

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Kedudukan dan koordinasi dalam pelaksanaan kerja menjadi hal penting dalam efektivitas serta keteraturan dalam alur kerja. Kedudukan dan koordinasi yang jelas dan baik, membantu individu dalam bekerjasama secara efisien, terarah, dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hal ini juga membantu penulis dalam menjalankan tugas sesuai dengan arahan yang diberikan. Selama pelaksanaan kerja magang di Infinitee, penulis menduduki posisi sebagai *graphic designer intern*.

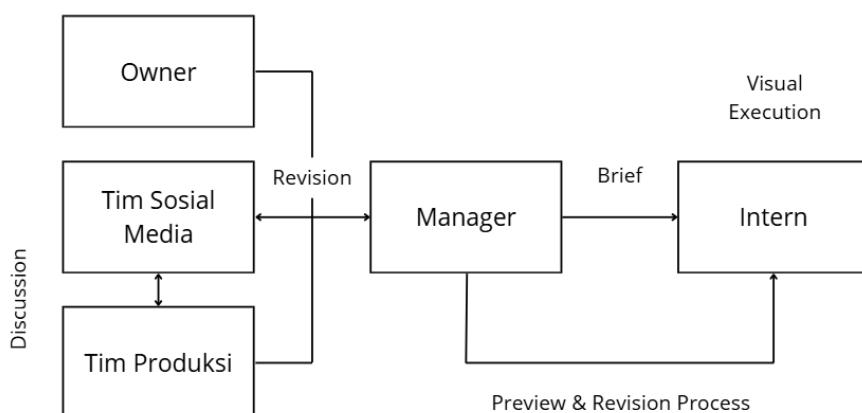
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Penulis menduduki posisi sebagai *graphic designer intern*, dibawah bimbingan dan pengawasan Desy Anggreni selaku manajer yang bertanggung jawab dalam memberikan instruksi , arahan, serta umpan balik mengenai tugas yang diberikan agar sesuai dengan nilai dan kebutuhan perusahaan. Sebagai seorang *graphic designer intern*, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai aset dan kebutuhan visual yang dibutuhkan perusahaan. Selama pelaksanaannya, penulis berpartisipasi dalam berbagai proyek termasuk mendesain ilustrasi untuk produk *t-shirt*, mendesain maskot, *packaging*, hingga konten media sosial.

Setiap proyek yang dikerjakan disesuaikan dengan identitas visual serta citra perusahaan, sehingga hasil desain tetap konsisten dengan karakter brand. Dalam tugasnya, penulis bertanggung jawab dalam melakukan riset dasar dan menentukan *key visual* yang sesuai dengan karakteristik brand. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam kebutuhan promosi, yang bertujuan dalam meningkatkan *brand awareness*, memperluas jangkauan pasar, serta menarik minat konsumen baru.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Koordinasi pelaksanaan kerja sebagai *graphic designer intern* di Infinitee dilakukan secara langsung dengan Manajer Desy Anggreni selaku supervisor. Alur kerja dimulai dengan adanya kebutuhan desain atau *brief* yang diberikan oleh supervisor. Pada awal penggerjaan, supervisor akan memberikan arahan terkait kebutuhan desain, konsep, serta target yang ingin dicapai, sebelum akhirnya penulis mengerjakan desain secara mandiri. Hasil yang telah dikerjakan kemudian dikonsultasikan kembali kepada supervisor untuk memperoleh masukan serta evaluasi, sehingga memungkinkan terjadinya revisi sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hasil desain akan di diskusikan terlebih dahulu bersama dengan *brand owner*, serta tim dari divisi sosial media dan produksi, agar dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan akhirnya memperoleh hasil yang maksimal.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Proses koordinasi dilakukan melalui komunikasi menggunakan aplikasi pesan, termasuk dalam memberikan *brief*, *update progress*, evaluasi, revisi, hingga akhirnya mendapatkan hasil akhir yang sesuai. Supervisor memastikan desain yang dibuat sesuai dengan identitas brand dan berjalan lancar sesuai dengan tenggat waktu yang diberikan. Melalui alur koordinasi yang jelas, penulis dapat bekerja lebih terarah, memahami kebutuhan, dan

mampu menyesuaikan desain sesuai standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Magang dilaksanakan selama 20 minggu, terhitung dari tanggal 28 Juli hingga 16 Desember 2025. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis mendapatkan tugas harian atau *daily task*. Tugas-tugas yang diberikan mencakup semua pembuatan aset visual yang dibutuhkan oleh perusahaan, termasuk perancangan visual untuk *t-shirt*, maskot, *polymailer*, serta sosial media seperti *feeds* dan Instagram *story*. Berikut merupakan detail tugas yang telah dilaksanakan oleh penulis selama periode kerja magang berlangsung.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	28 Juli—01 Agustus 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none">- Melakukan riset sederhana mengenai brand, seperti <i>style</i> dan <i>personality brand</i>- Melakukan riset mengenai tren <i>t-shirt</i> di pasaran- Mengumpulkan referensi desain <i>t-shirt</i>- Melakukan desain aset visual- Menerima <i>feedback</i> dari supervisor mengenai desain- Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan, seperti perbaikan warna, <i>font</i>, <i>layout</i> dsb- Finalisasi karya dan <i>mockup</i> desain
2	04—08 Agustus 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	
3	11—15 Agustus 2025	<i>Graphic T-shirt</i> (edisi 17-an)	
4	18—22 Agustus 2025	<i>Infinitee Brand Mascot</i>	<ul style="list-style-type: none">- Melakukan riset brand- Mengumpulkan referensi untuk desain maskot- Melakukan <i>brainstorming</i> bersama supervisor- Membuat <i>moodboard</i>
5	25—29 Agustus 2025	<i>Infinitee Brand Mascot</i>	<ul style="list-style-type: none">- Membuat sketsa alternatif maskot

			<ul style="list-style-type: none"> - Membuat variasi sketsa dari alternatif sketsa yang sudah dipilih - Menentukan <i>color palette</i> yang sesuai dengan nilai <i>brand</i>
6	01—04 September 2025	<i>Infinitee Brand Mascot</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>backstory</i> serta nama yang sesuai untuk maskot - Membuat tagline maskot - Membuat character sheet maskot (tampak depan, samping, belakang, <i>gesture</i>, dan ekspresi)
7	08—12 September 2025	<i>Feeds Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>feeds</i> Instagram untuk memperkenalkan maskot (<i>puzzled feeds</i>, 3 row)
8	15—19 September 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengimplementasian maskot pada desain <i>t-shirt</i> - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain
9	22—26 September 2025	<i>Feeds Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>feeds</i> Instagram <i>happy halloween</i> (<i>puzzled feeds</i>, 1 row, 2 slides) - Pengimplementasian maskot pada desain
		<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan desain aset visual (implementasi maskot pada desain) - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain

MULTIMEDIA
NUSANTARA

10	29 September—03 Oktober 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengimplementasian maskot pada desain <i>t-shirt</i> - Mengumpulkan referensi - Melakukan perancangan desain <i>t-shirt</i> dengan gaya <i>baseball shirt</i> - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain
		<i>Instagram Story Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Instagram <i>story</i> memperingati hari batik nasional
11	06—10 Oktober 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan desain <i>t-shirt</i> dengan gaya <i>baseball shirt</i> - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain
12	13—17 Oktober 2025	<i>Polymailer Package Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan visual untuk kemasan <i>polymailer</i> 28x30 cm - Membuat alternatif desain - Membuat <i>mockup</i> desain
13	20—24 Oktober 2025	<i>Instagram Story Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Instagram <i>story</i> memperingati hari sumpah pemuda
		<i>Thanks Card Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan visual untuk <i>thanks card</i> - Membuat alternatif sketsa - Finalisasi desain - Membuat <i>mockup</i> desain
14	27—31 Oktober 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menentukan konsep desain - Melakukan perancangan desain <i>t-shirt</i> dengan gaya <i>minimalist streetwear</i> (<i>minimal typography + animal illustration</i>) - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain
15	03—07 November 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan desain <i>t-shirt</i> dengan gaya

			<p><i>minimalist streetwear</i> (minimal typography + animal illustration)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan desain <i>t-shirt</i> dengan gaya <i>vintage streetwear</i> - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain
16	10—14 November 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan desain <i>t-shirt</i> dengan gaya <i>vintage streetwear</i> - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain
17	17—21 November 2025	<i>Instagram Story Frame Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan IG <i>Story Frame</i> - Menentukan konsep perancangan desain - Membuat sketsa IG <i>Story Frame</i> (6 set) - Melakukan finalisasi dan pembuatan <i>template frame</i>
18	24—28 November 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan desain <i>t-shirt</i> edisi imlek - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain
		<i>Instagram Story Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Instagram <i>story</i> memperingati hari natal - Pengimplementasian maskot pada desain
19	01—05 Desember 2025	<i>Graphic T-shirt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perancangan desain <i>t-shirt</i> sesuai dengan kebutuhan brand - Melakukan revisi sesuai <i>feedback</i> yang diberikan - Membuat <i>mockup</i> desain

20	08—12 Desember 2025	Instagram Story Design	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Instagram <i>story</i> memperingati Tahun Baru - Pengimplementasian maskot pada desain
----	---------------------	------------------------	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang di Infinitee, penulis mengerjakan berbagai proyek desain sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Mengingat bahwa Infinitee bukan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri desain, maka dalam proses desainnya tidak mengacu pada metode perancangan atau teori tertentu yang umumnya digunakan dalam proses kreatif di agensi desain. Oleh karena itu, penulis menyederhanakan tahapan kerja desain yang secara tidak langsung diterapkan dalam penggerjaan proyek di Infinitee melalui bagan berikut.



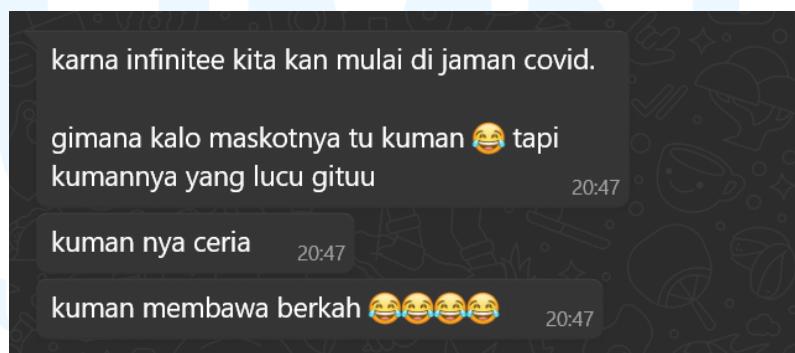
Gambar 3.2 Bagan Alur Perancangan Desain

Setiap proyek dikerjakan mengikuti alur dan proses kerja yang telah ditetapkan Infinitee, mulai dari penerimaan *brief*, pembuatan konsep, desain awal, revisi berdasarkan *feedback*, hingga finalisasi. Pada tahap awal, Penulis akan menerima arahan awal dari supervisor mengenai kebutuhan desain yang menjadi arah perancangan desain secara keseluruhan. Setelahnya, Penulis akan mulai merumuskan konsep visual sesuai dengan kebutuhan proyek yang dikerjakan. Proses ini berfungsi sebagai pedoman dalam penentuan gaya visual, warna, serta tipografi, sebagai ide utama sebelum masuk ke tahap selanjutnya. Konsep yang telah ditentukan kemudian dituangkan dalam bentuk sketsa atau desain awal sebagai alternatif yang dapat dikembangkan. Penulis kemudian berkonsultasi dengan supervisor mengenai desain awal untuk mendapatkan *feedback* sehingga dapat memenuhi standar *brand* Infinitee. Pada tahap terakhir, penulis akan melakukan penyesuaian berdasarkan masukan yang diberikan dan disempurnakan secara teknis dan estetis sebelum akhirnya diserahkan kembali kepada supervisor.

Dalam prosesnya, penulis diberi kebebasan dalam pembuatan desain selama masih sesuai dengan gaya dan karakteristik *brand*. Berikut merupakan penjelasan pengerjaan proyek yang telah dikerjakan selama periode magang.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja: *Brand Mascot Design*

Dalam pelaksanaan kerja magang di Infinitee, penulis mendapatkan tugas utama berupa proyek perancangan *brand mascot design*. Proyek ini ditujukan untuk memperkuat identitas visual perusahaan sekaligus mempermudah identifikasi *brand* bagi audiens. Pembuatan maskot dirancang untuk merepresentasikan nilai, gaya, serta kepribadian brand Infinitee yang identik dengan kesan kasual dan *stylish*. Melalui visual yang menarik dan mudah dikenali, maskot diharapkan dapat mencerminkan semangat dan gaya hidup yang ditawarkan oleh *brand*, serta dapat memperkuat komunikasi visual di berbagai media, mulai dari produk, media sosial, hingga materi promosi lainnya. Dalam proses perancangannya, penulis bertanggung jawab mulai dari pembuatan konsep, pengumpulan referensi visual, pembuatan sketsa awal, pengembangan karakter, hingga tahap finalisasi desain. Seluruh proses dilakukan dengan arahan dan evaluasi dari supervisor, memastikan bahwa hasil desain sesuai dengan citra dan identitas brand Infinitee.



Gambar 3.3 Brief Proyek *Mascot Design*

Tahap awal pelaksanaan proyek ini dimulai dengan *briefing* dari supervisor untuk memahami kebutuhan dan arah desain yang diinginkan oleh perusahaan. Pada tahap ini, penulis mendapatkan penjelasan mengenai bagaimana karakteristik dan nilai yang ingin diangkat dalam desain maskot

agar sesuai dengan identitas Infinitee. *Briefing* menjadi salah satu kesempatan bagi penulis untuk berdiskusi mengenai ide awal dalam menentukan konsep serta referensi visual yang relevan sebelum masuk pada tahap pembuatan sketsa. Infinitee ingin mengangkat kisah dibalik berdirinya *brand* sebagai latar belakang perancangan maskot. Awalnya, Infinitee berdiri pada masa Covid-19 dimana aktivitas masyarakat menjadi sangat terbatas. Hal ini mendorong *brand owner* untuk tetap produktif dan terjun ke industri *fashion*, yang kemudian terus berkembang hingga saat ini. Hal tersebut menginspirasi Infinitee untuk menghadirkan maskot dengan referensi visual virus Covid-19, namun dengan pendekatan yang berbeda. Maskot tidak digambarkan sebagai sesuatu yang menakutkan, melainkan sebagai simbol yang membawa berkah dan kebahagiaan bagi orang lain, layaknya perjalanan *brand* yang terus bertahan dan berkembang melalui segala kesulitan. Arahan ini menjadi dasar penulis dalam perancangan maskot, mulai dari bentuk, warna, ekspresi, hingga karakteristik.

