

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Pada pelaksanaan magang ini, penulis berada di dalam divisi *marketing* PT Moradi sebagai *Graphic Designer Intern*. Di bawah ini, penulis akan menjelaskan mengenai informasi mengenai posisi serta alur koordinasi dengan pembimbing atau anggota divisi *marketing* lainnya dalam pengerjaan suatu proyek:

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja



Gambar 3.1 Bagan Divisi Marketing MOR  
Sumber: (Dokumentasi Perusahaan (2025)

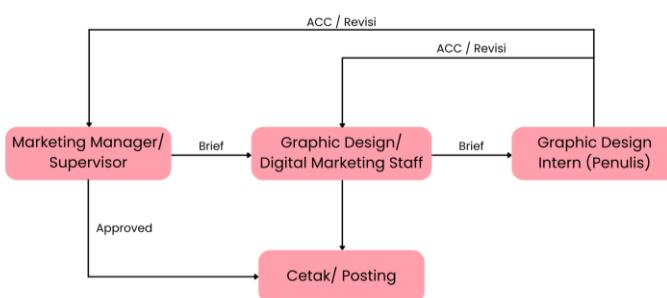
Selama pelaksanaan magang, penulis memiliki kedudukan atau posisi sebagai *Graphic Designer Intern* di divisi *Marketing* MOR. Dalam divisi ini, terdapat beberapa posisi, mulai dari *Head of Marketing* hingga posisi *intern*. Sebagai *Graphic Designer Intern*, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan media promosi cetak dan digital dengan bobot proyek yang telah dibagi atau diberikan oleh *Graphic Designer Staff* PT Moradi. Media cetak yang dibuat terdiri dari poster A4, poster A3, poster A2, poster A1, poster

*box, banner, dan wobbler.* Adapun media digital seperti pembuatan desain *feeds* dan *story* Instagram yang menjadi tugas sekunder penulis sebagai *Graphic Designer Intern* di PT Moradi.

Dalam PT Moradi, kerjasama dan komunikasi antar sub-divisi merupakan hal terpenting selama melaksanakan magang. Hal ini dilakukan agar seluruh proyek dapat berjalan dan terselesaikan dengan baik sesuai dengan prosedur yang diminta. Penulis melakukan proses desain, mulai dari tahap *briefing* hingga tahap ACC dengan mengirimkan hasil preview desain ke *Whatsapp Group Chat*. Dari situ, penulis akan menerima hasil ACC, saran, maupun revisi dari *Supervisor* dan *Graphic Designer Intern Staff*.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pengerjaan suatu proyek, penulis mengikuti arahan atau *brief* dari *Graphic Designer Staff* mengenai kebutuhan desain cetak yang diperlukan, serta kebutuhan desain digital yang sering kali dimintai oleh *Digital Marketing Staff*. Arahan atau *brief* yang diberikan dapat berupa lisan maupun gambar sketsa yang dibuat oleh *Graphic Designer Staff*. Setelah menerima arahan atau *brief*, penulis langsung mengerjakan proyek desain tersebut sesuai dengan kebutuhan desain. Setelah itu, penulis akan mengirimkan hasil preview desain di *Whatsapp Group Chat* untuk meminta ACC dari *Supervisor* dan *staff*. Jika tidak ada revisi, penulis akan menyiapkan file final yang siap untuk dicetak dan di *posting* di media sosial. Alur koordinasi ini dapat dilihat pada bagan alur kerja di bawah ini:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi  
Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melaksanakan kegiatan magang selama lima hari dalam seminggu, yaitu dari hari Senin hingga Jumat. Pelaksanaan magang ini dilakukan secara WFO atau *work from office*, dari jam 7.30 WIB hingga 17.00 WIB. Berikut ini merupakan beberapa detail pekerjaan atau tugas yang penulis lakukan selama melaksanakan kegiatan magang di PT Moradi sebagai *Graphic Designer Intern*:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	4-8 Agustus 2025	MOR Bread	Membuat <i>infographic</i> MOR Bread berupa ukuran A4 <i>landscape</i>
		Banner aplikasi Ojol (Ojek Online)	Membuat <i>banner</i> ukuran 1000x750 px untuk <i>brand</i> Gorenc, Tendang, Onoroso
		The Sounds Project	Membuat desain <i>feeds</i> dan <i>story</i> Instagram untuk <i>The Sounds Project</i> 2025
2	11-15 Agustus 2025	MOR Day	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membuat desain poster A4 menu promo MOR Day</li><li>- Membuat desain poster A4 menu promo GIGA Bucket</li><li>- Membuat desain poster A4 Sundae Sunday</li></ul>
3	18-22 Agustus 2025	Menu MOR	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membuat desain menu MOR</li><li>- Membuat desain <i>feeds</i> GIGA Bucket</li><li>- Membuat template <i>food tag</i></li><li>- Membuat materi promo <i>store</i> MOR UOB</li><li>- Membuat desain menu <i>store</i> MOR SSC</li></ul>
4	25-29 Agustus 2025	Menu MOR	<ul style="list-style-type: none"><li>- Merevisi desain materi promo <i>store</i> MOR UOB dan SSC</li><li>- Membuat desain poster Crystalin</li></ul>
5	1-5 September 2025	TV Menu & POS Kasir	Membuat desain TV Menu dan POS Kasir untuk MOR Mart, MOR GFM, dan MOR Cafe
		Katalog Bulanan	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membuat POP bulanan (katalog bulan September)</li></ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain <i>wobbler</i> katalog bulan September</li> <li>- Membuat <i>preview ACC</i> desain POP bulan September</li> </ul>
6	8-12 September 2025	POP Bulanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain turunan katalog (TV Menu, <i>impraboard</i>, <i>menuboard</i>)</li> </ul>
		Menu MOR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meng-update harga menu</li> <li>- Membuat desain <i>banner</i>, poster, stiker <i>menobox</i>, stiker slimbox</li> </ul>
7	15-19 September 2025	MOR x Crystalin Run	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat desain <i>feeds</i> Instagram <i>Giveaway</i> tiket MOR x Crystalin Run</li> </ul>
		MOR Coffee	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain menu MOR Coffee</li> <li>- Membuat desain promo MOR Coffee</li> </ul>
8	22-26 September 2025	MOR Coffee	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain promo MOR Coffee (poster, <i>x banner</i>, <i>wobbler</i>)</li> <li>- Membuat desain TV Menu promo MOR Coffee</li> </ul>
9	29 September-3 Oktober 2025	POP Bulanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain katalog bulan Oktober</li> <li>- Membuat desain <i>wobbler</i> katalog bulan Oktober</li> </ul>
		Synchronize Festival 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat desain <i>feeds</i> Instagram <i>Giveaway</i> tiket Synchronize Festival 2025</li> </ul>
10	6-10 Oktober 2025	POP Bulanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat desain turunan POP bulan Oktober (TV Menu, <i>feeds</i>, POS Kasir, <i>preview ACC</i> desain POP bulan Oktober)</li> </ul>
11	13-17 Oktober 2025	MOR Coffee	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain poster promo MOR Coffee <i>Buy 1 Get 1</i></li> </ul>
		MOR Coffee x Roppang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain poster promo MOR x Roppang</li> <li>- Membuat desain <i>feeds</i> Instagram promo MOR x Roppang</li> </ul>

		Logo	Membuat desain logo untuk promo <i>Pay Day, Double Date, Besty Deals</i>
12	20-24 Oktober 2025	Promo Bulanan	Membuat desain promo item roti & Paket Nayam + Teh Gelas ( <i>feeds</i> dan poster)
		<i>Loyalty Card</i>	Membuat desain poster tentang <i>T&amp;C Loyalty Card</i>
13	27-31 Oktober 2025	Update Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain update harga</li> <li>- Merevisi poster promo bulanan</li> <li>- Finalisasi <i>file cetak update harga</i></li> </ul>
		<i>Loyalty Card</i>	Membuat desain poster mengenai <i>Loyalty Card MOR Coffee</i>
14	3-7 November 2025	POP Bulanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain katalog bulan November</li> <li>- Membuat desain turunan POP bulanan (TV Menu, <i>wobbler</i>, POS Kasir)</li> </ul>
15	10-14 November 2025	<i>E-Commerce</i>	Membuat desain <i>feeds, story, banner, dan cover</i> untuk promo <i>E-Commerce ShopeeFood &amp; GoFood</i>
		<i>Template Desain</i>	Membuat alternatif <i>template</i> desain untuk promo <i>Snack Days, kopi, dan pergorengan</i>
		POP Bulanan	<i>Update</i> harga katalog bulanan periode 15 – 30 November 2025
16	17-21 November 2025	MOR x Scandia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain <i>voucher</i> promo MOR x Scandia</li> <li>- Membuat desain poster A4 informasi mengenai promo <i>voucher</i> MOR x Scandia</li> <li>- Membuat desain <i>banner</i> A2 penunjuk arah</li> </ul>
		<i>Pay Day</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain poster A4 promo <i>Pay Day MOR Coffee</i> dan Paket Nayam</li> <li>- Membuat desain posyer A3 &amp; A4 promo <i>Pay Day</i></li> </ul>

