggeseran posisi (kiri ke kanan, atas ke bawah), ditambah lagi bola ping pong yang terjun bebas dari ayas, karena penulis duah mencoba gambar tanpa *filter motion blur* hanya menciptakan gambar statis.

Sebelum itu, penulis juga membuat sketsa *layout* dengan Adobe *Illustrator*, dimana terdapat perbedaan bentuk pada bagian judul karena menggunakan *warp textnya* yang terinspirasi dari tong air yang biasanya ada tempat wisata permainan air, dimana akan ada jumlah air dengan volume tertentu yang dituang ke daerah tempat para wisatawan datang tanpa mengetahui siapa yang akan terkena siramannya jika tong air tersebut bisa berputar-putar. Di samping itu, bentuk “bola ping pong” tersebut mempunyai wadah, yaitu gelas plastik diatas kepala dari peserta pelatihan di foto tersebut.



Gambar 3.15 Sketsa Layout dan hasil IG Story (Hasil awal dan akhir setelah revisi) untuk *Public Class Great Coach for Great Service Team Lembar 2*

Masih sama dengan *style motion blur*, tapi kali ini penulis menggabungkan beberapa tangan yang ditumpuk sebagai simbol persatuan di dalam tim. Ini juga merupakan bentuk proteksi diri dari tim agar tidak goyah ketika diterpa dengan berbagai tantangan maupun masalah, sehingga perlu bersatu bukan untuk terpisah secara individual yang menyebabkan kehancuran tim. Dengan demikian, kerjasama dalam tim sangatlah penting, yang tentunya memiliki pemimpin atau *Coach* yang dapat menjadi teladan dan memiliki pola pikir yang visioner, bukan yang stagnan atau *fixed mindset*. Revisi yang diterima oleh penulis adalah membuat teks “Setiap masalah tim adalah peluang” menjadi 2 baris dari yang awalnya 3 baris, serta menghapus bola ping-pong yang sebelumnya telah ada di lembar 1 untuk memberikan perbedaan antar lembar yang lebih jelas.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline, font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 24 pt dan *line spacing* sebesar 29,54 pt. Untuk *body text, font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 6 pt dan *line spacing* sebesar 9 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 95 px.



Gambar 3.16 Sketsa foto untuk IG Story *Public Class Great Coach for Great Service Team*
Lembar 3

Sumber: *Official Instagram SQC Indonesia*

Untuk lembar terakhir dari rangkaian Instagram Story untuk *Public Class Great Coach for Great Service Team*, penulis menggunakan aset-aset foto yang tersedia di laman Instagram SQC Indonesia, sebagian besar dalam kegiatan *training* yang menggambarkan suasana banyak orang. Hal ini dikarenakan penulis ingin menggambarkan situasi seseorang yang membantu orang lainnya yang ditutup matanya sebagai simbol individu yang tidak mengetahui arah jalan hingga sampai ke tujuan yang direncanakan. Walaupun di tengah-tengah keramaian sebagai simbol hambatan atau *chaos*, tetapi itu bukan menjadi masalah, melainkan menjadi kesempatan untuk berkembang menjadi tim yang lebih baik.



Gambar 3.17 Sketsa Layout dan hasil akhir IG Story Lembar 2 *Public Class Great Coach for Great Service Team*

Tim yang baik, selain dengan memiliki anggota yang dapat bekerjasama dalam melaksanakan pekerjaannya, juga melibatkan pemimpin sebagai *Coach* untuk memberikan bimbingan dan arahan yang baik, bukan untuk menjerumuskan tim ke jalan yang tidak baik, yang tentunya dapat

merugikan berbagai pihak. Dasar-dasar untuk menjadi *Coach* yang baik, menjadi pendengar dan penanya yang baik bagi tim, hingga menjadi penggali potensi dari anggota tim yang tersembunyi, dibahas dalam *Public Class* ini. Secara keseluruhan, *layout* desain dibuat di *Adobe Illustrator*, dan dieksekusi dengan *Adobe Photoshop* yang banyak melibatkan permainan *blending mode* dan *layering* untuk menciptakan desain seperti ini.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline*, *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 24,74 pt dan *line spacing* sebesar 29,68 pt. Untuk *body text*, *font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 6 pt dan *line spacing* sebesar 9 pt. Untuk *footer*, *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 15,08 pt dan *line spacing* sebesar 15,08 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 80 px. Semua desain ini dibuat dengan *Adobe Photoshop*.

3.3.1.3 Proyek Desain Instagram Story *Public Class Service 4.0*

Untuk proyek Instagram Story ketiga, terdapat *Public Class* bertemakan *Service 4.0*. Brief yang diberikan adalah membuat desain yang ceria dengan menggunakan tema *fantasy*. Dengan demikian, penulis mencoba mencari kumpulan foto dan referensi untuk memberikan gambaran akan *vibes* yang diinginkan untuk desain IG Storynya. Penulis hendak mengintegrasikan desain yang memberikan kesan seperti ada yang meledak atau bersinar, dengan paduan warna yang ceria dan mewakili warna *brand* dari SQCI.



Gambar 3.18 Moodboard dan Referensi untuk IG Story *Public Class Service 4.0*
Sumber: Pinterest

Setelah membuat moodboard dan referensi, penulis menjelajahi laman Instagram dari SQCI untuk mengumpulkan foto-foto yang diperlukan untuk pembuatan desain IG Story *Public Class Service 4.0*. Penulis menemukan beberapa foto dari *trainer* dan peserta pelatihan yang menggunakan kostum Harry Potter dalam sebuah kegiatan pelatihan. Untuk melengkapi hingga 3 foto, penulis juga mengambil foto peserta pelatihan yang sedang menyusun kartu dengan fokus, untuk memberikan kesan sedang membuat perencanaan dengan serius untuk membangun sesuatu yang terlihat dan “*magical*” seperti Harry Potter yang paling dominan bergenre fantasi.



Gambar 3.19 Sketsa foto untuk IG Story *Public Class Service 4.0*
Sumber: Official Instagram SQC Indonesia

Usai mengumpulkan aset-aset foto, penulis mulai merancang desain lembar pertama, dimana lembar pertama ini menunjukkan bahwa ada peserta pelatihan yang dikenakan dengan *Sorting Hat*, yang dikenal untuk mengelompokkan seseorang untuk masuk ke dalam rumah apa berdasarkan

personality dan potensi diri mereka yang tersembunyi. Untuk konteks SQCI, penulis menuliskan bagaimana pentingnya setiap tim untuk mengenal diri mereka sendiri dan apa yang menjadi *strength* dari mereka. Setiap tim atau perusahaan perlu mengetahui apa saja data yang dianggap paling berharga dan berdampak besar dalam perkembangan tim atau perusahaan tersebut, menemukan *tools* atau teknologi yang paling cocok dan relevan untuk membantu proses pengembangan, hingga berbagai peluang yang sifatnya personal bagi mereka.

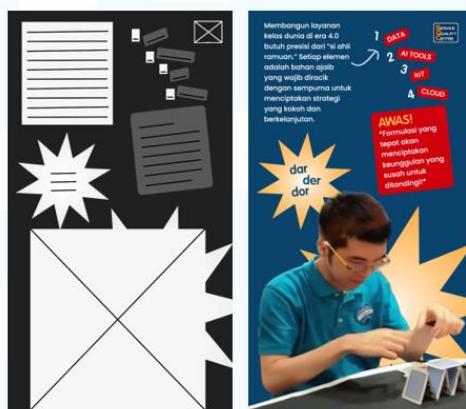


Gambar 3.20 Sketsa Layout dan hasil akhir IG Story *Public Class Service 4.0* Lembar 1

Sesuai dengan tema *Public Class* yang diangkat, penulis percaya bahwa setiap tim dapat memperoleh pengenalan yang lebih baik terhadap seluk beluk pekerjaan mereka, hingga visi misi mereka berkat kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi untuk membantu dalam berkoneksi dengan banyak orang dan belajar banyak hal. Mengenai tampilan desainnya, penulis berhasil mengeksekusi desain sesuai dengan gambaran *vibes* yang telah direncanakan. Penulis mencoba untuk membuat susunan teks yang sedikit dimiring-miringkan agar menghindari kesan yang kaku, dan memberikan sentuhan desain yang menggambarkan kebahagiaan.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline* bertuliskan *Sorting Hat*, *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 14 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk *body text*, *font* yang digunakan adalah Poppins

versi medium, dengan ukuran 8 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 70 px.



Gambar 3.21 Sketsa Layout dan hasil akhir IG Story *Public Class Service 4.0* Lembar 1

Untuk desain lembar selanjutnya, penulis juga mengintegrasikan perancangan desain dengan *vibes* yang sama, tetapi disini seperti memberikan peringatan dengan kata-kata seperti “AWAS!” hingga “dar der dor” yang membuat orang merasakan adanya urgensi untuk melihat apa yang terjadi atau apa yang hendak diinformasikan dalam desain ini. Beberapa *tools* seputar teknologi terkini dilambangkan sebagai bahan-bahan ajaib yang diracik oleh “si ahli ramuan.” Kartu-kartu yang disusun menjadi simbolisasi akan bahan-bahan ajaib itu, dimana penggunaan *tools* seperti itu dianggap dapat membantu menciptakan strategi yang kokoh dan membawa perusahaan atau tim ke arah perkembangan secara berkelanjutan di era digital 4.0 ini.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline* seperti yang bertuliskan “AWAS!” dan “dar der dor,” *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan sebesar 14 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk poin-poin, *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 8 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk *body text*, *font* yang digunakan adalah

Poppins versi medium, dengan ukuran 8 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 70 px.



Gambar 3.22 Sketsa *Layout* dan hasil akhir IG Story *Public Class Service 4.0* Lembar 1

Untuk lembar desain yang terakhir seputar *Public Class Service 4.0*, barulah penulis mengumumkan solusi untuk membangun fondasi serta mengeluarkan potensi tim yang terbaik dalam memberikan layanan. Hal ini bertujuan agar setiap konsumen dapat merasakan pengalaman pelanggan yang 3P (Proaktif, Personal, dan Prediktif), sehingga konsumen dapat merasa lebih nyaman dan familiar dengan perusahaan yang bersangkutan sebagai penyedia layanan. Semua itu akan dikupas tuntas dalam *Public Class* ini, sangat ditujukan untuk orang-orang yang ingin belajar lebih dalam seputar pemberian pelayanan maksimal dan yang bertanya-tanya bagaimana cara untuk membuat konsumen agar bisa loyal dan menjadi pelanggan dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, desain ini menggunakan bentuk bintang bersegi sepuluh untuk menciptakan suasana kemeriahan, dengan menggunakan *gradient* untuk menciptakan dimensi visual yang lebih baik. Selain itu, penyusunan foto juga dirapikan dan setiap peserta disusun untuk bisa berdiri secara merapat untuk menghilangkan *space* antar orang yang tidak perlu, tetapi tetap memastikan bahwa setiap elemen desain memiliki jarak untuk menciptakan *space* sehingga desain tidak terlalu terkesan padat. Ukuran dari

kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline* seperti yang bertuliskan “Service 4.0” dan tanggalnya, *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 9,81 pt dan 8,71 pt dan *line spacing* sebesar 9,81 pt. Untuk poin-poin, *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 7,81 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk *body text*, *font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 8 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 65 px. Semua desain ini dibuat dengan Adobe *Photoshop*.

3.3.1.4 Proyek Desain Instagram Story *Public Class Service 4.0*

Untuk proyek Instagram Story keempat sebagai proyek terakhir dari desain IG Story tentang pengingat *Public Class*, terdapat *Public Class* bertemakan *Creative Problem Solving*. Brief yang diberikan adalah membuat desain yang futuristik, dan penulis pun memutuskan untuk menggunakan tema seperti tokoh-tokoh pahlawan fiksi karena sempat penulis lihat sekilas aset-aset fotonya di Instagram SQCI. Oleh karena itu, penulis melakukan penjelajahan di internet untuk mengumpulkan foto dan referensi dengan tujuan membuat visualisasi yang lebih jelas seputar tampilan desain IG Story yang akan dirancang. Kali ini, penulis memutuskan untuk membuat desain dengan campuran warna yang lebih sedikit tapi sangat mengandalkan gradasi dalam lingkup *color scheme* biru, dengan tujuan untuk memberikan kesan yang lebih modern, terinspirasi dari warna yang terkesan agak metalik. Untuk merealisasikan desain yang futuristik, penulis menggunakan teknik pembuatan *halftone* untuk bentuk-bentuk lingkaran pada latar belakangnya, yang sekaligus menjadi simbolisasi pengembangan ke lingkup yang lebih luas lagi.



Gambar 3.23 Moodboard dan Referensi untuk IG Story *Public Class Creative Problem Solving*
Sumber: Pinterest

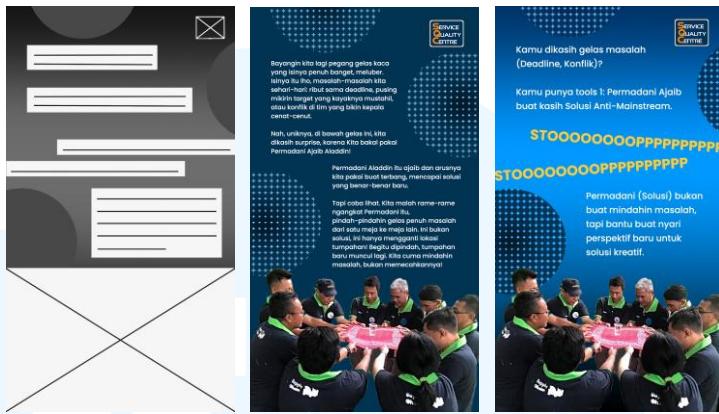
Setelah merancang moodboard dan referensi, penulis menemukan bahwa terasa cocok untuk membuat bentuk-bentuk berbentuk lingkaran untuk menjadi penghias latar belakang, yang bertujuan untuk memberikan kesan desain yang futuristik, tetapi penulis memilih untuk mengolah bentuk lingkaran tersebut dengan *style* yang mirip seperti *pointillism*, dimana pola-polanya terdiri dari susunan titik-titik untuk menciptakan bentuk lingkaran.



Gambar 3.24 Sketsa foto untuk IG Story *Public Class Creative Problem Solving*
Sumber: Official Instagram SQC Indonesia

Untuk melengkapi kebutuhan akan perancangan desain Instagram Story *Public Class Creative Problem Solving*, penulis kembali melakukan penyeleksian terhadap foto-foto di Instagram SQCI yang dirasa dapat menjadi aset yang tepat untuk merepresentasikan *storytelling* tentang *Creative Problem Solving*. Setelah melakukan eksplorasi terhadap Instagram SQCI selama beberapa waktu, penulis menemukan bahwa ada benang merah antara gambar-gambar selama pelatihan di SQCI, dimana

konsep Aladdin dan *Marvel Heroes* dapat digabungkan jika menggunakan *storytelling* yang sesuai.



Gambar 3.25 Sketsa Layout dan hasil akhir IG Story Lembar 1 *Public Class Creative Problem Solving*

Setelah semua asset foto yang dibutuhkan terkumpul, penulis pun memulai perancangan desain lembar pertama untuk IG Story *Public Class Creative Problem Solving*. Penulis menggunakan asset foto yang menunjukkan banyaknya peserta pelatihan yang sedang mengangkat gelas air dengan kain yang mirip seperti kain “Permadani Ajaib Aladdin” sebagai *tools* pertama dalam menghadapi “Gelas Masalah.” Ini menggambarkan bagaimana kasus seperti alat-alat atau asset yang merupakan fasilitas yang tersedia di sekitar kita, digunakan atau dimanfaatkan dengan cara yang kurang tepat. Ini sama seperti dalam hal penyelesaian masalah, dimana sebenarnya banyak cara kreatif yang dapat diterapkan dalam penggunaan fasilitas yang masing-masing individu, tim atau perusahaan miliki, sehingga segala potensi dari fasilitas tersebut dapat termanfaatkan dengan maksimal, tentunya dalam konteks yang positif dan tidak merugikan siapapun. Penggunaan kalimat seperti “STOP” yang panjang dengan warna yang memberikan *pop of color*, merupakan bentuk kontras yang diberikan untuk meningkatkan urgensi target audiens dalam membaca konten dari IG Story ini, seperti terdapat suatu peringatan terhadap kegiatan yang perlu dihindari dan dihentikan aksinya.

Revisi yang diterima oleh penulis adalah seputar penyingkatan konten untuk menghindari kejemuhan target audiens dalam membaca teks yang terlalu panjang, sehingga penulis menyingkat dan memangkas banyak informasi, sehingga menyisakan hal-hal yang benar-benar penting saja. Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline* seperti yang bertuliskan “STOOOOPPP,” *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 14 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk *body text*, *font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 10 pt dan *line spacing* sebesar 16 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 70 px.