Berdasarkan *brief* tersebut, penulis mulai mengumpulkan referensi visual yang relevan dengan konsep maskot yang telah disampaikan. Awal mulanya, penulis melakukan riset mengenai bagaimana virus Covid-19 dapat diadaptasi menjadi karakter dengan kesan positif, ceria dan bersahabat, tanpa menghilangkan ciri khasnya. Selain itu, penulis juga mempertimbangkan gaya ilustrasi, warna, serta ekspresi maskot agar mampu mendapatkan karakteristik yang ramah, optimis, dan bersemangat. Penulis kemudian mengumpulkan berbagai referensi visual dari ilustrasi karakter dengan berbagai bentuk, serta gaya ilustrasi yang sesuai dengan citra *brand*.

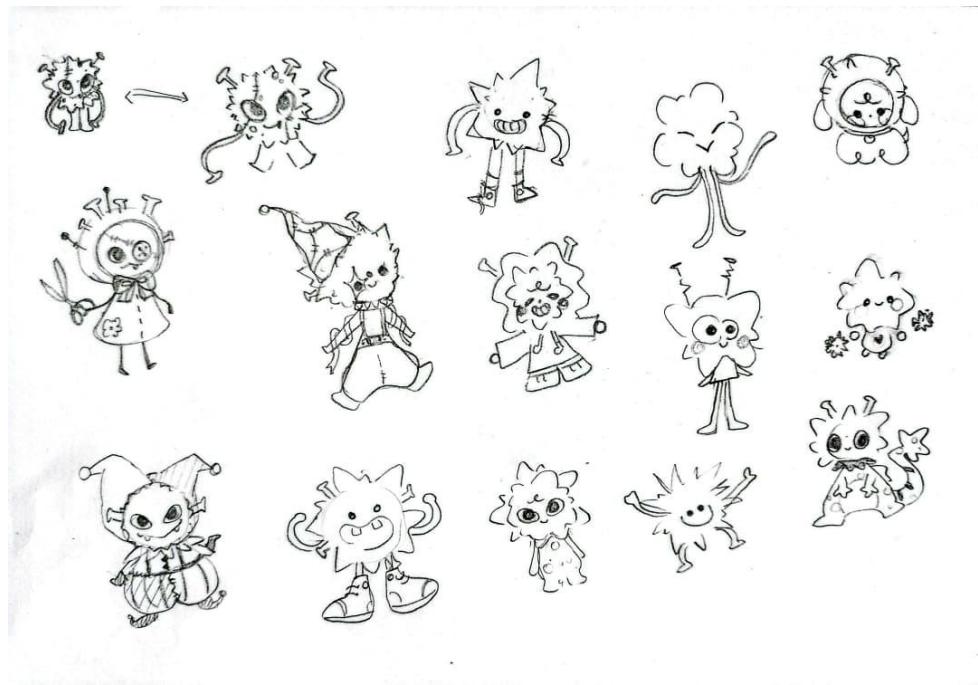
Referensi yang dikumpulkan mengarah pada visual dengan gaya *cute* yang memiliki kesan ceria, optimis, dan penuh semangat. Gaya ini dipilih karena dinilai sesuai dengan karakteristik *brand* yang santai, ramah, dan positif. Penulis juga mempertimbangkan gaya yang minimalis, agar desain maskot dapat diaplikasikan pada berbagai media termasuk *t-shirt*,

feeds, serta media promosi lainnya. Referensi visual yang dikumpulkan kemudian disusun menjadi *moodboard* sebagai panduan atau acuan visual dalam proses perancangan maskot.



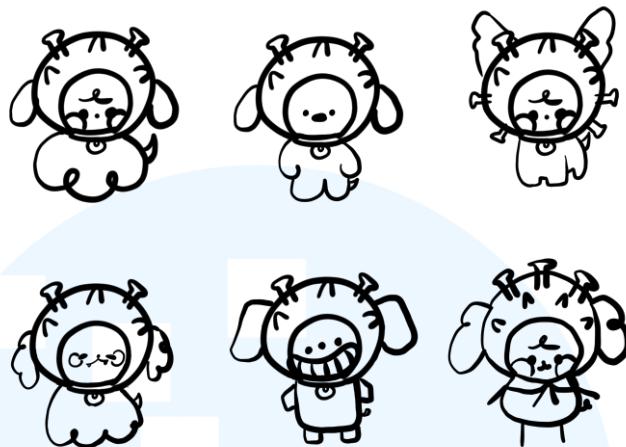
Gambar 3.4 *Mascot Design Moodboard*

Selanjutnya, penulis masuk ke tahap pembuatan sketsa dan eksplorasi karakter. Hasil *moodboard* yang telah dirancang kemudian dituangkan menjadi bentuk visual awal maskot dengan beberapa alternatif sketsa. Sketsa yang dibuat berfokus pada penyederhanaan bentuk dari virus Covid-19 sebagai karakter yang ceria dan bersahabat, dengan menonjolkan bentuk bulat serta tonjolan yang menyerupai mahkota sebagai salah satu ciri khasnya. Bentuk tersebut dipadukan dengan ekspresi yang ceria dan bentuk tubuh yang imut dengan bagian tubuh yang cenderung lebih kecil dari kepala, sehingga karakter maskot mampu menyampaikan kesan yang ceria, positif, dan bersahabat.



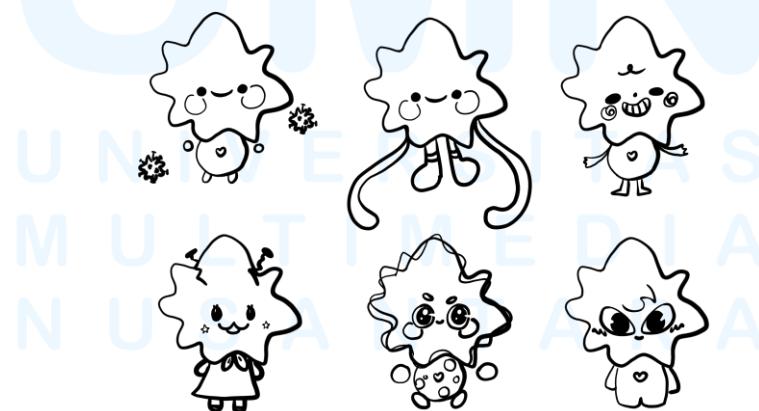
Gambar 3.5 Sketsa Maskot

Sketsa awal yang telah dibuat kemudian dikonsultasikan kepada supervisor untuk mendapatkan masukan terkait bentuk, ekspresi, serta kesesuaian dengan karakteristik *brand* dan *brief* yang telah diberikan sebelumnya. Setelah melalui proses diskusi, supervisor memilih dua desain dasar yang dianggap paling sesuai dengan karakteristik brand. Penulis kemudian melakukan eksplorasi sketsa, dengan mengembangkan desain dari berbagai aspek seperti ekspresi wajah, bentuk tubuh, serta warna, sehingga dapat menghasilkan berbagai variasi desain dan menghasilkan alternatif yang paling sesuai dengan citra dan karakteristik brand. Alternatif yang telah dibuat kemudian dikonsultasikan lagi dengan supervisor untuk mendapatkan evaluasi dan penyempurnaan.



Gambar 3.6 Variasi Sketsa Maskot 1

Sketsa pertama memilih bentuk dasar anjing yang cenderung merepresentasikan karakter yang ceria dan bersahabat. Karakter ini kemudian dikombinasikan dengan bentuk virus yang digambarkan sebagai topi. Perbedaan alternatif dari sketsa ini terlihat pada variasi bentuk tubuh, variasi telinga, serta ekspresi wajah. Setiap alternatif dibuat untuk menemukan kombinasi terbaik antara kesan ceria dan energik yang sesuai dengan nilai *brand*. Melalui eksplorasi ini, penulis tidak hanya berupaya menemukan karakter yang menarik secara visual, namun juga memiliki fleksibilitas tinggi untuk dikembangkan dan disesuaikan dengan kebutuhan desain.



Gambar 3.7 Variasi Sketsa Maskot 2

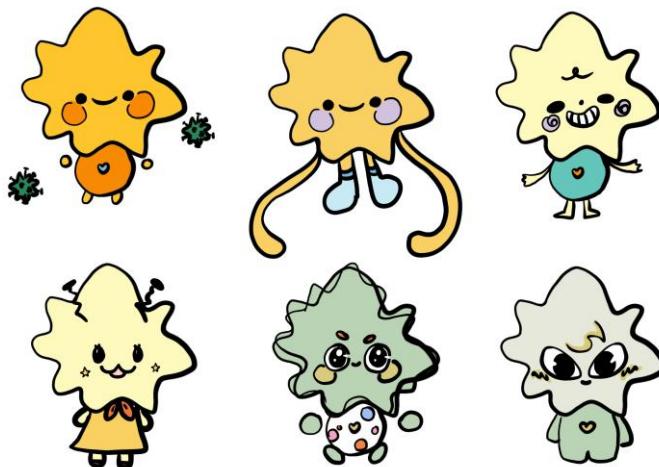
Sketsa kedua yang dikembangkan, memiliki kombinasi bentuk visual virus dan bintang. Elemen bintang digunakan sebagai simbol keberuntungan, berkah, dan kebahagiaan, sehingga dianggap sejalan dengan nilai brand yang ingin direpresentasikan melalui perancangan maskot. Sama seperti sketsa sebelumnya, perbedaan alternatif terlihat pada variasi bentuk tubuh serta ekspresi untuk menemukan karakter yang paling komunikatif dan konsisten dengan karakteristik dan nilai brand. Eksplorasi ini dilakukan untuk melihat berbagai kemungkinan sketsa sebelum akhirnya memilih satu desain yang paling berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut.



Gambar 3.8 Variasi Warna Maskot 1

Berdasarkan dua desain sketsa yang telah dipilih dan dikembangkan, penulis kemudian melakukan eksplorasi warna pada dua desain tersebut untuk menemukan kombinasi warna yang paling sesuai dengan karakter ceria dan bersahabat. Pada tahap awal, penulis mempertimbangkan kombinasi warna kuning dan hijau yang memberikan kesan cerah, segar, dan optimistis sesuai dengan karakteristik maskot yang ingin dikembangkan. Selain itu, pertimbangan penggunaan warna hijau juga memiliki alasan lain yakni, virus secara umum sering diasosiasikan dengan warna hijau, sehingga dianggap dapat lebih mudah dikenali oleh audiens

secara visual. Hasil eksplorasi warna pada kedua desain kemudian dikonsultasikan kembali kepada supervisor untuk mendapatkan *feedback* serta persetujuan dari supervisor agar sesuai dengan citra *brand* Infinitee yang ingin ditampilkan.



Gambar 3.9 Variasi Warna Maskot 2

Setelah supervisor melakukan evaluasi, kombinasi warna kuning dan hijau dinilai kurang tepat dan terlalu monoton. Supervisor kemudian meminta penulis untuk mengganti kombinasi warna dengan pilihan yang lebih fleksibel namun tetap harmonis. Dalam tahap ini, supervisor juga memilih dua bentuk final yang dianggap paling berpotensi menjadi maskot utama dari brand. Hal ini membantu penulis untuk berfokus pada dua bentuk final dan berfokus pada eksplorasi warna secara lebih mendalam.

Menindaklanjuti hal tersebut, penulis melakukan penelusuran lebih mendalam mengenai karakteristik visual virus Covid-19, penulis menemukan bahwa warna aslinya tidak hanya hijau, melainkan cenderung memiliki variasi rona lain seperti merah, abu-abu, dan oranye. Hal ini membuat penulis mempertimbangkan berbagai kombinasi warna lain seperti kuning dan biru yang memiliki kesan cerah dan ceria sesuai dengan karakter *brand* Infinitee. Selain itu, penulis juga mempertimbangkan berbagai warna turunan seperti hijau, coklat, dan ungu sebagai salah satu

variasi yang lebih fleksibel. Dalam proses ini, penulis tetap memperhatikan prinsip harmoni warna, dengan menggunakan warna analogus dan komplementer. Hal ini ditujukan untuk menonjolkan karakter dan ciri khas maskot dengan memberikan warna kontras yang kuat, sekaligus memberi tampilan yang hangat dan harmonis



Gambar 3.10 Variasi Warna Maskot Final

Setelah melalui proses diskusi dan evaluasi dengan supervisor, maka diputuskan untuk menggunakan kombinasi warna coklat, biru, dan oranye sebagai warna utama maskot. Warna coklat memberikan kesan hangat dan dapat diandalkan, biru melambangkan ketenangan dan kepercayaan, sementara oranye memiliki kesan yang ceria, penuh semangat, dan optimistis. Kombinasi ketiga warna tersebut sejalan dengan nilai *brand* yang ingin ditampilkan yakni memberikan kebahagiaan sekaligus membangun kepercayaan konsumennya. Penggunaan *flat color* pada karakter maskot sengaja dilakukan untuk mempermudah penerapannya pada berbagai media visual. Desain maskot kemudian dikembangkan dengan memperhatikan bentuk, proporsi, dan warna sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.