17	24-28 November 2025	<i>E-Commerce</i>	Membuat desain <i>feeds</i> dan <i>story</i> untuk promo <i>E-Commerce</i> ShopeeFood & GoFood
		<i>Feeds Prima Protect+</i>	Membuat desain <i>feeds</i> Instagram untuk promo produk Prima <i>Protect+</i>
		<i>POP Bulanan</i>	Membuat desain katalog bulan Desember
18	1-5 Desember 2025	<i>POP Bulanan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain <i>feeds</i> katalog bulan Desember</li> <li>- Membuat desain <i>feeds</i> promo F&amp;B bulan Desember</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan kegiatan magang di PT Moradi selama 6 bulan, terhitung dari 4 Agustus 2025 hingga 3 Februari 2025. Dalam pelaksanaan magang ini, penulis berada di divisi *Marketing* sebagai *Graphic Designer Intern* yang bertanggung jawab dalam membuat desain promo untuk keperluan MOR. Tugas utama pekerjaan penulis merupakan kebutuhan promosi desain cetak atau *offline*. Selama mengerjakan tugas magang, penulis dibimbing oleh *supervisor* dan *staff* agar semua tugas atau pekerjaan dapat sesuai dengan prosedur dan kebutuhan.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja (poster)

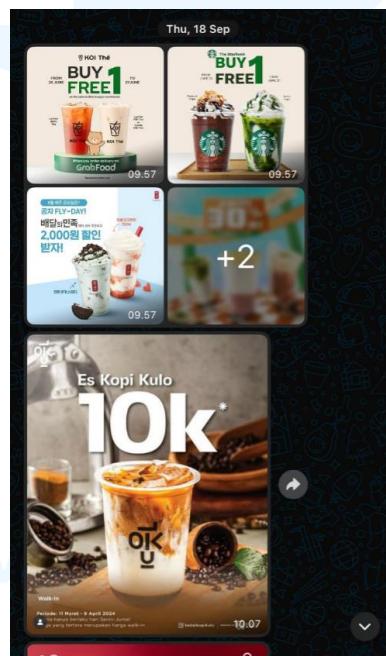
Tugas utama penulis selama melaksanakan magang di PT Moradi adalah mengerjakan desain poster. Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2010:51), poster merupakan sebuah kombinasi karya visual yang dirancang dengan warna serta pesan yang dapat menarik perhatian orang yang melihatnya. Poster merupakan salah satu media promosi yang digunakan oleh MOR untuk memberi informasi dan menarik perhatian konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Penulis membuat poster sesuai dengan *brief* yang telah diberikan dan menggunakan identitas MOR dalam pembuatan desain poster.

### 3.3.1.1 Perancangan Poster (*MOR Coffee*)

Penulis diberikan tanggung jawab untuk pembuatan desain poster promo *MOR Coffee*. Penulis membuat desain poster untuk promo yang *soft launching* dan *grand launching* *MOR Coffee*. Pembuatan desain poster dikerjakan dan dibimbing sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *supervisor* dan *Graphic Designer Staff*.

#### 1. *Brief*

Dalam pembuatan suatu tugas atau pekerjaan, penulis diberikan *brief* oleh *Graphic Designer Staff* secara lisan dan melalui pesan teks *Whatsapp* mengenai *layout* dan isi konten yang perlu dimasukkan ke dalam desain poster *MOR Coffee*. *Graphic Designer Staff* juga memberikan beberapa referensi desain poster yang dapat penulis gunakan sebagai acuan untuk membuat desain poster *MOR Coffee*.



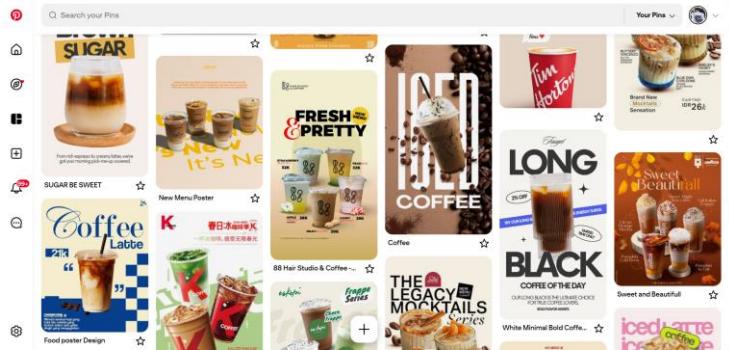
Gambar 3.3 Referensi Poster oleh *Graphic Design Staff*

Selain itu, *Graphic Design Staff* juga memberikan *brief* secara lisian mengenai *margin* dan *size poster* yang harus dibuat oleh penulis. Adapun *brief size* yang diberikan kepada penulis untuk dijadikan poster adalah poster ukuran A4, A3, dan A2. Mengenai proses pencetakan dan pemilihan bahan media cetak yang digunakan untuk membuat *hardcopy poster*, merupakan diluar ranah penulis, tetapi bahan media cetak yang digunakan untuk poster tersebut adalah *Art Carton 260gr* untuk *size A3* dan *A2*, sedangkan bahan media cetak yang digunakan untuk *size A4* adalah *Art Paper 150gr*. Proses cetak *hardcopy poster* dilakukan oleh *Graphic Design Staff*, penulis hanya diberikan tanggung jawab dalam membuat desain posternya saja.

*Brief* yang diberikan oleh *Graphic Designer Staff* dikembangkan dan di-explore kembali oleh penulis untuk disesuaikan dengan konten-konten yang perlu ada di dalam poster. Penulis juga memperhatikan segala isi konten poster berupa gambar asset, penulisan nama, dan harga agar sesuai dengan detail promo MOR *Coffee* yang telah dibuat.

## **2. *Brainstorming* dan *Concepting***

Dalam pembuatan desain poster, penulis bertanggung jawab dalam memvisualisasikan proyek agar orang yang melihat dapat langsung mengerti atau menangkap pesan yang ingin disampaikan pada poster tersebut. Penulis mencari berbagai referensi mengenai desain poster kopi, dilihat dari *layout*, *color palette*, dan isi konten pada poster. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam pembuatan *copywriting headline* yang akan digunakan pada desain poster MOR *Coffee*. *Headline* yang dibuat harus sesuai dengan *brief*, identitas MOR *Coffee*, dan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen.



Gambar 3.4 Referensi Poster Kopi  
Sumber: pinterest.com

Selain itu, *Graphic Design Staff* dan penulis berdiskusi terkait jenis *font* dan *color palette* yang akan digunakan untuk mendesain poster. Penulis dan *Graphic Design Staff* akhirnya menentukan *font* yang digunakan dalam pembuatan poster adalah *font Poppins*, dan *The Jakarta*.

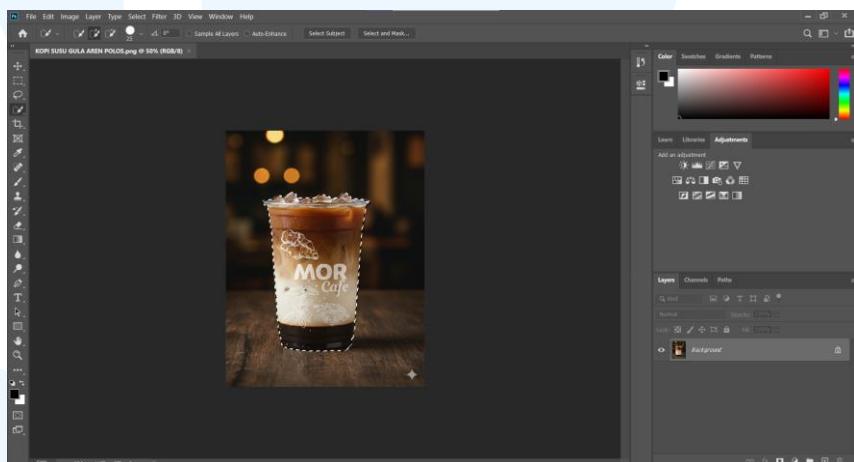


Gambar 3.5 Font dan Color Palette pada desain MOR Coffee

Selanjutnya, penulis diberikan kebebasan untuk memilih warna dan ukuran *font* menyesuaikan dengan desain poster yang dibuat. *Graphic Design Staff* mengingatkan penulis untuk mengubah bentuk *font* dengan penulisan bahasa asing menjadi *italic*. Penggunaan *font Poppins* disesuaikan dengan desain poster agar tulisan dapat terbaca dengan jelas. Sedangkan untuk *font The Jakarta*, ditambahkan *outline* lagi agar tidak terlalu tipis dan seimbang dengan ukuran *font Poppins*.

### 3. Designing

Setelah melakukan tahap *brainstorming*, penulis kemudian mulai mengumpulkan aset-aset MOR *Coffee* yang akan digunakan pada poster, mulai dari logo MOR, aset gambar produk MOR *Coffee*, penambahan kalimat “Asli Indonesia”, dan elemen-elemen kopi. Logo dari MOR, penulis dapatkan dari *Graphic Designer Staff* sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan file logo dengan resolusi yang tinggi. Aset gambar produk MOR *Coffee* yang penulis dapatkan, perlu dedit kembali untuk menghilangkan *background*-nya sehingga hanya tersisa gambar *cup* MOR *Coffee* saja. Penulis menggunakan *software* Adobe Photoshop untuk menghilangkan bagian *background*.