Gambar 3.26 Sketsa Layout dan hasil akhir IG Story Lembar 2 *Public Class Creative Problem Solving*

Selanjutnya, penulis melanjutkan lembar kedua, tetap dengan visualisasi yang sama untuk menjaga konsistensi dari rangkaian IG Story yang berupa cerita bersambung ini. Lembar kedua ini mendeskripsikan bagaimana dalam suatu perusahaan atau tim, sangat perlu untuk menetapkan batasan ketika sedang *high demand* atau bahkan *overload*, sehingga menghindari proyek yang dirancang dengan kurang maksimal. Simbolisasinya adalah “Perisai Batasan,” sehingga dibagilah menjadi 3 poin, yaitu Prioritas, Dampak, dan Fokus. Penulis juga mendapatkan revisi untuk halaman ini dari supervisor agar dapat dipersingkat informasinya, sehingga penulis membuat scenario yang singkat, padat dan jelas.

mungkin untuk merepresentasikan contoh dari setiap poin yang telah disebutkan sebelumnya.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *poin-poin*, *font* yang digunakan adalah OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 12 pt dan *line spacing* sebesar 10 pt. Untuk *body text*, *font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 10 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 70 px.



Gambar 3.27 Sketsa Layout dan hasil akhir IG Story Lembar 3 *Public Class Creative Problem Solving*

Pada tahap terakhir, penulis pun akhirnya merancang desain halaman terakhir yang menjadi bentuk *reminder* akan adanya program *Public Class Creative Problem Solving*. Poin I-D-E-A-L akan menjadi topik pembahasan utama dalam program *Public Class* ini. Untuk lembar ini, sama seperti halaman sebelumnya penulis mendapatkan revisi terkait perangkuman isi teks dari IG Story ini. Dengan demikian, penulis mempersingkat semua informasi dan membuatnya dalam poin-poin saja, sehingga para target audiens pun bisa terdorong untuk ingin mengetahui lebih lanjut tentang informasi terkait *tools* untuk menyelesaikan masalah, bahkan menjadi ingin mendaftarkan diri dalam *Public Class*. Selain itu, penulis juga mendapatkan revisi untuk membuat latar belakangnya menjadi terasa lebih menyatu dengan aset fotonya, sehingga penulis menggunakan

gradasi untuk mengurangi perbedaan batas yang signifikan antara aset foto dengan latar belakangnya.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *poin-poin*, *font* yang digunakan adalah Poppins versi bold, dengan ukuran sebesar 18 pt untuk huruf kapital dan 12 pt untuk huruf kecil, dengan *line spacing* sebesar 10 pt. Untuk *headline* yang bertuliskan tanggal pelaksanaan *Public class*, font yang digunakan adalah Untuk *body text*, *font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran sebesar 18 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 70 px. Semua desain ini dibuat dengan Adobe *Photoshop*.

3.3.1.5 Proyek Desain Instagram Story *Hari Raya Kemerdekaan Republik Indonesia*

Di samping *Public Class*, penulis juga merancang desain Instagram Story untuk kebutuhan ucapan Hari Raya. Membuat ucapan hari raya tidak hanya sekadar formalitas saja, tetapi menjadi cara untuk melestarikan kebudayaan yang telah dibangun dan diwariskan secara turun-temurun oleh para pendahulu. Membuat desain Instagram Story ucapan hari raya juga merupakan cara untuk menghormati keragaman etnis, suku, budaya, dan agama di Indonesia.



Gambar 3.28 Moodboard dan Referensi untuk IG Story Hari Kemerdekaan Indonesia
Sumber: Pinterest

Proyek pertama merupakan pembuatan IG Story untuk ucapan Hari Kemerdekaan Indonesia. Menjadi hari raya nasional yang selalu sangat ikonik, ucapan ini penting untuk menjaga kesatuan dan keutuhan negara Indonesia dan membantu mengingat kembali perjalanan Indonesia dalam meraih kemerdekaan. Penulis pun mengumpulkan referensi dan merancang *moodboard* untuk memberikan gambaran *style* yang lebih jelas terkait desainnya, tetapi tetap menyesuaikan dengan *brand* SQCI secara keseluruhan.



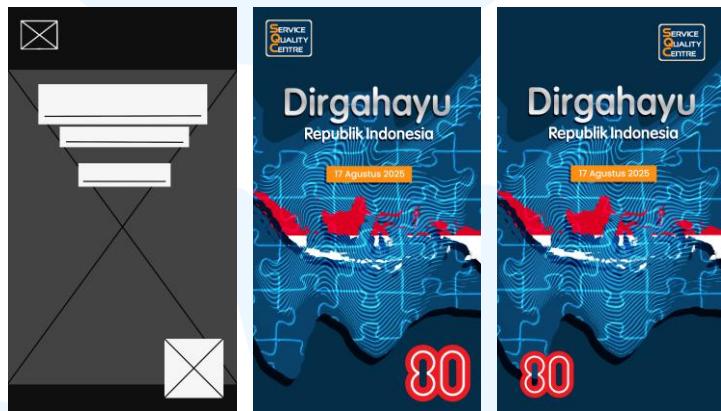
Gambar 3.29 Sketsa foto untuk IG Story Hari Kemerdekaan Indonesia
Sumber: Google, Freepik and Google Drive Brand Guideline Logo '80 Indonesia

Setelah mendapatkan gambaran, penulis melakukan penjelajahan terhadap aset-aset desain dari Google dan *Freepik* yang *free to use*. Hal ini dapat membantu penulis dalam proses *digital imaging* di *Adobe Photoshop*. Logo kemerdekaan Indonesia yang ke-80 tahun juga tersedia untuk digunakan secara bebas untuk ucapan-ucapan hari raya kemerdekaan.



Gambar 3.30 Sketsa ilustrasi untuk IG Story *Hari Kemerdekaan Indonesia*

Pada tahap selanjutnya, penulis melakukan *editing* untuk bentuk gelombang biru dengan menggunakan fitur seperti *wave* dan *flag*, untuk menciptakan gambaran seperti lautan yang berbentuk bendera. Lalu, penulis melakukan *masking* untuk memasukan pola *puzzle* sebagai simbolisasi akan adanya perbedaan dari berbagai wilayah, tetapi tetap memiliki pola yang sama dan bisa bersatu sebagai Negara Kesatuan Republik Indonesia. Setelah itu, penulis juga membuat *masking* terhadap pola petanya dengan mengubahnya menjadi warna bendera merah putih, dan menambahkan *drop shadow* untuk memberikan kesan pulau-pulau yang *floating* diatas lautan.



Gambar 3.31 Sketsa Layout dan hasil akhir IG Story *Hari Kemerdekaan Indonesia*

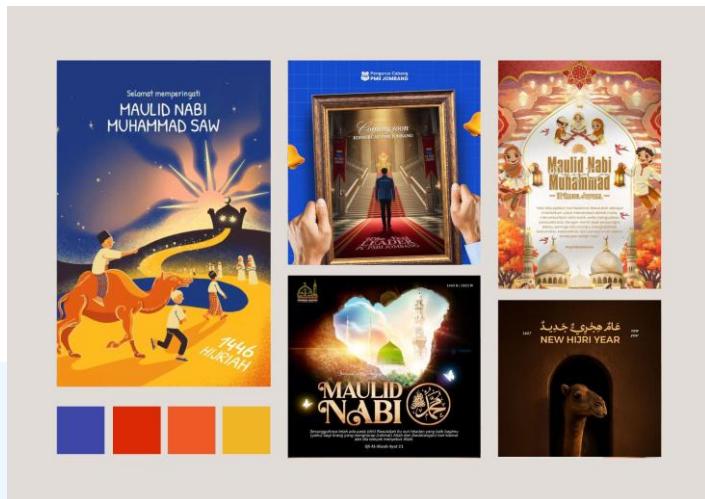
Setelah aset-aset visual sudah jadi, penulis pun merancang sketsa *layout* untuk memastikan bahwa setiap elemen tersusun dengan rapi. Untuk teks, penulis menambahkan kesan yang sedikit *velvety* di Adobe *Photoshop* agar mata bisa membacanya dengan lebih nyaman karena kekontrasannya yang sedikit menurun dan terasa lebih membaur, serta membuat teks tanggal dengan *pop of color* atau warna kuning sebagai *highlight* dari tanggalnya. Penulis pun mendapatkan revisi dari *supervisor* untuk menukar posisi logo

SQCI ke sebelah kanan, dan logo 80 tahun ke sebelah kiri dan mengecilkannya.

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline*, penulis menggunakan *font* OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 170 pt dan *line spacing* sebesar 10 pt. Untuk *sub-headline*, penulis menggunakan *font* OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 72 pt dan *line spacing* sebesar 10 pt. Untuk *body text* yang berisi tanggal, *font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 48 pt dan *line spacing* sebesar 10 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 100 px.

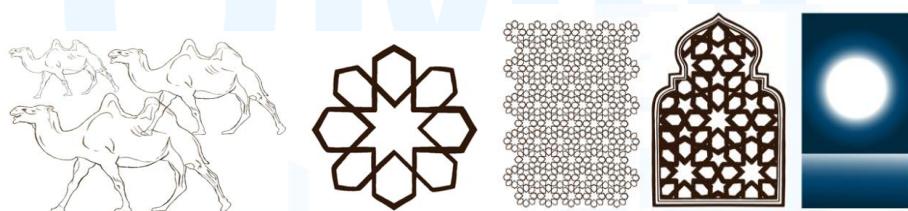
3.3.1.6 Proyek Desain Instagram Story Hari Raya *Maulid Nabi Muhammad SAW*

Untuk proyek desain IG Story selanjutnya, penulis merancang desain untuk ucapan hari raya Maulid Nabi Muhammad SAW. Penulis memulai dengan mengumpulkan referensi yang akhirnya disusun sebagai *moodboard*. Konsep yang hendak penulis buat sebagai desain adalah gambaran ilustrasi unta di padang gurun, dengan *point-of-view* dari dalam jendela Masjid untuk bisa melihat pemandangan ke luar.



Gambar 3.32 Moodboard dan Referensi untuk IG Story Maulid Nabi Muhammad SAW
Sumber: Pinterest

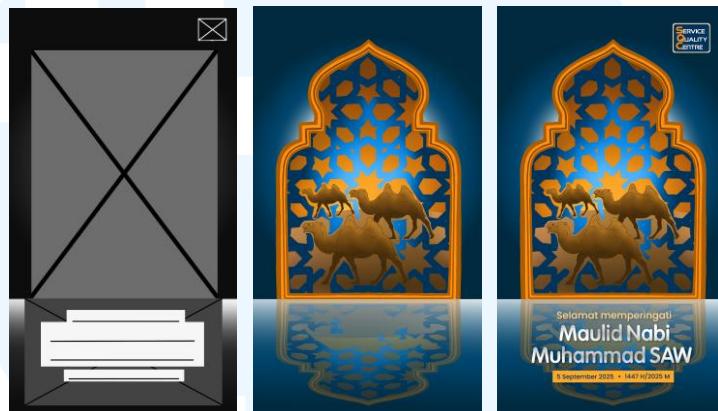
Penulis pun menggambarkan ilustrasi dengan aplikasi *Procreate*, dan membuat latar belakangnya dengan *Adobe Illustrator*. Unta dibuat dalam bentuk ilustrasi, yang kemudian diwarnai dan disusun seperti berjalan bersama-sama ke suatu arah yang sama diatas padang gurun. Untuk pola desain jendelanya, penulis menggambar pola yang satu, dan melakukan duplikat dan merapikan secara keseluruhan. Setelah itu, penulis membuat polanya menjadi lebih besar, dan memasukkannya di bagian belakang bingkai dari jendela. Latar belakang dibuat dengan bentuk gradasi lingkaran untuk memberikan cahaya di bagian belakang jendela, dan menambahkan gradasi linear sebagai lantainya.



Gambar 3.33 Sketsa ilustrasi untuk IG Story Maulid Nabi Muhammad SAW

Gradasi langit sore dan padang gurun dibuat sebagai latar belakang dari pola-pola jendelanya. Agar unta-unta tersebut bisa terlihat, maka penulis menghapus sebagian dari pola jendelanya, sekaligus memberikan kesan seperti kolase. Penulis melakukan duplikasi terhadap jendelanya, dan

menjadikannya sebagai bentuk refleksi yang terlihat pada lantai. Setelah itu, penulis menambahkan teks dan *highlight* terhadap tanggalnya, dan memberikan teks dengan efek yang *velvety* untuk memberikan kesan yang teks yang tidak terlalu kontras tapi masih bisa terbaca dengan jelas. Semua pewarnaan selain latar belakang biru dan lantai, diwarnai dengan aplikasi *Procreate*.

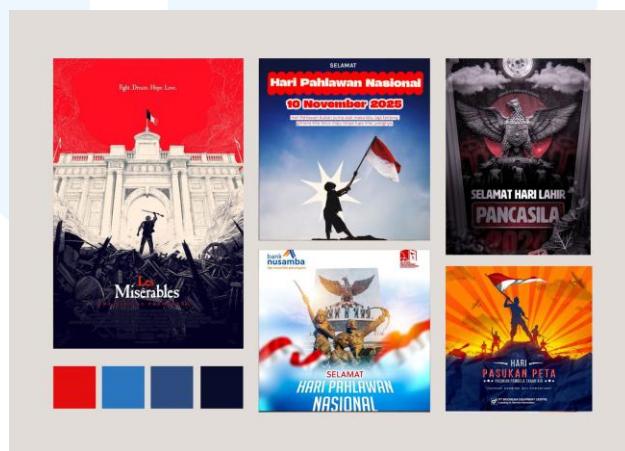


Gambar 3.34 Sketsa *Layout* dan hasil akhir IG Story Maulid Nabi Muhammad SAW

Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *sub-headline* yang bertuliskan “Selamat memperingati,” penulis menggunakan font Poppins versi medium dengan ukuran 48 pt dan *line spacing* sebesar 10 pt. Untuk *headline*, penulis menggunakan font OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 96 pt dan *line spacing* sebesar 102 pt. Untuk *body text* yang berisi tanggal, *font* yang digunakan adalah Poppins versi medium, dengan ukuran 36 pt dan *line spacing* sebesar 10 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 80 px.

3.3.1.7 Proyek Desain Instagram Story *Hari Pahlawan Nasional*

Untuk proyek IG Story yang terakhir, penulis membuat desain untuk ucapan Hari Pahlawan Nasional. Penulis memulai dengan mengumpulkan referensi dan merancang *moodboard* dengan konsep mengangkat bendera diatas gedung. Semuanya dipilih yang memberikan nuansa semangat patriotisme bagi negara, serta kemenangan atas peperangan yang pernah terjadi hingga menggugurkan banyak pahlawan, tetapi mereka tentunya sangat berjasa bagi bangsa Indonesia dan telah berhasil memenangkan kemerdekaan dari tangan para penjajah yang tidak bertanggung jawab dan ingin mengeksplorasi negara Indonesia.



Gambar 3.35 *Moodboard* dan Referensi untuk IG Story Hari Pahlawan Nasional
Sumber: Pinterest

Penulis pun telah mengetahui gambaran terhadap desain yang akan dirancang dan menentukan warna-warna yang akan dipilih. Setelah itu, penulis pun mulai mengumpulkan aset-aset desain dari google seputar simbolisasi dari Hari Pahlawan Nasional. Untuk peristiwa kepahlawanan, banyak sekali terjadi di Indonesia di masa lampau, tetapi penulis pun mendapatkan informasi bahwa terdapat sebuah hotel bernama Hotel Majapahit yang dahulu merupakan tempat terjadinya Insiden Hotel Yamato.



Gambar 3.36 Sebelum dan sesudah melakukan *remove object* dan *straightening*

Sumber: Google dan Adobe Lightroom

Insiden Hotel Yamato sendiri terjadi pada tanggal 19 September 1945, tetapi dilambangkan sebagai peristiwa yang sangat heroik dari masyarakat Indonesia yang memiliki keberanian dan perasaan bela negara yang sangat besar untuk merobek bendera negara Belanda, membuang bagian birunya, dan menjadikannya berwarna merah putih, mengingat saat itu sudah sepatutnya bangsa Indonesia yang telah kembali menduduki negaranya sendiri, bukan negara lain. Penulis melakukan *editing* untuk menghapus tiang yang menghalangi keutuhan Gedung, serta menghapus pohonnya karena Gedung inilah yang dianggap sebagai *emphasis*. Penulis juga membuat gedungnya menjadi tegak dengan melakukan pengeditan, yakni melakukan *straightening* dengan aplikasi Adobe Lightroom Classic.



Gambar 3.37 Sketsa Foto untuk IG Story Hari Pahlawan Nasional

Sumber: Google

Selain menggunakan Gedung Hotel Majapahit yang merupakan versi Gedung yang telah direnovasi, penulis juga memasukan foto Hotel Yamato di masa lalu ketika peristiwa tersebut sedang terjadi. Penulis juga menggunakan objek foto awan yang menutup bagian bawah Gedung Hotel Yamato yang berbentuk kotak sehingga hasilnya tidak kaku. Awan ini penulis gunakan sebagai simbolisasi dari perbedaan zaman, dimana Gedung

Hotel Yamato yang ada di atas langit menggambarkan bagaimana orang-orang yang menjadi pahlawan dalam insiden ini yang mungkin sudah tiada mengingat peristiwa ini telah terjadi 80 tahun yang lalu, sedangkan Hotel Majapahit yang ditaruh dibagian bawah halaman merupakan gambaran tempatnya di masa kini.



Gambar 3.38 Sketsa *Layout* dan hasil akhir IG Story Hari Pahlawan Nasional

Penulis pun membuat desain *layout* dari IG Story ini, menghapus latar belakang dari setiap objek, dan menyusun tata letak dari setiap elemen desain, baik foto maupun teks. Penulis melakukan *digital imaging* dengan *threshold* dan *halftone*, serta melakukan beberapa seleksi dan pewarnaan manual untuk bagian kecil seperti bendera yang sebelumnya mengikuti warna dari *gradient map* yang telah diubah menjadi monokrom, sehingga penulis menambahkan warna merah sebagai bentuk identitas bangsa Indonesia yang juga menambahkan kontras warna atau *pop of color*. Penulis pun memberikan hasil desain ini kepada *supervisor* dan langsung mendapatkan *approval*. Ukuran dari kanvas IG storynya adalah sebesar 1080 x 1920 pixels. Untuk *headline*, penulis menggunakan *font* OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 17 pt dan *line spacing* sebesar 17 pt. Untuk *sub-headline* yang berisi tanggal, penulis menggunakan *font* Poppins versi medium, dengan ukuran sebesar 8 pt dan *line spacing* sebesar 17 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 70 px.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selama magang di Service Quality Centre Indonesia, tentunya ada *brand guideline* yang digunakan. Penulis mendapatkan pengalaman kerja yang banyak dan sangat berhubungan dengan branding, dimana identitas menjadi pilar DKV yang sangat diimplementasikan dalam hal ini. *Media collateral* secara fisik penting untuk membantu menjangkau lebih banyak pangsa pasar, di samping gencarnya pemasaran secara digital.

3.3.2.1 Proyek Desain Brosur

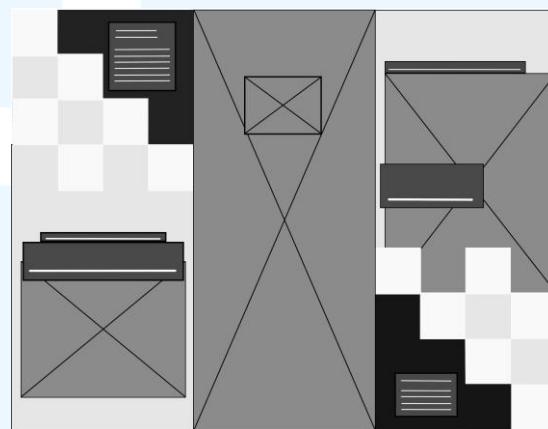
Penulis pernah ditugaskan untuk membuat desain brosur. Brosur sendiri berguna sebagai media untuk menyajikan informasi seputar produk yang ditawarkan oleh SQC Indonesia kepada para *customer* yang berpotensi untuk menggunakan produk tersebut di masa depan maupun ketika brosur tersebut dibagikan. Informasi disajikan secara ringkas, yang diimbangi dengan penggunaan visual mendukung yang mencerminkan nilai-nilai yang dibawa oleh SQC Indonesia dalam melayani para *customer*.



Gambar 3.39 Sketsa Foto untuk Brosur
Service Quality Centre Indonesia
Sumber: Internal, Instagram, Website SQCI dan Google Review

Dengan desain yang seimbang secara visual dan teksnya, maka diharapkan desain brosur ini dapat menimbulkan kesan yang membekas dalam benak setiap *customer* yang melihatnya. Penulis percaya bahwa materi promosi cetak seperti brosur masih relevan di tengah perkembangan zaman yang pesat ini, karena justru materi promosi cetak seperti ini yang dapat membantu menjangkau lebih banyak klien dari berbagai kalangan usia. Hal ini mengingat bahwa sosial media di era ini sangat menekankan

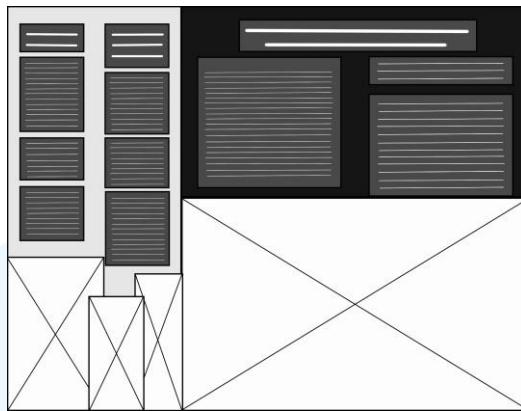
pada algoritma, dimana konten yang ditampilkan pada akun seseorang umumnya akan sangat berkaitan dengan konten yang dikonsumsi oleh *user* tersebut dalam kehidupan sehari-hari, kecuali sebuah postingan memiliki *engagement rate* yang sangat tinggi sedemikian rupa hingga postingan tersebut masuk ke dalam halaman *for your page* dari *user* yang bersangkutan.



Gambar 3.40 Sketsa *Layout* untuk Desain Brosur Bagian *Cover*

Untuk memperoleh gambaran seputar pola dari desain brosurnya, penulis membuat sketsa *layout* dengan menggunakan Adobe *Illustrator*. Untuk bagian sebelah kiri, penulis menggunakan asset gambar yang diperoleh dari *Google Review* dan menambahkan alamat kantor. Untuk bagian paling tengah, penulis menambahkan asset gambar gedung Neo Soho sebagai lokasi dari kantor SQCI, serta menambahkan logonya. Untuk bagian sebelah kanan, penulis menambahkan seorang *trainer* SQCI yang sedang melakukan presentasi terhadap materi pembelajarannya. Lalu, penulis juga menambahkan tahun berdirinya SQCI, serta detail kontak dari SQCI.

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.41 Sketsa *Layout* untuk Desain Brosur Bagian Isi

Setelah itu, penulis membuat layout desain untuk brosur bagian dalam yang akan menjadi tempat untuk memasukan isi dari pembahasan umum seputar SQCI. Di bagian kiri, penulis menjabarkan seputar perkenalan SQCI, nilai-nilai yang diadopsi dan diterapkan oleh SQCI dalam membawakan pelatihan, visi dan misi, serta menambahkan gambar-gambar pelatih dan peserta pelatihan. Di bagian tengah dan kanan, penulis menjabarkan seputar rangkaian program dan kursus yang SQCI tawarkan, serta pembahasan seutar Pembelajaran e-aktif, dilengkapi dengan gambar landskap dari suasana pelatihan.



Gambar 3.42 Brosur Sebelum direvisi

Desain ini sendiri sempat mengalami beberapa kali revisi seputar kontennya yang membuat penulis harus menyesuaikan kembali tata letak elemen gambar dan layout desain dari brosurnya. Karena penulis mengambil aset foto-foto dari google review dan instagram resmi SQC

Indonesia, jadi penulis mendapatkan revisi dari supervisor. Penulis mendapatkan asset foto tambahan dari supervisor, dimana asset tersebut masih bisa dikatakan *fresh*, karena foto bootcamp yang diberikan belum lama terjadi, mengingat SQC Indonesia selalu melakukan *training* dan *bootcamp* secara berkala. Selain itu, rupanya penulis mendapatkan informasi dari supervisor bahwa konten-konten yang dibuat dan dipublikasikan oleh SQC Indonesia perlu menggunakan bahasa Indonesia secara keseluruhan sehingga dapat dengan lebih mudah menjangkau berbagai kalangan dengan latar belakang budaya dan pendidikan yang berbeda-beda.



Gambar 3.43 Revisi 1 Brosur

Setelah itu, penulis kembali mendapatkan revisi, tetapi kali ini terkait konten di bagian “Yuk jelajahi program & kursus yang sesuai dengan tujuan pembelajaran!”. Konten tersebut penulis ambil sesuai dengan informasi yang disampaikan dalam website resmi SQC Singapura, mengingat Singapura merupakan kantor pusat sekaligus negara tempat berdirinya Service Quality Centre. SQC Singapore memiliki lebih banyak kategori pelatihan, sedangkan SQC Indonesia saat ini baru memfokuskan *scope* pelatihan dalam 6 kategori yang dirasa paling penting dan relevan dengan keperluan masyarakat di Indonesia. Dengan demikian, penulis mengatur kembali layout desainnya, membuat perubahan terhadap posisi gambar, sehingga memperoleh *white space* yang cukup.



Gambar 3.44 Hasil Akhir Brosur

Secara teknis, *software* yang digunakan oleh penulis dalam proyek ini adalah Adobe *Photoshop* dan Adobe *Illustrator*. Penulis menggunakan teknik *editing* berupa *Treshold* dan *Gradient Map*, yang mengkombinasikan penggunaan warna *brand* SQCI. Penulis memilih untuk menyederhanakan dan mengurangi menggunakan pencampuran color scheme dari ketiga warna dari *brand* SQCI (hanya sebagian kecil saja yang menggunakan) karena penulis berusaha untuk membuat audiens lebih fokus pada informasi yang disajikan dalam bentuk teks, dimana visual hanya menjadi faktor pendukung saja. Di sisi lain, penggunaan *treshold* dapat membantu menciptakan dimensi atau kedalaman dari objek selagi mencapai *style* yang minimalis dan mirip seperti *monochrome* dimana terdapat 2 penggunaan warna yang kontras antara kuning dan biru, yang berlaku seperti putih dan hitam dalam desain *B&W Monochrome*. Dengan demikian, perlu terdapat penyesuaian pengaturan terhadap tingkat kecerahan dari objek foto yang dedit, ditambah dengan penggunaan *noise* untuk menambahkan tekstur dan memberikan kesan yang lebih humanis dan menonjolkan “kenangan pelatihan yang berkesan, dengan kebahagiaan yang terpotret dengan baik.”

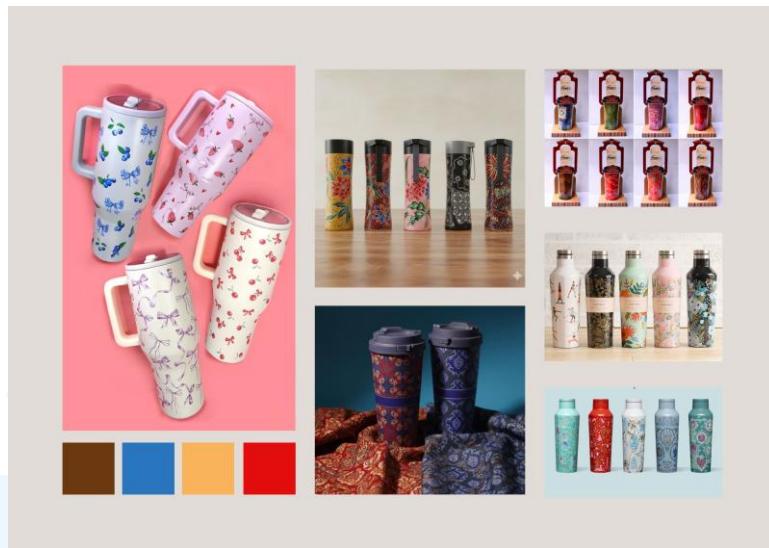
Ukuran dari kanvas Brosurnya adalah sebesar 792 x 612 pixels untuk masing-masing lembar. Untuk *headline*, penulis menggunakan *font* OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 18 pt dan *line spacing* sebesar 21,6 pt. Untuk *sub-headline*, penulis menggunakan *font* Poppins versi bold, dengan ukuran sebesar 10 pt dan *line spacing* sebesar 12 pt. Untuk *body text*, penulis menggunakan *font* Poppins versi medium,

dengan ukuran sebesar 5 pt dan *line spacing* sebesar 6 pt. Untuk tulisan yang menjadi latar belakang atau hiasan, penulis menggunakan *font* OPTIVagRound-Bold versi bold, dengan ukuran sebesar 60 pt dan *line spacing* sebesar 72 pt, serta *stroke* setebal 1 pt. Margin yang digunakan dalam lembar IG Story ini adalah sebesar 25 pt.

3.3.2.2 Proyek Desain Tumbler

Untuk desain tumbler, penulis menggunakan konsep yang mewakilkan budaya Indonesia. Walaupun SQC berawal dari kantor pusatnya di Singapura, tetapi SQC Indonesia tetap memiliki identitas yang dibuat unik, hanya saja masih dalam ranah brand guideline yang telah disepakati. Dibuat secara *limited edition* sebagai suvernir yang dapat dibagikan pada peserta training setelah menyelesaikan masa training. Motif batik dipilih dengan artinya masing-masing yang saling melengkapi dan mewakilkan nilai yang hendak diangkat sebagai identitas dari brand SQC Indonesia. Batik sendiri digunakan untuk mewakilkan nilai kebudayaan dan kebangsaan yang autentik, serta memberikan sentuhan yang elegan dan artistik.





Gambar 3.45 Moodboard dan Referensi untuk Desain Tumbler
Sumber: Pinterest

Sebagai bentuk inspirasi, penulis mengumpulkan referensi dan menyusun moodboard yang secara keseluruhan menggambarkan batik dengan pola-pola organisnya, baik itu tumbuh-tumbuhan maupun batik. Setiap motif yang ada di dalam desain tumbler ini memiliki filosofinya tersendiri. Desain motif untuk nilai *Fun* yang berbentuk seperti perahu yang dipotret dari *angle bird eye view* merupakan bentuk modifikasi dari Batik Sidomukti yang berasal dari Jawa Tengah (Surakarta) dan Yogyakarta.



Gambar 3.46 Sketsa ilustrasi untuk Desain Tumbler

Motif Batik Sidomukti yang dimodifikasi menurut versi penulis menggambarkan proses belajar dengan pengalaman yang berkesan dan membantu memenuhi panggilan yang mulia dari Tuhan YME untuk terus berusaha membangun versi diri yang terbaik dengan mempelajari segala hal yang baik dan positif. Secara harfiah, artinya dari motif batik ini adalah

memperoleh kebahagiaan dan mencapai tujuan yang berharga dan bermutu. Sidomukti sendiri menggambarkan bahwa pendekatan *fun* yang melibatkan penumbuhan perasaan bahagia tidak hanya dengan melihat hasil akhir yang memuaskan, tetapi bagaimana proses dari awal hingga akhir yang menjadi *roadmap* sekaligus fondasi yang kuat, dimana setiap harinya pasti akan ada hal baru yang menjadi pembelajaran. Contohnya dalam pelatihan, maka diharapkan bahwa SQCI dapat memberikan pengalaman belajar yang membuat para peserta pelatihan merasa nyaman dalam menjalannya. *Fun* yang diadopsi oleh SQCI dieksekusi dengan membuat para peserta pelatihan menjadi terlibat dalam segala aktivitas maupun permainan, serta bisa berinteraksi dengan sesama peserta pelatihan dan juga pelatih tanpa merasakan tekanan. Hal ini diadopsi oleh SQCI dengan tujuan agar para peserta dapat mencerna topik dan isi dari pembelajaran dengan baik dengan sifat yang reseptif, dimana berlaku pula seperti para siswa sekolah yang akan lebih merasakan pengalaman belajar yang efektif dengan *games* yang dapat menambah pengetahuan, mengubah pola pembelajaran yang konvensional dan cenderung pasif menjadi aktif.

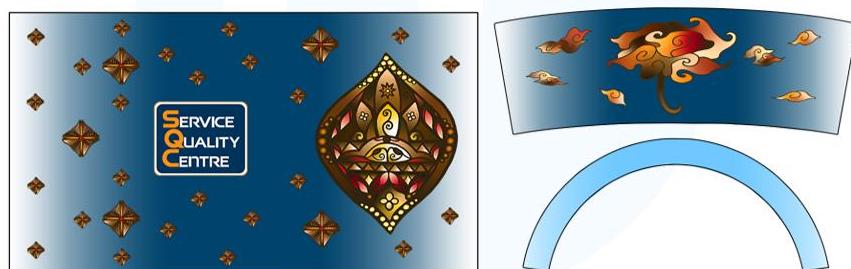
Dengan demikian, suasana kebahagiaan yang berhasil dibangun diharapkan dapat membantu peserta pelatihan dalam mencapai tujuan atau *goals* mereka baik dalam dunia profesional maupun *personal*, mencapai kesuksesan menurut versi mereka sendiri dan menyaksikan bagaimana mereka bisa bertumbuh menjadi pribadi yang lebih berkompeten untuk menjalankan segala tanggung jawab yang diemban oleh mereka di kemudian hari. Oleh karena itu, sifat *fun* merupakan wujud dari *agent of change* untuk SQCI sendiri, yang dari awalnya menganggap bahwa pelatihan merupakan kewajiban atau syarat untuk mendapatkan pengakuan terhadap kemampuan yang dimiliki, menjadi pengalaman yang bernilai dan membawa dampak yang besar dalam kehidupan.

Motif Batik Truntum merupakan batik yang berasal dari Surakarta, Jawa Tengah. Kesetiaan dan ketulusan dalam menjadi penuntun, perjanjian

untuk selalu berkembang dan kerajinan dalam merangkai pola-pola estetika dalam motif batik Jawa klasik. Selain itu, batik Truntum juga menggambarkan bagaimana terdapat kasih yang berkembang kembali setelah melewati masa-masa sulit. Seperti filosofi dari batik ini yang kerap digunakan oleh para orang tua yang memiliki anak yang akan menikah, dimana orang tua tersebut membantu memberikan *guidance* kepada anak-anaknya yang akan membangun bahtera rumah tangga. Seperti orang tua yang peduli dan mengasihi anak-anaknya secara personal, simbol *Tailor-Made* yang merupakan modifikasi dari motif batik truntum adalah mengajak para peserta untuk terlibat dalam program pelatihan yang telah dirancang secara terkhusus untuk setiap klien, agar setiap kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam pelatihan dapat selalu *align* dengan tujuan, nilai-nilai dan harapan mereka untuk memperoleh pertumbuhan kemampuan yang positif setelah mengikuti pelatihan di SQCI. Dengan demikian, motif batik truntum yang dimodifikasi oleh penulis mengkombinasikan bentuk belah ketupat dengan bunga berkelopak 4.

Selanjutnya, terdapat motif batik Megamendung yang berasal dari Cirebon, Jawa Barat. Batik Megamendung sendiri memiliki sendiri memiliki makna yang keluasan wilayah dari cakrawala serta kebebasan, tetapi memiliki makna yang bermakna spiritual juga, yakni transendental. Penulis tetap menjaga ciri khas dari batik megamendung yang memiliki bentukan yang mirip seperti spiral tetapi memiliki ujung sudut yang lancip. Semua ini penulis gabungkan dalam jumlah tertentu dan divariasi dengan bentuk megamendung yang kecil, tetapi dengan menambahkan bentuk yang mirip seperti gagang atau bagian pegangan dari payung. Seperti bentuk payung yang dapat menyalangi hujan, motif megamendung yang telah dimodifikasi oleh penulis menjadi simbolisasi bagi SQCI yang berusaha menjadi panduan atau “*holistic*” *umbrella* dalam aspek pengembangan kepemimpinan dan keterampilan *soft skills* lainnya. Motif ini mewakilkan bagaimana ide-ide serta sentimen yang ada di dalam tim perlu memiliki pemimpin yang dapat membantu pengelolaan atau manajemennya untuk

membantu perwujudan dalam mencapai hasil atau *goals* tertentu yang diharapkan. Di sisi lain, terdapat nilai, kepercayaan atau prinsip yang perlu dipegang erat sambil memiliki visi dan mengasah potensi yang ada dengan sebaik-baiknya. Itulah yang perlu dimiliki oleh pemimpin yang baik, apapun latar belakang bidang yang digelutinya. Dengan demikian, diharapkan bahwa SQCI memiliki *balancing* yang tepat terkait kekuatan dari dalam yang melibatkan seputar EQ dengan tekad untuk mengembangkan hal-hal yang ada menjadi lebih baik, dan terus menciptakan inovasi dalam berbagai aspek dan membuat penyesuaian dan perencanaan yang matang terhadap segala program kedepannya, sedemikian rupa dapat membantu mencapai level kepemimpinan yang bertanggung jawab dalam jangka panjang.



Gambar 3.47 *Layout* dari Desain Tumbler

Setelah membuat ilustrasi dari desain tumbler, melakukan vektorisasi dan pewarnaan, penulis menyusun vektor-vektor tersebut ke dalam *template* untuk pembuatan tumbler yang dilakukan di Adobe *Photoshop*. Dengan demikian, desain terbagi dalam 3 bagian, yakni bagian atas tumbler, bagian bawah tumbler, dan gagang gelas. Semua desain ini menggunakan warna gradasi untuk menciptakan keharmonisan antar elemen agar terasa lebih menyatu seperti warna langit. Setelah dimasukkan dalam *template*, penulis melakukan mockup kembali dengan aplikasi Adobe *Photoshop*.



Gambar 3.48 Desain Akhir Tumbler

Sketsa yang telah dibuat sebelumnya diwarnai dan ditambah dengan efek gradasi ketika divektorisasi. Dengan demikian, penulis menggunakan *Procreate* untuk ilustrasi, *Adobe Illustrator* untuk vektorisasi dan pewarnaan, serta *Adobe Photoshop* untuk *mockup* desain tumblernya. Penulis pun mengirimkan hasil akhirnya kepada *supervisor*, dan tidak mendapatkan permintaan revisi sehingga langsung mendapatkan *approval*. Ukuran dari tumbler ini sendiri adalah 40oz, dengan dimensi *layout* tumbler sebesar 822 x 1060 pixels.

3.3.2.3 Proyek *E-certificate*

E-certificate, bersifat krusial sebagai bentuk penghargaan bagi para peserta *training* karena telah mencapai *milestone* atau kompetensi tertentu dalam hal keterampilan dan pengetahuan. Selain penghargaan bagi peserta bahwa mereka berhasil maju dan mengembangkan diri, sertifikat juga dapat menjadi media monitoring untuk menentukan kompetensi selanjutnya yang dapat dipenuhi. Biasanya, sertifikat ini akan dibagikan ketika peserta *training* telah memenuhi segala syarat administrasi yang ditetapkan.



Gambar 3.49 *E-certificate* yang digenerate dengan Autocrat

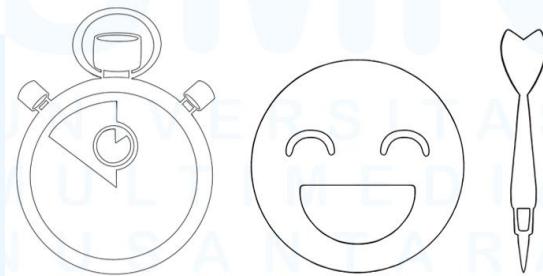
Sertifikat elektronik yang disediakan oleh lembaga pelatihan resmi seperti SQC Indonesia, juga diakui dan divalidasi oleh para rekruter dari berbagai perusahaan, karena adanya tolak ukur yang jelas dalam menilai kemampuan individu, sehingga berguna dalam meningkatkan daya saing individu. Penulis tidak *in-charge* sebagai desainer dari template *e-certificate* ini, tetapi penulis mendapatkan training dari pihak SQC Indonesia untuk melakukan generate pembuatan sertifikat sesuai dengan data peserta yang berpartisipasi dalam pelatihan, yakni dengan fitur *Autocrat* di *Google Slide* yang juga melibatkan keterampilan penggunaan aplikasi *Google Sheets* yang mirip seperti *Microsoft Excel*. Ukuran dari sertifikat elektronik ini adalah sebesar kertas A4 yang membuatnya cocok untuk dicetak secara fisik juga.

3.3.2.4 Proyek Desain Buku Catatan

Buku catatan, juga menjadi pengingat konstan di tengah banyaknya desain yang diutamakan untuk kebutuhan promosi digital. Buku catatan sendiri akan selalu digunakan karena sifatnya yang serbaguna untuk mencatat dan menyimpan segala informasi. Buku catatan juga didesain memiliki nilai yang personal dan dapat membantu membangun loyalitas *customer* terhadap brand SQC Indonesia. Di dalam buku catatan yang

berwujud jurnal ini, penulis juga membuat desain kalender untuk tahun 2025 dan 2026, sehingga membantu pemilik buku catatan untuk menandai atau menambahkan informasi pada tanggal yang spesifik, sehingga dapat menjadi *tracker* dan media untuk *flashback* maupun *memory rewind*.

Setiap simbol yang ada dalam sampul buku catatan ini sendiri memiliki makna yang mendalam, dan setiap elemen bentuk pun mewakili nilai-nilai yang diangkat dan diterapkan oleh SQCI dalam mengadakan segala pelatihannya.

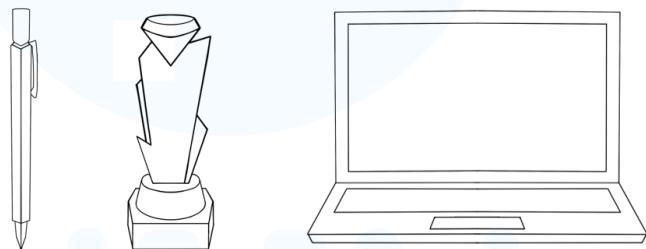


Gambar 3.50 Ilustrasi *Fun* untuk Buku Catatan

Nilai pertama yang dipegang erat oleh SQC Indonesia untuk memberikan pengalaman pelatihan yang berkesan adalah *Fun*.

- A. *Stopwatch*, menggambarkan semangat kompetisi yang sehat dan energi positif dalam permainan atau tantangan selama pelatihan.
- B. *Smile* atau senyuman, menggambarkan sifat pelatihan di SQCI yang menghibur, mengingat pembawaan *trainer* dibawa sedemikian rupa dapat membangun suasana yang santai, tidak menegangkan dan tidak memberatkan perasaan dari peserta pelatihan yang tentunya tidak diinginkan.
- C. Panah *dartboard*, menggambarkan Kesempatan untuk mencoba, proses belajar, dan fokus yang menyenangkan.

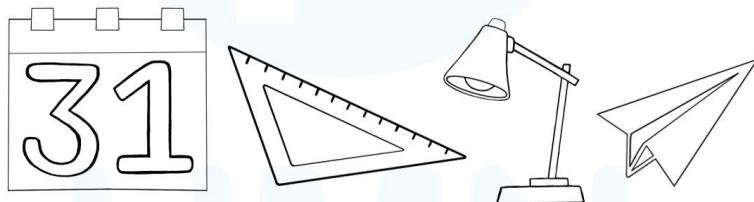
Nilai kedua yang dipegang erat oleh SQC Indonesia dalam memberikan pelatihan yang berharga dan bermakna bagi pengembangan diri setiap individu adalah *Tailor-made*.



Gambar 3.51 Ilustrasi *Tailor-made* untuk buku catatan

- D. Pena Ukir, menggambarkan kesan yang personal, unik, pengalaman dan pembelajaran yang berharga, dimana setiap peserta pelatihan dihargai sebagaimana mestinya.
- E. Plakat, menggambarkan bagaimana setiap peserta pelatihan tentunya punya targetnya tersendiri baik secara pribadi maupun yang dapat berdampak bagi banyak orang, tim maupun kelompok. Dengan demikian, perwujudannya adalah penghargaan dan komitmen yang semuanya itu diraih setelah mengikuti pelatihan di SQCI. Ini merupakan simbol harapan dari SQCI bahwa setiap peserta magang dapat terbantu dalam journey pengembangan diri mereka hingga mereka dapat memperoleh "lencana penghargaannya" dengan wujudnya masing-masing yang berbeda sesuai versi diri peserta tersebut.
- F. Komputer, mewakilkan sebagaimana di SQCI, program yang ditawarkan baik secara daring maupun luring dapat memungkinkan peserta pelatihan menambah wawasan dalam berpikir yang serelevan mungkin dengan perkembangan zaman, begitu juga dengan konten dan materi yang disesuaikan dengan teknologi serta melibatkan inovasi dalam segala aspek tanpa menghilangkan esensi dasarnya untuk "mendidik."

Nilai ketiga yang dipegang erat oleh SQCI untuk memaksimalkan proses pelatihan dan menjaganya agar tepat sasaran bagi setiap peserta yang berpartisipasi adalah *Holistic*.



Gambar 3.52 Ilustrasi *Holistic* untuk Buku Catatan

- G. Kalender, mewakilkan SQCI yang selalu mengedepankan perencanaan yang tertata, dimana setiap tahun sendiri, SQCI akan selalu menjadwalkan tanggal-tanggal pelatihan yang ada, begitu juga dengan jadwal program tertentu yang bisa dikostumisasi dan disesuaikan dengan availability klien dan pelatih. SQCI juga percaya bahwa pembelajaran yang dijadwalkan dengan rapi dapat membantu peserta berproses dengan seefektif dan seefisien mungkin.
- H. Penggaris segitiga, menggambarkan pelatihan yang mengusung siklus kerja yang harmonis, dimana semuanya terkoneksi, saling terhubung dan bersinergi demi tercapainya target pembelajaran yang semaksimal mungkin, sehingga pembelajaran yang didapatkan oleh peserta tidak setengah-setengah, tapi bisa sampai tuntas. Dengan demikian, semua aspek dibuat sejalan dan setujuan, mulai dari tahap perencanaan, eksekusi, hingga tahap refleksi terhadap materi pembelajaran.
- I. Lampu meja, sebagai bentuk pengibaratatan terhadap cahaya yang membawa terang, pelatihan di SQCI diharapkan dapat menjadi penuntun dan pemberi arahan bagi peserta pelatihan yang ingin mempelajari dan memperdalam *skillset* mereka secara spesifik, dimana tentunya mereka akan ingin mengetahui apa saja hal

esensial yang perlu dipahami untuk meningkatkan kemampuan mereka di bidang tertentu, ibaratkan seperti *roadmap*.

J. Pesawat kertas yang ada di sampul bagian belakang buku, melambangkan bagaimana setiap nilai-nilai yang dipegang oleh SQCI merupakan upaya untuk mendorong peserta menuju potensi diri mereka yang tertinggi. Seperti anak kecil yang memiliki rasa penasaran yang tinggi, SQCI ingin menanamkan jiwa keuletan dan ingin terus belajar dari pengalaman kepada setiap peserta pelatihan, terkhusus dalam bidang pelayanan, *soft skills*, dan *growth mindset* agar tidak pantang menyerah dalam mengatasi segala ketidak sempurnaan, dan menghargai proses belajar tersebut, seperti anak kecil yang dengan sabar membuat pesawat kertasnya agar bisa membuatnya melesat dan terbang jauh ke atas.



Gambar 3.53 Cover Buku Catatan Sebelum Revisi

Penulis membuat desain kalender yang diperuntukan untuk dapat digunakan mulai dari tahun 2025-2026 yang dirancang dan disusun dengan Adobe *Illustrator*. Dengan demikian, penulis merancang desain yang merepresentasikan setiap warna dari SQCI, dan menandakan setiap tanggal merah yang ada. Kalender tersebut dibuat bersambung dan bersebelahan. Untuk lembar bagian dalam yang akan dicetak dengan banyak, penulis menggunakan logo kalender yang diedit dengan warna monokrom, dan

dibuat dengan bentukan seperti *watermark* dibagian belakang, dengan baris-baris teks untuk mempermudah pengguna buku catatan dalam menulis.



Gambar 3.54 Kalender dan Desain Isi Buku Catatan

Untuk bagian sampul, penulis menggunakan Adobe *Illustrator* untuk melakukan vektorisasi terhadap sketsa ilustrasi yang telah dibuat, dan mewarnainya. Penulis juga mengintegrasikan elemen vektor yang telah dibuat ke Adobe *Photoshop* untuk menciptakan efek seperti kain bordir yang dijahit ke sampul dari buku catatan jurnal ini. Untuk background dari cover buku ini, penulis juga menggunakan efek yang dapat ditemukan di Adobe *Photoshop* untuk menciptakan visual yang mirip dengan jurnal kulit yang sudah tua maupun *Composition Book* untuk menciptakan nuansa yang familiar, sehingga terciptalah paduan *vibes* yang modern untuk makna elemen desainnya, tetapi dikemas untuk menciptakan pendekatan yang lebih personal kepada pemiliknya. Penulis mengirimkan hasil karya buku catatan ini kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.55 Hasil Akhir Desain Cover Depan Buku Catatan

Penulis mendapatkan revisi dari supervisor untuk mengganti warna dari teks yang ada di bagian bawah sampul, yang awalnya menggunakan warna hitam menjadi warna putih, dan merubah deskripsi tulisannya. Teks berwarna hitam yang pada awalnya tertulis “Partner terbaikmu dalam pelatihan & konsultasi bisnis,” diubah menjadi warna putih dengan teks yang bertuliskan “*Partnering with organization to succeed in service excellence and service innovation.*” Teks ini tidak dicetak miring, tetapi tetap menggunakan gaya tulisan yang normal.



Gambar 3.56 Hasil Akhir Cover Belakang, Kalender dan Isi Buku Catatan

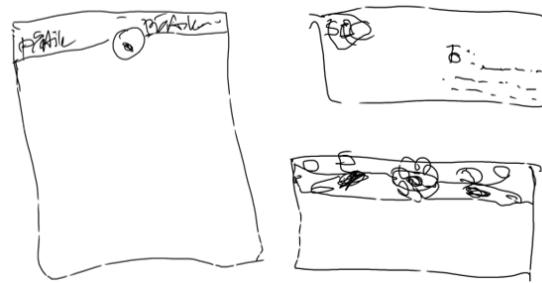
Setelah melakukan fiksasi terhadap desain, penulis mengirimkan desain ini ke *supervisor*, dan berhasil untuk tidak mendapatkan revisi apapun dari *supervisor* dan langsung mendapatkan persetujuan. Penulis melakukan *mockup* untuk desain dengan menggunakan Adobe *Photoshop*. Penulis dengan sengaja memilih warna kertas yang berwarna krem,

mengingat kertas ini selain lebih banyak digunakan untuk agenda jurnal, tetapi juga terasa lembut untuk dilihat dengan mata dalam waktu yang lama, memberikan pendekatan yang personal karena bahan kertas ini juga sering digunakan untuk buku bacaan novel.

Dimensi ukuran dari sampul buku catatan ini adalah sebesar 1140 x 799 pixels, dimana panjang dari buku catatannya ada 204 mm dan lebar 144 mm, dengan *bleed* selebar 19 mm. Ukuran selembar kertas buku catatannya adalah sebesar 1749 x 2481 pixels, dengan ukuran margin sebesar 110 pixels. Ukuran *headline* yang bertuliskan nama-nama bulan adalah sebesar 32 pt dan *line spacing* sebesar 30 pt, serta berukuran 24 pt dan *tracking* sebesar 200 untuk tulisan “kalender” dengan *font* OPTIVagRound-Bold. Ukuran *sub-headline* yang bertuliskan nama-nama bulan adalah sebesar 21 pt dan *line spacing* sebesar 17 pt, dengan *font* Poppins bold. Ukuran dari *body text* yang bertuliskan huruf-huruf hari dan tanggal adalah sebesar 8 pt dan *line spacing* sebesar 8 pt, dengan font Poppins medium, serta angka yang mewakilkan setiap bulan menggunakan *font* OPTIVagRound-Bold dengan ukuran 11 pt dan *line spacing* sebesar 10 pt. Margin dari kalender dalam buku catatannya adalah sebesar 150 pixels.

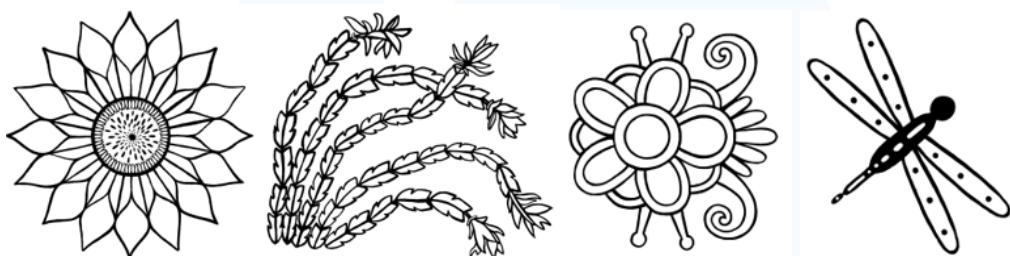
3.3.2.5 Proyek Desain Amplop

Amplop dibuat dengan desain khusus bertujuan untuk menimbulkan kesan pertama bagi klien maupun mitra bisnis perusahaan yang menerimanya. Tentunya SQC Indonesia ingin menunjukkan wajah dengan kesan yang profesional tetapi tetap membekas. Dengan demikian, motif batik sederhana dipilih karena kesan profesionalitasnya yang ditawarkan, serta melambangkan pula kebijaksanaan SQC Indonesia dalam pengambilan keputusan untuk segala urusan bisnis maupun personal dari setiap karyawan yang menjadi bagian dari organisasi.



Gambar 3.57 Sketsa *Layout* untuk Desain Amplop

Penulis membuat 2 jenis sketsa dari amplop, yakni amplop kecil dan amplop besar. Secara keseluruhan, penulis membuat desain yang memanfaatkan mulut atau tempelan bagian atas dari amplop untuk menaruh dan menyusun gambar ornamen yang digambar oleh penulis. Keempat elemen gambar yang dibuat oleh penulis menggunakan 2 flora dan fauna yang memiliki maknanya masing-masing, dengan desain yang terinspirasi dari Batik Pekalongan sebagai paduan flora dan fauna yang semuanya hidup secara berdampingan dan harmonis.



Gambar 3.58 Sketsa Ilustrasi untuk Desain Amplop

Bunga matahari sebagai pusat dari desain ini, melambangkan kebahagiaan dan keceriaan untuk menciptakan fondasi kehidupan yang kokoh. Sama seperti SQCI yang merancang pelatihan interaktif atau dua arah agar setiap peserta memiliki “cerita” yang positif yang semuanya timbul dari canda tawa, tentunya atas dasar pembelajaran yang berfaedah dan positif.

Kaktus natal, menjadi perwakilan dari makna *holistic*, dimana kaktus natal ini merupakan tanaman hias yang sangat bermanfaat untuk pemiliknya, tidak hanya sebagai tanaman hias saja, tetapi secara keseluruhan membantu membersihkan udara dan menjaga kualitasnya agar tetap baik. Kaktus natal juga merupakan simbol dari reformasi dan kemakmuran, dimana ini sendiri merupakan wujud manifestasi dari SQCI agar para peserta *training* dapat menemukan dirinya dengan versi terbarunya yang tentunya lebih baik setelah mengikuti *training* di SQCI.

Kupu-kupu, yang dikenal dengan masa metamorfosisnya yang panjang, cocok menjadi perwakilan dari makna *tailor-made*. Kupu-kupu punya detail sayap yang indah, melambangkan adanya proses dan keuletan dalam menciptakan sebuah mahakarya. Sama seperti SQCI yang selalu berusaha memberikan yang terbaik dan merancang setiap pelatihan dan program secara spesial, dengan topik yang berbeda- beda dan ditujukan untuk banyak orang agar mereka bisa memilih apa yang menjadi kebutuhan mereka.

Capung, mengkombinasikan semua poin karena adanya sebuah pribadi yang baru, yang merupakan simbolisasi awal dari seseorang yang sudah berani untuk menantang dirinya agar bisa berkembang dan menjadi jauh lebih berani daripada sebelumnya untuk mengeksplor banyak hal yang dapat membantu pengembangan dirinya, serta menjadi pribadi yang lebih bijak dalam mengelola dan menjalankan tugas tanggung jawab yang diemban.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.59 Layout Amplop

Setiap pola dari ilustrasi batik divektorisasi dan diwarnai dengan warna kuning, serta *outline* berwarna putih untuk memberikan gambaran pola desain yang tidak terlalu kontras tapi masih dapat terlihat dengan jelas perbedaannya. Aksen warna biru tua dan kuning digunakan untuk menghias mulut dari amplop, dan bagian lainnya tetap menggunakan warna putih sebagai identitas yang lebih formal. Aksen 2 garis yang saling menempel digunakan sebagai hiasan yang melambangkan bagaimana terdapat titik persekutuan dan persatuan yang tak terhingga.



Gambar 3.60 Hasil Akhir Amplop

Setelah itu, penulis melakukan *mockup* terhadap desain amplop kecil dan besar. Amplop ukuran kecil dengan jendela plastiknya digunakan ketika ingin mengirimkan undangan atau surat pengumuman tertentu,

sedangkan amplop ukuran besar diperuntukkan ketika ingin mengirimkan surat atau dokumen penting tertentu yang tidak boleh dilipat. Penulis pun mengirimkan desain amplop-amplop tersebut kepada *supervisor* untuk dimintai persetujuannya, dan penulis pun berhasil mendapatkan persetujuan terhadap desainnya tanpa melewati tahap revisi apapun. Secara keseluruhan, dimensi ukuran amplop kecil adalah 11 x 23 cm, dan sebesar 34 x 24 cm untuk amplop besar.

3.3.2.6 Proyek Desain *Lanyard* dan *ID Card*

Lanyard dan *ID card* dibuat sebagai tanda pengenal dalam satu lingkup kegiatan SQCI, baik itu untuk peserta pelatihan (*participant*) maupun bagi pelatih (*trainer*), dengan desain *lanyard* yang seragam. Desain yang diinginkan oleh SQCI adalah tampilan yang sederhana, sehingga penulis berusaha untuk membuat desain yang *simple* tapi tetap bermakna dan setiap elemennya merepresentasikan *brand* dari SQCI.



Gambar 3.61 Sketsa Supergrafik *Lanyard*

Pola pertama merupakan 4 segitiga yang mengarah ke tengah, melambangkan adanya kesatuan, harmoni dan kestabilan dari semua arah, dimana terdapat kerjasama dalam tim inti dari perusahaan yang bersinergi dengan kompak. Pola kedua merupakan bentuk lingkaran spiral yang melambangkan adanya perubahan yang berkelanjutan dan bersifat dinamis, dimana itu merupakan upaya yang ingin terus SQCI untuk melakukan pengembangan terhadap materi ajar maupun melakukan inovasi lain untuk memberikan pelayanan yang paling prima.

Untuk pola ketiga, terdapat pucuk tanaman yang menyimbolkan pertumbuhan dari adanya benih atau *trigger* yang kecil, dimana SQCI berharap dapat menjadi pendorong pertumbuhan bagi para klien, serta upaya dari SQCI untuk menjadi jeli dalam membantu mengajarkan materi yang dapat mempermudah adaptasi dari bisnis sebagai klien dalam menghadapi perubahan. Untuk pola keempat, terdapat bumerang sebagai senjata tradisional dari Australia, yang dikenal dengan kecepatan dan presisi. Bumerang tersebut melambangkan bagaimana SQCI berusaha untuk berempati dengan klien sebagai konsumen dan terbuka dalam berkomunikasi secara dua arah, khususnya dalam program konsultasi dan pelatihan secara luring.

Untuk pola kelima, terdapat bentuk kancing yang menyimbolkan bagaimana pihak SQCI memiliki sikap yang terbuka dalam menerima *feedback* dari klien untuk selalu memastikan agar dapat memberikan jawaban yang terbaik terhadap segala kebutuhan klien. Seperti pakaian yang menggunakan kancing yang tergantung dengan desain pakaian masing-masing, SQCI dapat merancang program yang dikhususkan atau dipersonalisasi berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai yang dipegang dan karakteristik dari klien yang bersangkutan. Untuk pola keenam, terdapat 9 kelopak bunga yang mekar, melambangkan ekspansi dan mekarinya “sayap” SQCI dalam upaya menjangkau lebih banyak target audiens untuk bisa terlibat menjadi bagian dari program-program SQCI. Untuk pola terakhir, terdapat simbol bintang bercahaya yang melambangkan harapan SQCI terhadap klien untuk dapat bersinar di bidangnya masing-masing dan memberikan dampak yang positif berkat pemberian pelayanan yang maksimal.



Gambar 3.62 Desain *Lanyard* sebelum melakukan *mockup*

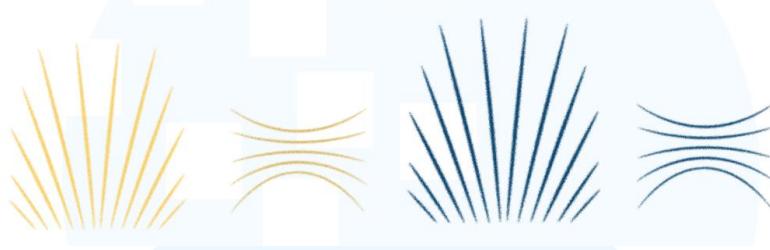
Lanyard dan *ID card* dibuat sebagai tanda pengenal dalam satu lingkup kegiatan SQCI, baik itu untuk peserta pelatihan (*participant*) maupun bagi

pelatih (*trainer*), dengan desain *lanyard* yang seragam. Desain yang diinginkan oleh SQCI adalah tampilan yang sederhana. Dengan demikian, penulis berusaha untuk membuat desain yang *simple* tapi tetap bermakna dan setiap elemennya merepresentasikan *brand* dari SQCI. Dimensi ukuran dari *lanyard* ini adalah 10630 x 237 pixels.



Gambar 3.63 Desain *Lanyard*

Semua elemen supergrafik mewakilkan nilai semangat juang SQCI yang direncanakan dalam upaya mencapai harapan dan tujuan yang lebih tinggi. Paduan warna yang didominasi oleh putih, dengan supergrafik biru dan kuning gradasi, dengan sengaja didesain oleh penulis utnuk menciptakan kesan yang futuristik dan *clean*, dimana ini melambangkan bagaimana integrasi antara nilai-nilai tradisional yang baik dengan nilai-nilai modern yang melambangkan kemajuan dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Desain *lanyard* ini sendiri tidak mendapatkan revisi apapun dari supervisor ketika dikumpulkan, sehingga segera mendapatkan persetujuan.



Gambar 3.64 Sketsa untuk Desain ID Card

Desain dari ID *card* ini dimulai dengan sketsa garis-garis yang ditambahkan dengan efek untuk kesan tekstur kasarnya, mirip seperti dicoret dengan kapur yang menyimbolkan pendidikan yang menambah wawasan dengan semangat seperti anak kecil yang masih ingin terus belajar, mengingat pada mulanya, banyak sekolah yang menggunakan kapur sebagai alat tulis di papan tulis. Garis lurus yang vertikal dan mengarah ke banyak arah dimaknai sebagai sinar matahari yang merupakan *spirit* yang dibutuhkan untuk terus berkembang. Garis melengkung yang horizontal dimaknai sebagai upaya untuk tidak hanya bergerak secara lurus saja, dan usaha untuk selalu *doing the extra mile* untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam memberikan pelayanan dan terus menambah pengalaman dalam proses belajar.



Gambar 3.65 Layout dan ID card Sebelum dan Sesudah Revisi

Desain dari *layout* dan tipografi untuk ID *card* dirancang dengan Adobe *Illustrator*, dan Adobe *Photoshop* untuk pembuatan efek dari vektor garis yang telah dibuat di Adobe *Illustrator*. Tipografi dibentuk dengan fitur *warp* untuk membantu penulis dalam mengisi ruang-ruang yang ada tanpa memberikan kesan yang berlebihan, tapi memberikan *twist* dalam desain sehingga dihasilkan tampilan visual yang sedikit *funky* dan modern. Revisi

yang didapat oleh penulis adalah menambahkan persegi panjang di bagian bawah kartu, agar terdapat ruang untuk menuliskan nama dari *participant* maupun *trainer*. Setelah mendapatkan persetujuan dari *supervisor*, penulis pun membuat *mockup* yang menggabungkan keduanya untuk memastikan keserasian antara *lanyard* dan *ID card*.



Gambar 3.66 Hasil Akhir *Lanyard* dan *ID Card*

Secara keseluruhan, penggunaan warna putih yang kontras tapi netral untuk *lanyard* membantu memperjelas visualisasi dari setiap simbol-simbol yang telah dirancang, mengingat warna yang dipilih untuk *ID card* menggunakan warna kuning dan biru tua. Untuk desain *ID card* bagi peserta, dipilih warna biru tua yang tidak terlalu mencolok, sedangkan untuk pelatih menggunakan warna kuning yang lebih mencolok. Tujuan dari pemilihan warna ini adalah untuk memudahkan dalam proses saling mencari maupun mengidentifikasi, terutama ketika berkegiatan yang memungkinkan peserta dan pelatih berpencar satu sama lain, misalnya seperti aktivitas di luar ruangan. Dimensi ukuran dari *ID card* adalah sebesar 2659 x 4234 pixels. Margin dari *ID card* ini berukuran 230 pixels.

3.3.2.7 Proyek Desain Topi

Topi seringkali menjadi pelengkap *outfit* untuk segala *occasions*, terutama untuk kegiatan atau acara yang diselenggarakan di *outdoor* sebagai pelindung kepala dari hujan atau panasnya terik matahari, maupun untuk

menambahkan kesan kasual dalam sebuah kegiatan. Karena SQC Indonesia kerap melaksanakan kegiatan di luar ruangan seperti *bootcamp*, maka topi juga bisa menjadi media identitas atau seragam dari kantor, dimana topi ini digunakan oleh para pelatih SQC Indonesia. Dengan demikian, selain untuk meningkatkan kepercayaan diri, topi dapat menjadi media aktivasi merek.



Gambar 3.67 Sketsa Ilustrasi untuk Desain Topi

Untuk tetap menjaga konsistensi dari nilai yang diangkat oleh SQCI, penulis memutuskan untuk mendesain topi yang mewakili ketiga nilai yang dipegang teguh oleh SQCI dalam memberikan pelatihan, yakni “FunTasTic.” Penulis juga berusaha mengintegrasikan hal-hal yang menjadi *icon* dari daerah-daerah di Indonesia, yakni sumber daya alam dan budayanya. Penulis membuat ilustrasi ini di *Procreate*, dan mewarnainya dengan warna-warna pilihan dulu tanpa melakukan *rendering*. Barulah setelah selesai diwarnai, penulis melakukan vektorisasi terhadap ilustrasinya, dan menggunakan filter yang dapat menjadikannya mirip seperti *patch* atau pola gambar kain yang dibordir dengan *Adobe Photoshop*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.68 Ilustrasi sebelum dan sesudah melewati tahap *digital imaging* sebagai *patch design*

Desain pola pertama mewakilkan poin *Fun*, yang terinspirasi dari Gunung Bromo dan awan-awan jika dilihat dari atas langit atau *bird eye view*. Gunung Bromo melambangkan antusiasme dan petualangan yang dirasakan selama naik gunung hingga tiba ke puncaknya sebagai destinasi wisata untuk mendapat *rewards*, seperti pemandangan matahari terbit yang indah dan sudah mendunia, serta fenomena “negeri diatas awan” dengan tempatnya yang menyegarkan hati. Simbolisasi seperti inilah yang ingin dibawa oleh *trainer* SQCI dalam memberikan pelatihan dan melayani dalam program-program lainnya, yaitu menyalurkan energi positif yang membawa kepada kehidupan yang penuh dengan semangat dan senyuman.

Candi Borobudur yang dikenal dengan detail dari relief dan candinya, menggambarkan bagaimana setiap pola digambarkan secara khusus dengan detail dan struktur yang sangat komprehensif. Ini merupakan nilai yang mewakilkan SQCI, yakni *Tailor-made* dimana setiap program yang dirancang oleh SQCI telah melalui perencanaan yang matang, tentunya dengan memperhatikan detail-detail penting maupun terkait hal-hal yang memiliki potensi baik untuk dibahas atau digali. Dengan demikian, program-program yang disediakan oleh SQCI dirancang sedemikian rupa untuk membantu klien dalam mencapai tujuan mereka dengan spesifik mungkin. Desain dari bangunan Candi Borobudur ini juga menggunakan

bird of view sebagai *angle* untuk sudut pandangnya, sehingga terciptalah lingkaran dengan pola kotak-kotak yang mengelilinginya.

Anggrek Bulan, sebagai satu-satunya warisan sumber daya alam berupa flora dari Indonesia yang dipilih oleh penulis, bertujuan untuk merepresentasikan nilai *holistic*, dimana anggrek bulan menjadi simbol dari keseimbangan dan keharmonisan dari berbagai aspek dalam suatu bidang tertentu, menjadi saling melengkapi dalam membentuk suatu kesatuan yang utuh. Mengingat anggrek bulan maupun anggrek pada umumnya memerlukan perawatan yang sangat hati-hati, penulis percaya bahwa flora ini cocok untuk merepresentasikan bagaimana SQCI berusaha dengan sebaik mungkin untuk memberikan pelatihan dan memastikan bahwa aspek-aspek yang penting untuk dibahas dapat meningkatkan performa pelayanan klien dalam dunia bisnis, organisasi maupun perusahaan secara menyeluruh.



Gambar 3.69 Desain Topi Sebelum Revisi

Pada awalnya, penulis membuat pola desain yang ditempelkan pada bagian depan topi, tetapi terdapat revisi dari supervisor yang ingin agar motif tersebut dijadikan pemanis di atap topi bagian sudut dalam. Dengan demikian, penulis mencoba mengubah posisi dari desain motif tersebut ke bagian atas dari topi seperti berikut. Terdapat permintaan dari *supervisor* untuk menghapus bentuk segitiga merah yang mirip seperti gunung merapi, dan menyarankan agar itu menjadi tempat bagi logonya. Tulisan dibuat mirip seperti tulisan tangan untuk memberikan pendekatan yang lebih terasa personal karena menghilangkan “kekakuan” dari pelatihan konvensional,

mengingat SQCI tetap berusaha mengintegrasikan dunia pelatihan antara cara lama dengan cara yang lebih baru.



Gambar 3.70 Desain Topi Revisi 1 (Tampak depan, belakang, atas, dan samping)

Penulis pun memutuskan untuk memindahkan logo SQCI di bagian belakang dengan ukuran yang kecil. Pola *patch design* dipindahkan ke bagian atas dari topi dan dibuat dengan ukuran yang besar agar tetap terlihat dari semua sisi. Di sisi lain, penulis tetap menaruh logo SQCI juga di bagian sisi kiri dan kanan dari topi, tetapi dengan ukuran yang normal. Setelah penulis mengirimkan desain terbarunya, penulis mendapatkan revisi kembali, dimana supervisor mengarahkan agar desain motif tersebut ditempelkan di bagian *brim/visor*, atau yang lebih dikenal dengan istilah lidah topi. Dengan demikian, penulis memindahkan *patch design* tersebut ke sebelah kanan dari lidah topi, sehingga diperoleh desain akhir yang disetujui oleh supervisor sebagai berikut.



Gambar 3.71 Hasil Akhir Desain Topi

Secara keseluruhan, desain topi dibuat dengan sederhana, tetapi tetap memiliki filosofi yang mewakilkan nilai yang dipegang erat oleh SQCI. *Patch design* juga dibuat kaya akan makna kenusantaraan, sehingga diharapkan dapat menjadi referensi untuk lebih lagi melestarikan batik maupun warisan budaya Indonesia secara general.

3.3.2.8 Proyek Desain *Work Jacket*

Work jacket, dengan bahan denim dapat dipadukan dengan baju dalam lainnya. Ketika digunakan untuk *occasion* yang lebih formal seperti *corporate event*, maka tetap bisa digunakan, sehingga dipilihlah warna biru denim yang gelap dan *timeless* dengan model denim tanpa robekan untuk menghindari kesan yang kasual. Di sisi lain, denim dipilih karena sifatnya yang *versatile*, sehingga juga dapat digunakan untuk *event* yang membutuhkan outfit yang kasual jika dipadukan dengan baik. Dengan demikian, *work jacket* ini juga bisa cocok digunakan diluar kegiatan kantor. Karena akan digunakan untuk *event corporate* yang cenderung membutuhkan *outfit* yang lebih serius, penulis membuat desain hanya di bagian belakang dari jaket saja, sedangkan hanya menggunakan logo di bagian belakang untuk menciptakan desain yang minimalis tapi tetap artistik.



Gambar 3.72 Sketsa Ilustrasi Desain *Work Jacket*

Ilustrasi dibuat sedikit mengarah ke *art style* berjenis *art nouveau*, tetapi menggunakan desain bingkai yang mirip seperti cermin atau jendela, sehingga corak dari bingkainya hanya untuk menciptakan siluet yang lebih senada dengan detail dari lukisan di bagian dalamnya secara keseluruhan. Di sisi lain, penulis membuat perubahan pada warna *outline* dari ilustrasi tersebut untuk menciptakan desain dengan warna yang lebih senada dan

tidak terlalu kontras, mengingat biru muda masih termasuk dalam kategori *color scheme* dari warna biru tua yang merupakan warna *brand* dari SQCI.



Gambar 3.73 Desain Akhir Work Jacket

Desain ini sendiri sudah langsung disetujui oleh supervisor. Gambar yang menjadi desain bagian belakang merupakan sebuah kesatuan yang tercipta dari 3 nilai “FunTasTic.” Cahaya matahari yang bersinar dengan terang untuk menghias langit sore, lengkap dengan kawanan burung yang terbang di udara. Cahaya matahari tersebut menggambarkan jiwa yang bersemangat, serta melambangkan keberadaan harapan yang indah untuk bangkit dari segala permasalahan maupun pada keadaan atau titik apapun dalam hidup. Burung yang terbang dengan bebas di udara, melambangkan kebebasan yang ditawarkan oleh SQCI bagi para peserta untuk mengekspresikan diri mereka ketika sedang dalam sesi pembelajaran tanpa merasakan ketakutan apapun untuk dihakimi, karena SQCI mengerti bahwa setiap orang memiliki karakter mereka masing-masing, tetapi SQCI akan membantu setiap peserta untuk menjadi versi diri mereka yang terbaik, se bisa mungkin menghilangkan segala *traits* negatif yang dapat merugikan diri peserta sendiri di dunia kerja, serta mempertahankan dan mengembangkan segala *traits* positif yang telah tertanam dengan pelatihan. Kapal pinisi yang dengan berani mengarungi lautan dengan ombak yang deras, menjadi simbol yang tepat untuk mewakili semua hasil dari pelatihan, yang dimana setiap peserta pelatihan diharapkan dapat menjadi pribadi yang lebih berani untuk mengeluarkan potensi diri mereka yang terpendam, dan

memiliki keinginan untuk terus belajar walaupun dihadapkan dengan berbagai tantangan eksternal, serta memiliki jiwa yang pantang menyerah.

3.3.2.9 Proyek Desain Spanduk

Spanduk atau *banner*, dalam konteks pelatihan, perusahaan yang bekerjasama dengan SQC Indonesia sendiri tidak bertujuan untuk mempromosikan produk, mengingat training ini bukan ditujukan secara umum, hanya untuk kalangan sendiri. Dengan demikian, spanduk digunakan dengan tujuan sebagai penanda atau konfirmasi lokasi diadakannya kegiatan bootcamp. Di sisi lain, spanduk juga berguna untuk menarik klien potensial dari eksternal yang sedang berada di lingkungan bootcamp pada saat itu. Spanduk sendiri dapat menjangkau klien dari semua kalangan usia dan bisa dilihat berulang kali. Hal ini mengingat tidak semua generasi, terutama generasi *Boomers* (1946-1964), generasi X (1965-1980), dan sebagian generasi Y atau milenial (1981-1996).

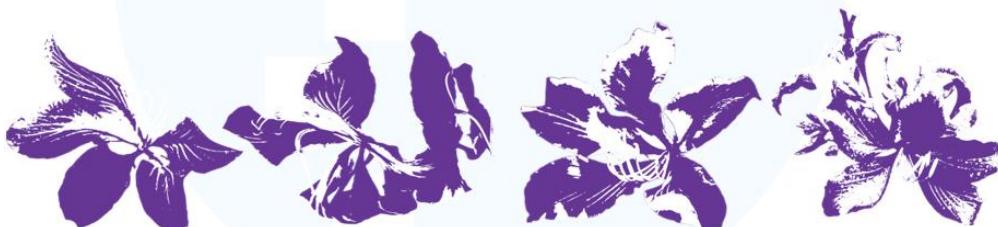
Dalam hal ini, terdapat 2 perusahaan yang menjadi klien dari SQC Indonesia, dimana keduanya sama-sama bergerak dalam bidang perbankan atau finansial. Tak heran bahwa menjadi sangat penting bagi lembaga keuangan untuk bisa membawa para karyawan agar dapat dilatih dalam berbagai pelatihan, termasuk yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, tak lain atau tak bukan adalah membangun impresi yang baik bagi *customer* dan membangun loyalitas mereka dalam jangka panjang. Untuk kegiatan training bagi klien 1, tema yang diangkat adalah *Collaborating to Achieve Better Product Refreshment & Outbound Training*, dengan tema “*Collaborating to Achieve Better.*”



Gambar 3.74 Sketsa Foto Bunga

Sumber: Google

Desain dimulai dengan penulis mendapatkan brief dari klien untuk membuat desain spanduk berukuran 1,64 x 6 meter, dengan tema warna *lilac* dan putih. Penulis pun memutuskan untuk melakukan pencarian desain bunga di Google. Penulis mencari desain bunga nasional dari Hong Kong bernama bunga *Bauhinia blakeana*, mengingat lembaga keuangan ini memiliki keterlibatan dengan negara Hong Kong. Bunga ini sendiri menyimbolkan bagaimana perbedaan di antara masyarakat bukan menjadi masalah, tetapi bunga ini telah menjadi simbol untuk membawa kerukunan antar warga negaranya.



Gambar 3.75 Desain bunga yang telah melewati tahap *Digital Imaging*

Setelah memilih asset bunga yang hendak digunakan dalam desain, penulis pun menghapus latar belakang dari bunganya. Kemudian, penulis melakukan *digital imaging* untuk mengurangi warna yang ada di dalam desain spanduknya, dan hanya berfokus pada warna *lilac* dan putih saja seperti permintaan awal. Penulis menggunakan *threshold* dan *gradient map* untuk menciptakan desain bunga yang monokromatik. Selanjutnya, barulah penulis menyusun bunganya untuk menjadi ornamen bagi desain spanduk.



Gambar 3.76 Desain Spanduk Sebelum Revisi

Penulis sendiri mendapatkan beberapa kali revisi dari klien, dimulai dari perubahan desain hingga konten dari spanduk itu sendiri. Desain ini dibuat oleh penulis sendiri dimana dimana karya ini dikerjakan sebelum mendapatkan gambaran referensi dan hanya mengandalkan brief yang sudah diberikan saja, mengingat deadline yang ketat di masa-masa *shooting video Learning Management System* yang mengharuskan penulis untuk *Work-from-office* untuk saat itu, disaat brief lengkap masih menunggu untuk dikirimkan dari pihak klien eksternal tersebut. Permintaan perubahan tampilan desain disebabkan oleh pendapat klien internal yang menjadi jembatan penghubung antara penulis dengan klien eksternal, mengatakan bahwa penggunaan ornamen bunga-bunga pada spanduk menyebabkan tampilan desainnya kurang terasa seperti kegiatan formal. Dengan demikian, penulis mendapatkan revisi untuk mengerjakan desain sesuai dengan referensi yang diberikan, serta ketika telah mendapatkan brief tambahan.



Gambar 3.77 Vektor Desain Spanduk Kedua
Sumber: Adobe Illustrator

Penulis pun membuat elemen desain berbentuk gelombang dengan warna gradasi yang dominan berwarna pink keungu-unguan dan biru. Gelombang tersebut dibuat oleh penulis dengan Adobe *Photoshop*, dengan mengandalkan sistem *layering* dengan teknik blending yang berbeda-beda,

mulai dari *multiply*, *lighter color*, *vivid light*, *color*, hingga *dissolve* yang memberikan kesan yang *grainy* dan melebur dengan lebih sempurna dengan latar belakang karena terlihat memiliki ujung yang sedikit mengarah ke transparan.



Gambar 3.78 Hasil Desain Spanduk Kedua

Di bagian luar garis gelombang yang sedikit transparan, penulis membuat desain gelombang yang berwarna lebih terang, dan membuatnya lebih melebur dengan teknik *gaussian blur*. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontras warna yang lebih jelas, mengingat bagian paling dalam dari gelombangnya cenderung gelap dan hampir serupa dengan latar belakang dari spanduk itu sendiri. Sama seperti desain sebelumnya, penulis menggunakan Adobe *Photoshop* untuk membuat desain spanduk ini. Referensi desain ini diambil dari sebuah *template* dari Canva, dan diminta oleh klien untuk dibuat dengan semirip mungkin, tetapi akhirnya klien meminta untuk dibuatkan desainnya dengan *template* Canva tersebut, tetapi hanya menggunakan Adobe *Illustrator* sebagai alat bantu untuk melakukan *resize*.



Gambar 3.79 Aset Desain Revisi Ke-3

Sumber: Canva

Resize dari aplikasi Canva ke Adobe *Illustrator* dilakukan dengan cara *export selection*, dimana setiap elemen dapat disimpan secara terpisah masing-masing dalam format png. Setelah itu, penulis melakukan

penyusunan terhadap setiap elemen bentuk, serta menyusunnya berdampingan dengan elemen tipografinya. Teks dibuat dengan tema dari kegiatan *bootcamp* sebagai *emphasis*, dan kategori pelatihan di bagian atasnya, dimana terdapat target audiens yang jelas, misalnya lebih cenderung ke divisi yang terlibat dan membutuhkan “*Annual Product Refreshment.*” Setelah itu, penulis mendapatkan revisi dimana terdapat permintaan dari klien untuk menghapus logo SPCI dari desain spanduknya.



Gambar 3.80 Revisi Teks Hingga Hasil Akhir dari Desain Spanduk untuk Klien 1

Secara keseluruhan, setelah melewati revisi terkait tampilan desain, penulis mendapatkan permohonan revisi untuk kontennya, yakni teks dari temanya, dimana terdapat beberapa kali perubahan pikiran dari klien untuk mengubah tema *bootcamp* dari “*Together Achieve More,*” menjadi “*Collaborate Achieve More,*” hingga permintaan perubahan final dengan klien yang menetapkan keputusannya untuk menggunakan “*Collaborating to Achieve Better*” sebagai tema besarnya. Selain itu, warna pun diubah nuansa warnanya ke arah yang lebih ungu kebiru-biruan dibandingkan dengan desain sebelumnya yang menggunakan warna *lilac* sebagai warna dasar. Karena penulis menyusun desain dulu dengan Canva, maka *font* dan ukuran awal yang digunakan juga berasal dari Canva. Untuk *heading*, digunakan *font* bernama AC Compacta dengan ukuran 315 pixels. Untuk *subheading*, penulis menggunakan *font* bernama Michroma dengan ukuran 90 pixels, dan ukuran 80 pixels untuk *body text*. Setelah menyiapkan sususan dari desainnya, penulis menyusun setiap elemen desain satu persatu

ke Adobe *Illustrator*. Dengan demikian, ukuran margin dari spanduk ini adalah sebesar 950 pixels ketika dipindahkan ke aplikasi Adobe *Illustrator*.

Projek ke-2 adalah untuk sebuah lembaga keuangan yang secara terspesifik untuk melatih para Consumer Banking Group (CBG) yang bertanggung jawab dalam menyampaikan kampanye sesuai dengan *timing* atau jadwal yang ditentukan dan memastikan bahwa kampanye tersebut dapat tersampaikan secara tepat sasaran dan kontekstualitasnya terjamin. Dengan demikian, pihak CBG juga menjadi pihak yang *in charge* dalam mengelola datamart kampanye secara mendetail, sehingga mereka yang akan menyiapkan segala keperluan untuk melaksanakan aktivitas kampanye, melakukan *alpha & beta testing*, membuat *ad hoc reporting*, serta menjadi pengelola pesan melalui berbagai siaran komunikasi atau media sosial. Selain itu, CBG akan memprioritaskan penawaran produk dari *brand* mereka secara satuan (per *customer*) dan yang membantu memilih produk mana yang paling sesuai untuk ditawarkan kepada *customer* tersebut. Sebelum dan sesudah kampanye, CBG akan meninjau kinerja dari pihak-pihak yang terlibat dalam kampanye dan mengukur seberapa besar tingkat efektivitas kampanye agar dapat dilakukan pengembangan, penyempurnaan dan perbaikan terhadap kekurangan yang terungkap, serta membaca apa saja yang menjadi respon atau timbal balik dari berbagai pihak terhadap kampanye yang telah dilaksanakan untuk dapat membantu perancangan kampanye selanjutnya.

Walaupun CBG terlibat dalam urusan riset, tetapi mereka juga termasuk dalam pihak *frontliner* karena mereka juga bertanggung jawab dalam berinteraksi dan menjadi solusi bagi berbagai permasalahan pihak *customer* dengan menawarkan produk-produk mereka kepada *customer* maupun klien potensial selama masa kampanye berlangsung. Dengan demikian, pihak CBG menjadi pihak yang dipercayakan kepada SQC Indonesia untuk dilatih dan dikembangkan kemampuan atau kualitas pelayanannya.



Gambar 3.81 Aset Desain Spanduk 1
Sumber: Adobe *Illustrator*

Penulis mendapatkan brief untuk mendesain spanduk dengan ukuran 3 x 1 meter, dengan tema warna merah dan hitam. Kali ini, spanduk dibuat dengan mengajukan 2 pilihan. Desain pertama dibuat oleh penulis dengan *Adobe Illustrator* untuk menciptakan efek seperti goresan kuas dengan *color scheme* merah khas dari *brand* klien terkait. Goresan kuas sendiri dapat diumpamakan sebagai kesiapan SQCI untuk melukis hari dari para peserta *bootcamp*, serta memberikan sentuhan warna tambahan bagi kehidupan mereka dimana tidak hanya kenangan dan cerita manis saja yang bisa mereka simpan dalam hati mereka, tetapi juga bagaimana pelatihan dapat membawa mereka untuk “*one step forward.*” Desain ingin dibuat dengan tampilan yang sederhana dan menunjukkan profesionalitas.



Gambar 3.82 Aset Desain Spanduk 2
Sumber: Canva

Untuk desain ke-2, pihak klien internal SQCI memberikan desain yang diambil dari *template* Canva, dan meminta agar dibuatkan dengan desain yang sama. Akan tetapi, penulis diminta untuk mengganti warna dari elemen desainnya agar dapat mengikuti dengan warna *brand* yang menjadi klien dari SQCI. Berhubung aset ini tidak bisa diubah warnanya secara

langsung, penulis menggunakan aplikasi *Procreate* untuk mengganti warnanya ke dalam *color scheme* merah, serta tentunya mengubah warna dari teks-teksnya.



Gambar 3.83 Revisi Teks untuk 2 Opsi Pilihan Desain Spanduk

Kedua desain pun telah jadi, dimana keduanya semakin ketara perbedaannya berkat warna dari latar belakangnya. Penulis menggunakan warna latar belakang putih kemerahannya pada desain di sebelah kiri untuk menciptakan desain yang terasa lebih menyatu dan harmonis satu sama lain, serta memberikan efek pencahayaan yang bisa menjadi *highlight* bagi konten teks di bagian tengahnya. Di sisi lain, desain kedua menggunakan warna putih yang *solid* untuk menciptakan kontras yang lebih tajam antar elemen desain. Penulis pun mengirimkan desain ini kepada klien internal untuk dikirimkan kepada klien eksternal untuk memberikan mereka opsi, dan mereka memilih desain kedua, dan meminta sedikit penambahan konten dari yang awalnya tertulis sebagai “SQCI Bootcamp Sukabumi” menjadi “*Leadership Training SQCI Bootcamp Sukabumi*.”

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.84 Revisi Teks dan Hasil Akhir Desain Spanduk untuk Klien 2

Setelah mengirimkan desain yang telah diubah teksnya, penulis mendapatkan permintaan perubahan untuk teks kembali, dari yang awalnya tertulis sebagai “*Leadership Training SQCI Bootcamp Sukabumi*” menjadi “*Business Development Manager CCUL-CBG*,” serta menambahkan teks “*Leadership Bootcamp Training*” untuk memperjelas arah dari program yang ingin fokus dalam pengembangan kemampuan dalam menjadi pemimpinan dan *role model* yang baik. Untuk revisi terakhir, klien meminta untuk menambahkan lokasi di samping tanggal pelaksanaan *bootcamp*. Dengan demikian, diperolehlah hasil akhir desain spanduk dengan ukuran margin sebesar 600 pixels. Untuk heading, penulis menggunakan *font* Archivo Black berukuran 178. Untuk Subheading, penulis menggunakan *font* Montserrat berukuran 66,5 untuk ukuran yang lebih kecil, 105 untuk ukuran yang lebih besar, dan ukuran 62,3 untuk bagian tulisan yang ditandai dengan *highlight*.

3.3.2.10 Proyek *Training Video for Learning Management System*

Training Video for Learning Management System Learning Management System sendiri serupa dengan *e-learning* sebagai sistem pembelajaran yang banyak diadopsi oleh sekolah dan universitas sejak pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 silam. Video pembelajaran dari *Learning Management System* sendiri dapat diakses dimanapun dan kapanpun oleh pengguna yang ingin belajar dengan sistem materi yang sudah tertata dan memiliki *roadmap* yang jelas. Di samping itu, *Learning Management System* dapat memudahkan pelatih dalam memberikan penilaian hingga penyusunan laporan terhadap perkembangan klien yang

dilatih. Dari pihak SQC Indonesia sendiri telah menyiapkan *storyboard* yang siap dipakai sebagai bentuk *shotlists* untuk mempermudah proses *shooting*. Untuk kamera, selain menggunakan kamera kantor, sebagian besar *footage* video diambil dengan kamera penulis, yakni dengan menggunakan kamera Sony NEX-5N, lensa 18-55 mm dan lensa 50 mm f 1.8. Pencahayaan menggunakan 3 lampu sorot.

STORYBOARD & SKRIP TALENT (TEAM LEADER 1/2)

No.	Sekuen	Lokasi	Skrip
1	Briefing Team Leader di hadapan FLP (multi angle)	lt. 2 & lt. 4	Natural
2	Team Leader mengajukan salam	lt. 4	"Selam... Selamat pagi..." (Postur tubuh tegap, rileks menjelaskan)
3	Team Leader menjelaskan point tertentu kepada FLP Counter Sales	lt. 4	(Tangga audio) a) Adegan berdiri b) Adegan duduk (Postur tubuh tegap, gestur tangan di depan dada, wajah terisengat)
7	Team Leader membantu menangani eskalasi komplain dari Counter Sales	lt. 4	"Saya tidak baik dulu..." "Saya tidak, Team Leader diaini..." "Saya sudah mendapatkan informasi dari Mbak Sinta tentang tentang keluhan Bapak terkait keterlambatan yang terjadi." (Menghampiri konsumen yang duduk, postur tubuh tegap, gestur tangan di depan dada)

STORYBOARD & SKRIP TALENT (TEAM LEADER 2/2)

No.	Sekuen	Lokasi	Skrip
4	Coaching kepada Counter Sales	lt. 4	1. "Hai, Sinta? Gimana kabarmu? Seteh?" 2. "Saya juga enak-enak. Terima kasih. Nah... kamu tahu kan berapa target penjualan kita tahun ini?" 3. "Okeee, berarti kamu masih ingat target kita ya? Ya, dari data yang ada, kita memang harus meningkatkan lagi performance sales kita nih." 4. "Okey, selama ini kamu sudah melaksanakan aktivitas apa saja? Terima kasihnya." 5. "Nah, kalau begini bagaimana performa sales kamu?" 6. "Nah bagus-degat tuh ide kamu... ada loyo yang bisa kamu usulkan?" 7. "Dari ide-ide yang kamu sebutkan tadi, yang mana polling okay untuk dilakukan dan kopiah bisa dilakukan?" 8. "Okey, good... jadi buku musik banget ya. Terima kasih ya, Sinta. Saya yakin kalau kamu pasti bisa. Nanti saya dampingi dan kita review lagi progressnya minggu depan ya."

Gambar 3.85 *Storyboard & Skrip Talent (Team Leader)*

Bagian pertama dari *storyboard* dan skrip talent diperuntukkan bagi *Team Leader* yang berperan dalam memberikan instruksi dan arahan bagi anak-anak buahnya dalam menjalankan tugas tanggung jawab mereka seperti memberikan pelayanan dalam konteks dunia *sales*. *Team Leader* sebagai pihak yang memiliki otoritas, berhak untuk menjadi pihak yang menerima eskalasi dari pihak *Counter Sales* jika terdapat problema atau situasi komplain tertentu dari konsumen yang membuat *Counter Sales* tidak bisa memberikan otoritas. *Team Leader* juga membantu dalam memantau dan mengevaluasi kinerja dari *Counter Sales*, serta memberikan berbagai masukan atau tips yang membangun.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

The image shows four storyboard panels for 'Counter Sales' arranged in a 2x2 grid. Each panel has a clapperboard icon in the top right corner.

- Top Left (1/4):** Storyboard & TALENT (COUNTER SALES 1/4)

No.	Sekuen	Lokasi	Skrip
1	Briefing Team Leader di hadapan FLP (multi angle)	Lt. 4	Natural
3	Team Leader menjelaskan poin tertentu kepada FLP Counter Sales	Lt. 4	(Tanpa audio) (Postur tubuh tegap, menyimak & mengangguk atas penjelasan Team Leader)

- Top Right (2/4):** STORYBOARD & SKRIP TALENT (COUNTER SALES 2/4)

No.	Sekuen	Lokasi	Skrip
4	Coaching kepada Counter Sales	Lt. 4	<ol style="list-style-type: none"> "Pagi, Mbak Indah, sehat Mbak. Mbak Indah juga sehat kan?" "Masih Mbok, target kita kan 150 unit per bulan?" "Hieh...ya, Mbok" "Aku selama ini udah berusaha laporkan ke konsumen. Sejauh ini ya, lumayan sih Mbok, meskipun belum achieve target..." "Tapi... ada yang belum untuk lulus ekspor dan belum supaya lebih eksis lagi di medias, termasuk di Facebook, IG dan lainnya." "iya, oku juga lagi update terus product knowledge supaya bisa kasih jawaban yang okay ke konsumen. Terus oku juga berusaha masu lebih diMULAIEN super kompeten mow RO terus sama oku." "iya, Pak! Terimakasih banyak atas bantuan Mbok. Untuk yang belajar medics juga ik upayakan per hari ini ya, Mbok Indah." "Sama-sama Mbak Indah. Terima kasih." <p>(Postur awal berdiri, kemudian duduk mendampingi Team Leader, menyimak & mengangguk atas pertanyaan Team Leader)</p>

- Bottom Left (3/4):** STORYBOARD & SKRIP TALENT (COUNTER SALES 3/4)

No.	Sekuen	Lokasi	Skrip
5	Counter Sales menanganai komplain konsumen (maaf & empatis)	Lt. 4	<p>"Baik, Pak Budi, saya mohon maaf atas ketidaknyamanan dan Bapak rasakan."</p> <p>"Saya punya poin pasir Bapak, tadi pager mengangkat meturnya ya, Pak?"</p> <p>(Duduk dengan postur tubuh tegap, wajah telaten, menyimak & mengangguk perkataan konsumen)</p>
6	Counter Sales melakukan eskalasi penanganan komplain kepada Team Leader	Lt. 4	<p>"Pak Budi, untuk memastikan solusi atas keluhan Bapak, saya mohon izin untuk menghubungi Team Leader saya ya, Pak."</p> <p>"Mohon ditunggu sekitar 5 menit ya, Pak."</p> <p>(Berdiri di samping Team Leader dan berdiskusi)</p>
7	Team Leader membantu menanganai eskalasi komplain dari Counter Sales	Lt. 4	<p>"Pak Budi, terima kasih sudah menunggu."</p> <p>"Nah, saya perkenalkan Team Leader saya, Mbak Indah."</p> <p>(Postur tubuh tegap, memperkenalkan Team Leader)</p>

- Bottom Right (4/4):** STORYBOARD & SKRIP TALENT (COUNTER SALES 4/4)

No.	Sekuen	Lokasi	Skrip
8	Counter Sales mendekati konsumen secara umum (termasuk menawari minuman, test ride & nego di dealing table)	Area showroom (dekat apparel)	<p>"Selam... selamat pagi. Silakan duduk Pak..."</p> <p>"Sebelumnya, dengan Bapak siapa? Bapak Pak Budi, ada yang bisa dibantu."</p> <p>Sebagian besar no audio (visual only)</p> <p>Adenggi di dealing table</p> <p>"Mau sekalian mencoba item kami yang terbaru, Pak Budi."</p> <p>"Somali memunggu, Bapak mau minum air putih atau lainnya?"</p> <p>Akhir Interaksi</p> <p>"Apakah informasi dari saya sudah jelas, Pak Budi?"</p> <p>"Ada lagi yang perlu saya bantu, Pak Budi?"</p> <p>"Bapak, terima kasih atas kedatangannya, Pak. Salam _____."</p> <p>(Postur awal berdiri menyambut, mempersilakan konsumen duduk dengan tangan kanan terbuka, rileks, ramah & menyimak konsumen)</p>

Gambar 3.86 Storyboard & Skrip Talent (*Counter Sales*)

Bagian kedua dari *storyboard* dan skrip talent diperuntukkan bagi *Counter Sales*. Pihak *Counter Sales* biasanya akan menjadi orang-orang yang *standby* untuk bekerja dan memasarkan produk di dalam wilayah *dealer*, termasuk memberikan jawaban atas pertanyaan umum yang diajukan oleh konsumen dan memberikan rekomendasi terhadap kebutuhan konsumen di dalam lingkup industri otomotif sebagai produk utama dari *brand* ini. Ketika berinteraksi dengan *Team Leader*, *Counter Sales* akan melakukan *sharing* terhadap aktivitasnya, kendala yang ia alami di lapangan, serta apa yang ia pikirkan terkait pekerjaan dan kinerjanya. Selain itu, *Counter Sales* juga berhak untuk mengajukan eskalasi terhadap komplain yang diajukan oleh konsumen untuk memperoleh bantuan dan memberikan jawaban yang lebih tepat, karena *Counter Sales* cukup berhati-hati dalam segi *problem solving* dan perlu memberikan jawaban yang benar dan menjawab bagi konsumen, mengingat *Counter Sales* merupakan *frontliner* yang menjadi salah satu garda terdepan dari *brand* tersebut.

**STORYBOARD & SKRIP
TALENT (SALES ADVISOR)**

No.	Sekuen	Lokasi	Skrip
9	Service Advisor secara umum melayani konsumen (awal-akhir interaksi layanan)	Area Sekitar Bengkel	(Tanpa audio- melihat dinamika layanan SA & Bengkel) (Postur tubuh tegap, menyimak & mengangguk atas penjelasan Team Leader)

Gambar 3.87 Storyboard & Skrip Talent (*Service Advisor*)

Bagian ketiga adalah *storyboard* dan skrip talent yang akan diperankan oleh *Service Advisor*. *Service Advisor* menjalankan perannya dengan *standby* di bagian bengkel dari *dealer*, menyambut *customer* yang menjadi pengguna dari produk otomotif mereka, dan melakukan servis terhadap kerusakan yang mungkin terjadi, maupun melakukan kustomisasi terhadap permintaan *customer*. Untuk sekuen ini, tidak banyak *stills* yang penulis lampirkan dalam laporan karena tempat ini termasuk dalam area yang memiliki akses terbatas. Penulis dan pihak SQCI juga perlu mengajukan perizinan terlebih dahulu kepada pihak yang memiliki otoritas di *dealer* tersebut untuk bisa melakukan *shooting* di area ini.

Pihak yang menjadi klien dari SQC Indonesia adalah sebuah *brand* manufaktur sekaligus distributor dari produk otomotif. Proses *shooting* dilakukan dari tanggal 14-18 November 2025, dengan latar lokasi di area dari *dealer*. Pada tanggal 14 November, penulis dan tim dari SQC Indonesia melakukan kunjungan untuk survei tempat dan melakukan script reading kepada talent. Hari itu menjadi kesempatan bagi penulis untuk mencari keragaman *angle* dan *spot-spot* yang bisa diambil, sehingga pada tanggal 17 November bisa dieksekusi dengan lebih baik. Berikut merupakan kumpulan sekunya.

A. Sekuen 1

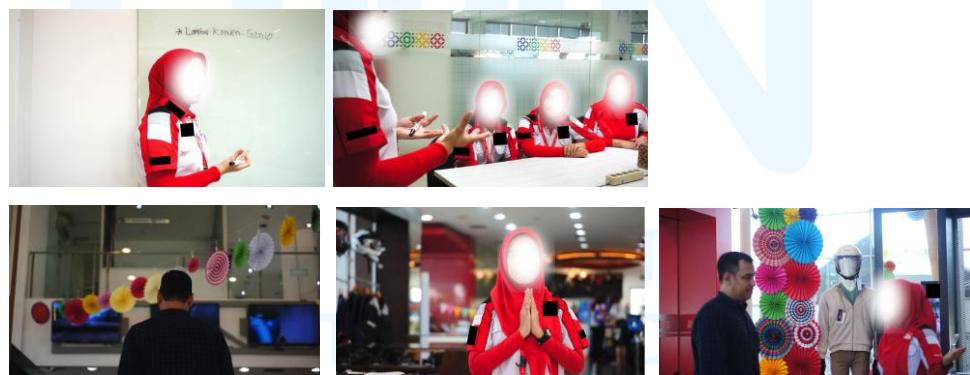
Briefing Team Leader di hadapan *Front Line People* yang diambil dari berbagai *angle*, dan dibuat secara natural.



Gambar 3.88 Sekuen 1: *Briefing Front Line People (Counter Sales)*

B. Sekuen 2

Team Leader mengucapkan salam dengan postur tubuh yang dibuat tegap, dan menjelaskan dengan ramah. Di saat yang sama di lantai bawah, konsumen datang dan disambut.



Gambar 3.89 Sekuen 2: Salam Sambutan

C. Sekuen 3

Team Leader melakukan pertemuan menjelaskan poin tertentu kepada *Counter Sales*, dimana cuplikan ini tidak menggunakan audio yang *audible*, dengan menunjukkan adegan berdiri serta adegan duduk yang secara keseluruhan dengan postur tubuh yang tegap, gestur tangan di depan dada, sambil menunjukkan wajah yang tersenyum.



Gambar 3.90 Sekuen 3: Pertemuan *Team Leader* dan *Counter Sales* (*Audio non-audible*)

Pertemuan ini juga dimulai dengan melakukan salam dan menepuk lengan, memberikan kesan yang ramah dan menyambut dengan hangat. Gestur ini sendiri semakin didukung dengan adanya lukisan mural sebagai latar belakang di lokasi *shooting* ini. Dengan demikian, semua orang akan diperlakukan dengan baik, tanpa memandang posisi, jabatan, maupun peran sebagai sesama karyawan dalam satu perusahaan yang sama maupun sebagai konsumen.

D. Sekuen 4

Coaching kepada *Counter Sales*, dengan skrip yang diawali dengan percakapan antara *Team Leader* yang menanyakan kabar dari *Counter Sales*, yang dilanjut dengan memastikan apakah *Counter Sales* telah mengetahui angka dari target sales yang hendak dicapai pada tahun ini, serta meningatkannya bahwa berdasarkan data yang ada, performa dari *Counter Sales* perlu ditingkatkan lagi.



Gambar 3.91 Sekuen 4: *Team Leader* mendiskusikan performa kerja dari *Counter Sales*

Untuk membantu memahami kondisi *Counter Sales* lebih lanjut, *Team Leader* menanyakan aktivitas yang dilakukan selama ini oleh *Counter Sales* dan hasilnya, sehingga diceritakanlah bagaimana usaha *Counter Sales* untuk memberikan pelayanan sesuai dengan tanggung jawabnya ke konsumen dan mendapatkan hasil yang lumayan baik, walaupun belum mencapai target yang telah ditentukan. Percakapan dilanjutkan dari *Team Leader* yang ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana ide-ide yang hendak dicoba oleh *Counter Sales* untuk meningkatkan performa salesnya, yang dijawab dengan *Counter Sales* yang sedang belajar untuk lebih mengeksplor cara agar *brand* bisa lebih eksis lagi di berbagai media sosial, baik itu dengan menggunakan *Facebook*, *Instagram*, dan sebagainya.

Di samping itu, *Counter Sales* juga menceritakan bahwa ia juga sedang lebih sering menyempatkan diri untuk mempelajari seputar *product knowledge* dari *brand* mereka, sehingga ia bisa lebih yakin dan lebih tepat dalam memberikan jawaban atas pertanyaan yang ditanyakan oleh konsumen, serta memiliki keinginan untuk berusaha lebih TEMUPATEN sehingga konsumen akan mau untuk selalu RO (*Request Order*) kepadanya. TEMUPATEN sendiri merupakan suatu hal yang penting dalam dunia pelayanan, dimana konsumen perlu merasa TERbantu dengan melewati proses penerimaan pelayanan yang MUDAH, memungkinkan mereka memperoleh hasil secara cePAT, dan tentunya merasakan suasana penerimaan dan perasaan yang mENyenangkan.



Gambar 3.92 Sekuen 4: *Coaching Session*

Team Leader sendiri menyetujui ide-ide yang telah diusulkan oleh *Counter Sales*, sehingga ia menanyakan ide apa diantara beberapa ide tersebut yang balik baik menurut *Counter Sales* untuk dieksekusi, serta mulai kapan bisa dieksekusi secara nyata idenya. *Counter Sales* mengaku bahwa TEMUPATEN selalu ia latih, dan ia ingin mengupayakan untuk segera mempelajari seputar meningkatkan *engagement* dari media sosial per hari itu juga.

Dengan demikian ditutuplah percakapan tersebut dengan *Team Leader* yang mendorong *Counter Sales* untuk bisa memulai pengeksekusian ide-ide tersebut mulai dari hari selanjutnya, dan meyakinkan *Counter Sales* akan kemampuannya, ditambah lagi dengan inisiatif *Team Leader* untuk mendampinginya serta mengajak *Counter Sales* untuk meninjau kembali kemajuan performanya di minggu selanjutnya. Secara keseluruhan, *Counter Sales* diarahkan untuk dalam posisi berdiri terlebih dahulu, kemudian duduk di samping *Team Leader*, kemudian menyimak setiap perkataan yang disampaikan oleh *Team Leader* dan memberikan respon tambahan dengan *body language* mengangguk.

E. Sekuen 5

Counter Sales menangani komplain konsumen dengan memberikan permintaan maaf atas ketidaknyamanan yang konsumen rasakan, dan berempati atas keinginan konsumen untuk segera menggunakan motornya kembali. Diawali dengan posisi berdiri secara tegap, menunjukkan raut

wajah yang telaten, serta menyimak setiap perkataan konsumen dengan seksama dan mengangguk.



Gambar 3.93 Sekuen 5: *Counter Sales* Menanggapi Komplain Konsumen

Counter Sales memperluas upaya penanganan komplain atau melakukan eskalasi dengan melibatkan *Team Leader*, sehingga *Counter Sales* meminta izin kepada konsumen untuk menunggunya karena ia akan kembali setelah mendapatkan respon dari *Team Leader* selama 5 menit.

F. Sekuen 6

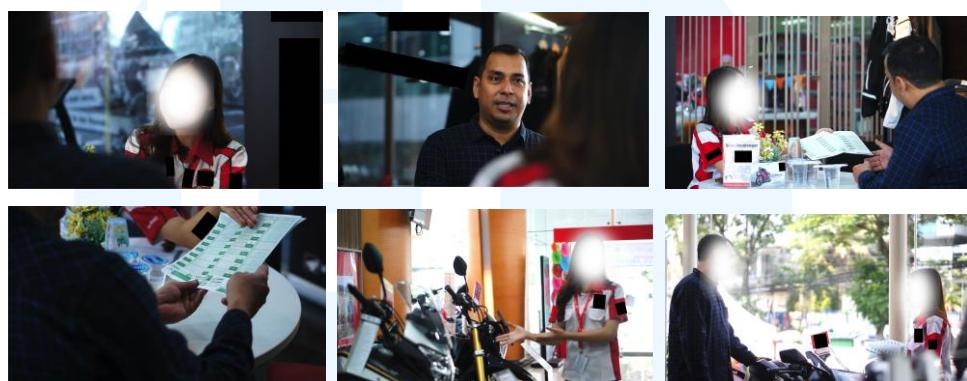
Counter Sales pun kembali dan mengucapkan terima kasih atas kesediaan dari konsumen untuk menunggu. Atas permintaan ekskalasi komplain yang diajukan dari *Counter Sales*, *Team Leader* pun diperkenalkan oleh *Counter Sales* kepada konsumen tersebut. *Team Leader* pun mulai turun tangan untuk berinteraksi dengan konsumen.



Gambar 3.94 Sekuen 6: *Team Leader* turun tangan melakukan eskalasi *complain*

Interaksi dimulai dengan memberikan salam khas perusahaan tersebut, mengucapkan selamat pagi, dan mempersilakan konsumen untuk duduk dengan memberikan gestur tangan kanan yang terbuka. *Team Leader*

pun menanyakan nama dari konsumen untuk mempermudah interaksi mereka, dan menanyakan apa hal yang dapat dibantu olehnya, serta menunjukkan empati atas informasi keluhan konsumen terkait keterlambatan yang terjadi. Percakapan dilanjutkan dengan cuplikan tanpa suara, kemudian dilanjutkan dengan berpindah *scene* tempat di *dealing table*.



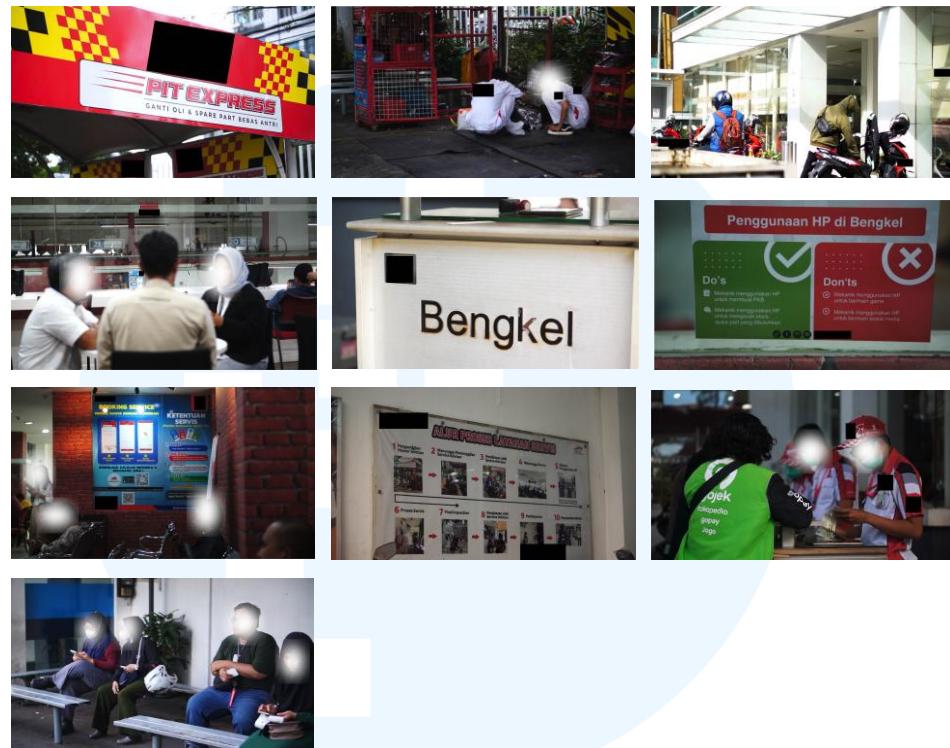
Gambar 3.95 Sekuen 6: Dinamika di *dealing table* dan *showroom*

Counter Sales pun mengisi waktu dengan mengajak konsumen untuk mencoba produk-produk terbaru dari *brand* tersebut, dan menawarkan air putih dan bantuan lainnya kepada konsumen. Setelah semua keperluan konsumen sudah terjawab atau terpenuhi, *Counter Sales* pun mengonfirmasi pemahaman konsumen atas pernyataan atau informasi yang diberikannya, serta menanyakan apa hal lainnya yang bisa dibantunya. Interaksi pun ditutup dengan mengucapkan terima kasih atas kedatangan dari konsumen, dan kembali memberikan salam khas dari *brand* tersebut. Terkait gestur dari *Counter Sales* dan *Team Leader*, mereka menggunakan bahasa tubuh yang rileks tapi tetap ramah dan menyimak setiap perkataan konsumen dengan fokus.

G. Sekuen 7

Service Advisor dengan dinamika layanannya, melayani konsumen di tempat servis produk dari *brand* tersebut. Terdapat berbagai pelayanan yang ditawarkan dalam proses dinamika layanan ini, tetapi sebagian besar adalah seputar perbaikan maupun kostumisasi terhadap produk otomotif

dari *brand* yang bersangkutan. Area dari proses dinamika layanan ini sendiri memiliki lebih dari satu *spot*.



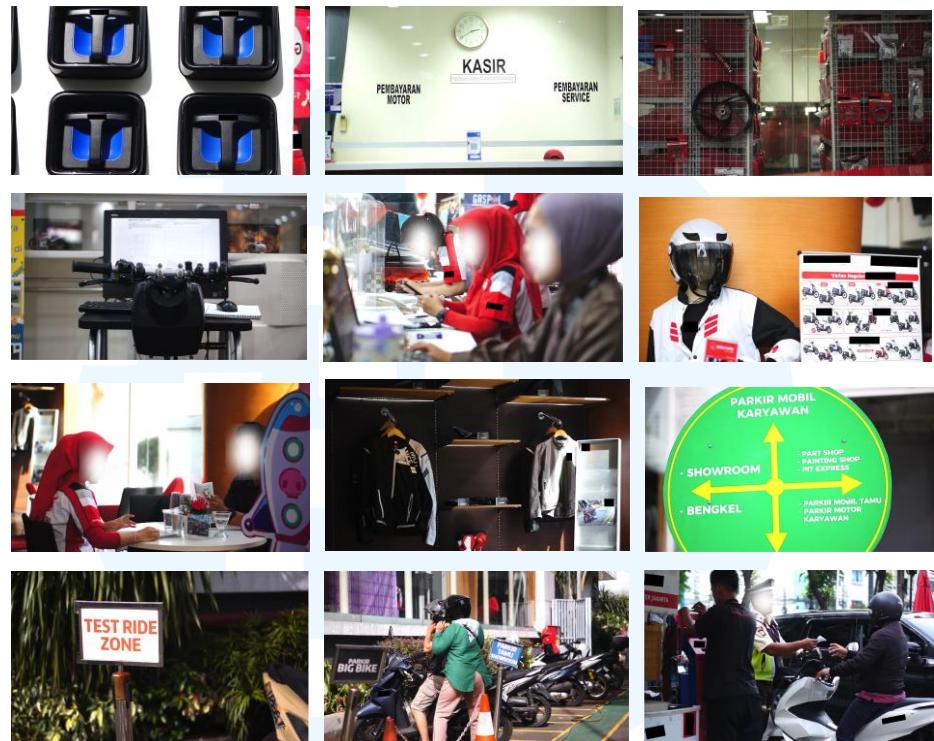
Gambar 3.96 Sekuen 7: *Service Advisor*

Dapat dilihat dalam gambar-gambar tersebut bahwa terdapat pihak yang fokus dalam mendiskusikan dengan konsumen terkait apa yang bisa dibantu, pihak yang melakukan servis secara langsung, serta tentunya ada konsumen-konsumen yang berkumpul di tempat maupun ruang tunggu. Di samping penjelasan dari pihak *Service Advisor*, terdapat pula papan-papan petunjuk untuk konsumen yang mungkin tidak ingin untuk langsung bertanya atau menceritakan kendalanya, kecuali terdapat pertanyaan lanjutan yang membutuhkan komunikasi langsung dengan *Service Advisor*.

H. Sekuen 8

Menggambarkan dinamika umum atau aktivitas dan interaksi antara pihak dari *brand* dengan konsumen di dalam zona wilayah dari *dealer*. Karena bergerak di bidang otomotif, tersedia benda-benda penunjang dari alat transportasi, seperti baterai untuk produk otomotif yang membutuhkan

pengisian daya secara cepat, pengujian terhadap alat transportasi tersebut, aksesoris dan *merchandise*, dan sebagainya.



Gambar 3.97 Sekuen 8: Dinamika Umum di *Dealer*

Tentunya ada pihak *staff* dan *front liner people* yang siap melayani dan menjawab pertanyaan konsumen diberbagai titik pertemuan, termasuk dalam aspek pembayaran. Papan petunjuk juga membantu para konsumen untuk menemukan arah, dan mengetahui apa yang bisa dilakukan dalam hal penerimaan layanan. Dengan demikian, dipastikan bahwa setiap kebutuhan konsumen dapat terlaksana dengan baik dan maksimal.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan magang, tentunya ada kendala atau hambatan yang mungkin dialami. Di sisi lain, tentunya ada solusi yang menjadi jalan keluar bagi penulis. Berikut penjabarannya secara mendetail yang penulis hadapi dan dapat menjadi bahan untuk evaluasi.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Tidak terdapat kendala yang signifikan dalam pelaksanaan magang ini, tetapi terdapat beberapa poin yang menjadi *concern* dari penulis.

1. Mengingat bahwa perusahaan ini berbentuk korporat, maka desain yang dibuat tidak bisa terlalu variatif, mengingat desain yang dibuat juga cenderung menggunakan *brand guideline* yang telah distandarisasi untuk menciptakan nilai merek yang tegas. *Art style* yang digunakan juga tidak bisa terlalu banyak variasinya, walaupun penulis berusaha untuk tetap menambahkan *twist* dalam desainnya disaat *supervisor* juga termasuk lebih terbuka dalam hal perubahan tampilan desain, tetapi cenderung ingin desain yang sederhana.
2. Perusahaan cenderung menggunakan desain yang sama untuk waktu yang lama, sehingga kebutuhan akan desain tidak terlalu banyak.
3. Pemberian *brief* desain yang pernah kurang jelas dalam memberikan tugas, sehingga terjadi perbedaan hasil karya yang dihasilkan dan perlu melakukan konfirmasi lebih lanjut kepada pihak internal yang menjadi penghubung.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Atas kendala yang penulis terima, penulis menemukan solusinya sebagai berikut.

1. Penulis juga berusaha untuk menantang diri sendiri untuk melakukan *brainstorming* terhadap *art style* yang tetap di dalam ranah *brand guideline* yang sama, dan menantang diri sendiri untuk keluar dari zona nyaman agar

membuat desain yang tidak terlalu ramai. Mengajukan ide storytelling yang lebih bervariasi, sehingga audiens akan tetap terus terengage dengan konten-konten sosial media milik SQC Indonesia. Konsep *storytelling* yang paling banyak digunakan oleh penulis adalah *metaphor storytelling*, dimana banyak pengibaran atau majas metafora yang digunakan, sesimpel bertujuan untuk menyederhanakan ide yang terasa kurang *practical* terhadap hal umum menjadi lebih *relatable*. Melakukan riset terhadap data untuk mengembangkan pola pikir dan membantu mengembangkan storytelling yang lebih *impactful*. Karena SQCI juga kerap melakukan perubahan berkala terhadap penggunaan font yang dirasa cocok, sehingga penulis akan melakukan observasi terhadap portofolio desain milik perusahaan, lalu memilih font yang paling cocok untuk digunakan dengan konsisten. Penggunaan warna yang tetap konsisten tapi mengandalkan *color scheme* menjadi kunci untuk menciptakan desain yang lebih bervariasi dan tidak terlalu *flat*.

2. Penulis tetap melakukan permintaan sesuai kehendak perusahaan, jadi penulis kebanyakan membuat desain *merchandise*, karena desain seperti *template* untuk postingan Instagram *feeds* sudah ada yang *in-charge*.
3. Menjalin komunikasi yang lebih intens dengan berbagai pihak untuk memastikan tidak ada miskomunikasi, dan memastikan bahwa penulis dapat mencapai kebutuhan dan keinginan dari klien.