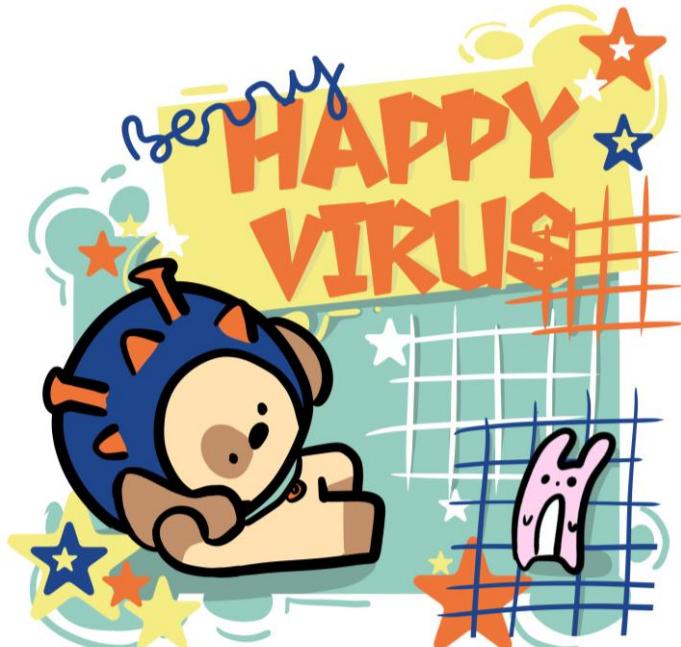
Gambar 3.11 Maskot Tampak Samping, Depan, Belakang

Pada bagian belakang kepala maskot, penulis menambahkan nama “Berry” menggunakan *font* Pecita, yang merupakan jenis huruf *handwriting*. Pemilihan *font handwriting*, memberikan kesan yang ramah dan santai sehingga dinilai sesuai dengan karakteristik maskot. Penulis kemudian membuat *character sheet* maskot yang mencakup tampak depan, samping, dan belakang. Selain itu, terdapat juga penggambaran ekspresi dan gestur karakter maskot serta skema warna yang digunakan. *Character sheet* dibuat sebagai pedoman utama dalam menjaga konsistensi dan identitas visual maskot dalam pengaplikasiannya di berbagai media.



Gambar 3.12 *Character Sheets* Maskot

Dalam proses finalisasi sketsa, dilakukan pemberian nama dan *backstory* pada maskot. Nama “Berry” diambil dari kata *benediction* yang berarti “berkat”, sesuai dengan konsep maskot yang membawa semangat positif dan kebahagiaan. Berry digambarkan sebagai karakter menyerupai anjing dengan “tangan ajaib” yang dapat menyebarkan kebahagiaan kepada siapa pun yang disentuhnya, sehingga dijuluki “*happy virus*”. Tagline yang digunakan untuk memperkuat karakternya adalah “*When Berry touch you, you will be berry happy!*” Sebagai pengembangan konsep karakter serta memperkuat *visual storytelling* dari maskot utama Berry, penulis menambahkan karakter pendamping (*sidekick*) berupa kelinci yang didesain menyerupai boneka. Dalam konteks cerita, Berry menjadi sosok yang kreatif dan *sidekick* digambarkan sebagai hasil karya atau teman yang diciptakan oleh Berry.



Gambar 3.13 Desain Konsep Maskot & Sidekick

Pemilihan bentuk kelinci sendiri didasarkan pada asosiasinya yang lembut dan ramah, dimana kelinci sendiri memiliki sifat sosial, rasa ingin tahu yang tinggi, serta aktif. Hal ini dinilai sejalan dengan karakteristik

brand Infinitee yang cenderung santai dan ramah. Selain itu, bentuk kelinci yang menyerupai boneka juga memberikan kesan *playful* dan *approachable*, sehingga memungkinkan untuk menarik perhatian para konsumen muda. Penciptaan *sidekick* juga menciptakan hubungan antara Berry dengan dunia *fashion* yang menjadi identitas brand Infinitee. Hal ini juga dapat memperluas potensi penggunaanya dalam konteks promosi seperti ilustrasi, kemasan, maupun desain produk antara Berry dan *sidekick*.

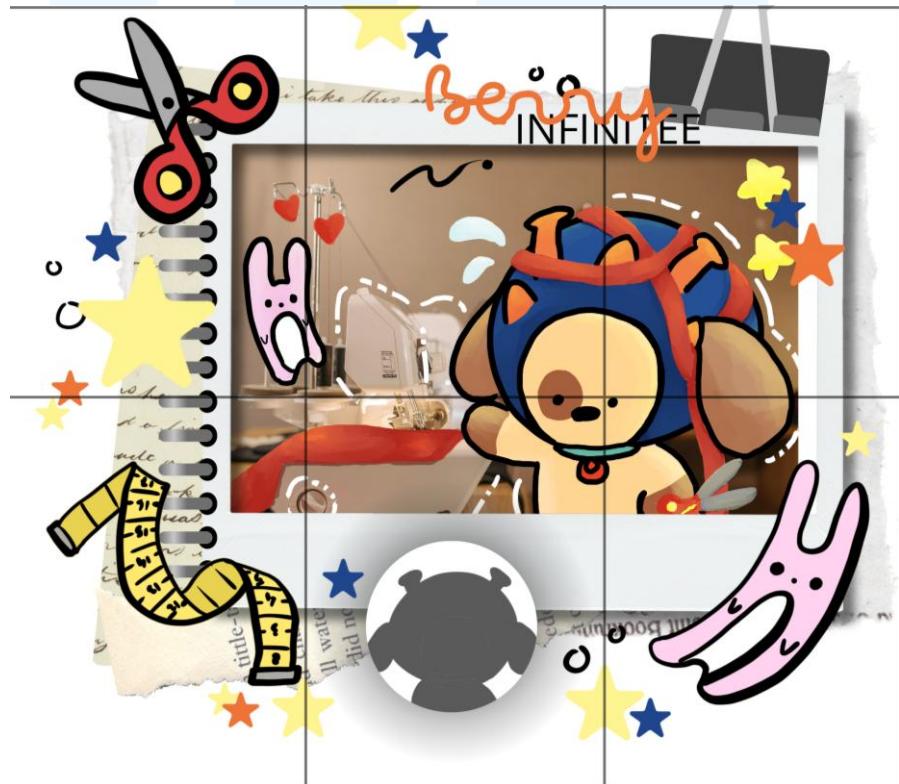
Maskot Berry yang telah dirancang kemudian diimplementasikan pada berbagai media visual seperti *feed Instagram* dan *graphic t-shirt*. Pada tahap awal pengimplementasian maskot, dibuat *puzzled feeds* Instagram untuk memperkenalkan maskot kepada audiens. *Feeds* dirancang dalam tiga baris dan kolom yang saling terhubung sehingga membentuk satu komposisi visual. Strategi ini dipilih untuk menarik perhatian audiens sekaligus memberikan pengalaman visual yang berbeda dari unggahan sebelumnya. Desain yang dibuat disesuaikan dengan konten dan gaya Infinitee yang cenderung *simple* dan minimalis dengan latar belakang putih. Latar belakang ini juga dipilih untuk menciptakan kontras yang kuat sehingga dapat menonjolkan maskot Berry sebagai fokus utama dan mudah dikenali audiens.



Gambar 3.14 Desain Row 1 *Puzzled Feed*

Pada baris pertama *feeds*, penulis menampilkan tiga ilustrasi Berry dengan pose berbeda dan mengenakan kaos Infinitee. Hal ini dilakukan

untuk memperlihatkan hubungan antara maskot dengan produk Infinitee. Setiap baju yang dikenakan Berry pada baris ini dipilih berdasarkan produk-produk Infinitee yang paling populer, yaitu desain yang memiliki tingkat penjualan tertinggi atau paling diminati oleh konsumen. Secara tidak langsung, selain memperkenalkan maskot, *feeds* ini juga berfungsi sebagai media promosi (*soft-selling content*) untuk menarik minat audiens terhadap produk Infinitee. Strategi ini juga dilakukan untuk menciptakan hubungan emosional yang lebih personal antara *brand*, maskot, dan konsumen karena adanya pemikiran Berry menggunakan pakaian yang sama dengan mereka.



Gambar 3.15 Desain Row 2&3 Puzzled Feed

Selanjutnya, pada baris kedua dan ketiga penulis mengembangkan tampilan *feeds* yang lebih naratif melalui visualisasi Berry yang sedang menjahit dengan gaya yang lebih ekspresif. Penulis menggunakan pendekatan visual yang menggabungkan foto dengan ilustrasi digital. Penggunaan gaya visual tersebut dilakukan untuk memberikan kesan yang

lebih realistik dengan tambahan ilustrasi yang menghadirkan kesan ceria dan *playful*. Konsep ini diangkat untuk menciptakan suasana yang lebih hidup seolah-olah menggambarkan potongan kisah dari Berry. Berry ditampilkan seolah sedang berada di ruang kerja dengan elemen tambahan seperti gunting, meteran, kain, dan berbagai elemen lainnya yang identik dengan dunia *fashion* dan produksi pakaian. Komposisi ini turut menciptakan narasi visual, dimana Berry tidak hanya berperan sebagai maskot, melainkan sebagai representasi visual yang aktif dalam proses kreatif maupun pembuatan produk Infinitee.



Gambar 3.16 Finalisasi Desain *Puzzled Feed*

Secara keseluruhan, penulis juga mempertimbangkan tampilan desain akhir saat diaplikasikan dan bagaimana unggahan akan tersusun pada *feed* Instagram. Pada Instagram, unggahan muncul dari baris terbawah terlebih dahulu, hingga baris paling atas. Oleh karena itu, baris pertama dan kedua menjadi penting untuk menarik perhatian audiens. Melalui tampilan desain pada baris kedua dan ketiga, penulis membangun narasi awal dengan menampilkan ilustrasi Berry yang sedang menjahit pakaian. Hal ini membangun pemahaman audiens mengenai Berry dalam dunia Infinitee. Setelah perkenalan awal, baris pertama atau baris paling atas menampilkan ilustrasi Berry yang mengenakan kaos Infinitee sebagai penutup narasi visual. Baris ini menjadi hasil akhir atau penyelesaian dari narasi sebelumnya, dimana Berry menjadi representasi *brand* yang membuat produk Infinitee.

Strategi *storytelling* dalam implementasi maskot Berry melalui *puzzled feed*, sengaja digunakan untuk menghadirkan pengalaman visual yang lebih menarik dan berkesan bagi audiens, sekaligus membangun identitas maskot yang kuat. Pendekatan ini juga bertujuan dalam membangun *brand image* yang bersahabat, ramah, dan mudah dikenali. Komposisi tiga baris yang saling terhubung mendorong audiens untuk menelusuri *grid* secara menyeluruh. Melalui susunan tersebut, juga memperjelas alur cerita sehingga pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih menarik, efektif, dan mudah dipahami oleh audiens. Hal ini juga membantu meningkatkan interaksi konten sehingga berpotensi dalam memperluas jangkauan *brand*.

Implementasi maskot Berry juga diimplementasikan dalam media lain yakni *graphic t-shirt* yang merupakan produk utama dari Infinitee. Pengaplikasian maskot pada *t-shirt* menjadi media yang efektif untuk memperkenalkan maskot Berry serta memperkuat identitas visual *brand*. Melalui desain grafis pada produk, maskot tampil sebagai elemen visual yang dapat dilihat dan digunakan oleh konsumen, sehingga memiliki

potensi besar dalam meningkatkan *brand awareness* melalui pemakaian langsung oleh konsumen. Dalam proses perancangannya, penulis menyesuaikan desain *t-shirt* dengan gaya visual Infinite yang cenderung *playful*, *youthful*, dan sederhana. Hal ini bertujuan agar desain tetap konsisten dengan identitas visual *brand*.

Infinitee sendiri merupakan salah satu brand yang menawarkan produk kaos atau *t-shirt* yang nyaman digunakan dalam kegiatan sehari-hari, dengan tampilan yang sederhana namun tetap *stylish*. *T-shirt* sebagai salah satu medium yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, memberikan ide perancangan bagi penulis dimana setiap desain dirancang untuk memiliki nilai *relatable* dengan pengalaman harian konsumen, baik melalui ilustrasi maupun *copywriting*. Penulis kemudian mengembangkan beberapa desain *graphic t-shirt* dengan tetap mempertahankan konsep karakter Berry sebagai “*happy virus*” atau penyebar kebahagiaan. Adapun konsep visual yang dikembangkan oleh penulis:

Tabel 3.2 Analisis Desain *Graphic T-Shirt* Berry

No	Desain Visual	Penjelasan
1	 Gambar 3.17 Desain <i>Graphic T-Shirt</i> 1	Desain ini menonjolkan karakter ceria Berry dan memperkuat identitasnya sebagai “ <i>happy virus</i> ”. Melalui visualisasi Berry dengan gesture melompat dan berkedip, memberikan kesan yang energik, ceria, dan <i>playful</i> . Pengulangan tipografi “Berry Happy” sebagai latar belakang dengan kombinasi <i>handwriting</i> dan <i>serif font</i> memperkuat pesan positif secara visual dan memberikan kesan <i>modern</i> dan <i>playful</i> .