Gambar 3.6 Proses Edit Gambar Aset MOR *Coffee*

Dalam proses mendesain, selain menggunakan Adobe Photoshop, penulis juga menggunakan *software* Adobe Illustrator untuk membuat semua desain poster. Penulis mengambil inspirasi dan ide-ide dari referensi yang sudah penulis cari di internet, khususnya *Pinterest*. Penulis memposisikan logo MOR dan logo *campaign* “Ngopi di MOR Yuk” pada bagian tengah atas poster agar dapat langsung terbaca oleh konsumen. *Headline* poster dibuat agar besar dengan warna putih agar lebih ter-highlight. Pada poster *Signature Menu*, penulis memposisikan dua *cup* MOR *Coffee* di bagian tengah dengan ukuran yang

menyesuaikan bentuk *layout* agar dapat dengan nyaman dilihat oleh konsumen. Sedangkan pada poster *All Menu*, penulis menggunakan gambar *background* yang dibuat oleh *Graphic Design Staff* yang berisikan gambar semua varian MOR *Coffee*. Elemen biji kopi, gula aren, dan jahe juga dimasukkan ke dalam poster agar sesuai dengan produk MOR *Coffee*.

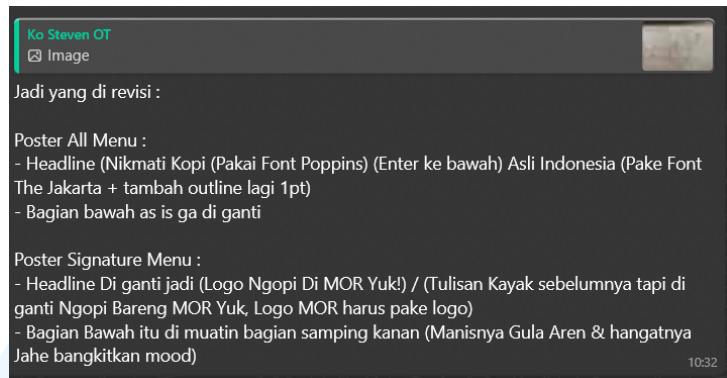


Gambar 3.7 Proses Desain Poster MOR *Coffee*

Selama mendesain, penulis juga bertanya dan mendapatkan *feedback* dari *Graphic Designer Staff* dan *Marketing Manager*. *Feedback* atau saran yang diberikan sangat membantu penulis dalam pembuatan desain poster MOR *Coffee* ini agar sesuai dengan standar dan *brief* yang sudah diberikan. Setelah penulis melakukan ACC hasil desain poster kepada *Graphic Designer Staff*, hasil desain poster tersebut diteruskan ke *group* besar untuk dicek kembali.

#### 4. Revisi

Setelah hasil desain poster disebarluaskan di *group* besar untuk dicek kesesuaianya, terdapat revisi *minor* yang harus diubah oleh penulis. *Graphic Design Staff* memberikan poin-poin revisi melalui chat *Whatsapp* agar lebih mudah untuk dibaca kembali.



Gambar 3.8 Revisi Poster MOR Coffee

Pada poster *All Menu*, *Graphic Design Staff* meminta untuk mengubah bentuk dan posisi *font headline*, serta *font* dari detail penulisan “Asli Indonesia”. Poster *Menu Signature* juga memiliki beberapa revisi minor, yaitu *headline* pada poster perlu diganti dengan logo *campaign* “Ngopi di MOR Yuk!” dan *copywriting* yang terdapat pada poster juga perlu disesuaikan kembali penempatannya.



Gambar 3.9 Hasil Desain Poster MOR Coffee

Pada hasil desain poster *All Menu*, penulis diminta untuk merapikan kembali warna *gradient* yang terdapat di belakang logo MOR. Warna *gradient* pada poster terlihat terlalu gelap sehingga perlu diedit menjadi lebih terang agar poster, khususnya aset gambar MOR

*Coffee* dapat terlihat lebih jelas. Untuk hasil desain poster *Signature Menu*, ukuran detail *copywriting* pada bagian kanan bawah disarankan untuk lebih besar sehingga orang yang melihatnya langsung dapat membaca dan memahami pesan yang ingin disampaikan melalui desain poster tersebut.



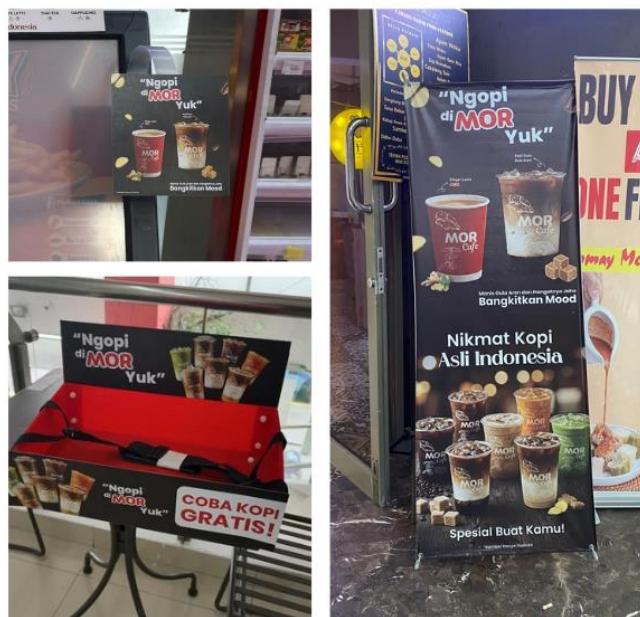
Gambar 3.10 Hasil Cetak Desain Poster MOR Coffee

Hasil *design final* dari poster MOR Coffee selanjutnya dicetak untuk dipasang di *store* MOR yang menyediakan produk dan promosi MOR Coffee. Poster A2 ditempel di kaca *store* untuk menarik perhatian banyak orang. Poster A3 dipasang di kaca *store* dan *t-banner* untuk meramaikan promo atau *launching* dari MOR Coffee. Sedangkan poster A4, dipasang di *standing acrylic* yang diletakkan di meja kasir.



Gambar 3.11 Hasil Desain Turunan Poster MOR Coffee

Selain poster, penulis juga bertanggung jawab untuk membuat desain turunan dari poster. Desain turunan tersebut terdiri dari *x banner*, *t banner*, stiker *box asongan*, dan *wobbler*. Hal ini dibuat agar promosi MOR Coffee dapat lebih kuat, mudah disebarluaskan, dan menarik perhatian orang yang melihatnya. Secara keseluruhan, desain dari *x banner*, stiker *box asongan*, dan *wobbler* menggunakan desain poster yang ukurannya diubah sesuai dengan ukuran desain turunan yang dibuat.



Gambar 3.12 Hasil Cetak Desain Turunan Poster MOR Coffee

Desain stiker *box* asongan dibuat dengan ukuran 40x10 cm dan 40x12 cm. Stiker ini digunakan untuk ditempel pada *box* asongan yang digunakan untuk memberikan *sample* MOR *Coffee* guna mempromosikan sekaligus mengenalkan produk MOR *Coffee* kepada banyak orang. Media *X Banner* ukuran 60x160 cm dibuat untuk diletakkan di beberapa toko MOR agar dapat menarik lebih banyak perhatian orang-orang karena ukurannya yang lumayan besar. Sedangkan, *wobbler* dengan ukuran 10x10 cm dibuat untuk ditempelkan di area kasir agar pelanggan yang datang ke toko MOR dapat mengetahui mengenai produk MOR *Coffee* ini ketika sedang melakukan transaksi pembayaran.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selama melaksanakan kegiatan magang di PT Moradi, penulis juga mengerjakan berbagai tugas tambahan.. Tugas tambahan tersebut diberikan sebagai tugas sekunder yang dibuat sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Berikut ini merupakan penjelasan dari tugas-tugas tambahan yang dikerjakan oleh penulis:

#### 3.3.2.1 Proyek Katalog Bulan November

##### 1. *Brief*

Penulis diberikan *brief* dari *Graphic Designer Staff* untuk membuat desain katalog bulanan, seperti *list* produk, harga produk, *layout*, aset yang digunakan, dan apa saja yang harus ada pada desain katalog. *Graphic Designer Staff* juga memberikan *brief* secara mengenai kategori item produk dan *layout* yang harus dikembangkan kembali oleh penulis dalam membuat desain katalog. Desain katalog dibuat menyesuaikan dan mengikuti *list* produk yang diberikan oleh divisi *Merchandise*.