	“Happy” (Aozora Mincho Black)	
2	 <p>Gambar 3.18 Desain Graphic T-Shirt 2</p> <p>“Berry” (Pecita) “Chillin” (Aozora Mincho Black)</p>	<p>Desain ini dibuat untuk menyampaikan pesan santai atau <i>take-it-easy</i> dalam kehidupan. Desain memiliki komposisi yang minimalis dengan fokus utama Berry yang sedang bersiuł santai. Hal ini menekankan pesan yang ingin disampaikan dengan tambahan teks yang melengkung memberikan kesan dinamis yang santai namun menarik.</p>
3	 <p>Gambar 3.19 Desain Graphic T-Shirt 3</p> <p>“In Hurry” “RUN, RUN, RUN!!!” “don’t forget your breakfast” (Pecita)</p>	<p>Desain ini merepresentasikan situasi yang <i>relatable</i>, yakni tergesa-gesa pada pagi hari. Berry digambarkan berlari cepat dengan ekspresi panik, sambil menggigit roti menegaskan kondisi yang terburu-buru secara visual. Penggunaan hierarki dalam tipografi mempertegas urgensi sesuai tema yang diangkat. Tulisan kecil “<i>don’t forget ur breakfast</i>” dengan <i>handwriting font</i> juga menambah kesan personal seperti pengingat dari Berry.</p>

4	 <p>Gambar 3.20 Desain Graphic T-Shirt 4</p> <p>“Berry” (Pecita) “Happy” (Aozora Mincho Black)</p>	<p>Desain ini menyampaikan energi positif dengan nuansa cerah dan penuh energi, terlihat dalam visualisasi Berry yang melompat dengan tangan terangkat. Penambahan elemen <i>doodle</i> seperti matahari, bintang, bunga, hingga <i>sidekick</i> kelinci menambah kesan <i>playful</i> dan <i>youthful</i>. Latar belakang dengan gradasi biru oranye menciptakan suasana cerah seperti langit pagi, yang juga mendukung tema yang diangkat. Kombinasi tipografi serif yang dengan <i>handwriting</i> juga membuat desain terasa lebih <i>lively</i> dan <i>playful</i>.</p>
5	 <p>Gambar 3.21 Desain Graphic T-Shirt 5</p> <p>“hope ur life full of happiness” (Pecita)</p>	<p>Desain ini dibuat untuk menghadirkan kehangatan serta harapan brand terhadap konsumennya. Melalui visualisasi Berry di taman bunga dengan warna yang cenderung soft, memberikan kesan yang ceria namun menenangkan dan membangun kesan yang positif. Penggunaan <i>handwriting font</i> juga turut menambahkan kesan personal sehingga pesan terasa lebih hangat dan dekat dengan konsumen atau penggunanya.</p>

Setiap desain yang dirancang, tidak hanya mempertimbangkan estetika saja melainkan adanya kebutuhan teknis dalam produksinya. Oleh karena itu, penulis menggunakan gaya *line art* serta *flat illustration* yang tidak terlalu rumit, dengan *shading* yang minimal. Hal ini dilakukan, untuk meminimalisir timbulnya kesulitan produksi, terutama pada garis-garis kecil atau detail rumit. Selain itu, penulis juga mempertimbangkan

penggunaan *copywriting* dan tipografi. *Copywriting* yang digunakan, disesuaikan dengan gaya komunikasi Infinitee yang hangat, ramah, dan kasual. Pemilihan *copywriting* yang sederhana namun positif selaras dengan karakter Berry sebagai “*happy virus*”.

Dalam desainnya, penulis juga mengutamakan konsistensi visual, terlihat dari penggunaan warna maupun *font* Pecita sebagai ciri khas Berry. Penggunaan Pecita membantu memberikan identitas khusus pada setiap desain yang menampilkan Berry, seolah menjadi bagian dari karakter itu sendiri. Sementara itu, penulis juga menggunakan *font* Aozora Mincho Black, sebuah *font serif tebal* yang memiliki karakter tegas, memiliki kontras yang kuat, dengan keterbacaan yang tinggi, menciptakan penekanan pada pesan utama yang ingin disampaikan. Kombinasi antara *font serif* dan *handwriting* memberikan keseimbangan antara kesan *playful* dan keterbacaan yang baik sehingga cocok diaplikasikan pada media kaos.



Gambar 3.22 Penyesuaian Desain *Graphic T-Shirt* Berry

Dalam prosesnya, terdapat pula beberapa penyesuaian dan perubahan yang dilakukan berdasarkan hasil diskusi dengan supervisor. Tahap evaluasi dan diskusi meninjau berbagai aspek seperti komposisi, keterbacaan, hingga kebutuhan produksi. Pada beberapa desain, penulis melakukan penyesuaian dan perubahan warna serta elemen pendukung lainnya sesuai dengan arahan supervisor, untuk memastikan hasil desain

dapat diterapkan secara optimal pada media *t-shirt*. Supervisor juga memberikan beberapa masukan mengenai proporsi karakter dan pemilihan tipografi agar tetap nyaman dipandang. Revisi-revisi tersebut membantu dalam memastikan bahwa desain yang dirancang tidak hanya menarik secara estetika, namun juga sesuai dengan standar Infinitee.



Gambar 3.23 *Mockup* Desain *Graphic T-Shirt Berry*

Penulis kemudian melakukan *mockup* desain secara digital sebagai bentuk simulasi desain *graphic t-shirt* pada media kaos secara nyata. Tahap ini berfungsi untuk memastikan keseimbangan posisi, warna, hingga kejelasan elemen visual lainnya sehingga dapat meminimalisir adanya distorsi visual yang mungkin terjadi, sebelum akhirnya masuk ke tahap produksi. Melalui implementasi ini, Berry tidak hanya sebagai karakter pendukung saja melainkan memiliki nilai jual yang memberikan ciri khas baru bagi Infinitee. Maskot Berry membuat Infinitee memiliki keunikan dan diferensiasi jika dibandingkan dengan produk *t-shirt* lokal lainnya. Hal ini juga menambah kesan personal dan mudah dikenali sehingga dapat berpotensi dalam meningkatkan daya tarik pasar. Melalui maskot Berry, Infinitee tidak hanya menawarkan pakaian saja, melainkan adanya pengalaman emosional yang menyenangkan melalui cerita dan karakter Berry.

Proyek perancangan maskot ini menjadi salah satu pengalaman terpenting bagi penulis selama menjalani magang di Infinitee. Hal ini dikarenakan dalam proses perancangannya, dibutuhkan kemampuan untuk memahami identitas *brand*, nilai yang ingin disampaikan, strategi komunikasi visual, hingga bagaimana penerapannya dalam berbagai media. Maskot Berry tidak hanya sebagai ilustrasi karakter saja, melainkan sebagai simbolisasi perjalanan brand yang dimulai pada masa yang penuh tantangan dan terus berkembang, dengan harapan menjadi brand yang membawa kebahagiaan bagi konsumennya. Melalui proyek ini penulis juga mendapat pengalaman penting mengenai alur kerja desain di industri fashion, mulai dari diskusi, revisi, hingga akhirnya menghasilkan *output* yang siap digunakan oleh perusahaan.

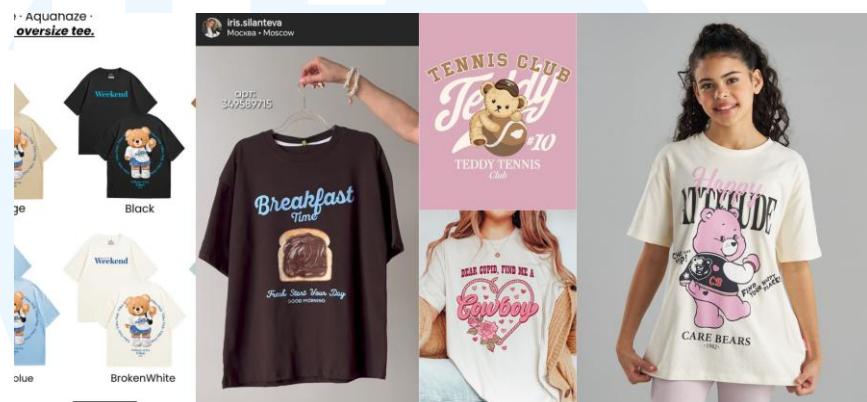
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain melaksanakan tugas utama dalam perancangan maskot, penulis juga mengerjakan beberapa proyek tambahan lainnya yang berhubungan dengan pengembangan identitas visual serta kebutuhan promosi Infinitee. Tugas tambahan yang dikerjakan termasuk desain untuk *t-shirt*, konten sosial media Instagram, serta berbagai elemen *brand collateral* seperti desain *polymailer*, dan kartu ucapan terima kasih. Melalui tugas-tugas tersebut, penulis berkesempatan untuk mengimplementasikan kemampuan desain grafis secara lebih luas, sekaligus mendukung strategi komunikasi visual perusahaan dalam ranah digital maupun media cetak.

3.3.2.1 Proyek Desain *Graphic T-shirt* (Gaya Cute Streetwear)

Proyek desain *graphic t-shirt* merupakan proyek yang berfokus pada pengembangan visual yang dapat diaplikasikan pada produk utama perusahaan, yakni *oversized t-shirt*. Tujuan utama proyek ini adalah menghasilkan desain yang relevan dengan tren pasar yang mencerminkan karakter brand sehingga dapat digunakan sebagai koleksi baru Infinitee yang memiliki nilai jual. Pada tahap

awal proyek, penulis mendapatkan *briefing* atau arahan dari supervisor melalui kumpulan referensi *t-shirt* yang sedang populer di pasaran. Penulis diminta untuk berpikir kreatif dan mengembangkan beberapa desain yang mengacu pada gaya tersebut, namun tetap mempertahankan identitas visual Infinitee yang cenderung simple dan cocok digunakan sehari-hari.



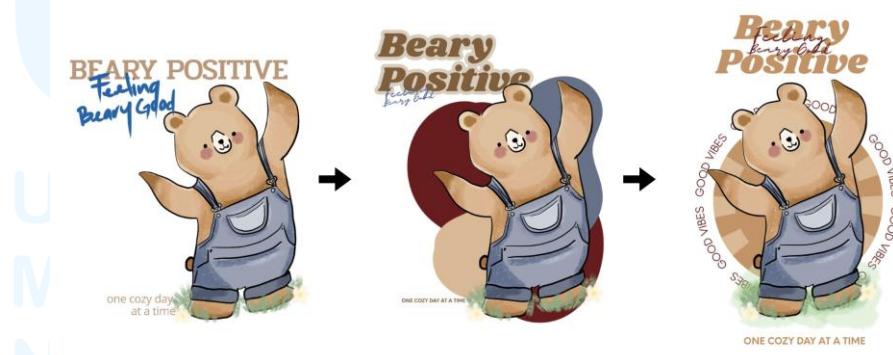
Gambar 3.24 Referensi Desain *Graphic T-Shirt:Cute Streetwear*

Berdasarkan referensi yang telah diberikan, penulis menganalisis beberapa ciri khas yang dapat diterapkan dalam perancangan desain. Referensi yang diberikan didominasi dengan ilustrasi karakter yang ringan, dengan perpaduan tipografi yang ekspresif, dengan warna-warna yang *soft*, mengarah pada gaya *cute streetwear*. Gaya ini memberikan kesan yang ceria dan energik melalui ilustrasi sebagai fokus utama, dengan warna yang cerah, serta teks yang berfungsi memperkuat *mood* dari ilustrasi. Oleh karena itu, penulis berupaya dalam menggabungkan gaya *cute* melalui karakter yang lucu dan ekspresif, serta gaya *streetwear* melalui tipografi bold dan komposisi yang padat namun rapi.

Setelah selesai menganalisis gaya dan konsep yang ingin diangkat, penulis kemudian melanjutkan ke tahap selanjutnya, yakni eksplorasi desain. Sebelum membuat ilustrasi, hal pertama yang dilakukan dalam tahap ini adalah menentukan *copywriting* yang

relevan dan *simple*, mempertimbangkan tema yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Contohnya seperti frasa “*Simple Joy*”, “*Take it Slow*”, “*Good Days*”, atau “*Peaceful but Playful*”, yang merepresentasikan suasana tertentu dan mudah dipahami audiens. Setelah menentukan *copywriting* yang ingin digunakan, tahap berikutnya adalah melakukan perancangan ilustrasi yang sesuai dengan *copywriting* tersebut.

Dalam proses perancangan, seluruh desain *graphic t-shirt* dibuat dengan ukuran kanvas A3, yakni 297x420 mm. Ukuran ini sengaja digunakan karena memiliki ruang yang cukup besar untuk menampilkan ilustrasi dan tipografi secara proporsional, tanpa menghilangkan detail visual, sehingga cocok digunakan untuk desain yang menonjolkan visual yang besar pada bagian depan maupun belakang kaos. Selain itu, penggunaan ukuran ini lebih mudah disesuaikan pada berbagai ukuran t-shirt lainnya, sehingga lebih fleksibel dalam kebutuhan produksi. Desain juga dibuat dengan resolusi tinggi, yakni 300 dpi. Resolusi ini sengaja digunakan untuk menjaga ketajaman warna dan detail ilustrasi, sehingga hasil desain tidak terlihat buram atau pecah saat diaplikasikan.



Gambar 3.25 Penyesuaian Desain *Graphic T-Shirt:Cute Streetwear*

Pada tahap ini, penulis mengembangkan bentuk karakter dengan pose, gestur, maupun elemen tambahan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Ilustrasi yang dibuat juga memperhatikan pemilihan warna serta gaya ilustrasi yang tidak terlalu rumit sehingga dapat meminimalisir hilangnya detail penting saat proses produksi. Setelah ilustrasi selesai, penulis memasuki tahap *layouting*, yakni penataan letak antara teks, ilustrasi, dan elemen pendukung, untuk menghasilkan keseimbangan visual yang menarik dan jelas. Beberapa penyesuaian juga dilakukan, seperti pengaturan ukuran ilustrasi, perpindahan posisi teks, maupun pengurangan elemen pendukung. Penyesuaian tersebut juga dilakukan untuk menyelaraskan desain yang dibuat dengan gaya Infinitee secara umum sehingga tetap konsisten dengan identitas *brand*.

Hasil dari proses eksplorasi tersebut, kemudian menghasilkan enam desain *graphic t-shirt* bergaya *cute streetwear* yang menggabungkan ilustrasi karakter lucu dengan tipografi *bold*. Setiap desain yang dibuat juga memiliki ciri khas dan temanya masing-masing, mulai dari tema makanan, aktivitas sehari-hari, hingga *mood* yang *relatable* bagi konsumen. Meskipun demikian, setiap desain tetap memiliki persamaan gaya, seperti penggunaan outline, palet warna yang cenderung netral dan lembut, hingga kombinasi tipografi yang *bold* dan *playful*. Setiap desain juga dirancang agar fleksibel untuk diaplikasikan dalam berbagai warna *t-shirt* seperti putih, cream, hitam, maupun biru muda. Hal tersebut membuat desain menjadi lebih efektif secara komersial dan tidak hanya menarik secara estetika saja.



Gambar 3.26 Mockup Desain Graphic T-Shirt:Cute Streetwear

Sebagai tahap akhir, penulis membuat *mockup* digital sebagai simulasi hasil akhir desain ketika diterapkan pada produk kaos. *Mockup* digunakan sebagai alat bantu untuk meninjau posisi cetak, proporsi desain, memastikan keterbacaan, sekaligus memastikan kecocokan warna kain dengan hasil desain yang telah dibuat. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya distorsi warna maupun bentuk yang mungkin terjadi pada proses produksinya. Tahap ini menjadi penting, untuk memastikan bahwa hasil akhir desain dapat diaplikasikan secara optimal sebelum akhirnya masuk ke tahap produksi. *Mockup* desain kemudian diserahkan kepada supervisor sebagai bentuk evaluasi akhir. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, supervisor menyatakan bahwa seluruh desain sudah sesuai dengan gaya yang diinginkan, tidak adanya revisi tambahan.

Secara keseluruhan, proyek ini memberikan pengalaman baru bagi penulis dalam menerapkan kemampuan ilustrasi, tipografi, serta perancangan komposisi visual pada media *fashion*. Melalui

proses perancangannya, penulis dapat memahami bagaimana sebuah desain tidak hanya harus menarik secara estetika saja melainkan perlu adanya pertimbangan dengan teknis produksi, karakter *brand*, serta preferensi pasar saat ini. Penyelaras dan konsistensi desain menjadi hal yang penting untuk memastikan desain tetap sesuai dengan identitas *brand*, sehingga membantu dalam membangun pengenalan *brand* dan menciptakan kesan yang lebih profesional dan menyatu.

3.3.2.2 Proyek Desain *Polymailer*

Proyek desain *polymailer* merupakan proyek yang berfokus pada pembuatan desain kemasan pengiriman produk Infinitee. Kemasan *polymailer* menjadi salah satu media visual yang dapat merepresentasikan identitas *brand* Infinitee. Pada tahap awal proyek, penulis mendapatkan *briefing* atau arahan dari supervisor mengenai kebutuhan desain *polymailer*. Pada tahap ini, supervisor memberikan kebebasan kepada penulis untuk mengembangkan ide kreatif, dengan ketentuan ukuran kemasan 28x30 cm dan tetap mempertahankan konsistensi identitas visual *brand*. Penulis diarahkan untuk menciptakan desain yang sederhana namun tetap menonjolkan karakteristik *brand* dan mudah diaplikasikan.

Berdasarkan *brief* tersebut, penulis mulai merumuskan konsep utama untuk desain *polymailer* dengan mengangkat tema “*Mailman*”. Hal ini terinspirasi dari fungsi *polymailer* sebagai media pengiriman produk, sehingga dianggap relevan dan mudah dipahami secara visual. Dalam konsep ini, Berry digambarkan sebagai kurir atau pengantar paket yang juga merepresentasikan Infinitee yang menyebarkan kebahagiaan kepada para pelanggan. Sebagai pendukung untuk memperkuat konsep tersebut, penulis menambahkan beberapa elemen tambahan seperti ilustrasi prangko,

kotak surat, dan paket yang disusun secara harmonis agar menghadirkan kesan naratif yang ringan, ceria, dan komunikatif.

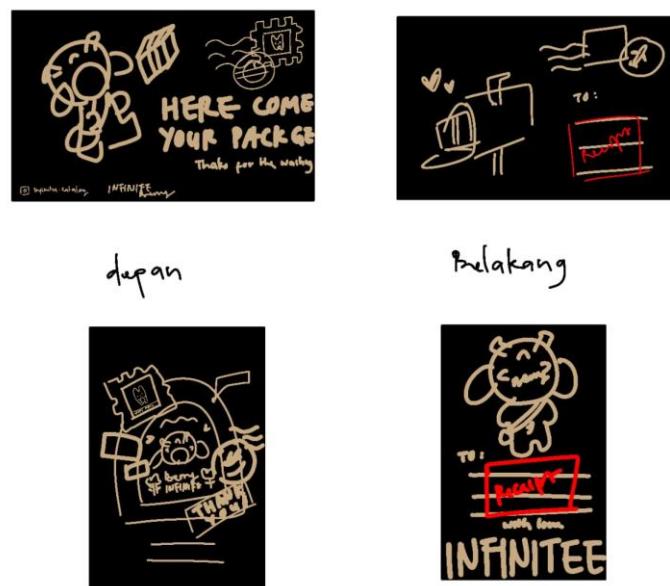
Setelah menetapkan konsep utama yang akan digunakan, penulis kemudian melanjutkan ke tahap selanjutnya yakni, pengumpulan referensi visual. Pengumpulan referensi dilakukan untuk memperdalam gaya desain, warna, serta komposisi sesuai dengan tema yang telah ditentukan. Referensi yang dikumpulkan berfokus pada gaya visual yang sederhana dan ceria, termasuk tampilan kemasan *polymailer* dengan tema serupa, amplop, maupun box dengan elemen grafis seperti prangko, cap pos, dan label pengiriman. Selain itu, penulis juga mengumpulkan referensi yang mengarah pada ilustrasi karakter kurir, kotak surat, dan ilustrasi paket.



Gambar 3.27 Referensi Visual Desain *Polymailer*

Selanjutnya, penulis masuk ke tahap pembuatan sketsa desain secara digital. Pada tahap ini, referensi visual yang telah dikumpulkan kemudian dituangkan dalam bentuk visual awal dengan beberapa alternatif sketsa desain. Tahap ini berfokus pada penentuan komposisi, keseimbangan, serta ilustrasi utama yang paling sesuai dengan konsep “*Mailman*” yang telah dirumuskan sebelumnya. Sketsa pertama menonjolkan karakter maskot Berry

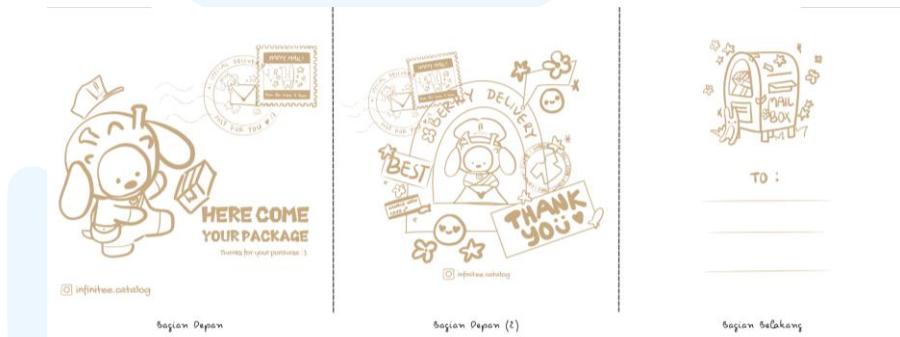
sebagai kurir pengantar paket, dengan elemen pendukung seperti prangko dan cap pos. Sedangkan sketsa kedua, menampilkan visualisasi pengiriman dengan menonjolkan elemen kotak pos, amplop, dan cap pos yang diatur secara harmonis. Kedua alternatif tersebut dikembangkan sebagai bentuk eksplorasi dari pendekatan visual yang berbeda, yakni berfokus pada maskot dan lebih menonjolkan elemen naratif dengan tema pengiriman.



Gambar 3.28 Sketsa Desain *Polymailer*

Sketsa yang telah dibuat kemudian dikonsultasikan kepada supervisor untuk mendapatkan evaluasi dan masukan. Berdasarkan hasil diskusi, supervisor menyarankan penulis untuk melakukan proses finalisasi pada kedua sketsa bagian depan *polymailer* terlebih dahulu. Hal ini dilakukan dengan menilai kedua sketsa sama-sama berpotensi untuk dikembangkan menjadi desain final. Sedangkan untuk bagian belakang desain *polymailer*, supervisor memilih desain dengan ilustrasi kotak pos yang dianggap dapat merepresentasikan tema utama dengan baik.

Dalam proses finalisasi sketsa, penulis melakukan beberapa penyesuaian dan penyempurnaan terhadap tata letak serta elemen visual secara keseluruhan. Pada tahap ini, penulis mempertimbangkan berbagai hal termasuk pemilihan warna dan tipografi. Dalam pemilihan tipografi, penulis menggunakan dua jenis *font*, yaitu Annyant Roman dan Gochi Hand. *Font* Annyant Roman digunakan sebagai elemen teks utama dengan karakter huruf yang rapi, bersih, dan *stroke* yang tegas sehingga dinilai memiliki tingkat keterbacaan atau *readability* yang tinggi. Sedangkan Gochi Hand merupakan jenis *handwriting font* dengan karakter yang lebih ramah, ekspresif, dan *stroke* yang tidak kaku, sehingga cocok digunakan sebagai elemen teks pendukung pada kemasan. Penulis juga menambahkan tulisan tangan pribadi pada desain untuk menciptakan kesan otentik dan personal, sehingga dapat membangun kedekatan emosional dengan pelanggan.



Gambar 3.29 Alternatif Desain *Polymailer*

Mempertimbangkan aspek produksi dan bahan dasar *polymailer* yang berwarna hitam, maka desain dibuat minimalis hanya dengan satu warna, menggunakan warna coklat keemasan yang selaras dengan warna logo Infinitee. Selain menjaga konsistensi identitas visual *brand*, warna coklat kemasan juga memiliki kontras yang kuat dengan warna hitam sehingga dinilai sesuai dengan gaya visual yang digunakan. Pemilihan gaya visual

garis (*line art*) juga diterapkan dengan tujuan agar hasil desain tetap sederhana dan terlihat jelas tanpa perlu menggunakan *full color* sehingga lebih mudah dicetak. Hal ini juga dilakukan dengan mempertimbangkan efisiensi biaya produksi dengan satu warna yang lebih hemat jika dibandingkan dengan *full color printing*.

Setelah tahap finalisasi desain selesai, hasil rancangan kemudian dikonsultasikan kembali kepada supervisor sebagai bentuk evaluasi akhir. Berdasarkan hasil diskusi, supervisor memilih desain yang berfokus pada karakter maskot Berry sebagai desain final. Penggunaan maskot sebagai elemen utama dalam desain, diharapkan dapat menjadi elemen pembeda dari *brand* lainnya dan memperkuat *brand recall*. Desain tersebut dinilai dapat menonjolkan identitas *brand* dengan pendekatan visual yang minimalis dan komunikatif. Komposisi desain dengan elemen yang lebih sederhana, juga dapat mengurangi risiko hilangnya detail penting pada ilustrasi ketika dicetak.



Gambar 3.30 Mockup Desain Polymailer

Sebagai tahap akhir, penulis membuat *mockup* digital sebagai simulasi hasil akhir desain ketika diterapkan pada bahan plastik *polymailer*. *Mockup* digunakan sebagai alat bantu dalam memperkirakan posisi cetak, keseimbangan posisi, warna, hingga

kejelasan elemen visual pada *polymailer*. Memastikan bahwa desain tidak mengalami distorsi warna maupun bentuk yang mungkin terjadi pada proses pencetakan. Tahap ini menjadi penting, untuk memastikan bahwa hasil akhir desain dapat diaplikasikan secara optimal pada kemasan *polymailer* dan layak digunakan pada proses produksi. Secara keseluruhan, perancangan desain *polymailer* dilakukan sebagai salah satu bentuk komunikasi visual yang mampu menampilkan identitas Infinitee secara menarik, sekaligus memberikan pengalaman positif bagi konsumen saat menerima produk. Proses perancangan ini juga menjadi pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami estetika desain dengan adanya keterbatasan teknis produksi secara nyata.

3.3.2.3 Proyek Desain *Thanks Card*

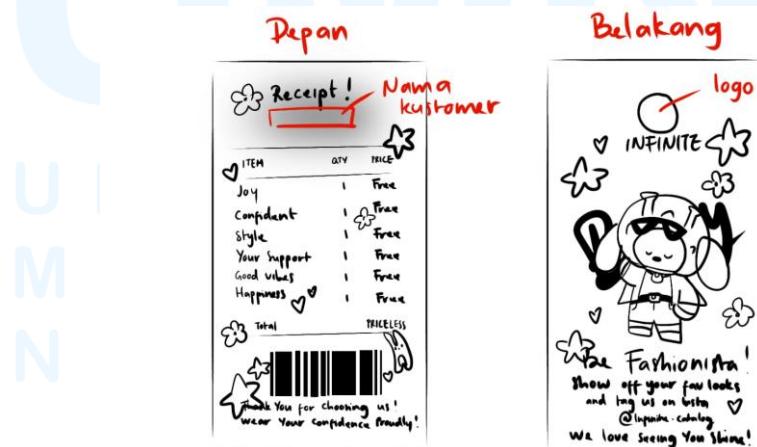
Proyek desain *thanks card*, merupakan proyek yang berfokus pada pembuatan desain kartu ucapan terima kasih yang akan disertakan dalam setiap pengiriman produk Infinitee. Kartu ucapan terima kasih dirancang sebagai salah satu bentuk apresiasi kepada konsumen, serta bentuk komunikasi visual antara *brand* dan konsumen. Melalui visual yang sederhana, kartu ucapan terima kasih dibuat untuk memberikan kesan personal dan hangat, sehingga dapat meningkatkan *brand experience* atau pengalaman pelanggan. Pada tahap awal proyek, penulis mendapatkan *briefing* atau arahan dari supervisor mengenai kebutuhan desain *thanks card*, dimana penulis diberikan kebebasan sekali lagi untuk menentukan dan mengembangkan konsep visual yang selaras dengan identitas Infinitee yang sederhana, ramah, dan ceria.



Source : Pinterest

Gambar 3.31 Referensi Visual Desain *Thanks Card*

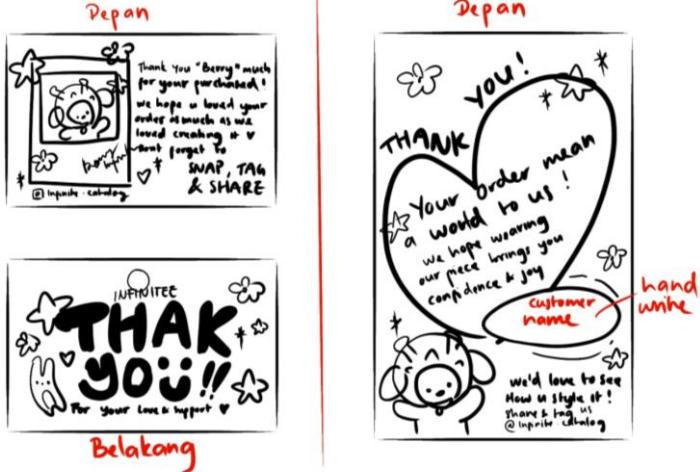
Berdasarkan *brief* tersebut, penulis mulai melakukan pengumpulan referensi visual dengan menelusuri berbagai contoh kartu ucapan terima kasih dengan gaya minimalis dan juga *playful*, untuk memberikan kesan hangat dan ceria. Pengumpulan referensi dilakukan sebagai sumber inspirasi dalam menentukan tata letak, tipografi, gaya visual, serta warna, sebelum menentukan konsep dan membuat desain final. Referensi yang dikumpulkan berfokus pada kartu ucapan dengan ilustrasi karakter, tata letak yang minimalis dengan teks singkat, serta elemen dekoratif yang mendukung. Berdasarkan hasil tersebut, penulis mulai menentukan beberapa konsep desain, yang dikembangkan melalui sketsa awal.