PERIODIC 10% - 30 NOVEMBER					
KODE	NAME ITEM	STOK	RESSELLER + VALUE	PERIODIC + VALUE	TGL EXPIRED
SE100041P 4.000	GYPSUM ALUMINUM 200x1,2	2	0.000	0.000	01-30 NOV
SE100041P 5.000	GYPSUM ALUMINUM 200x1,4	2	6.400	12.800	01-30 NOV
SE100041P 6.000	GYPSUM ALUMINUM 200x1,6	2	7.600	15.200	01-30 NOV
SE100041P 7.000	GYPSUM ALUMINUM 200x1,8	2	8.800	17.600	01-30 NOV
SE100041P 8.000	GYPSUM ALUMINUM 200x2,0	2	10.000	20.000	01-30 NOV
SE100041P 9.000	GYPSUM ALUMINUM 200x2,2	2	11.200	22.400	01-30 NOV
SE100041P 10.000	GYPSUM ALUMINUM 200x2,4	2	12.400	24.800	01-30 NOV
SE100041P 12.000	GYPSUM ALUMINUM 200x2,6	2	14.400	28.800	01-30 NOV
SE100041P 14.000	GYPSUM ALUMINUM 200x2,8	2	16.400	32.800	01-30 NOV
SE100041P 16.000	GYPSUM ALUMINUM 200x3,0	2	18.400	36.800	01-30 NOV
SE100041P 18.000	GYPSUM ALUMINUM 200x3,2	2	20.400	40.800	01-30 NOV
SE100041P 20.000	GYPSUM ALUMINUM 200x3,4	2	22.400	44.800	01-30 NOV
SE100041P 25.000	GYPSUM ALUMINUM 200x4,0	2	26.400	52.800	01-30 NOV
SE100041P 30.000	GYPSUM ALUMINUM 200x4,5	2	30.400	60.800	01-30 NOV
SE100041P 35.000	GYPSUM ALUMINUM 200x5,0	2	34.400	68.800	01-30 NOV
SE100041P 40.000	GYPSUM ALUMINUM 200x5,5	2	38.400	76.800	01-30 NOV
SE100041P 45.000	GYPSUM ALUMINUM 200x6,0	2	42.400	84.800	01-30 NOV
SE100041P 50.000	GYPSUM ALUMINUM 200x6,5	2	46.400	92.800	01-30 NOV
SE100041P 55.000	GYPSUM ALUMINUM 200x7,0	2	50.400	100.800	01-30 NOV
SE100041P 60.000	GYPSUM ALUMINUM 200x7,5	2	54.400	108.800	01-30 NOV
SE100041P 65.000	GYPSUM ALUMINUM 200x8,0	2	58.400	116.800	01-30 NOV
SE100041P 70.000	GYPSUM ALUMINUM 200x8,5	2	62.400	124.800	01-30 NOV
SE100041P 75.000	GYPSUM ALUMINUM 200x9,0	2	66.400	132.800	01-30 NOV
SE100041P 80.000	GYPSUM ALUMINUM 200x9,5	2	70.400	140.800	01-30 NOV
SE100041P 85.000	GYPSUM ALUMINUM 200x10,0	2	74.400	148.800	01-30 NOV
SE100041P 90.000	GYPSUM ALUMINUM 200x10,5	2	78.400	156.800	01-30 NOV
SE100041P 95.000	GYPSUM ALUMINUM 200x11,0	2	82.400	164.800	01-30 NOV
SE100041P 100.000	GYPSUM ALUMINUM 200x11,5	2	86.400	172.800	01-30 NOV
SE100041P 105.000	GYPSUM ALUMINUM 200x12,0	2	90.400	180.800	01-30 NOV
SE100041P 110.000	GYPSUM ALUMINUM 200x12,5	2	94.400	188.800	01-30 NOV
SE100041P 115.000	GYPSUM ALUMINUM 200x13,0	2	98.400	196.800	01-30 NOV
SE100041P 120.000	GYPSUM ALUMINUM 200x13,5	2	102.400	204.800	01-30 NOV
SE100041P 125.000	GYPSUM ALUMINUM 200x14,0	2	106.400	212.800	01-30 NOV
SE100041P 130.000	GYPSUM ALUMINUM 200x14,5	2	110.400	220.800	01-30 NOV
SE100041P 135.000	GYPSUM ALUMINUM 200x15,0	2	114.400	228.800	01-30 NOV
SE100041P 140.000	GYPSUM ALUMINUM 200x15,5	2	118.400	236.800	01-30 NOV
SE100041P 145.000	GYPSUM ALUMINUM 200x16,0	2	122.400	244.800	01-30 NOV
SE100041P 150.000	GYPSUM ALUMINUM 200x16,5	2	126.400	252.800	01-30 NOV
SE100041P 155.000	GYPSUM ALUMINUM 200x17,0	2	130.400	260.800	01-30 NOV
SE100041P 160.000	GYPSUM ALUMINUM 200x17,5	2	134.400	268.800	01-30 NOV
SE100041P 165.000	GYPSUM ALUMINUM 200x18,0	2	138.400	276.800	01-30 NOV
SE100041P 170.000	GYPSUM ALUMINUM 200x18,5	2	142.400	284.800	01-30 NOV
SE100041P 175.000	GYPSUM ALUMINUM 200x19,0	2	146.400	292.800	01-30 NOV
SE100041P 180.000	GYPSUM ALUMINUM 200x19,5	2	150.400	300.800	01-30 NOV
SE100041P 185.000	GYPSUM ALUMINUM 200x20,0	2	154.400	308.800	01-30 NOV
SE100041P 190.000	GYPSUM ALUMINUM 200x20,5	2	158.400	316.800	01-30 NOV
SE100041P 195.000	GYPSUM ALUMINUM 200x21,0	2	162.400	324.800	01-30 NOV
SE100041P 200.000	GYPSUM ALUMINUM 200x21,5	2	166.400	332.800	01-30 NOV
SE100041P 205.000	GYPSUM ALUMINUM 200x22,0	2	170.400	340.800	01-30 NOV
SE100041P 210.000	GYPSUM ALUMINUM 200x22,5	2	174.400	348.800	01-30 NOV
SE100041P 215.000	GYPSUM ALUMINUM 200x23,0	2	178.400	356.800	01-30 NOV
SE100041P 220.000	GYPSUM ALUMINUM 200x23,5	2	182.400	364.800	01-30 NOV
SE100041P 225.000	GYPSUM ALUMINUM 200x24,0	2	186.400	372.800	01-30 NOV
SE100041P 230.000	GYPSUM ALUMINUM 200x24,5	2	190.400	380.800	01-30 NOV
SE100041P 235.000	GYPSUM ALUMINUM 200x25,0	2	194.400	388.800	01-30 NOV
SE100041P 240.000	GYPSUM ALUMINUM 200x25,5	2	198.400	396.800	01-30 NOV
SE100041P 245.000	GYPSUM ALUMINUM 200x26,0	2	202.400	404.800	01-30 NOV
SE100041P 250.000	GYPSUM ALUMINUM 200x26,5	2	206.400	412.800	01-30 NOV
SE100041P 255.000	GYPSUM ALUMINUM 200x27,0	2	210.400	420.800	01-30 NOV
SE100041P 260.000	GYPSUM ALUMINUM 200x27,5	2	214.400	428.800	01-30 NOV
SE100041P 265.000	GYPSUM ALUMINUM 200x28,0	2	218.400	436.800	01-30 NOV
SE100041P 270.000	GYPSUM ALUMINUM 200x28,5	2	222.400	444.800	01-30 NOV
SE100041P 275.000	GYPSUM ALUMINUM 200x29,0	2	226.400	452.800	01-30 NOV
SE100041P 280.000	GYPSUM ALUMINUM 200x29,5	2	230.400	460.800	01-30 NOV
SE100041P 285.000	GYPSUM ALUMINUM 200x30,0	2	234.400	468.800	01-30 NOV
SE100041P 290.000	GYPSUM ALUMINUM 200x30,5	2	238.400	476.800	01-30 NOV
SE100041P 295.000	GYPSUM ALUMINUM 200x31,0	2	242.400	484.800	01-30 NOV
SE100041P 300.000	GYPSUM ALUMINUM 200x31,5	2	246.400	492.800	01-30 NOV
SE100041P 305.000	GYPSUM ALUMINUM 200x32,0	2	250.400	500.800	01-30 NOV
SE100041P 310.000	GYPSUM ALUMINUM 200x32,5	2	254.400	508.800	01-30 NOV
SE100041P 315.000	GYPSUM ALUMINUM 200x33,0	2	258.400	516.800	01-30 NOV
SE100041P 320.000	GYPSUM ALUMINUM 200x33,5	2	262.400	524.800	01-30 NOV
SE100041P 325.000	GYPSUM ALUMINUM 200x34,0	2	266.400	532.800	01-30 NOV
SE100041P 330.000	GYPSUM ALUMINUM 200x34,5	2	270.400	540.800	01-30 NOV
SE100041P 335.000	GYPSUM ALUMINUM 200x35,0	2	274.400	548.800	01-30 NOV
SE100041P 340.000	GYPSUM ALUMINUM 200x35,5	2	278.400	556.800	01-30 NOV
SE100041P 345.000	GYPSUM ALUMINUM 200x36,0	2	282.400	564.800	01-30 NOV
SE100041P 350.000	GYPSUM ALUMINUM 200x36,5	2	286.400	572.800	01-30 NOV
SE100041P 355.000	GYPSUM ALUMINUM 200x37,0	2	290.400	580.800	01-30 NOV
SE100041P 360.000	GYPSUM ALUMINUM 200x37,5	2	294.400	588.800	01-30 NOV
SE100041P 365.000	GYPSUM ALUMINUM 200x38,0	2	298.400	596.800	01-30 NOV
SE100041P 370.000	GYPSUM ALUMINUM 200x38,5	2	302.400	604.800	01-30 NOV
SE100041P 375.000	GYPSUM ALUMINUM 200x39,0	2	306.400	612.800	01-30 NOV
SE100041P 380.000	GYPSUM ALUMINUM 200x39,5	2	310.400	620.800	01-30 NOV
SE100041P 385.000	GYPSUM ALUMINUM 200x40,0	2	314.400	628.800	01-30 NOV
SE100041P 390.000	GYPSUM ALUMINUM 200x40,5	2	318.400	636.800	01-30 NOV
SE100041P 395.000	GYPSUM ALUMINUM 200x41,0	2	322.400	644.800	01-30 NOV
SE100041P 400.000	GYPSUM ALUMINUM 200x41,5	2	326.400	652.800	01-30 NOV
SE100041P 405.000	GYPSUM ALUMINUM 200x42,0	2	330.400	660.800	01-30 NOV
SE100041P 410.000	GYPSUM ALUMINUM 200x42,5	2	334.400	668.800	01-30 NOV
SE100041P 415.000	GYPSUM ALUMINUM 200x43,0	2	338.400	676.800	01-30 NOV
SE100041P 420.000	GYPSUM ALUMINUM 200x43,5	2	342.400	684.800	01-30 NOV
SE100041P 425.000	GYPSUM ALUMINUM 200x44,0	2	346.400	692.800	01-30 NOV
SE100041P 430.000	GYPSUM ALUMINUM 200x44,5	2	350.400	700.800	01-30 NOV
SE100041P 435.000	GYPSUM ALUMINUM 200x45,0	2	354.400	708.800	01-30 NOV
SE100041P 440.000	GYPSUM ALUMINUM 200x45,5	2	358.400	716.800	01-30 NOV
SE100041P 445.000	GYPSUM ALUMINUM 200x46,0	2	362.400	724.800	01-30 NOV
SE100041P 450.000	GYPSUM ALUMINUM 200x46,5	2	366.400	732.800	01-30 NOV
SE100041P 455.000	GYPSUM ALUMINUM 200x47,0	2	370.400	740.800	01-30 NOV
SE100041P 460.000	GYPSUM ALUMINUM 200x47,5	2	374.400	748.800	01-30 NOV
SE100041P 465.000	GYPSUM ALUMINUM 200x48,0	2	378.400	756.800	01-30 NOV
SE100041P 470.000	GYPSUM ALUMINUM 200x48,5	2	382.400	764.800	01-30 NOV
SE100041P 475.000	GYPSUM ALUMINUM 200x49,0	2	386.400	772.800	01-30 NOV
SE100041P 480.000	GYPSUM ALUMINUM 200x49,5	2	390.400	780.800	01-30 NOV
SE100041P 485.000	GYPSUM ALUMINUM 200x50,0	2	394.400	788.800	01-30 NOV
SE100041P 490.000	GYPSUM ALUMINUM 200x50,5	2	398.400	796.800	01-30 NOV
SE100041P 495.000	GYPSUM ALUMINUM 200x51,0	2	402.400	804.800	01-30 NOV
SE100041P 500.000	GYPSUM ALUMINUM 200x51,5	2	406.400	812.800	01-30 NOV
SE100041P 505.000	GYPSUM ALUMINUM 200x52,0	2	410.400	820.800	01-30 NOV
SE100041P 510.000	GYPSUM ALUMINUM 200x52,5	2	414.400	828.800	01-30 NOV
SE100041P 515.000	GYPSUM ALUMINUM 200x53,0	2	418.400	836.800	01-30 NOV
SE100041P 520.000	GYPSUM ALUMINUM 200x53,5	2	422.400	844.800	01-30 NOV
SE100041P 525.000	GYPSUM ALUMINUM 200x54,0	2	426.400	852.800	01-30 NOV
SE100041P 530.000	GYPSUM ALUMINUM 200x54,5	2	430.400	860.800	01-30 NOV
SE100041P 535.000	GYPSUM ALUMINUM 200x55,0	2	434.400	868.800	01-30 NOV
SE100041P 540.000	GYPSUM ALUMINUM 200x55,5	2	438.400	876.800	01-30 NOV
SE100041P 545.000	GYPSUM ALUMINUM 200x56,0	2	442.400	884.800	01-30 NOV
SE100041P 550.000	GYPSUM ALUMINUM 200x56,5	2	446.400	892.800	01-30 NOV
SE100041P 555.000	GYPSUM ALUMINUM 200x57,0	2	450.400	900.800	01-30 NOV
SE100041P 560.000	GYPSUM ALUMINUM 200x57,5	2	454.400	908.800	01-30 NOV
SE100041P 565.000	GYPSUM ALUMINUM 200x58,0	2	458.400	916.800	01-30 NOV
SE100041P 570.000	GYPSUM ALUMINUM 200x58,5	2	462.400	924.800	01-30 NOV

1. Segarkan Harimu
2. Penyelamat *Mood* Kamu
3. *Snack Attack*
4. NOBAR “NOvember BAnyak Rejeki”

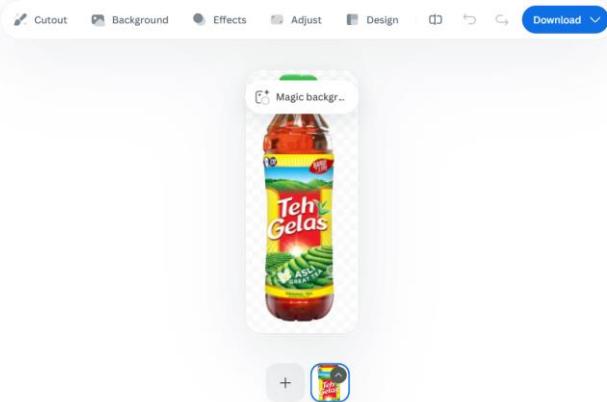
Barlow Regular	<b>Barlow Bold</b>
<b>Barlow Medium</b>	<b>Barlow ExtraBold</b>
<b>Barlow SemiBold</b>	<b>Barlow Black</b>

Gambar 3.15 *Font* yang digunakan Pada Desain Katalog

Penulis melanjutkan *brainstorming* dengan mencari *template font* yang sesuai dengan tema untuk dijadikan sebagai *headline* per kategori. Desain *template font* yang dicari harus dapat mewakili produk per kategori. Penulis mencari tema *template font* yang memiliki kesan segar untuk kategori minuman. Pada kategori produk minuman untuk kesehatan tubuh dan kafein, penulis memilih *template font* yang memiliki kesan meningkat *mood*. Warna dan *typeface font* masing-masing *headline* akan menyesuaikan dengan isi produk per kategori.

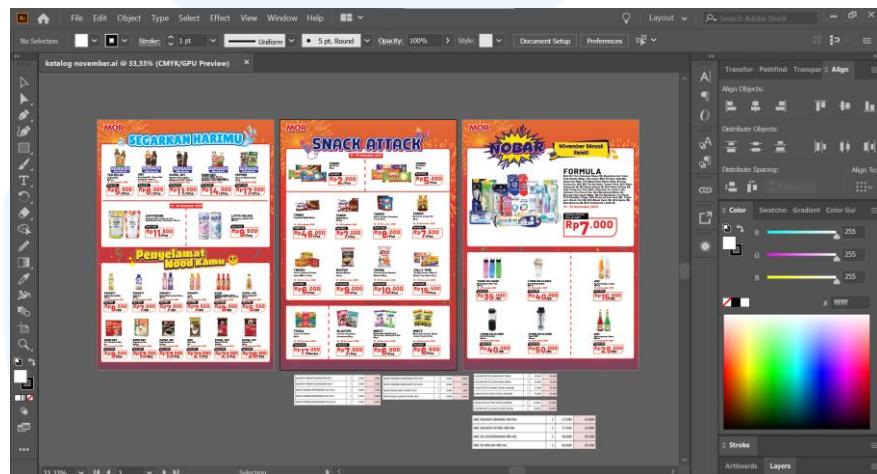
### 3. *Designing*

Penulis mulai membuat desain katalog setelah melakukan *brainstorming* dan mencari beberapa referensi. Proses desain diawali dengan mencari aset-aset produk yang ada pada *list* produk. Aset-aset produk tersebut diambil dari internet dan diedit kembali untuk menghapus *background* sehingga aset produk hanya berupa gambar aset produknya saja. Penulis juga memastikan aset produk yang dicari memiliki kualitas gambar yang baik sehingga produk dapat terlihat dengan jelas.



Gambar 3.16 Proses Penghilangan *Background* Aset Produk

Logo MOR yang ada pada katalog bulanan didapatkan dari perusahaan. Sedangkan aset visual lainnya, seperti *headline* didapatkan dari *platform* freepik.com dan aset produk didapatkan dari internet. Bentuk *headline* yang sudah didapat selanjutnya diolah kembali dari segi *typeface font*, warna, dan ukuran menyesuaikan dengan tema per kategori.



Gambar 3.17 Proses Desain Katalog Bulan November

Penulis memasukkan aset-aset produk ke dalam tabel kategori yang sudah dibuat. Penempatan urutan produk disesuaikan sesuai arahan dari *Graphic Designer Staff*. Urutan produk dapat disesuaikan dari harga terendah hingga tertinggi. Selain itu, produk-produk Orang Tua *Group* diletakan di paling depan atau awal. Penulis menyusun aset-aset produk dan menambahkan detail produk, seperti nama produk, harga normal,

harga promo, dan periode promo pada masing-masing produk. Setelah melakukan proses desain, penulis meminta ACC dengan mengirimkan hasil dari desain katalog kepada *Graphic Design Staff* untuk diteruskan ke divisi *Merchandise* supaya bisa dilakukan pengecekan isi konten katalog.

#### 4. Revisi

Setelah hasil desain katalog dicek oleh divisi *Merchandise*, ternyata hanya perlu melakukan revisi *minor*. Revisi ini disampaikan secara lisan oleh *Graphic Design Staff* kepada penulis.



Gambar 3.18 Revisi Desain Katalog Bulan November

Pada aset produk Tango Walut yang terdapat 3 varian, untuk aset varian Belgian Choco disarankan untuk dihapus. Aset produk permen Mintz Black Mint Pocket juga diminta untuk diganti dengan Mintz Black Lemon Pocket. Penulis juga harus menambahkan tanggal periode promo di bawah *headline* “Snack Attack”.



Gambar 3.19 Hasil Desain Katalog Bulan November Setelah dicetak

Pada hasil desain pertama katalog, *Graphic Design Staff* meminta penulis untuk memperbesar ukuran *headline* dan mengubah warna *headline* NOBAR agar dapat lebih terbaca dengan jelas. Untuk keseluruhan, *Graphic Design Staff* dan *Marketing Manager* sudah menyetujui desain katalog bulan November ini sehingga tidak perlu melakukan revisi lainnya.

### 3.3.2.2 Proyek *Wobbler* Bulan Oktober

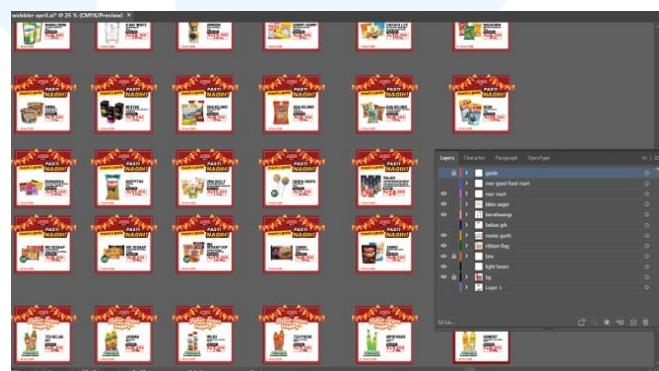
#### 1. *Brief*

*Wobbler* merupakan salah satu desain turunan dari katalog bulanan. *Wobbler* menjadi salah satu turunan utama karena rata-rata desain produk memiliki desain *wobbler* untuk meng-*highlight* masing-masing produk yang ingin dipasarkan. Produk yang dimasukkan pada *wobbler* sama persis dengan yang ada pada katalog bulanan. Namun, produk-produk tersebut dipisah per item, sehingga tiap item memiliki *individual wobbler*.

*Brief* yang diberikan secara lisan oleh *Graphic Designer Staff* adalah untuk membuat *wobbler* dengan menggunakan desain yang sama dengan katalog, hanya ukurannya saja yang berbeda, yaitu 10x10 cm per *wobbler*. Penulis hanya perlu mengubah ukuran gambar asset dan penulisan nama. Selain itu, penulis juga harus mengubah sedikit penempatan logo dan *headline* untuk menyesuaikan dengan ukuran *wobbler*. Konten yang harus ada pada desain *wobbler*, antara lain logo MOR, *headline* kategori, gambar asset produk, detail produk, dan periode promo.

## 2. *Brainstorming dan Concepting*

Penulis mendapatkan desain dan ukuran *wobbler* yang sudah pernah dibuat sebelumnya. Setelah itu, penulis menggunakan *template* desain tersebut dan memasukkan konten-konten yang perlu dimasukkan ke dalam *wobbler*.

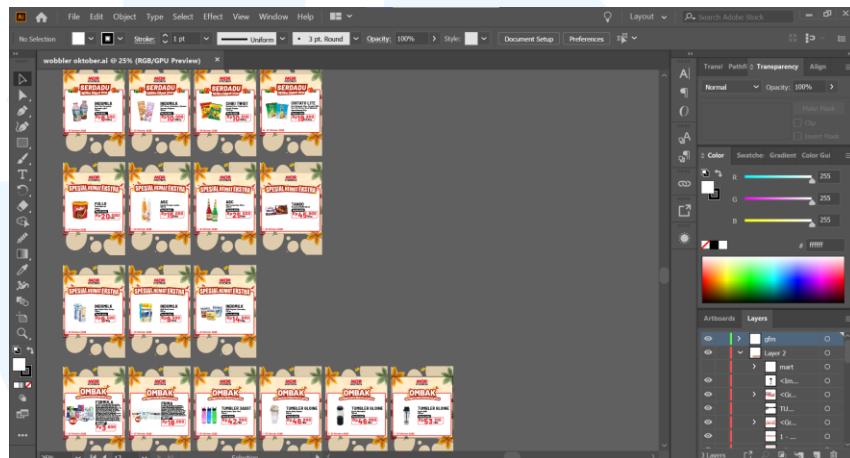


Gambar 3.20 Desain *Wobbler* yang Sudah Pernah dibuat

Penulis menggunakan acuan dari desain *wobbler* sebelumnya untuk penempatan gambar asset produk dan detail produk. Selain itu, penulis juga mengikuti penempatan logo dan *headline* per kategori dalam desain *wobbler*.

### 3. Designing

Dalam proses mendesain, penulis meng-copy desain dari poster untuk diposisikan ke dalam ukuran *wobbler*. Penulis menyesuaikan bentuk *background* agar tetap terlihat seimbang dengan ukuran *wobbler* yang lebih kecil, yaitu 10x10 cm.



Gambar 3.21 Proses Desain *Wobbler* Bulan Oktober

Penempatan logo, asset gambar, detail, dan *headline* juga diatur penempatan dan ukurannya. Ukuran dari konten pada *wobbler* perlu diperhatikan agar tetap terbaca meskipun dalam ukuran yang kecil. *Headline* dan detail pada desain *wobbler* perlu dibuat lebih besar supaya tetap menarik perhatian konsumen untuk melihatnya.

### 4. Revisi

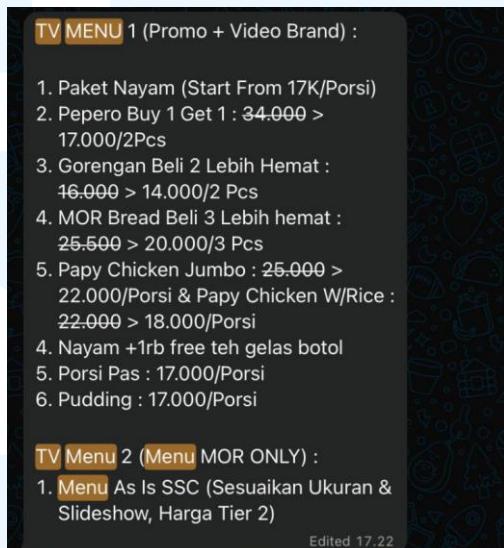
Secara keseluruhan, desain dari *wobbler* tidak mengalami revisi. Hanya terdapat beberapa *feedback* dari *Graphic Designer Staff* untuk memastikan ukuran asset gambar dan detail tidak terlalu kecil dan penempatannya tidak terlalu berdempetan untuk desain *wobbler* bulan berikutnya. *Feedback* ini bertujuan agar visual dari *wobbler* dapat tetap terlihat dan terbaca. Namun, pada akhirnya *wobbler* untuk bulan Oktober tidak dicetak karena mengalami keterlambatan dalam proses penyelesaian desain.

### 3.3.2.3 Proyek TV Menu Bulan November

TV Menu merupakan salah satu desain turunan lainnya dari katalog bulanan. TV Menu berisikan promo F&B (*food & beverages*) yang dibuat terpisah. Desain dari TV Menu akan dibuat ke dalam sebuah video yang nantinya akan diputar di toko-toko MOR yang memiliki TV.

#### 1. *Brief*

*Brief* yang diberikan oleh *Graphic Design Staff* mengenai desain TV Menu, mayoritas diberikan kepada penulis secara lisan. Setelah mendapatkan *brief*, penulis menuliskannya ke dalam catatan kecil pribadi.

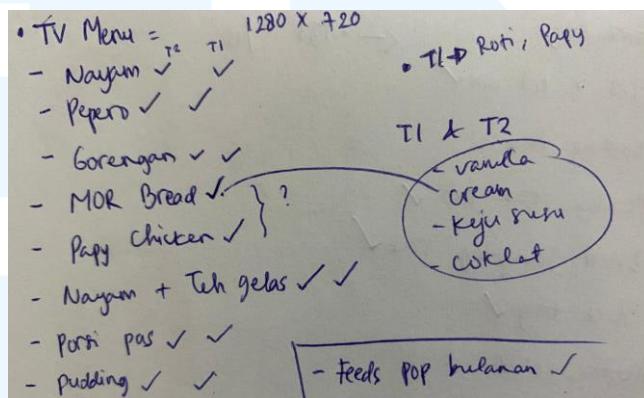


Gambar 3.22 List Urutan Slide TV Menu dari *Graphic Design Staff*

*List* promo F&B yang akan dibuat menjadi TV Menu didapatkan dari divisi *Merchandise*. *Graphic Design Staff* memberikan *brief* berupa urutan promo TV Menu dan menyarankan untuk menggunakan desain TV Menu yang sudah ada sehingga hanya perlu di-*update* sesuai dengan promo yang diberikan. Selain itu, *Graphic Design Staff* juga meminta penulis untuk mengedit desain-desain TV Menu menjadi sebuah video dan juga menggabungkan iklan produk-produk Orang Tua *Group* ke dalam video TV Menu tersebut.

## 2. Brainstorming dan Conceiving

Sebelum membuat desain, penulis mencatat urutan desain TV Menu yang diberikan oleh *Graphic Design Staff*. Urutan ini penulis catat kembali di catatan pribadi penulis supaya lebih mudah untuk dibaca kembali.



Gambar 3.23 Catatan Urutan *Slide* TV Menu

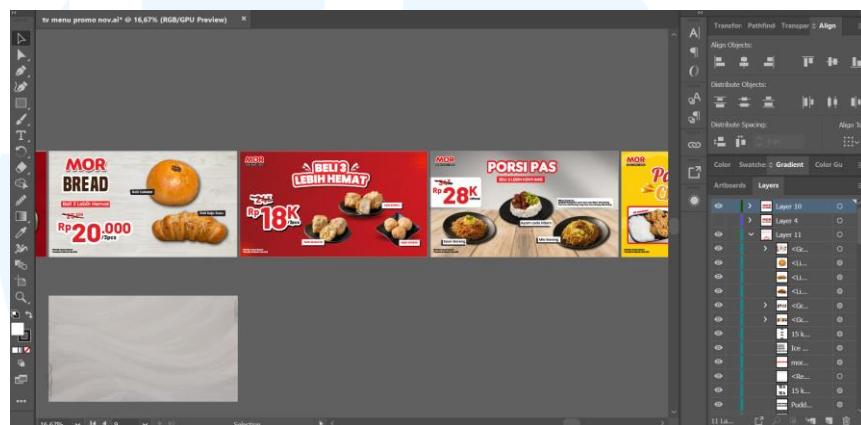
Rangkuman yang penulis catat berdasarkan *brief* dari *Graphic Design Staff* mengenai urutan *slide* TV Menu bulan November adalah sebagai berikut:

1. Paket Nayam
2. Pepero
3. Gorengan
4. MOR Bread
5. Papy Chicken
6. Nayam + Teh Gelas
7. Porsi Pas
8. Pudding

Desain yang digunakan pada TV Menu merupakan desain F&B yang sudah penulis buat dalam ukuran *feeds* Instagram. Penulis hanya perlu mengubah ukuran desain *feeds* ke ukuran TV Menu yaitu 1920 x 1080 px sesuai dengan *brief* dari *Graphic Design Staff* dan mengatur kembali *layout* desainnya.

### 3. Designing

Penulis menggunakan Adobe Ilustrator untuk mengubah ukuran desain *feeds* yang telah dibuat sebelumnya menjadi ukuran TV Menu. Penulis hanya perlu mengatur kembali *layout* agar sesuai dengan ukuran TV Menu dan nyaman untuk dilihat oleh konsumen.



Gambar 3.24 Proses Desain TV Menu

Setelah semua desain TV Menu selesai, penulis menyimpan desain-desain tersebut menjadi *file* JPEG untuk diedit menjadi sebuah video menggunakan *software* CapCut. Semua desain TV Menu digabungkan menjadi satu video sesuai dengan urutan yang diberikan. Disela-sela setiap desain promo TV Menu, penulis memasukkan satu video iklan produk Orang Tua *Group*. Video iklan produk-produk tersebut penulis dapatkan dari *Graphic Design Staff*. Video iklan produk-produk dipisah satu per satu lalu diselipkan di antara desain promo TV Menu yang sudah dibuat.



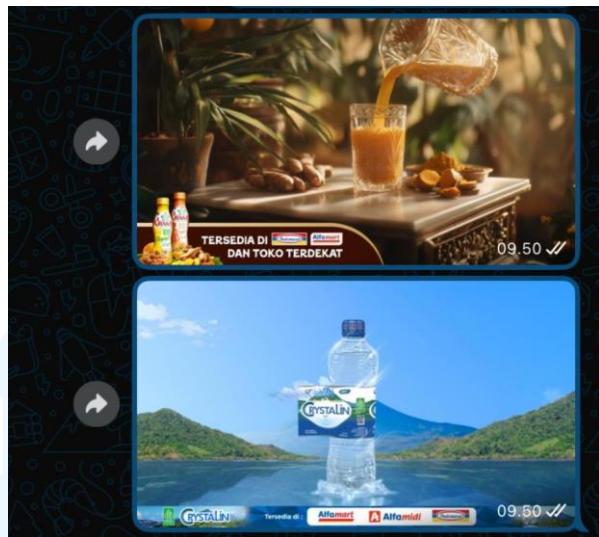
Gambar 3.25 Proses Pembuatan Video TV Menu

Video TV Menu selanjutnya di-*compile* dan dimasukkan ke dalam file Google Drive akun OT milik *Graphic Design Staff*. Hal ini dilakukan untuk memudahkan penulis dan *Graphic Design Staff* untuk meng-*upload* video TV Menu yang memiliki ukuran file yang besar. Setelah itu, *Graphic Design Staff* akan mengecek video yang sudah ter-*upload* oleh penulis.

#### 4. Revisi

Secara keseluruhan, video TV Menu tidak perlu dilakukan revisi. Namun, penulis menyadari bahwa di dalam 2 video iklan produk, yaitu Kiranti dan Crystalin terdapat logo-logo dari *mini market* kompetitor. Penulis memberi tahu *Graphic Design Staff* secara lisan dan *chat Whatsapp* mengenai hal ini dan langsung ditanyakan kepada atasan divisi *Marketing* untuk mencari solusi.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.26 Video Iklan yang Perlu diganti

Setelah melakukan diskusi, *Graphic Design Staff* memberi tahu penulis untuk menghilangkan kedua video iklan tersebut dari dalam video TV Menu yang sudah dibuat. Video TV Menu yang sudah direvisi, lalu di-*upload* kembali ke Google Drive untuk diganti dengan yang baru.

#### 3.3.2.4 Proyek Desain Sosial Media Promo *E-commerce*

Desain sosial media untuk promo *E-commerce* merupakan tugas tambahan bagi penulis yang diberikan oleh divisi *Merchandise*. Desain ini digunakan untuk keperluan promosi makanan dan minuman MOR di aplikasi ojek *online* pada bagian pemesanan makanan.

##### 1. *Brief*

Penulis dan *Graphic Design Staff* mendapatkan *request* pembuatan desain promo *E-commerce* dari *Digital Marketing Staff* yang diminta langsung oleh divisi *Merchandise*. *Request* pembuatan desain dikirimkan dalam sebuah *file PDF* yang di dalamnya terdapat *brief* mengenai media promo dan detail yang perlu dimasukkan ke dalam desain.

NO. CBF: / /

**DESIGN & DEVELOPMENT** | **Creative Brief Form | MOR MART**

<b>Requestor</b> Name: Try Goldicia Nobelia Department: E-commerce	<b>Due Date</b> Target Date: 25 November 2025																		
A production schedule will be developed based on this deadline.																			
<b>What Are You Producing ?</b> Please explain what you want to make?																			
Promo GoFood: 1. Breakfast Combo (MOR Coffee+SpecialTEA + Roppong) 2. PayDay Combo (Conongan + Telus Murah Es Teh Tawar/Milis only 1.000) 3. BIG1 MOR COFFEE 4. BIG1 MOR SPECIALTEA																			
<b>Background</b> Are there any projects to build from and improve? If there are, list them here.																			
Promo Shopee Food: 1. Breakfast Combo (MOR Coffee+SpecialTEA + Roppong) 2. PayDay Combo (Chicken Burger + Telus Murah Es Teh Tawar/Milis only 1.000) 3. BIG1 MOR COFFEE 4. BIG1 MOR SPECIALTEA																			
<b>Inspire Us!</b> Please list three (3) examples of designs we can use as inspiration.																			
<b>Describe It</b> Please list three (3) objectives that describe the nature and tone of the project (i.e. bold, technical; modern, clean, futuristic).																			
<b>How Do You Want That Done?</b> Now that you've got your project planned, please check the medium selected for this opportunity.																			
<input type="checkbox"/> Banner <input type="checkbox"/> Poster <input type="checkbox"/> Billboard IV <input type="checkbox"/> Stop Motion Video <input type="checkbox"/> Flyer <input type="checkbox"/> Sticker <input type="checkbox"/> GIF <input type="checkbox"/> Stop Motion Animation <input type="checkbox"/> Infographic <input type="checkbox"/> Web Banner <input type="checkbox"/> Video <input type="checkbox"/> Webinar <input checked="" type="checkbox"/> Instagram Post <input type="checkbox"/> Other (please explain) <input type="checkbox"/> Instagram Story																			
<b>What Kind Of File Do You Want?</b> Please select all that apply:																			
<input type="checkbox"/> psd <input type="checkbox"/> png <input type="checkbox"/> word doc <input type="checkbox"/> pdf <input checked="" type="checkbox"/> jpg <input type="checkbox"/> mp4 <input type="checkbox"/> gif <input type="checkbox"/> Other (please explain) <input type="checkbox"/> gif																			
<b>Dimensions</b> Please list inches, feet, pixels, or paper size.																			
<b>Work Flow Timeline</b>																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Date</th> <th>Progress</th> <th>Notes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Requestor</td> <td>Copy</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Head Of</td> <td>Design</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Design Team Coordinator</td> <td>Revision 1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Head of Marketing</td> <td>Revision 2</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Approval</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Date	Progress	Notes	Requestor	Copy		Head Of	Design		Design Team Coordinator	Revision 1		Head of Marketing	Revision 2			Approval	
Date	Progress	Notes																	
Requestor	Copy																		
Head Of	Design																		
Design Team Coordinator	Revision 1																		
Head of Marketing	Revision 2																		
	Approval																		

**Terms & Conditions**

1. The description of the content must be clear and complete. If it is incomplete it will not be processed.  
 2. The request form must be known and signed by the Head of division, as proof that the content concept is as expected.  
 3. Specifically for photos and videos, the requester is expected to follow the production process to minimize revision after approval.  
 4. After the content is completed, the requester must review the final result of the project. Mistakes after the approval process are not the responsibility of the creative team.

---

Requestor, Approval Project, Approval Creative Brief, Approval Production,

Try Goldicia Nobelia Dandy Antonio  
Head Of Design Team Coordinator Head of Marketing

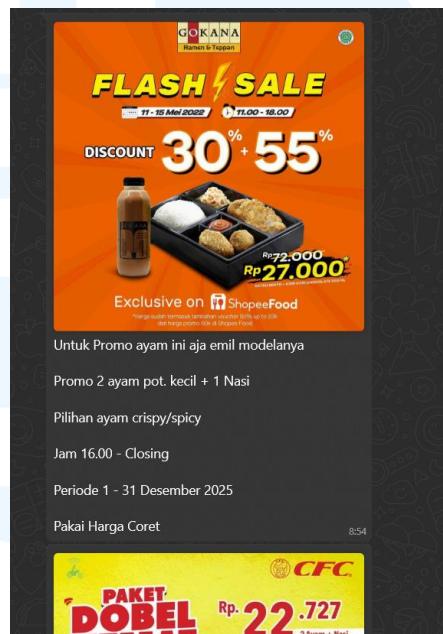
Gambar 3.27 Brief untuk Desain *E-commerce*

*Brief* yang diberikan berisikan *list* menu promo dan harga promo dari masing-masing *E-Commerce*, yaitu GoFood dan ShopeeFood. Selain itu, terdapat juga *request* ukuran desain yang perlu dibuat, yaitu ukuran *feeds* dan *story* Instagram, serta *file* penyimpanan berupa JPG.

*Graphic Design Staff* memberikan tugas pembuatan desain ini kepada penulis. Dikarenakan divisi *Merchandise* meminta hasil desain dalam waktu yang cepat, *Graphic Design Staff* mengarahkan penulis untuk membuat desain dari template desain *E-commerce* yang sudah pernah dibuat sebelumnya. Penulis mendapatkan *template* desain berupa *file* Adobe Illustrator yang dapat penulis gunakan untuk pembuatan desain ini. *Template* desain tersebut penulis pindahkan dari USB milik *Graphic Design Staff* ke dalam laptop pribadi penulis.

## 2. *Brainstorming dan Conceiving*

Penulis mencatat kembali *brief* dan *request* desain yang ada pada file PDF ke catatan pribadi penulis. Catatan tersebut berupa media yang diperlukan (*feeds* dan *story* Instagram) dan promo apa saja yang akan dijual. Penulis mengumpulkan gambar asset dari menu yang dipromosikan dan logo *E-commerce* (GoFood dan ShopeeFood).



Gambar 3.28 Referensi yang diberikan Oleh *Graphic Design Staff*

*Graphic Design Staff* membantu mencari referensi yang cocok untuk salah satu desain yang perlu dibuat. Penulis dapat menggunakan *template* desain yang sudah ada dan mulai memikirkan mengenai *layout* dari desain yang akan dibuat mengikuti referensi yang sudah diberikan. Selain itu, penulis juga melakukan *brainstorming* mengenai *background* dari masing-masing desain, penempatan logo, detail harga, letak asset, dan warna. Penulis juga membagi desain ke dalam dua file agar memudahkan penulis untuk memantau pekerjaan penulis.

### 3. Designing

Dalam pembuatan desain promo *E-commerce* ini, penulis menggunakan desain dari *template* yang sudah ada dan diaplikasikan untuk promo GoFood dan ShopeeFood. Desain untuk kedua *platform* tersebut penulis samakan untuk mempercepat proses desain. Sebagai pembedanya, penulis menentukan akses warna yang berbeda. Pada desain untuk GoFood, penulis menggunakan warna merah pada detail yang ada di dalam poster. Sedangkan untuk ShopeeFood, penulis menggunakan warna orange sama seperti logo dari Shopee.



Gambar 3.29 Proses Pembuatan Desain *E-commerce*

Penulis mengatur kembali bentuk *layout* untuk disesuaikan dengan asset gambar yang digunakan untuk promo ini. Penulis juga mengatur posisi dan ukuran dari masing-masing asset gambar agar sesuai dengan keseluruhan desain dan mudah untuk dilihat. *Background* dari masing-masing desain juga dibedakan agar tidak monoton atau repetitif walaupun menggunakan *tone* warna yang sama.



Gambar 3.30 Hasil Desain *E-commerce*

Setelah semua desain untuk masing-masing *E-Commerce* selesai, semua hasil desain tersebut dikirimkan kepada *Graphic Design Staff* melalui *chat Whatsapp* untuk dicek kembali. Penulis mengirimkan hasil desain tersebut per *E-Commerce* agar mudah untuk dimengerti dan tidak tercampur.

#### 4. Revisi

Secara keseluruhan, hasil dari desain promo *E-commerce* tidak memiliki revisi besar. *Graphic Design Staff* hanya memberi tahu penulis untuk memperbesar ukuran dari gambar asset dan detail harga agar lebih ter-highlight dan mudah untuk dibaca.

Revisi tersebut disampaikan oleh *Graphic Design Staff* secara lisan kepada penulis karena revisi tergolong ringan dan juga untuk mempercepat penulis dalam melakukan revisi kecil pada desain. Setelah dilakukan revisi, hasil desain dikirimkan kepada divisi *Merchandise*.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Selama melakukan kegiatan magang di PT Moradi, terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis. Kendala tersebut berhubungan dengan proyek yang dikerjakan selama melakukan magang, yakni sebagai berikut:

1. Terdapat miskomunikasi mengenai detail desain antara penulis dan *Graphic Design Staff* dengan divisi yang memberikan brief promo terkait detail-desain yang harus dikerjakan, contohnya seperti penamaan dan harga produk atau menu. Ketidaksinkronan informasi ini membuat penulis harus melakukan revisi berkali-kali pada materi desain. Padahal, kendala tersebut sebenarnya dapat diminimalkan jika proses komunikasi dan penyampaian informasi antar divisi dapat berlangsung dengan lebih jelas, terstruktur, dan konsisten.
2. Terdapat perbedaan pendapat dan preferensi visual antara penulis, *Graphic Design Staff*, dan pihak-pihak terkait lain dalam proses pembuatan desain. Perbedaan preferensi dan ekspektasi ini membuat penulis memerlukan waktu tambahan untuk menyesuaikan *style* visual sampai menemukan tipe desain yang dianggap paling tepat dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
3. Pemberian *brief* dengan tenggat waktu yang relatif singkat membuat penulis harus bekerja dengan cepat dan terkadang bekerja *overtime* untuk memenuhi kebutuhan desain, sehingga ruang untuk melakukan eksplorasi desain visual menjadi terbatas. Akibatnya, proses penyusunan desain terkadang harus dilakukan secara terburu-buru dan kurang optimal dalam pengembangan ide.

#### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Dalam mengatasi kendala yang penulis alami selama melakukan kegiatan magang, terdapat beberapa solusi yang dilakukan:

1. Untuk meminimalkan miskomunikasi dan revisi-revisi *minor*, penulis lebih aktif bertanya, melakukan *follow-up*, dan asistensi kepada *Graphic Design Staff* mengenai detail penamaan dan promo yang diberikan. Tujuannya untuk menghindari revisi *minor* agar desain dapat diselesaikan dengan tepat waktu tanpa

mengulur banyak waktu. Meskipun terlihat kecil, namun hal ini dapat mempermudah pekerjaan penulis dan *Graphic Design Staff* untuk menyelesaikan pekerjaan desain dengan cepat.

2. Penulis meminta referensi dari *Graphic Design Staff* atau pihak lainnya mengenai desain visual yang diinginkan. Jika standar desain dapat dikomunikasikan dengan lebih terstruktur, proses desain dapat dilakukan lebih konsisten. Penentuan opsi desain di awal dapat membantu menyocokan ekspektasi desain antar pembimbing dan penulis sehingga arah desain dapat selaras dan diselesaikan lebih cepat.
3. Untuk mengatasi kendala tenggat waktu yang singkat ini, diperlukan perencanaan yang lebih jelas antara divisi terkait. Divisi *Marketing* mencoba mengkomunikasikan hal ini dengan divisi terkait untuk memberikan *brief* lebih awal sehingga penulis dapat mengatur manajemen waktu atau alur penggerjaan dengan lebih baik. Selain itu, penulis dapat mencari atau mempersiapkan desain dengan lebih baik agar tidak mengurangi kualitas dari hasil desain yang diinginkan.