Gambar 3.32 Sketsa Desain *Thanks Card* 1

Penulis kemudian merumuskan dua konsep desain dengan tiga sketsa desain yang berbeda. Konsep pertama mengangkat ide kartu ucapan berbentuk nota pembelian atau struk (*receipt*). Konsep ini muncul karena secara umum dalam setiap transaksi pembelian, disertakan dengan *receipt* atau struk sebagai bukti pembayaran yang berisi rincian produk, harga, serta informasi penting lainnya. Hal ini kemudian diadaptasi menjadi kartu ucapan terima kasih dengan pendekatan yang lebih personal dan bermakna. Rincian produk pada struk diganti dengan hal-hal positif yang diharapkan oleh Infinitee ketika pelanggan membeli produk mereka, seperti *joy*, *confidence*, dan *happiness*. Rincian produk tersebut, kemudian dilabel dengan harga *priceless* atau tidak ternilai. Pelabelan harga priceless menjadi salah satu nilai emosional yang dapat memperkuat hubungan *brand* dengan konsumen secara positif.

Dalam perancangannya, penulis juga mempertimbangkan pendekatan yang lebih personal dengan menyediakan ruang pada bagian atas kartu sebagai tempat menuliskan nama pelanggan secara manual. Pada bagian bawah kartu, penulis juga menambahkan ucapan terima kasih dan kata-kata motivasi sebagai salah satu bentuk kepedulian *brand* terhadap pelanggan. Sementara itu, pada bagian belakang kartu dirancang menyerupai tampilan struk pada umumnya namun dimodifikasi agar tetap selaras dengan identitas visual brand. Bagian belakang kartu menampilkan logo Infinitee, ilustrasi maskot Berry, serta ajakan kepada pelanggan untuk mengunggah foto menggunakan produk Infinitee dan menandai akun Instagram Infinitee. Selain meningkatkan pengalaman konsumen, penambahan kalimat ajakan menjadi salah satu strategi promosi melalui partisipasi pelanggan di media sosial. Elemen dekoratif seperti bintang, bunga, dan hati juga ditambahkan sebagai salah satu pembeda dan ciri khas yang dimiliki oleh Infinitee.



Gambar 3.33 Sketsa Desain *Thanks Card* 2&3

Konsep kedua yang dikembangkan oleh penulis, dituangkan dalam dua sketsa yang berbeda namun dengan tema yang serupa, yakni pendekatan visual yang ceria, *playful*, dan bersahabat. Sketsa pertama dari konsep kedua, menampilkan ilustrasi Berry dengan bingkai polaroid sebagai elemen utama. Penggunaan elemen polaroid sendiri dilakukan secara sengaja, dimana polaroid identik dengan momen—momen berharga yang ingin diabadikan. Dengan menghadirkan maskot Berry dalam bingkai polaroid, menjadikan kartu ini sebagai simbol kenangan bagi para pelanggan yang melakukan pembelian produk Infinitee. Selain itu, pada bagian bawah ilustrasi polaroid terdapat tulisan “Berry Infinitee” yang menyerupai tanda tangan, memberikan kesan personal seolah-olah Berry sendiri yang menyampaikan ucapan terima kasih kepada pelanggan.

Selain itu, terdapat pesan apresiasi dan ajakan bagi para pelanggan untuk membagikan foto mereka saat mengenakan produk dan menandai akun Instagram *brand*. Hal ini juga sejalan dengan ilustrasi polaroid yang digunakan sehingga dapat memperkuat pesan *Snap, Tag, and Share* yang tercantum pada desain. Bagian belakang

kartu, juga di desain dengan gaya visual yang serupa. Menampilkan pesan ucapan “*Thank You*” yang ditulis dengan tulisan tangan pribadi penulis, untuk memberikan kesan autentik dan lebih personal sehingga dapat memperkuat nilai emosional dari pesan tersebut. Desain ini juga dilengkapi dengan elemen dekoratif seperti bintang, bunga, hati, dan *sidekick* kelinci, yang sesuai dengan identitas visual *brand* Infinitee sekaligus memberikan kesan yang ceria dan ramah.

Sketsa kedua dari konsep ini menampilkan gambar hati sebagai latar belakang, dengan ilustrasi Berry yang berbicara melalui *speech bubble*. Penulis juga menempatkan ucapan terima kasih pada bagian dalam ilustrasi hati sebagai latar belakang. Hal ini dilakukan sebagai salah satu simbolisasi visual atas rasa terima kasih dan kepedulian brand kepada pelanggan. Penempatan ini juga mempertimbangkan ilustrasi hati sebagai *focal point*, sehingga secara alami dapat menarik perhatian pembaca pada bagian tengah dan pesan ucapan terima kasih dapat langsung terbaca. Ilustrasi *speech bubble* dapat diisi dengan nama pelanggan secara manual sebagai salah satu bentuk personalisasi. Sama seperti sketsa desain sebelumnya, pada bagian bawah kartu menampilkan ucapan terima kasih serta ajakan untuk mengunggah foto dan menandai akun Instagram Infinitee. Elemen pendukung seperti bintang, bunga, dan bentuk hati tetap dipertahankan untuk menjaga konsistensi gaya visual dan karakter *brand*.

Ketiga sketsa desain tersebut kemudian dikonsultasikan dengan supervisor untuk mendapatkan evaluasi dan masukan sebelum melanjutkan ke tahap pengembangan desain final. Berdasarkan hasil diskusi, supervisor memilih sketsa pertama dari konsep kedua sebagai desain yang akan dikembangkan ke tahap finalisasi. Desain tersebut dipilih karena dinilai dapat menampilkan

karakteristik *brand* dengan baik. Secara teknis, desain juga dianggap lebih efisien untuk diproduksi dari segi ukuran, serta tidak perlunya proses penulisan nama pelanggan secara manual sehingga lebih praktis dan dapat menghemat waktu. Ukuran yang digunakan dalam desain ini, menggunakan ukuran kartu bisnis standar yakni 9x5.5 cm. Hal ini menjadi pertimbangan agar dapat dicetak dalam jumlah besar, hemat bahan, serta dapat dimasukkan dalam kemasan *polymailer* tanpa menambah volume pengiriman. Supervisor juga memberikan catatan tambahan mengenai pemilihan tipografi, yakni menggunakan font dengan tingkat keterbacaan yang tinggi agar pesan dapat tersampaikan secara jelas.

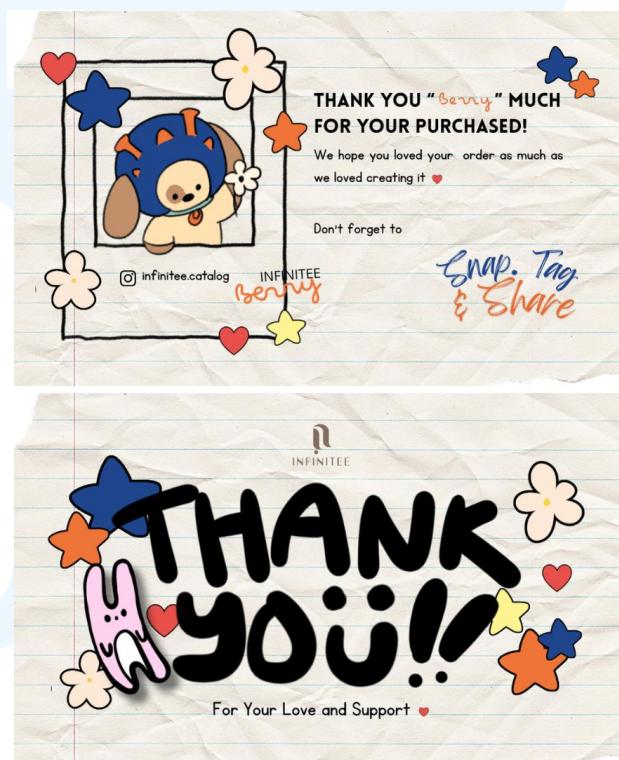
Pada tahap finalisasi, penulis membuat tiga alternatif desain sebagai salah satu bentuk eksplorasi visual. Eksplorasi ini dilakukan untuk menemukan kombinasi terbaik antara komposisi, warna, tekstur, dan tipografi, agar desain tetap komunikatif dan konsisten dengan karakter brand Infinitee yang ceria serta minimalis. Ketiga alternatif desain memiliki ilustrasi yang sama, menampilkan maskot Berry dalam bingkai bergaya polaroid, dengan elemen tambahan seperti bintang, bunga, dan hati. Perbedaan utama dalam ketiga alternatif desain terlihat pada latar belakang, penggunaan *font*, warna, efek, serta *layout* yang digunakan. Desain pertama menggunakan latar putih polos dengan warna elemen yang lebih cerah menciptakan kesan bersih dan ceria. *Font* yang digunakan dalam desain ini adalah More Sugar sebagai *font* utama, dengan karakter tebal dan *playful*, serta Biro Script Plus sebagai *font* dekoratif yang memberikan kesan yang lebih ramah dan personal.



Gambar 3.34 Alternatif Desain 1 *Thanks Card*

Desain kedua menggunakan latar belakang kertas bergaris, memberikan nuansa yang kasual dan *nostalgic* seolah-olah kartu dibuat secara manual dalam lembar catatan. *Font* yang digunakan dalam desain ini adalah kombinasi Lovelo, KG Primary Penmanship, dan Feeling Passionate, menghadirkan perpaduan antara antara huruf *sans-serif* modern dengan keterbacaan tinggi dan gaya tulisan tangan. Selain itu, perbedaan lain pada desain ini terlihat pada penggunaan outline tipis pada elemen dekoratif, memperkuat karakter gambar agar terlihat seperti sketsa *doodle* di halaman catatan. Sementara itu, desain ketiga menggunakan latar belakang kertas dengan tekstur kusut serta efek bayangan halus (*drop shadow*) pada setiap elemen untuk menciptakan kesan berdimensi dan realistik. *Font* yang digunakan dalam desain ini adalah perpaduan Lovelo, KG Primary Penmanship, dan Biro Script Plus, memberikan kesan yang kasual namun tetap profesional.

Bagian belakang kartu, di desain dengan menonjolkan teks “*THANK YOU!!*” sebagai elemen utama yang menjadi pusat perhatian (*focal point*). Teks ditulis dengan tulisan tangan pribadi penulis, hal ini dilakukan untuk memberikan kesan yang lebih personal dan autentik sehingga dapat memperkuat nilai emosional dari pesan tersebut. Bagian depan maupun belakang kartu sengaja dirancang dengan gaya visual yang sama, mulai dari latar belakang, palet warna, hingga gaya ilustrasi. Hal ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang konsisten, dimana kedua sisi kartu tampak seperti satu kesatuan desain yang saling melengkapi, bukan dua tampilan yang berbeda.



Gambar 3.35 Alternatif Desain 2 *Thanks Card*

Setelah tahap finalisasi desain selesai, hasil rancangan kemudian dikonsultasikan kembali kepada supervisor sebagai bentuk evaluasi akhir. Berdasarkan hasil diskusi, supervisor memilih desain ketiga karena dianggap dapat merepresentasikan

citra *brand* yang ceria, ramah, namun tetap profesional. Desain ini dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dengan kombinasi tipografi yang seimbang antara gaya *sans-serif* yang tegas dan *handwriting* yang lebih santai. Perpaduan tersebut tidak hanya menghasilkan tampilan yang mudah dibaca, namun memberikan kesan yang lebih ekspresif dan berkarakter. Penggunaan efek bayangan pada elemen desain juga memberikan kesan dimensi, sehingga membantu dalam mempertegas hierarki visual serta meningkatkan kontras dan menonjolkan elemen utama. Hal ini membuat desain ketiga menjadi lebih menarik secara visual dengan tetap mempertahankan gaya visual yang konsisten dengan *brand* Infinitee.



Gambar 3.36 Alternatif Desain 3 *Thanks Card*

Sebagai tahap akhir, penulis melakukan *mockup digital* sebagai visualisasi hasil akhir desain ketika diaplikasikan dalam kartu ucapan secara nyata. *Mockup* digunakan sebagai alat bantu

dalam memperkirakan posisi cetak, keterbacaan teks, warna, serta kejelasan elemen visual ketika dicetak. Hal ini juga membantu supervisor dalam memastikan proporsi elemen, kesesuaian warna, hingga tekstur sesuai dengan hasil yang diharapkan. Tahap ini menjadi penting, untuk memastikan bahwa hasil akhir desain dapat diaplikasikan secara optimal sebelum diproduksi secara massal.



Gambar 3.37 Mockup Desain *Thanks Card*

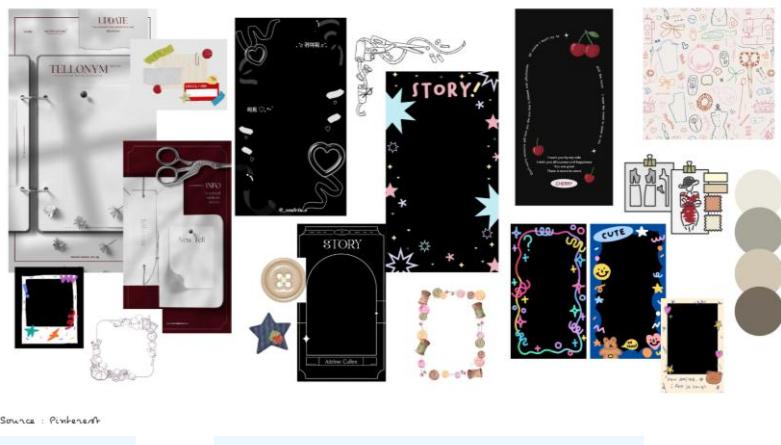
Secara keseluruhan, proyek *thanks card* menjadi salah satu bentuk komunikasi visual *brand* yang tidak hanya berfungsi sebagai media ucapan, namun juga membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Dengan dilakukannya perancangan desain *thanks card*, memperkuat identitas dan meningkatkan nilai positif Infinitie sebagai *brand* yang hangat dan peduli dengan konsumennya. Proyek ini juga menjadi pengalaman penting bagi penulis dalam menerapkan prinsip-prinsip desain grafis pada kebutuhan industri nyata. Melalui rangkaian proses yang telah dilakukan, penulis berhasil menghasilkan kartu ucapan yang sesuai dengan identitas *brand* dan mengembangkan kemampuan teknis maupun kreatif bagi penulis.

3.3.2.4 Proyek Instagram *Story Frame*

Proyek Instagram *Story frame*, merupakan proyek yang berfokus pada perancangan *template* visual yang digunakan sebagai bingkai atau *frame* untuk unggahan Instagram *story*. Proyek ini sengaja dirancang dengan tujuan menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi sekaligus memperkuat identitas visual Infinitee. Pada tahap awal proyek, penulis mendapatkan *briefing* atau arahan dari supervisor mengenai kebutuhan perancangan Instagram *story frame*, dimana Instagram *story* menjadi salah satu platform yang paling sering digunakan oleh Infinitee dalam kegiatan promosi produk. Dalam perancangannya, supervisor memberikan kebebasan kepada penulis untuk menentukan konsep visual, namun menekankan karakteristik desain yang sederhana dan tidak terlalu ramai. Hal ini menjadi penting agar *frame* tidak mengurangi fokus utama pada foto yang akan ditempatkan di dalamnya dan berfungsi secara efektif dalam meningkatkan *brand awareness*.

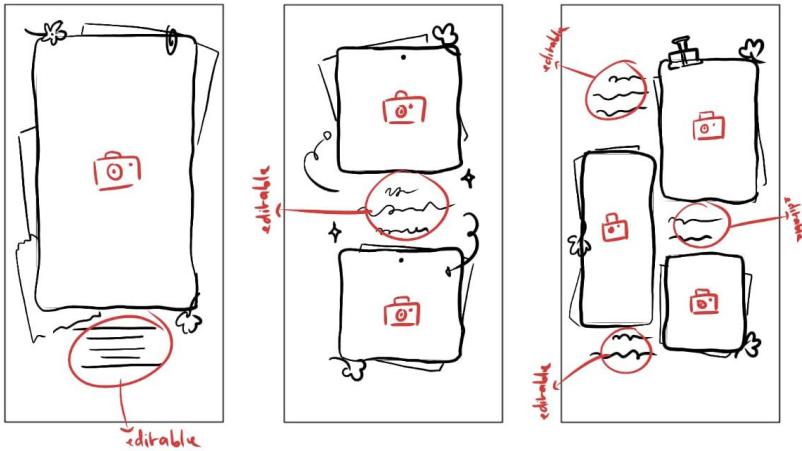
Berdasarkan *brief* tersebut, penulis mulai melakukan pengumpulan referensi visual dengan menelusuri berbagai contoh Instagram *story frame*. Pengumpulan referensi dilakukan sebagai sumber inspirasi mulai dari tata letak, gaya ilustrasi, penggunaan *tone* warna yang memberi kesan *friendly* dan *youthful*, sebelum akhirnya menentukan konsep dan membuat desain final. Melalui pengumpulan referensi, penulis mempelajari berbagai gaya dan komposisi yang dapat diaplikasikan dalam perancangan, mulai dari gaya *frame* yang *minimalist* dengan garis tipis dan komposisi sederhana yang mengutamakan penggunaan *white space*, hingga gaya yang lebih *playful* dengan ilustrasi *doodle* yang memberikan kesan ceria. Selain itu, penulis juga mengumpulkan referensi *frame* dengan gaya *layout collage-style* yang memanfaatkan berbagai

elemen seperti *polaroid frame*, *scrap paper*, *clipping*, dan lain sebagainya.



Gambar 3.38 Referensi Visual Desain Instagram *Story Frame*

Seluruh referensi yang telah dikumpulkan menjadi pertimbangan bagi penulis dalam menentukan arah desain yang sesuai dengan identitas visual Infinitee yang *simple* dan *youthful*. Berdasarkan hasil pengumpulan referensi, penulis mulai menentukan beberapa konsep desain, yang dikembangkan melalui sketsa awal. Pada tahap ini, penulis merumuskan dua konsep desain berbeda, dengan masing-masing terdiri dari tiga set *frame*, dan total enam alternatif *frame*. Kedua konsep tersebut dikembangkan berdasarkan *brief* supervisor, yakni desain yang *simple*, *clean*, dan tidak terlalu ramai namun tetap sesuai dengan karakter Infinitee yang ramah, ceria, dan dapat digunakan untuk berbagai konten produk.

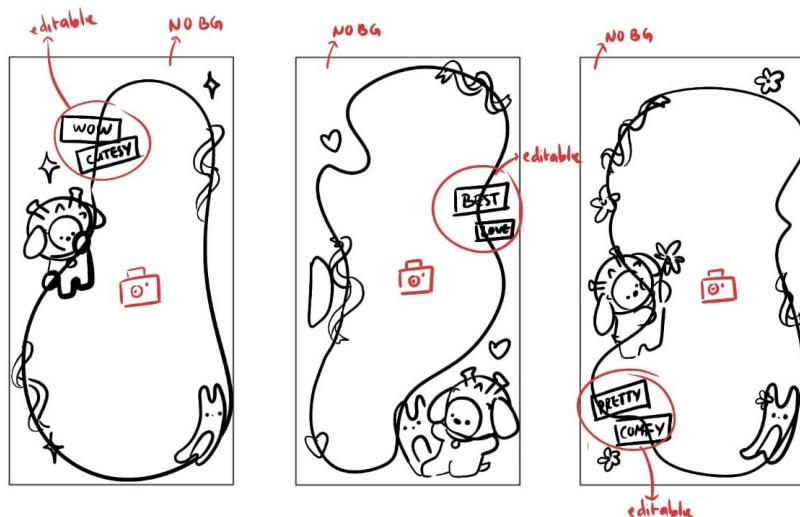


Gambar 3.39 Sketsa Desain Instagram *Story Frame* 1

Konsep pertama dikembangkan dengan pendekatan *collage style* yang memiliki desain sederhana dan rapi secara visual. Hal ini juga terinspirasi dari visual katalog, *lookbook*, maupun editorial *fashion* yang pada umumnya menampilkan kumpulan foto produk dalam komposisi yang bersih dan terstruktur. Foto-foto tersebut biasanya ditempatkan dalam bentuk kolase sederhana untuk menampilkan beberapa *angle* foto, detail produk, serta variasi *styling* dalam satu halaman. Estetika tersebut menjadi ide awal perancangan *frame* Instagram *story* Infinitee. Pendekatan ini juga sejalan dengan unggahan *story* Infinitee yang sering mengunggah foto produk sebagai salah satu bentuk promosi. Melalui penggunaan konsep *collage* sebagai frame, menciptakan kesan dimana Infinitee menyusun mini katalog dalam format Instagram *story*.

Dalam pengembangannya, penulis juga menggabungkan gaya *scrapbook* seperti lapisan kertas, sobekan kertas, hingga elemen *paper clip* yang seolah-olah, menjepit foto. Hal ini memberikan kesan foto bertumpuk atau kumpulan file yang digabungkan, dimana *brand fashion* cenderung memiliki banyak foto produk sebagai alternatif sebelum mempublikasikan foto tersebut. Penambahan elemen menjadi salah satu bentuk simbolisasi

dan dianggap relevan dengan keseharian brand Infinitee. Konsep ini kemudian dikembangkan dalam sketsa awal menjadi tiga set *frame* yang disesuaikan untuk tampilan dengan satu hingga tiga foto. Penyesuaian tersebut dilakukan agar tim sosial media memiliki fleksibilitas dalam menyesuaikan jumlah gambar yang ingin diunggah dalam satu unggahan.



Gambar 3.40 Sketsa Desain Instagram *Story Frame* 2

Konsep kedua yang dikembangkan oleh penulis sengaja dilakukan untuk kebutuhan visual yang lebih *playful* namun dengan gaya yang *minimalist*. Konsep ini terinspirasi dari cermin, yang secara simbolik memiliki makna refleksi. Dalam hal ini cermin menjadi medium bagi seseorang untuk mengapresiasi, melihat, dan menilai dirinya. Melalui konsep ini, penulis ingin menyampaikan gagasan bahwa setiap produk yang ditampilkan melalui *frame* tersebut menjadi cerminan dari gaya, kepercayaan diri, dan kebahagian yang dapat dirasakan oleh konsumen saat mengenakan produk Infinitee. Dalam artian lain, *frame* ini berfungsi sebagai *visual mirroring* ketika audiens melihat foto produk dalam *frame* akan muncul bayangan bahwa mereka akan terlihat *stylish* dan nyaman saat mengenakan produk. Oleh karena itu, penulis memilih

menjadikan bentuk cermin sebagai elemen visual utama dalam konsep kedua.

Desain cermin saat ini, tidak hanya terbatas pada bentuk-bentuk geometris saja melainkan banyak desain cermin dengan lengkungan abstrak dan non-simetris. Estetika tersebut kemudian diadaptasi ke dalam desain frame melalui penggunaan garis abstrak sehingga memberikan kesan yang lebih modern. Penulis juga menambahkan elemen tambahan seperti pita atau potongan kain yang melilit pada *frame*. Hal ini berkaitan erat dengan dunia *fashion* seperti produksi pakaian maupun proses *styling* sehingga sejalan dengan Infinitee sebagai *brand* pakaian. Dalam konsep ini, penulis juga menambahkan maskot Berry yang memiliki karakteristik ceria dan *friendly* sehingga mendukung konsep *playful* dan memperkuat karakter *brand*. Gestur Berry pada konsep kedua dirancang seolah sedang mengagumi atau memperhatikan foto yang nantinya ditempatkan di dalam *frame* sehingga memberikan kesan interaktif dan ceria. Sama seperti konsep pertama, konsep ini juga dikembangkan menjadi tiga variasi sketsa *frame* yang dapat digunakan sesuai kebutuhan konten.

Kedua konsep desain yang dirancang memiliki karakter visual yang berbeda sebagai opsi yang dapat disesuaikan dengan karakter produk yang ingin diunggah. Meski demikian, kedua konsep mempertahankan prinsip visual yang sederhana dan tidak berlebihan sehingga tidak mengganggu foto sebagai fokus utama. Konsep pertama memiliki gaya yang minimalis, bersih, dan rapi sehingga lebih cocok digunakan saat ingin mempromosikan koleksi pakaian bergaya *streetwear* atau *basic casual*. Sementara itu, koleksi pakaian dengan gaya yang *cute*, *colorful*, atau berhubungan dengan karakter, akan lebih cocok dengan konsep kedua yang lebih *playful*. Dalam kedua konsep, penulis juga memastikan setiap *frame*

memiliki area teks yang dapat diedit sesuai dengan kebutuhan. Fleksibilitas ini membantu tim sosial media dalam menyesuaikan informasi yang ingin disampaikan dengan konten yang diunggah seperti nama produk, ajakan melakukan pembelian, detail produk, promosi terbatas, maupun penjelasan singkat terkait pembaruan produk.

Sketsa desain dari kedua konsep tersebut kemudian dikonsultasikan dengan supervisor untuk mendapatkan evaluasi dan masukan sebelum melanjutkan ke tahap pengembangan desain final. Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan, supervisor memberi masukan mengenai ukuran *frame*. Keenam alternatif desain *frame* dinilai sudah baik secara estetis dan fungsional, hanya saja hal penting yang perlu diperhatikan adalah ukuran *frame*. Pembuatan *frame* untuk Instagram *story* bertujuan untuk menonjolkan produk Infinitee tanpa mengalihkan fokus utamanya. Oleh karena itu, beberapa bingkai dinilai memiliki ukuran yang kurang besar dan berpotensi menutupi foto produk yang akan diunggah. Berdasarkan masukan tersebut, penulis melakukan penyesuaian dengan memperluas area yang ditujukan untuk foto dan memastikan elemen dekoratif tidak menutupi ruang visual utama. Setelah melakukan penyesuaian, desain dikembangkan lagi dalam beberapa alternatif yang dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan konten.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.41 Desain Instagram Story Frame 1

Dalam proses finalisasi sketsa, penulis melakukan penyesuaian dan penyempurnaan dengan mengutamakan tampilan bersih dan minimalis yang sesuai dengan kebutuhan promosi Infinitee. Pada tahap ini, penulis mempertimbangkan berbagai hal termasuk tata letak, pemilihan warna, hingga tipografi. Warna yang digunakan dalam desain dominan dengan warna abu-abu muda dengan *tone* netral. Penggunaan warna netral sengaja dilakukan untuk memberikan kesan yang *clean*, rapi, dan profesional serta lebih sesuai dengan berbagai produk. Penambahan elemen seperti kelopak bunga dan bayangan, sengaja ditambahkan untuk menciptakan suasana yang tenang dan lembut, sehingga keseluruhan

tampilan terasa lebih harmonis tanpa menganggu fokus utama. Dalam pemilihan tipografi, penulis menggunakan dua jenis *font*, yaitu Abhaya Libre dan Dancing Script.

Font Abhya Libre merupakan jenis *font serif* dengan karakter huruf yang tegas rapi, dan memiliki keterbacaan yang tinggi sehingga cocok digunakan untuk informasi atau deskripsi mengenai produk. Penggunaan *font* ini memberikan kesan profesional dan rapi, sehingga selaras dengan konsep minimalis dan *clean*. Sedangkan Dancing Script, merupakan jenis *font script* yang lebih ekspresif dengan gaya tulisan tangan. Dancing Script memiliki karakter yang dinamis dan lembut sehingga lebih cocok digunakan untuk menarik perhatian dan menambahkan estetika secara keseluruhan. Penggabungan kedua *font* ini, menciptakan hierarki visual yang jelas dengan *font script* yang sengaja dibuat lebih besar untuk menarik perhatian dan *font serif* yang lebih kecil untuk informasi yang mendukung.

Dalam tata letak, *frame* foto menjadi elemen utama sehingga dominan diletakkan pada bagian tengah desain secara konsisten dengan ukuran yang besar. Elemen tambahan seperti sobekan kertas dan paper clip juga diletakkan pada sisi *frame* untuk memberikan penekanan pada fokus utama sekaligus memperkuat konsep *scrapbook* minimalis. Penempatan ini juga tetap mempertimbangkan komposisi desain secara keseluruhan, menghindari kemungkinan terjadinya desain terlihat penuh atau berlebihan. Pada desain dengan dua *frame*, terdapat penambahan elemen panah untuk memperjelas hubungan antara teks dan foto sehingga alur pembacaan menjadi lebih jelas dan terarah. Sementara untuk desain dengan tiga foto ditempatkan dengan hierarki yang jelas berdasarkan posisi *frame* dari bagian yang paling atas ke paling bawah, sehingga menciptakan kesan dinamis dan tidak terlalu kaku.



Gambar 3.42 Alternatif Desain Instagram *Story Frame* 1

Pada tahap ini, penulis juga melakukan eksplorasi tambahan untuk menghasilkan alternatif desain yang bisa digunakan sebagai alternatif visual lain yang lebih fleksibel. Eksplorasi ini sengaja dilakukan untuk menemukan kombinasi terbaik yang lebih sesuai dengan karakteristik Infinitee. Perbedaan utama dalam alternatif ini dapat terlihat dari penyesuaian *shadow* atau penggunaan bayangan. Versi awal dari desain ini menggunakan efek bayangan yang kuat dan memberikan kesan kedalaman. Sedangkan alternatif desain dibuat dengan bayangan yang lebih ringan, menciptakan tampilan yang lebih tenang dan minimalis. Penyesuaian bayangan ini juga dilakukan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya distraksi

visual dan menjaga fokus utama. Melalui alternatif ini, Infinitee dapat menyesuaikan tampilan *template* sesuai dengan preferensi dan karakteristik produk tertentu.



Gambar 3.43 Desain Instagram Story Frame 2

Pada finalisasi konsep kedua, penulis melakukan penyesuaian dan penyempurnaan desain dengan mengutamakan tampilan yang *playful* namun tetap sederhana, sesuai dengan kebutuhan koleksi produk Infinitee yang lebih *cute* dan *colorful*. Dalam proses pengembangannya, penulis mempertimbangkan berbagai hal termasuk pemilihan warna, tipografi, hingga tata letak. Warna menjadi salah satu hal penting yang dipertimbangkan dalam tahap ini. Mengingat bahwa foto produk yang diunggah oleh tim sosial

media memiliki latar belakang yang beragam dan tidak dapat diprediksi, memungkinkan *frame* menjadi kurang terlihat jika memiliki warna yang berdekatan atau serupa dengan latar belakang foto. Oleh karena itu, penulis menggunakan warna putih yang bersifat netral dengan kontras yang baik dengan berbagai jenis *background*. Penambahan efek *shadow* halus di sekeliling bingkai, juga sengaja dilakukan untuk memberikan penekanan serta dimensi kedalaman sehingga meningkatkan keterjelasan *frame* dan membuat keseluruhan tampilan menjadi lebih menarik.

Dalam tipografi, penulis menggunakan *font* More Sugar dengan gaya *handwriting* yang memiliki karakter ramah dan *cute*. Penggunaan *font* ini memperkuat nuansa *playful* dan *youthful* sesuai dengan konsep yang diangkat. *Font* More Sugar memiliki karakteristik bentuk yang tebal dan *rounded* sehingga cocok digunakan untuk teks singkat yang digunakan untuk menarik perhatian audiens. Dalam pengembangannya, konsistensi ketebalan garis dalam setiap desain juga diperhatikan. Konsistensi ketebalan garis membantu dalam menjaga konsistensi visual sehingga tampilan yang dihasilkan akan terlihat lebih profesional, rapi, dan kohesif. Selain itu, maskot Berry dan elemen pendukung seperti pita, kelinci, serta elemen dekoratif lainnya, diletakkan secara seimbang pada area tepi sehingga memberikan ruang visual yang cukup dan tidak menutupi foto utama

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.44 Alternatif Desain Instagram *Story Frame* 2

Eksplorasi desain juga dilakukan untuk mengembangkan alternatif desain untuk memastikan fleksibilitas dan kecocokan *frame* ketika diaplikasikan pada berbagai jenis foto produk. Hal ini

dilakukan untuk memastikan *frame* dapat terlihat jelas dan harmonis ketika dipasangkan dengan berbagai foto dengan warna latar belakang yang berbeda. Perbedaan utama pada alternatif ini terdapat pada penggunaan warna bingkai, mulai dari pewarnaan yang *multicolor* hingga monokrom hitam dan putih. Meskipun demikin, warna maskot Berry tetap dipertahankan dengan warna aslinya untuk menjaga konsistensi identitas visual. Palet warna Berry juga digunakan untuk versi bingkai *multicolor*. Hal ini dilakukan untuk menjaga keselarasan dengan gaya visual Infinitee sekaligus menghadirkan nuansa ceria dan *playful* pada keseluruhan desain.

Sementara itu, versi monokrom hitam dan putih dibuat dengan pendekatan yang lebih minimalis. Bingkai dibuat lebih sederhana dengan menghadirkan *outline* saja tanpa ada pewarnaan pada elemen lainnya. Hal ini dilakukan sebagai alternatif *frame* yang dapat digunakan ketika foto produk memiliki *tone* warna yang kuat atau kompleks. Bingkai dengan *outline* hitam memberikan kontras tinggi untuk foto dengan latar belakang yang lebih terang, sedangkan bingkai dengan *outline* putih cocok digunakan untuk foto dengan warna latar belakang yang lebih gelap. Melalui alternatif ini, memberikan fleksibilitas bagi Infinitee dalam memilih jenis *frame* yang paling sesuai dengan gaya dan konsep produk, dengan tetap sejalan dengan identitas *brand*.

Secara keseluruhan, proyek Instagram *story frame* menjadi salah satu media pendukung yang berperan penting dalam aktivitas promosi Infinitee khususnya di media sosial. Melalui perancangan desain Instagram *story frame*, meningkatkan nilai estetis serta daya tarik konten promosi Infinitee sehingga berpotensi dalam meningkatkan perhatian audiens. Hal ini juga meningkatkan ketertarikan untuk mengetahui lebih jauh mengenai produk yang sedang dipromosikan sehingga mendorong terjadinya interaksi

antara audiens dengan *brand*. Dengan demikian, perancangan ini tidak hanya berkontribusi dalam peningkatan kualitas visual konten, melainkan turut memperkuat identitas *brand* melalui gaya yang konsisten. Proyek ini memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami pentingnya desain yang adaptif terhadap konteks penggunaannya. Melalui proyek ini, juga meningkatkan kemampuan penulis dalam penerapan desain grafis di media sosial dan dalam menghasilkan desain yang relevan, aplikatif, dan bernilai bagi perusahaan.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang di Infinitee sebagai *Graphic Design Intern*, penulis mendapatkan banyak pengalaman dalam proses pengerjaan proyek desain maupun penyesuaian dengan sistem kerja perusahaan. Hal tersebut tidak terlepas dari berbagai tantangan yang muncul terutama berkaitan dengan alur kerja, komunikasi, serta penyesuaian terhadap kebutuhan perusahaan. Meskipun demikian, setiap kendala yang muncul selama masa magang menjadi bagian penting dari proses pembelajaran, karena mendorong penulis untuk beradaptasi, mencari strategi penyelesaian yang tepat, dan meningkatkan kemampuan dalam bekerja secara profesional. Berikut merupakan penjabaran kendala yang dihadapi serta solusi yang diterapkan selama proses magang berlangsung.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Dalam proses pelaksanaan kerja magang, penulis menghadapi berbagai kendala yang berkaitan dengan alur kerja, komunikasi, serta teknisi perancangan desain. Berikut merupakan uraian kendala yang dialami penulis selama pelaksanaan kerja magang.

1. Kendala komunikasi dalam sistem *work from home*.

Selama proses magang, penulis bekerja dengan sistem *work from home* (WFH). Hal ini menyebabkan seluruh diskusi dilakukan melalui pesan teks sehingga memungkinkan proses komunikasi antara penulis dan

supervisor tidak berjalan secara optimal. Hal ini berpotensi menyebabkan terjadinya miskomunikasi atau adanya salah penafsiran mengenai *brief* atau kebutuhan desain, mengingat penulis tidak dapat berdiskusi secara langsung dan melakukan klarifikasi secara cepat. Selain itu, supervisor yang juga merangkap sebagai manajer terkadang memiliki jadwal yang padat, sehingga respon yang diterima sering kali tertunda. Kondisi tersebut akhirnya berpengaruh pada kelancaran proses perancangan desain.

2. Pedoman visual *brand* yang kurang memadai.

Selama proses magang, penulis menemukan bahwa Infinitee masih belum memiliki pedoman identitas visual yang baku, seperti paduan warna, tipografi, ilustrasi, maupun gaya grafis. Hal ini mengharuskan penulis untuk melakukan interpretasi secara mandiri terhadap gaya visual *brand*. Kondisi ini menyebabkan proses perancangan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk memastikan desain tetap sejalan dengan karakter Infinitee. Selain itu, minimnya paduan visual juga berpotensi menimbulkan perbedaan persepsi antara penulis dengan supervisor mengenai gaya desain yang diinginkan.

3. Proses kerja yang berjalan secara mandiri.

Dalam proses pelaksanaan magang, penulis menjalankan sebagian besar proses perancangan secara mandiri. Hal ini juga disebabkan karena tidak adanya akses komunikasi dengan divisi kreatif lainnya, sehingga seluruh koordinasi dan diskusi hanya dilakukan dengan supervisor yang juga memiliki tanggung jawab operasional yang besar. Kondisi tersebut membuat penulis harus melakukan mengambil banyak keputusan desain secara independen, sekaligus menuntut penulis untuk lebih berhati-hati dan teliti dalam menentukan gaya visual, komposisi, maupun elemen desain agar tetap sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam mengatasi berbagai kendala yang muncul selama proses magang, penulis menerapkan langkah penyelesaian yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi kerja. Solusi-solusi ini bertujuan dalam menjaga kelancaran proses perancangan dan memastikan setiap pekerjaan dapat diselesaikan secara efektif. Berikut merupakan uraian solusi yang dilakukan penulis dalam menghadapi kendala selama pelaksanaan kerja magang.

1. Melakukan pembaruan progres secara berkala.

Sebagai solusi dalam mengatasi kendala komunikasi selama proses kerja daring, penulis secara proaktif memberikan progress secara rutin mengenai perkembangan setiap proyek. Selain itu, penulis juga menyusun seluruh pertanyaan mengenai klarifikasi maupun masukan mengenai desain dalam satu rangkuman pesan yang rapi dan terfokus, agar supervisor dapat memberikan tanggapan dengan lebih efisien. Pendekatan ini membantu mengurangi risiko miskomunikasi sekaligus memastikan alur kerja tetap berjalan walaupun tidak mendapatkan respon secara cepat.

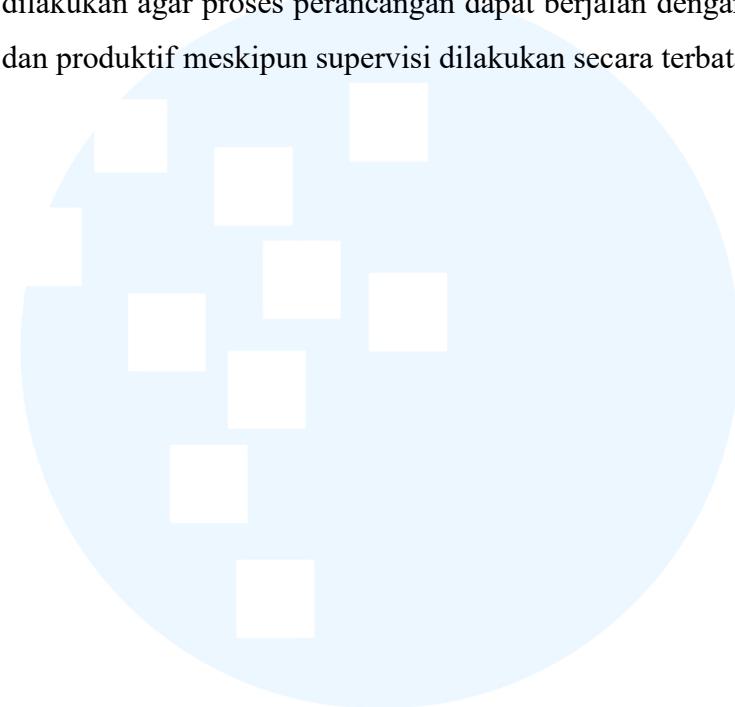
2. Melakukan riset visual secara mandiri untuk memahami identitas *brand*.

Sebagai solusi atas minimnya pedoman visual *brand*, penulis melakukan riset secara mandiri terhadap konten media sosial Infinitee, produk-produk sebelumnya, serta tren visual pada industri *fashion*. Berdasarkan hasil riset tersebut, penulis menyusun pedoman visual sementara yang mencakup pilihan warna, gaya ilustrasi, tipografi, serta *tone* visual yang sesuai dengan identitas Infinitee. Melalui pedoman tersebut, proses perancangan menjadi lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik *brand*.

3. Menyusun alur kerja secara mandiri dan menyediakan alternatif desain.

Dalam menghadapi proses kerja yang sebagian besar dilakukan secara mandiri, penulis mengembangkan alur kerja pribadi yang sistematis, mulai dari pembuatan konsep, eksplorasi desain, hingga evaluasi diri.

Penulis juga menyediakan beberapa alternatif desain pada setiap proyek sehingga mempermudah supervisor dalam memilih opsi terbaik tanpa perlu melakukan proses revisi yang terlalu panjang. Strategi ini dilakukan agar proses perancangan dapat berjalan dengan lebih efisien dan produktif meskipun supervisi dilakukan secara terbatas.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA