

BAB III

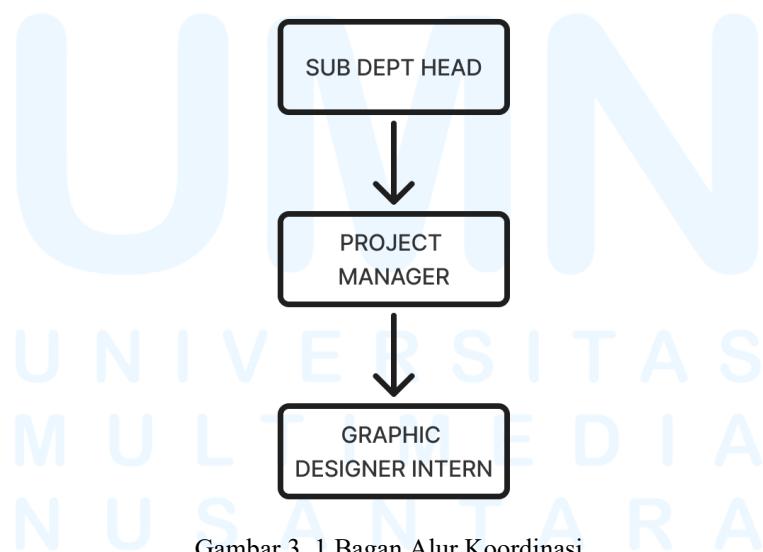
PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalankan magang di PT Astra International Tbk – Honda, penulis memiliki tanggungjawab sebagai *Graphic Designer Intern* di bawah divisi *Human Capital*. Dalam melakukan proses bekerja, penulis dibimbing oleh supervisor untuk menghasilkan desain yang dibutuhkan. Adapun penulis akan menjelaskan mengenai kedudukan dalam melaksanakan kerja serta alur komunikasi dalam penyelesaian desain.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Dengan menjadi *Graphic Designer Intern* dalam divisi *Human Capital* di PT Astra International Tbk – Honda. Penulis memiliki kedudukan dibawah bimbingan *project manager* dengan panduan dari *Human Capital Sub Dept.* Berikut merupakan bagan kedudukan penulis selama melaksanakan magang.



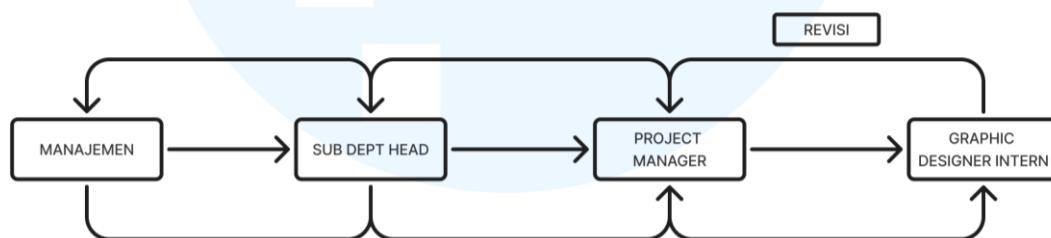
Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

Dengan menjadi *Graphic Designer Intern*, penulis mengerjakan kebutuhan perusahaan dalam bidang desain. Setiap desain yang dihasilkan

akan diasistensikan kepada *Project Manager*. Setelah *Project Manager* setuju dengan hasilnya, desain akan diteruskan kepada *Sub Dept Head* untuk ditinjau kembali sebelum dipublikasikan. Adapun sebagai *Graphic Designer Intern*, penulis memiliki beberapa tanggung jawab dalam mendesain untuk kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan oleh Astra Motor.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam menyelesaikan tugas sebagai *Graphic Designer Intern*, penulis melakukan komunikasi dengan beberapa pihak di dalam divisi *Human Capital*. Koordinasi ini dilakukan untuk memudahkan dalam proses pemberian *brief* hingga pemberian revisi terhadap desain. Berikut ini merupakan alur koordinasi yang dilakukan selama penulis melaksanakan kegiatan magang.



Gambar 3. 2 Bagan Alur Koordinasi

Sebelum melakukan proses perancangan, penulis akan mendapatkan *brief* dari *Project Manager*. Kemudian, penulis akan memulai proses perancangan dan setelah selesai, desain akan diasistensikan kepada *Project Manager*. Penulis akan mendapatkan *feedback* berupa revisi desain pertama. Setelah revisi dilakukan dan mendapat *approval* dari *Project Manager*, desain akan diteruskan kepada *Sub Dept Head* dan akan ditinjau dan diberikan *feedback* untuk revisi desain kedua. Desain dikatakan selesai ketika mendapatkan *approval* dari *Project Manager* dan *Sub Dept head*. Namun terdapat beberapa desain yang dihasilkan harus melalui *approval* dari manajemen. Dimana setelah mendapatkan *approval* dari *Project Manager* dan *Sub Dept Head* desain akan diajukan kepada manajemen sebagai peninjau

terakhir. Setelah *feedback* diberikan, maka penulis akan melakukan revisi terakhir dan mendapatkan *approval* seluruh pihak.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan magang, tentunya penulis mendapatkan tugas untuk menghasilkan desain. Beberapa desain dirancang untuk memenuhi visualisasi kegiatan yang diselenggarakan oleh Astra Motor. Beberapa kegiatan yang dipegang oleh penulis meliputi, *Astra Motor Business Case Competition*, *Astra Motor Campus Network*, *Astra Motor Family Day*, dan *Astra Motor Movement*. Berikut ini merupakan penjabaran kegiatan pembuatan desain yang penulis lakukan selama menjadi *Graphic Designer Intern* di Astra Motor.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	2—4 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none">• <i>Astra Motor Business Case Competition</i>• <i>Astra Motor Campus Network</i>	<ul style="list-style-type: none">• Membuat logo untuk kegiatan <i>Astra Motor Business Case Competition</i>• Membuat logo untuk kegiatan <i>Astra Motor Campus Network</i>
2	7—11 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none">• <i>Astra Motor Business Case Competition</i>• BEST	<ul style="list-style-type: none">• Membuat media promosi (<i>story instagram</i> dan <i>poster</i>) untuk kegiatan <i>Astra Motor Business Case Competition</i>• Melakukan revisi <i>layout</i> untuk meningkatkan kualitas GSM "BEST"
3	14—18 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none">• <i>Vacancy</i>• <i>Fututure Leader Program Development</i>	<ul style="list-style-type: none">• Membuat desain untuk <i>story instagram</i> <i>vacancy hirin logistic controller</i>• Membuat desain untuk poster <i>Future Leader Development Program</i>

			<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain untuk brosur <i>Future Leader Development Program</i> • Membuat aset gedung Honda sebagai aset untuk <i>Thumbnail company profile</i>
4	21—25 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • <i>Collateral</i> (jersey Astra Motor) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain spanduk untuk <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • Membuat desain <i>powerpoint</i> untuk <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • Membuat <i>Jersey</i> untuk Astra Motor
5	28 Juli—1 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • <i>Vacancy</i> • <i>Collateral</i> (jersey Astra Motor) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>mockup</i> papan pemenang untuk <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • Membuat <i>story</i> & <i>poster</i> perpanjangan registrasi <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • Membuat desain sertifikat <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • Membuat desain <i>story</i> <i>instagram</i> untuk <i>vacany hiring legal analyst</i> • Membuat <i>mock up</i> untuk desain <i>Jersey</i> Astra Motor
6	4—8 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fututure Leader Program Development</i> • <i>Collateral</i> (jersey Astra Motor) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>story</i> <i>instagram</i> untuk <i>hiring Future Leader Development Program</i> • Membuat alternatif tambahan untuk desain <i>jersey</i> Astra Motor

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vacancy</i> • <i>Astra Motor Campus Network</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>story</i> <i>instagram</i> untuk <i>hiring finance supervisor</i> • Membuat desain <i>banner</i> untuk <i>Astra Motor Campus Network</i>
7	11—15 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vacancy</i> • <i>Astra Motor Campus Network</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain untuk <i>story</i> <i>instagram</i> <i>hiring big bike supervisor</i> • Membuat desain untuk <i>story</i> <i>instagram</i> dan poster <i>hiring region supervisor</i> • Menambahkan alternatif untuk <i>banner Astra Motor Campus Network</i>
8	18—22 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vacancy</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat aset 12 <i>main dealer</i> Honda untuk <i>story</i> dan poster <i>hiring region supervisor</i> • Membuat aset 12 <i>landmark region</i> untuk <i>story</i> dan poster <i>hiring region supervisor</i>
9	25—29 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Family Day</i> • NEOP, FLDP, BHDP 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat alternatif logo untuk <i>Family Day</i> • Membuat <i>template powerpoint</i> untuk 3 macam training (NEOP, FLDP, BHDP)
10	1—5 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> • NEOP, FLDP, BHDP 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>template undangan</i> untuk 2 macam training (NEOP, FLDP) • Menambahkan alternatif <i>template powepoint</i> untuk 3 macam training (NEOP, FLDP, BHDP)

11	8—12 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • NEOP, FLDP, BHDP 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengerjakan revisi desain <i>mock up Astra Motor Business Case Competition</i> regional • Melakukan revisi <i>template powerpoint</i> untuk 3 macam training (NEOP, FLDP, BHDP) • Melakukan revisi undangan untuk 2 macam training (NEOP, FLDP)
12	15—19 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Family Day</i> • <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • <i>Astra Motor Campus Network</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyelesaikan logo untuk <i>Family Day</i> • Membuat desain untuk poster <i>teaser Astra Motor Family Day</i> • Membuat desain untuk <i>x-banner</i> dan <i>virtual background</i> untuk <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • Membuat <i>story recap</i> berjalannya <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • Membuat sertifikat <i>Astra Motor Business Case Competition</i> untuk <i>region</i> Bali dan Papua • Membuat desain untuk <i>x-banner</i> dan <i>virtual background</i> untuk <i>Astra Motor Campus Network</i>
13	22—26 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Family Day</i> • <i>Astra Motor Business</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain kaos <i>Astra Motor Family Day</i> • Melakukan revisi desain <i>story</i> untuk <i>recap AMBCC</i>

		<i>Case Competition</i>	
14	29 September—3 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Family Day</i> • <i>Astra Motor Business Case Competition</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>reveal</i> tanggal dan lokasi untuk <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat alternatif baru untuk desain kaos <i>Astra Motor Family Day</i> • Menambahkan dokumentasi <i>region</i> terbaru pada <i>story recap Astra Motor Business Case Competition</i>
15	6—10 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Family Day</i> • <i>Astra Motor Campus Network</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat template desain lomba mewarnai untuk <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat desain kupon untuk <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat desain <i>hand tag</i> untuk bingkisan anak <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat <i>video looping background</i> kegiatan <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat desain untuk <i>banner</i> dan <i>x-banner</i> <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat <i>cover highlight</i> untuk kegiatan <i>AMCN</i> dan <i>#LifeatAstraMotor</i>

MULTIMEDIA
NUSANTARA

16	13—17 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Family Day</i> • <i>Astra Motor Movement</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>frame photobooth</i> untuk kegiatan <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat <i>frame story instagram</i> untuk <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat poster <i>reminder</i> untuk <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat <i>guidance website</i> untuk kegiatan <i>Astra Motor Family Day</i> • Membuat logo <i>Astra Motor Movement</i>
17	20—24 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Movement</i> • <i>Astra Motor Business Case Competition</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster dan <i>story instagram</i> untuk <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat desain banner dan <i>x-banner</i> <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat sertifikat untuk <i>Astra Motor Business Case Competition</i> untuk <i>region</i> baru
18	27—31 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Movement</i> • <i>Astra Motor Business Case Competition</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>feeds</i> untuk <i>open recruitment Astra Motor Movement</i> • Membuat <i>thank you card</i> dan <i>sorry card</i> untuk kegiatan <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat desain poster <i>recap dokumentasi</i> untuk kegiatan <i>Astra Motor Business Case Competition</i>

			<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>thank you card</i> untuk kegiatan <i>Astra Motor Business Case Competition</i>
19	3—7 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Movement</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain simbol penyerahan bantuan <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat desain <i>desk name</i> <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat desain sertifikat untuk <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat desain <i>id card</i> untuk <i>Astra Motor Movement</i>
20	10—14 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Movement</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain <i>sticker</i> untuk <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat desain <i>collateral</i> (baju dan topi) untuk <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat desain <i>template powerpoint</i> <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat desain <i>virtual background</i> untuk <i>Astra Motor Movement</i>
21	17—21 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Movement</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>backdrop</i> untuk kegiatan <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat spanduk untuk kegiatan <i>Astra Motor Movement</i> • Membuat <i>banner</i> dan <i>x-banner</i> untuk <i>Astra Motor Movement</i>

			<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain <i>signage</i> tempat sampah untuk <i>Astra Motor Movement</i>
22	24—28 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Astra Motor Career</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat feeds untuk kegiatan <i>Astra Motor Business Case Competition</i> • . • , <i>Astra Motor Campus Network</i>, dan <i>Astra Motor Movement</i>.

Melalui tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penulis mengerjakan 2 sampai 6 proyek setiap minggunya. Proyek utama yang dikerjakan oleh penulis adalah desain media promosi untuk kegiatan *Astra Motor Business Case Competition*. *Output* desain yang penulis hasilkan cukup beragam mulai dari logo, media promosi, media collateral, dan kebutuhan desain lainnya. Adapun selain membuat desain untuk kegiatan – kegiatan yang diselenggarkan oleh Astra Motor, penulis juga membuat beberapa desain untuk media sosial [@astramotorcareer](https://www.instagram.com/astramotorcareer).

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

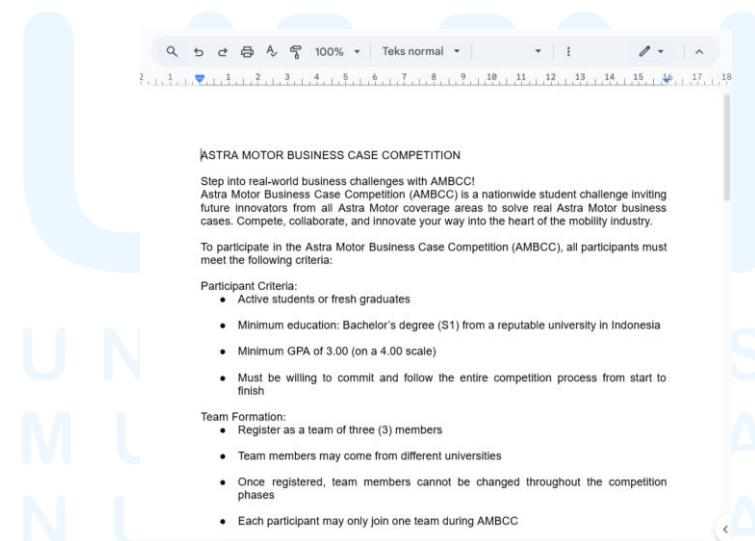
Dalam uraian pelaksanaan magang, penulis akan menjelaskan mengenai proyek – proyek yang dikerjakan. Tugas utama yang dikerjakan oleh penulis adalah merancang media promosi untuk kegiatan *Astra Motor Business Case Competition*. Adapun proyek lain yang penulis kerjakan seperti membuat media collateral untuk *Astra Motor Movement*, desain *story* dan *feeds* instagram [@astramotorcareer](https://www.instagram.com/astramotorcareer), *Guide Book Astra Motor Family Day*, dan logo *Astra Motor Campus Network*. Maka dari itu, penulis akan menjabarkan setiap proses perancangan yang dilaksanakan sampai menghasilkan desain akhir yang sesuai dengan standar yang dimiliki oleh perusahaan. Metode perancangan yang digunakan dalam proses pelaksanaan kerja meliputi pemberian *brief*, penentuan *moodboard*, proses perancangan desain, dan finalisasi. Metode ini dilakukan mengikuti dengan alur kerja yang dilakukan di perusahaan.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Perancangan

Dalam melaksanakan proses magang di PT Astra Internationa Tbk – Honda, penulis dipercaya untuk merancang media promosi *Astra Motor Business Case Competition*. Perancangan ini dilakukan untuk mendukung proses memperkenalkan kompetisi ke masyarakat serta menjadi sarana promosi dan menarik minat mahasiswa untuk mengikuti kompetisi ini. *Astra Motor Business Case* sendiri merupakan kegiatan perlombaan untuk menemukan ide serta inovasi berbisnis di lingkup perguruan tinggi. Kegiatan ini dilaksanakan di 12 *region main dealer* Astra Motor. Berikut ini merupakan penjelasan proses kreatif yang dilakukan oleh penulis

1. Pemberian *Brief Desain*

Proses diawali dengan pemberian *brief desain*. Dengan durasi pelaksanaan kegiatan yang panjang maka penulis tidak menerima keseluruhan *brief* secara bersamaan namun bertahap. Adapun *brief* utama diberikan dalam bentuk pesan *whatsapp*, *google docs*, dan secara lisan. Pada tahap ini penulis mendapatkan arahan untuk membuat desain poster promosi untuk kegiatan *Astra Motor Business Case Competition*.



Gambar 3.3 Brief poster Astra Motor Business Case Competition

Terdapat beberapa ketentuan yang harus diikuti oleh penulis yaitu, mencantumkan logo utama Astra Motor, mencantumkan media sosial Astra

Motor Career, serta mencantumkan logo *Astra Motor Business Case Competition* pada media promosi. Penulis diberikan kebebasan dalam menentukan konsep poster yang akan dibuat. Karena akan dilaksanakan pada 12 daerah *region Main Dealer*, *Project Manager* meminta penulis untuk membuat 12 desain poster dengan elemen yang dapat mewakili setiap region. *Project Manager* juga menambahkan permintaan 2 ukuran poster yang berbeda yaitu 21 cm x 29,7 cm dan 1080 x 1920 px.

2. *Moodboard* Desain

Setelah menerima *brief* yang diberikan oleh *Project Manager*, penulis menentukan *moodboard* sebagai landasan dalam menghasilkan desain. Proses konseptual dalam menyusun *moodboard* dilakukan secara eksploratif. Hal ini mengacu ke target anak muda yaitu mahasiswa. Sehingga referensi yang dihasilkan memiliki konsep yang menyenangkan dan ceria. Sesuai permintaan *Project Manager* mengenai aset yang mewakili setiap daerah *main dealer*, penulis turut mencantumkan referensinya ke dalam *moodboard*.



Gambar 3. 4 *Moodboard* Astra Motor Business Case Competition

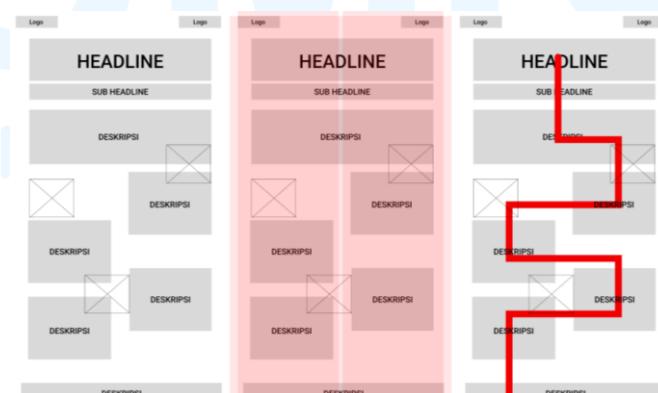
Visualisasi yang ingin dihasilkan oleh penulis di dominasi dengan aset – aset *retro digital* seperti *paint tool*, *folder*, *pointer mouse*. Pemilihan warna yang cerah dan kotas dapat memberikan tampilan yang lebih cerah pada poster. Berdasarkan referensi yang digunakan, gaya visual yang dipilih sudah disesuaikan dengan preferensi target audiens yaitu anak muda khususnya mahasiswa.

3. Perancangan Desain

Ketika *moodboard* dan konsep berhasil dibangun, penulis melanjutkan proses perancangan dengan membuat digitalisasi desain pada aplikasi figma. Aplikasi ini dipilih untuk memudahkan mobilisasi penulis dan *Project Manager* dalam melakukan asistensi desain. Adapun pada desain dibuat dengan ukuran 1080 x 1920 px dengan menggunakan *format color* RGB agar dapat dipublikasikan melalui instagram.

Dalam perancangan media informasi ini, penulis perlu menekankan struktur informasi yang tepat baik secara hierarki, *layout*, dan alur membaca. Tahap ini dilakukan agar informasi dapat tersampaikan dengan jelas, efektif, dan mudah dipahami oleh audiens. Pengimplementasian hierarki yang dimuat dalam poster dapat terlihat dengan adanya *headline* yang dibuat dengan teks paling besar sebagai fokus utama audiens ketika melihat poster, *sub headline*, deskripsi, dan aset visual pendukung.

Adapun *layout* yang digunakan terdiri atas 2 *column* dan 1 *row* dengan *margin* 40 px dan *gutter* 20 px. Alur membaca informasi dibuat *zig-zag* dengan tujuan agar pembaca dapat mendapatkan informasi secara bertahan namun tetap terstruktur. Alur ini juga membuat desain terlihat lebih dinamis dan tidak monoton.



Gambar 3.5 Layout poster *Astra Motor Business Case Competition*

Untuk aset tertentu seperti *landmark*, flora, dan fauna yang digunakan, didapatkan dari sumber gambar internet yaitu, *freepik.com*. Tentunya aset yang diambil melalui internet merupakan aset yang bebas lisensi penggunaanya. Setelah berdiskusi dengan *Project Manager*, warna yang digunakan pada setiap poster memiliki keunikan yang menonjolkan keunikan masing – masing daerah.

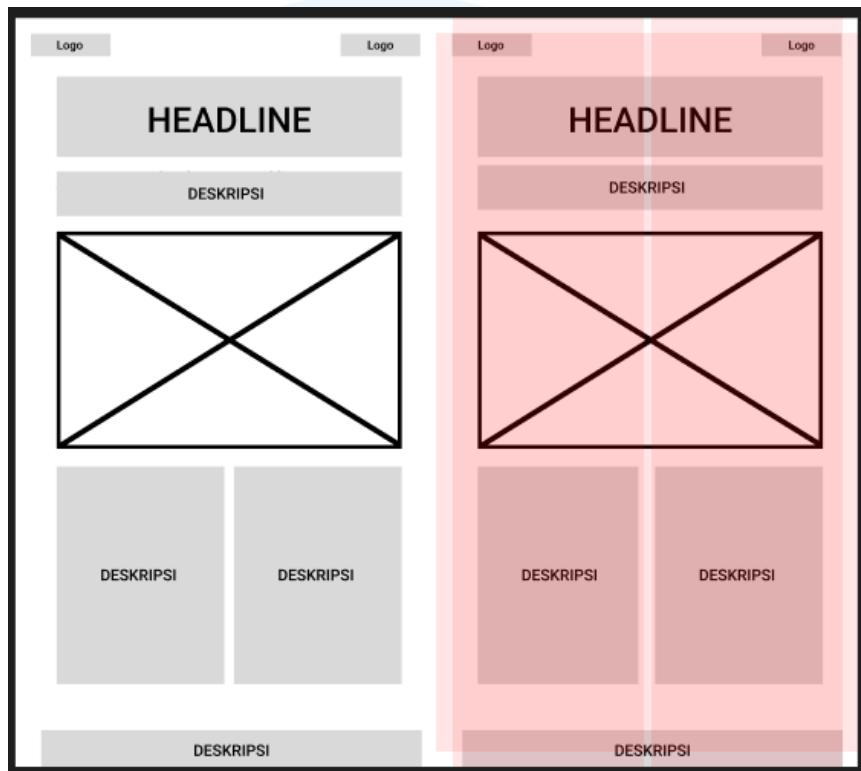


Gambar 3.6 Digitalisasi poster Astra Motor Business Case Competition

Setelah keseluruhan poster selesai dibuat desain diajukan oleh *Project Manager* kepada *Sub Dept Head* untuk menerima persetujuan publikasi. Namun, penulis mendapatkan revisi *major* dimana keseluruhan desain harus dirombak karena kurang memvisualisasikan konsep “*Business case*” yang profesional. Penulis kembali membuat ulang poster dimana desain untuk setiap *regionnya* akan dibuat sama. Penggunaan aset juga diminimalisir agar informasi yang ingin disampaikan menjadi fokus utama pada poster.

Konten yang dimuat dalam poster masih mengikuti poster sebelumnya yang terdiri atas *headline*, *sub headline*, deskripsi, dan aset visual pendukung. Adapun *layout* yang digunakan terdiri atas 2 *column* dan 1 *row* dengan *margin* 40 px dan *gutter* 20 px. Namun terdapat perbedaan dalam alur membaca informasi. Jika pada poster sebelumnya informasi

dibuat dengan *layout* yang lebih menyebar. Pada poster ini, penulis memilih untuk memfokuskan informasi pada satu bagian saja agar tidak ada informasi yang terlewatkan.



Gambar 3. 7 Revisi Layout poster *Astra Motor Business Case Competition*

Pada poster yang sudah direvisi, penulis menggunakan 1 ilustrasi sebagai aset visual yang paling mewakili konsep *business case*. Dikarenakan keterbatasan waktu revisi dengan *deadline* jadwal posting konten, maka penulis dan *Project Manager* sepakat untuk mengambil ilustrasi dari situs *freepik.com*. Jika pada desain sebelumnya konsep yang dibangun adalah *modern* dan *fun*, maka pada poster ini penulis lebih menonjolkan visualisasi yang profesional dan minimalis. Warna biru dipilih sebagai warna primer pada desain untuk mewakili warna perusahaan Astra Motor. Selain itu, warna biru dapat membangun kepercayaan target audiens terhadap kredibilitas kegiatan.



Gambar 3. 8 Digitalisasi poster revisi *Astra Motor Business Case Competition*

Pada poster yang sudah direvisi, penulis menggunakan 1 ilustrasi sebagai aset visual yang paling mewakili konsep *business case*. Dikarenakan keterbatasan waktu revisi dengan *deadline* jadwal posting konten, maka penulis dan *Project Manager* sepakat untuk mengambil ilustrasi dari situs *freepik.com*. Jika pada desain sebelumnya konsep yang dibangun adalah *modern* dan *fun*, maka pada poster ini penulis lebih menonjolkan visualisasi yang profesional dan minimalis. Warna biru dipilih sebagai warna promer pada desain untuk mewakili warna perusahaan Astra Motor. Selain itu, warna biru dapat membangun kepercayaan target audiens terhadap kredibilitas kegiatan.

Kemudian, penulis diminta untuk melakukan pembaharuan pada illustrasi yang sebelumnya menggunakan aset dari internet. Penulis kembali membuat *moodboard* untuk menentukan konsep dan *artstyle* yang akan dipilih untuk menjadi referensi pembuatan aset. Konsep yang menggabungkan elemen edukasi dan teknologi mampu merepresentasikan tujuan kegiatan yang berorientasi pada pengembangan inovasi. Pendekatan visual ini juga dapat memenuhi konsep yang profesional yang ingin dibangun.



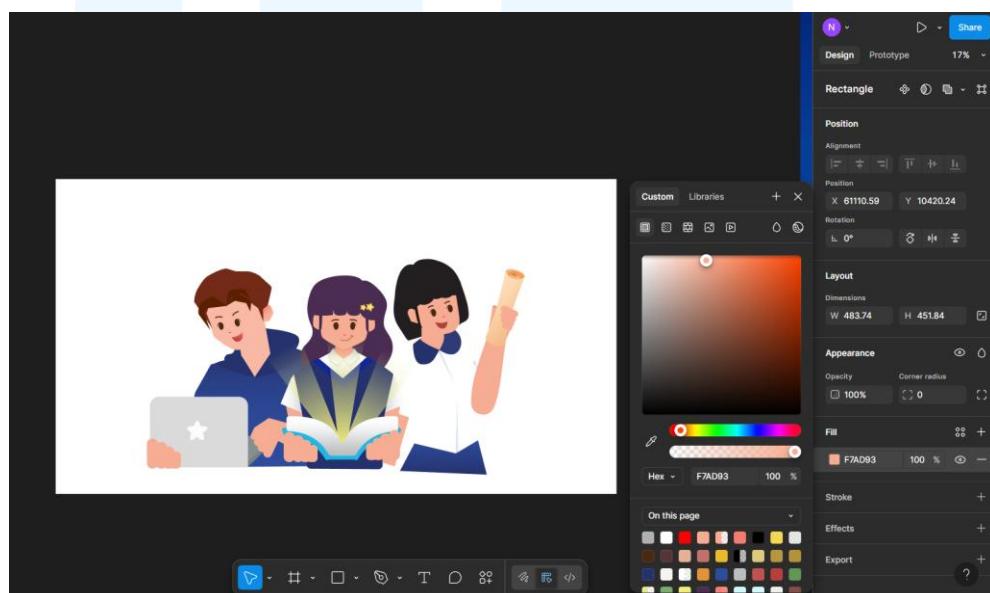
Gambar 3. 9 Revisi moodboard poster *Astra Motor Business Case Competition*

Emphasis memberi penekanan agar sebuah elemen menjadi pusat utama (Rustan, 2017) Maka untuk media promosi ini, penulis membuat sketsa dimana terdapat 3 orang sebagai fokus utama yang melambangkan mahasiswa. Terdapat mahasiswa yang memegang laptop menggambarkan kegiatan riset. Mahasiswa dengan buku yang bersiner menggambarkan ide. Mahasiswa dengan gulungan kertas melambangkan perencanaan. Diharapkan visualisasi ini dapat menggambarkan tujuan utama yang ingin dicapai oleh *Astra Motor Business Case Competition* yaitu, menghasilkan insan muda yang memiliki banyak ide dan kreativitas untuk berinovasi dan mampu melakukan riset terhadap kebutuhan di masyarakat.



Gambar 3.10 Sketsa aset manusia *Astra Motor Business Case Competition*

Setelah selesai, sketsa kemudian dibuat diubah ke dalam bentuk digital menggunakan aplikasi figma. Aset dibuat dalam bentuk *vector* untuk memudahkan proses *editing* dan *coloring*. Proses pewarnaan sendiri dimulai dengan memberikan *base color* pada aset. Warna yang digunakan kembali di dominasi oleh warna biru yang mengikuti *color palette* yang sudah ditentukan. Selain itu, warna yang vibrant dipilih agar aset dapat menonjol dan menjadi daya tarik pada poster. Diharapkan penggunaan warna ini dapat menjaga konsistensi konsep dan dapat memberikan kesan profesional dan kredibel.



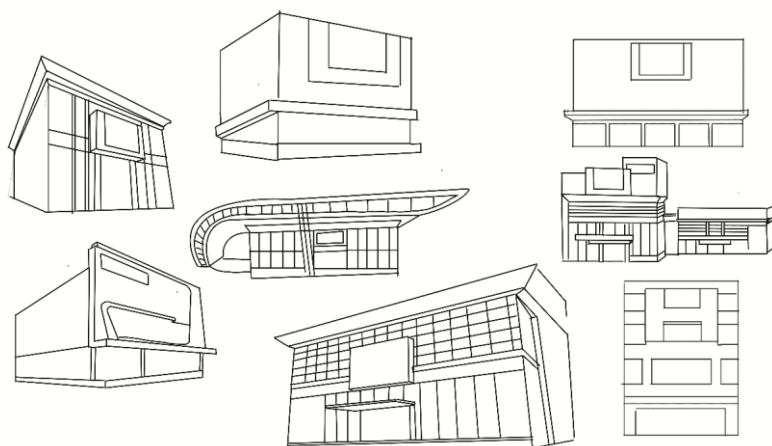
Gambar 3.11 Digitalisasi aset manusia *Astra Motor Business Case Competition*

Untuk membuat aset menjadi lebih hidup dan berdimensi penulis menambahkan *shadow* dan *shading*. Adanya bayangan dan gradasi ditentukan dari arah sumber cahaya utama yaitu, buku yang terbuka. Area di atas buku ditambahkan shading berwarna kuning untuk memberikan efek cahaya pada wajah 3 orang yang menjadi objek utama. Adapun penambahan shadow dilakukan agar aset manusia dua tengah ilustrasi dapat terlihat berdiri di depan dua aset manusia lainnya.



Gambar 3.12 Finalisasi aset manusia Astra Motor Business Case Competition

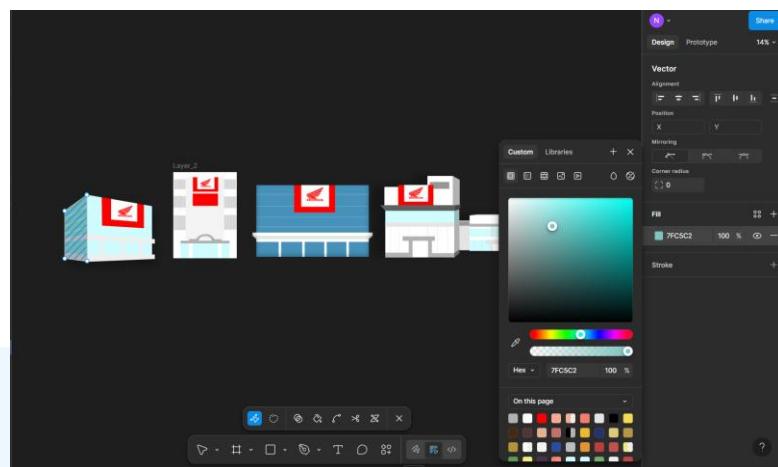
Untuk memenuhi kelengkapan visualisasi, penulis juga membuat aset pendukung lainnya yaitu, gedung *main dealer* Astra Motor. Elemen ini dibuat sebagai salah satu identitas bahwa kegiatan ini diselenggarakan oleh Astra Motor. Penulis memilih beberapa bentuk gedung *main dealer* yang memiliki keunikan untuk dibuat dalam bentuk sketsa. Kemudian terpilihlah 4 gedung *main dealer* dengan bentuk yang berbeda-beda untuk menghindari adanya repetisi bentuk pada elemen yang dibuat oleh penulis. Gedung yang dipilih juga memiliki komposisi yang seimbang antara 1 gedung dengan gedung lainnya.



Gambar 3.13 Sketsa aset gedung Astra Motor Business Case Competition

Sketsa yang sudah dibuat kembali diubah kedalam bentuk *vector* menggunakan aplikasi figma. Sesuai dengan yang ada di setiap daerahnya, bentuk gedung *main dealer* Astra Motor di dominasi oleh warna putih

dengan interior kaca. Tidak lupa di setiap gedungnya terdapat signage bertuliskan Honda sebagai identitas merek yang dimiliki oleh perusahaan.



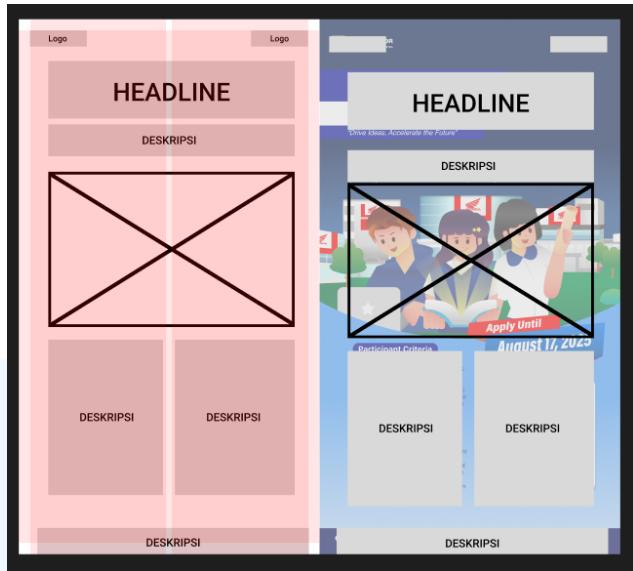
Gambar 3. 14 Digitalisasi aset gedung *Astra Motor Business Case Competition*

Bentuk gedung yang masih terlihat datar kemudian ditambahkan *shadow* untuk menambahkan kedalaman dan memperjelas bentuk struktur bangunan. Untuk menambahkan dimensi, setiap aset ditambahkan *shadow* dengan opacity 15%. Penulis juga menambahkan efek gradasi untuk mendapatkan efek pantulan cahaya pada kaca gedung menggunakan warna biru.



Gambar 3.15 Finalisasi aset gedung *Astra Motor Business Case Competition*

Keseluruhan aset – aset yang dibutuhkan sudah selesai, maka dilakukan kembali asistensi terhadap kesesuaian *artstyle* dengan *brief* yang diberikan. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis melanjutkan proses *layouting* pada poster. Hal ini dilakukan dengan menggabungkan aset desain yang sudah dibuat sebelumnya dengan informasi – informasi yang ingin dicantumkan pada poster. Poster dibuat dengan ukuran 1080 x 1920 px untuk keperluan publikasi melalui instagram.



Gambar 3.16 Layout desain final *Astra Motor Business Case Competition*

Layout yang digunakan tidak berbeda jauh dari layout sebelumnya dimana *artboard* terbagi menjadi 2 *row* dan 1 *column*. Pada bagian *row* atas terdapat aset – aset yang sudah dibuat beserta dengan nama yang akan dilaksanakan. Bagian bawah di isi dengan informasi – informasi mengenai *Astra Motor Business Case Competition*.



Gambar 3.17 Digitalisasi Poster Final *Astra Motor Business Case Competition*

Selain digunakan untuk poster registrasi, penulis menggunakan aset yang dibuat pada media turunan *Astra Motor Business Case Competition* lainnya. Desain ini meliputi *banner* dan media informasi dengan bentuk

layout yang berbeda – beda. Diharapkan penggunaan aset yang konsisten dapat memperkuat identitas serta mendukung keberlangsungan kegiatan *Astra Motor Business Case Competition*.



Gambar 3.18 Media turunan *Astra Motor Business Case Competition*

Konsistensi pada visualisasi media promosi meningkatkan pengalaman peserta dalam mengikuti kegiatan *Astra Motor Business Case Competition*. Aset visula yang dihasilkan bukan hanya digunakan sebagai pelengkap saja namun menjadi salah satu bagian dari ikon *branding* yang dimiliki oleh *Astra Motor Business Case Competition*. Hal ini membuat keseluruhan media promosi yang dihasilkan menjadi lebih menarik, profesional dan mudah dikenali oleh target audiens.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Seperti yang sudah dijelaskan pada bagian tugas utama, penulis juga memiliki tugas tambahan dalam menjalani proses magang. Tugas tambahan ini meliputi, perancangan untuk media *collateral Astra Motor Movement*, desain *feeds* dan *story* untuk instagram @astramotorcareer, *Guide book Astra Motor Family Day*, dan Media Promosi *Astra Motor Campus Network*.

3.3.2.1 Media *Collateral Astra Motor Movement*

Proyek tambahan pertama yang dilaksanakan oleh penulis adalah merancang media *collateral* untuk kegiatan *Astra Motor Movement*. Kegiatan ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan Astra Motor sebagai perusahaan yang kredibel melalui kegiatan peduli lingkungan. Di dalam kegiatan ini dilakukan aktivitas seperti membersihkan lingkungan,

melakukan daur ulang, mini touring, serta sesi *sharing management* dari Astra Motor. Berikut ini merupakan proses pembuatan media *collateral* untuk kegiatan *Astra Motor Movement*.

1. Pemberian Brief Desain

Proses desain diawali dengan pemberian brief melalui pesan whatsapp untuk membuat media *collateral* untuk kegiatan *Astra Motor Movement*. Media yang dibutuhkan oleh *project manager* meliputi, baju seragam, topi, *id card*, *desk name card*. Meskipun memiliki kegunaan yang berbeda – beda, *Project Manager* menginginkan desain yang berkesinambungan satu dengan lainnya.

Tabel 3. 2 Brief Astra Motor Movement

	Brief	Objective
	Membuat desain collateral (kaos, topi)	<ul style="list-style-type: none">- Warna yang digunakan dominan orange- Desain menggunakan logo AMM
	Membuat id card, dan name desk	<ul style="list-style-type: none">- Warna yang digunakan dominan orange- Desain menonjolkan aset manusia

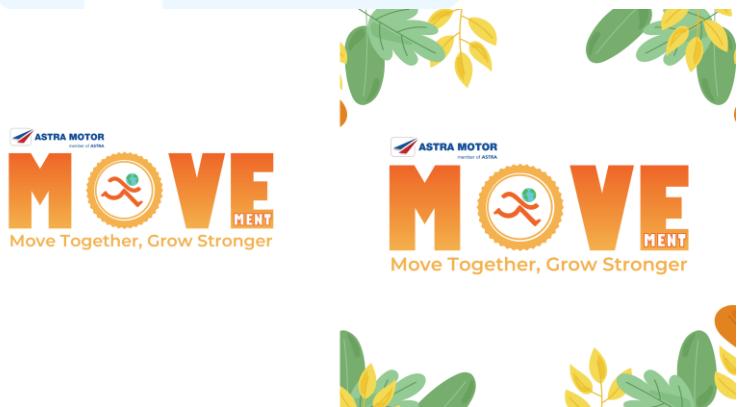
Brief desain disertai dengan permintaan warna pada media *collateral*. *Project Manager* kemudian memberikan referensi bentuk serta kesan visual yang akan dibangun pada media *collateral*. Referensi yang diberikan merupakan desain dari kegiatan sebelumnya yang sudah dikerjakan beserta dengan warna yang akan digunakan pada media *collateral*.

2. Perancangan desain

Penulis memulai proses perancangan dengan membuat konsep untuk baju dan topi yang akan dibuat. Mengikuti arahan *Project Manager*, desain dibuat dengan simple yaitu meletakan logo yang sudah penulis buat sebelumnya sebagai elemen utama dalam

desain baju dan topi. Warna yang dipilih pada desain baju dan topi adalah kuning hal ini melambangkan energi yang membara untuk menghadirkan perubahan dalam lingkungan. Adapun penggunaan warna hijau sebagai warna sekunder mewakili pepohonan dan dedaunan sebagai simbol dari alam.

Setelah berhasil membuat konsep, penulis mulai untuk membuat digitalisasi pada desain yang sudah dibuat. Penulis menerapkan prinsip *simplicity* pada proses perancangan desain. Hal ini dilakukan dengan hanya menggunakan Logo *Astra Motor Movement* sebagai desain pada media collateral. Logo ini akan menunjukkan informasi mengenai kegiatan yang sedang dilaksanakan. Logo menggunakan typeface *Gill Sans Ultra Bold Condensed* untuk menonjolkan tulisan *movement* sebagai inti dari kegiatan yang akan dilakukan.



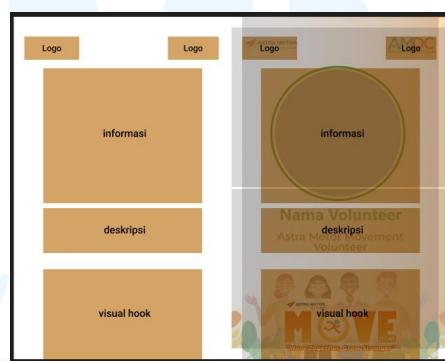
Gambar 3.19 Desain kaos dan topi *Astra Motor Movement*

Pada bagian dalam huruf O terdapat bentuk menyerupai orang yang sedang berlari melambangkan gerakan yang dilakukan. Adapun bentuk bumi sebagai kepala orang menunjukkan arah utama kegiatan berlangsung adalah untuk menjaga kelestarian bumi. bentuk huruf O dibuat menyerupai roda merupakan simbol yang menggambarkan Astra Motor sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif.



Gambar 3.20 Mock up baju dan topi *Astra Motor Movement*

Setelah desain berhasil diselesaikan, penulis membuat *mock up* untuk desain baju dan topi *Astra Motor Movement*. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai desain yang sudah diselesaikan. Kemudian penulis melanjutkan proses perancangan *collateral* dengan membuat *id card* bagi *volunteer* yang akan mengikuti kegiatan ini. *id card* untuk kegiatan ini dibuat dalam ukuran 5,4cm x 8,5cm dengan menggunakan format warna yaitu CMYK.



Gambar 3.21 Layout *id card* *Astra Motor Movement*

Id card dibuat dengan desain yang minimalis dengan menggunakan elemen 4 orang yang menggambarkan kebersamaan para *volunteer* dengan semangat untuk melakukan perubahan. Adapun elemen daun yang menyesuaikan konsep kegiatan yang

peduli pada lingkungan. Hierarki pada desain berpusat pada area tengah *artboard* dimana pada area tersebut memuat identitas masing – masing peserta.



Gambar 3.22 Finalisasi *id card*

Desain terakhir yang penulis buat untuk kegiatan *Astra Motor Movement* adalah *name desk*. Desain dibuat dengan ukuran 10 cm x 12 cm. Memiliki dua sisi illustrasi yang berhadapan membuat kartu dapat dilipat untuk diletakan di meja dengan ukuran 10 cm x 6cm. Desain yang digunakan pada *name desk* mengikuti desain – desain lainnya dalam seri kegiatan *Astra Motor Movement* yang memiliki konsep besar yaitu pembersihan lingkungan.



Gambar 3.23 *Name Desk Astra Motor Movement*

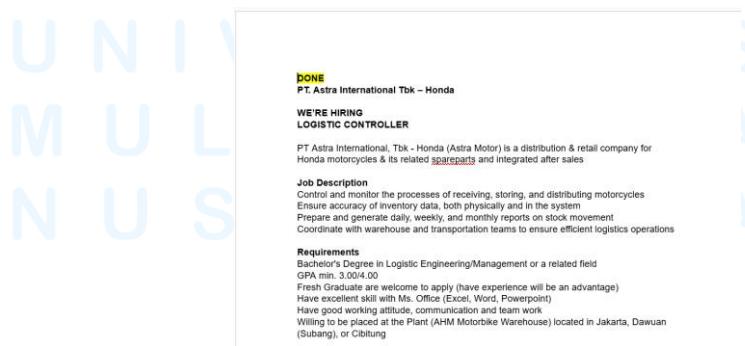
Setelah selesai keseluruhan desain dicetak dan digunakan pada saat kegiatan *Astra Motor Movement*. Penulis turut meninjau proses pencetakan untuk memastikan desain final memiliki kualitas yang baik baik dari warna, hasil cetakan, maupun tata letak setiap elemennya. Dengan desain yang memiliki konsep menjaga lingkungan, diharapkan dapat menjadi visualisasi yang tepat dari kegiatan *Astra Motor Movement*.

3.3.2.2 *Feeds* dan *Story media sosial* Astra Motor Career

Berada di bawah divisi *Human Capital*, salah satu proyek yang penulis pegang adalah visualisasi untuk instagram *@astramotorcareer*. Berbeda dari instagram Astra Motor yang biasanya mempromosikan produk Honda, instagram *@astramotorcareer* berfokus pada publikasi lowongan kerja dan publikasi kegiatan yang dilakukan oleh Astra Motor. Dalam jangka waktu 6 bulan penulis menghasilkan 16 poster lowongan pekerjaan dan 9 poster recap untuk 3 kegiatan yang diselenggarakan oleh Astra Motor. Berikut ini merupakan penjelasan proses perancangan untuk *feeds* dan *story media sosial* *@astramotorcareer*

1. Pemberian Brief Desain

Penulis tidak membuat konten harian untuk konten instagram. Brief diberikan ketikan *Project Manager* membutuhkan saja. Brief akan diberikan kepada penulis dalam bentuk pesan *whatsapp* ataupun *google docs* yang kemudian akan dijadikan panduan penulis dalam menyelesaikan perancangan.



Gambar 3. 24 Brief konten *@astramotorcareer*

Brief tersebut memuat informasi konten harus dibuat, meliputi *copywriting*, dan beberapa permintaan khusus dari *Project Manager*. Permintaan seringkali meliputi, jenis font dan aset yang akan digunakan. Selain itu, *Project Manager* akan mengirmkan *QR code* ataupun dokumetasi yang akan digunakan sebagai elemen pada poster yang dibuat.



Gambar 3.25 Referensi desain @astramotorcareer

Project Manager turut memberikan referensi postingan sosial media sebelumnya. Desain *feeds* cenderung minimalis dan didominasi oleh warna putih, biru dan merah. Untuk desain *story* dibuat dengan lebih berwarna menyesuaikan dengan kegiatan yang ingin dipublikasikan.

2. Perancangan desain

Di awal masa magang, penulis membuat beberapa poster untuk lowongan pekerjaan yang disediakan oleh Astra Motor. Terdapat beberapa ketentuan yang ada dalam pembuatan poster ini. *Project Manager* mengharuskan penulis mencantumkan logo Astra Motor dan Satu Indonesia sebagai identitas perusahaan yang membuka lowongan pekerjaan. Media sosial yang berhubungan dengan *astra motor career* juga turut dicantumkan pada bagian bawah poster.



Gambar 3.26 Digitalisasi poster *story*

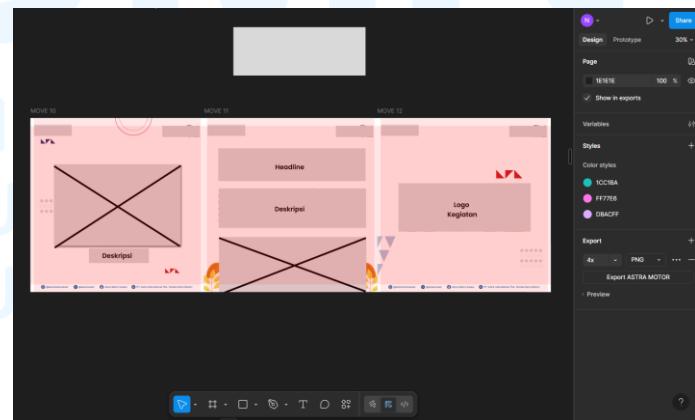
Project Manager memberi kebebasan penulis dalam menentukan visualisasi yang akan digunakan. Maka dari itu, dalam merancang poster *story* penulis beberapa kali mengambil elemen dari website *freepik.com* ataupun membuat elemen sendiri menyesuaikan dengan kebutuhan visual pada setiap poster. Namun, pada setiap poster tulisan “*Open Vacancy*”, “*We’re Hiring*” dan nama posisi pekerjaan yang dibutuhkan dibuat dengan ukurang yang lebih besar dan font yang menonjol untuk menunjukkan tujuan dari perancangan.

Penulis juga pernah diminta untuk membuat *story open recruitment* yang memiliki seri. *Story* ini dibuat dalam rangka mencari *supervisor* untuk 11 *region* yang ada di Astra Motor. Setiap *story* memiliki ciri khas tersendiri yaitu, gedung – gedung *main dealer* Astra Motor di setiap *region* di ikuti dengan *landmark* yang ada di kota – kota tersebut. Adapun penulis membuat aset 2 manusia dengan menggunakan seragam Astra Motor sebagai visualisasi dari lowongan perkerjaan yang sedang dibuka.



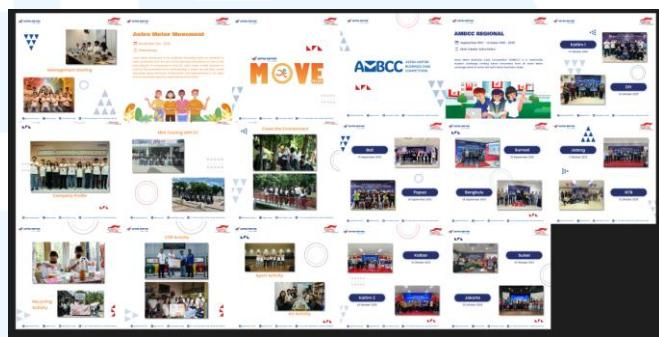
Gambar 3.27 Story berseri *Supervisor Vacancy*

Untuk desain *feeds* sendiri, *@astramotorcareer* sudah memiliki format desain yang tetap. Maka dari itu, penulis tidak lagi melakukan proses *brainstroming* seperti pada proses perancangan desain lainnya. Untuk *feeds* pertama, penulis hanya mencantumkan logo sebagai penunjuk identitas kegiatan yang sedang dipublikasi. Kemudian *feeds* kedua berisikan mengenai penjelasan kegiatan. Desain dibuat cukup berbeda karena penulis menambahkan aset desain yang digunakan pada setiap kegiatannya. *Feeds* terakhir dibuat dengan bentuk *carousel* dimana *feeds* berfokus pada dokumentasi kegiatan. Adapun pada setiap *feeds* ditambahkan elemen – elemen berbentuk geometris seperti lingkaran dan segitiga berwarna biru dan merah untuk mewakili warna perusahaan Astra Motor.



Gambar 3.28 Layout *feeds*

Layout yang sudah dibuat kemudian di implementasikan dalam bentuk desain. Penulis membuat desain feeds untuk 2 kegiatan yaitu *Astra Motor Business Case Competition* dan *Astra Motor Movement*. Warna font dan asset pendukung disesuaikan dengan konsep setiap kegiatannya. Namun, tetap tidak mengubah template design yang sudah ada sebelumnya.



Gambar 3.29 Digitalisasi feeds

Ketika keseluruhan desain sudah dibuat, desain penulis asistensikan kepada *Project Manager*. Kemudian desain – desain yang sudah mendapatkan approved baik dari *Project Manager* dan *Sub dept head* akan dipublikasikan melalui instagram *@astramotorcareer*.

3.3.2.3 *Guide Book Astra Motor Family Day*

Astra Motor Family Day merupakan kegiatan internal yang diselenggarakan oleh astra motor setiap 2 tahun sekali. Kegiatan ini memfasilitasi karyawan untuk memiliki waktu berkumpul dan berkegiatan bersama keluarga. Pada tahun ini, kegiatan *Astra Motor Family Day* dilaksanakan dengan tema “*Explore Together, Bond Stronger*” dan berlokasi di Jakarta AQuarium. Sebagai seorang *graphic designer*, penulis diberikan tanggung jawab untuk menghasilkan buku panduan kegiatan bagi para karyawan untuk mempermudah mobilisasi selama kegiatan. Berikut ini merupakan penjabaran mengenai perancangan yang penulis lakukan.

1. Pemberian Brief Desain

Dalam proses pembuatan desain buku panduan *Astra Motor Family Day*, penulis mendapatkan arahan melalui pesan whatsapp yang disertai *tracker* berupa *microsoft excel*. Dalam *brief* yang diberikan penulis mendapatkan arahan untuk membuat buku panduan dengan konsep kehidupan bawah laut. Tema ini tentunya disesuaikan dengan lokasi dan konsep yang sudah ditentukan.

A	ITEM	KETERANGAN	Deadline
1	Tulisan Family Day	Font Finding Nemo	9/23/2025
2	Design kaos family day		9/27/2025
3	website + Guidance		10/3/2025
4	looping family day		10/3/2025
5	frame story media social		10/10/2025
6	Twibbon		10/10/2025
7	Banner		10/10/2025
8	xbanner		10/10/2025
9	Design Kupon		10/10/2025

Gambar 3.30 brief Astra Motor Family Day

Adapun *brief* diberikan beserta dengan contoh buku panduan *Astra Motor Family Day* pada tahun sebelumnya. Buku panduan ini menjadi salah satu pedoman penulis dalam merancang proyek ini. Referensi ini menunjukkan bahwa desain *guide book* mengikuti lokasi kegiatan dilaksanakan.



Gambar 3.31 Referensi desain *Guide Book Family Day*

Penulis turut mendapatkan beberapa permintaan tambahan dari *Project Manager*. Hal ini meliputi permintaan aset seperti putri duyung, terumbu karang, dan ikan badut. Adapun *Project Manager* memberikan contoh visualisasi desain yang di inginkan seperti pada film “*finding nemo*” dan “*the little mermaid*”.

2. Perancangan desain

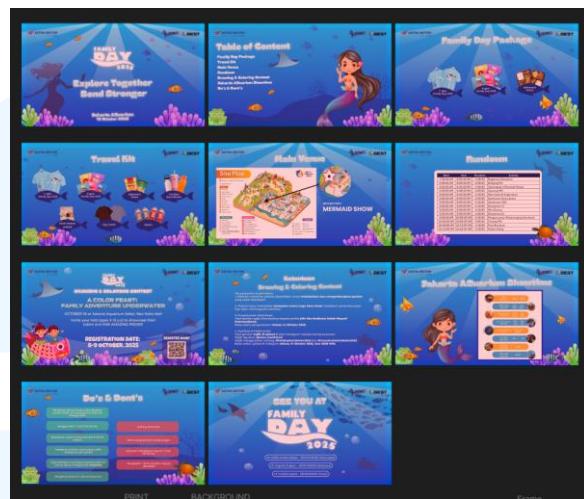
Sebelum melakukan perancangan, penulis membuat *moodboard* yang disesuaikan dengan *keyvisual* yang sebelumnya sudah diberikan. Dengan tema kehidupan bawah laut, warna – warna yang dipilih di dominasi dengan warna biru sebagai latar dan warna – warna vibran untuk aset pendukungnya. Adapun aset pendukung yang dipilih yang dipilih meliputi ikan, terumbu karang, dan putri duyung. *Moodboard* ini dibuat sebagai pedoman visual yang akan penulis hasilkan agar tidak melenceng dari konsep utama.



Gambar 3.32 Desain buku panduan

Penerapan prinsip desain pada perancangan ini masih memiliki fokus pada hierarki, *layout*, dan alur membaca. Desain ini memiliki *margin* 50 px dan *gutter* 20 px. Setiap halamannya memiliki layout yang hampir sama. Dimana *headline* berada di atas yang menunjukkan topik utama pada halaman. Deskripsi dan informasi diletakan pada bagian tengah *artboard*. Adapun aset visual pendukung yang diletakan di pinggir *artboard* agar tidak menutupi informasi yang ingin disampaikan. Secara keseluruhan *layout* ini mampu menonjolkan sisi visual yang menarik namun

tetap memiliki fungsi informatif yang mudah dipahami oleh orang lain.



Gambar 3.33 Layout desain buku panduan

Pada halaman awal buku panduan terdapat tema kegiatan dibuat menjadi *headline*, pemilihan *typeface* *Gulfs Display* digunakan untuk meningkatkan visibilitas serta menjadikan tema kegiatan sebagai pusat utama di halaman tersebut. Dibagian bawah tema terdapat 4 navigasi yang akan membantu pengguna untuk menuju informasi tujuan yang ingin dilihat. Adapun setiap menu dibuat dengan memanfaatkan aset ikan seperti buku pada ikan, anak – anak yang mengendarai ikan, tiket pertunjukkan dengan elemen putri duyung dan camera yang memuat hasil foto ikan. Penggunaan elemen ini memiliki tujuan untuk memudahkan pengguna dalam memilih menu apa yang ingin dilihat.



Gambar 3.34 Halaman awal

Setelah masuk dalam halaman utama, karyawan akan diarahkan kepada isi buku panduan. Pada bagian ini penulis memilih untuk menggunakan lebih banyak gambar agar karyawan lebih mudah untuk memahami mengenai barang apa saja yang harus dibawa beserta penjelasan – penjelasan mengenai ketentuan selama berada di dalam *venue*. Aset ikan dipilih sebagai *background* tulisan untuk memperkuat konsep kehidupan bawah laut. Untuk halaman *Family day package*, *travel kit*, dan *ticket details* penulis rancang dengan menggunakan *layout 3 column*, sedangkan untuk halaman *do's and dont's* dibuat menggunakan *layout 2 column*. Pemilihan *layout* ini didasari dengan efektivitas bagi para pembacanya.



Gambar 3.35 Halaman perlengkapan

Kemudian, terdapat informasi mengenai lokasi acara untuk membantu para karyawan agar tidak kesulitan dalam perjalanan menuju *venue*. Adapun aset digunakan pada bagian ini menunjukkan adanya putri duyung sebagai penanda titik kumpul di dalam *venue* kegiatan yaitu daerah “*mermaid show*”. Pada bagian ini penulis memilih untuk membagi *layout* menjadi *2 column* dimana pada *column* sebelah kanan digunakan untuk meletakan ilustrasi *venue* dan *column* kiri digunakan untuk memberikan penjelasan.



Gambar 3.36 Halaman denah lokasi

Selain memuat informasi mengenai lokasi kegiatan. Di dalam buku panduan juga termuat informasi mengenai kegiatan apa saja yang akan dilakukan. Pada bagian ini penulis kembali menggunakan aset anak – anak yang sedang menaiki ikan untuk menunjukkan bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang di khususkan untuk anak berusia 3 – 16 tahun.



Gambar 3.37 Halama kegiatan

Isi terakhir di dalam buku panduan ini adalah hasil dari karya anak. Penulis membagi *artboard* menjadi 3 *column* agar karya yang ditampilkan tidak terlalu penuh di setiap halamannya. Adapun untuk menjaga konsistensi desain, background yang digunakan masih menonjolkan elemen hewan laut seperti ikan pari, dan terumbu karang.



Gambar 3.38 Halaman karya anak

Keseluruhan bagian – bagian yang sudah dibuat dijadikan satu kesatuan buku panduan. Kemudian buku panduan yang sudah berhasil dibuat, dipindahakan ke *website genially.com* untuk dibuat dalam bentuk *micro web*. Hal ini dilakukan untuk yang memudahkan mobilisasi karyawan dalam membuka buku panduan.

3.3.2.4 Logo Astra Motor Campus Network

Astra Motor Campus Network merupakan kegiatan yang diselenggarakan di 12 daerah dengan mendatangi kampus – kampus ternama di daerah tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan kepada mahasiswa. Untuk mendukung keberlangsungan kegiatan, penulis memiliki tanggungjawab untuk merancang media promosi untuk kegiatan ini. Berikut ini merupakan penjelasan proses perancangan Logo untuk *Astra Motor Campus Network*.

1. Pemberian *Brief* Desain

Brief untuk *Astra Motor Campus Network* diberikan melalui pesan whatsapp. Penulis diminta untuk membuat logo yang berhubungan dengan elemen universitas dan hubungan kerjasama. Berikut merupakan permintaan desain yang diterima oleh penulis.

Tabel 3.3 Brief Astra Motor Campus Network.

	Brief	Objective
	Membuat logo untuk identitas <i>Astra Motor Campus Network</i>	1. Memiliki elemen yang melambangkan kegiatan

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Logo dibuat dengan tipe wordmark 3. Menggunakan warna utama Astra Motor
--	---

Terdapat beberapa referensi logo terdahulu yang dimiliki oleh Astra Motor. Logo – logo ini yang penulis jadikan pedoman dalam meyelesaikan desain. Logo disesuaikan dengan tema kegiatan pada setiap tahunnya sehingga desain yang dibuat turut mengikuti.

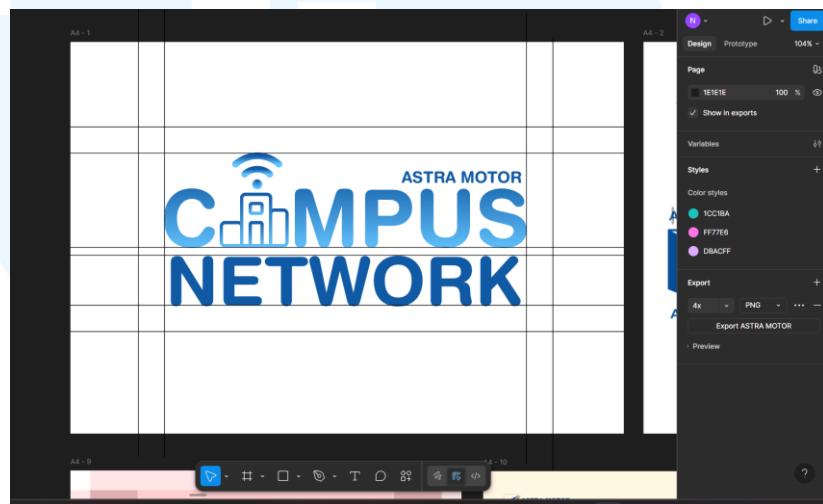
2. Perancangan desain

Berbeda dengan pembuatan media informasi/promosi pada project lainnya. Dalam membangun identitas, penulis menggunakan metode perancangan yang dimiliki oleh Alina Wheeler (2018) yang terbagi menjadi 5 tahap yaitu, *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoints*, dan *Managing Assets*. Sebelum membuat konsep dan melakukan perancangan, penulis melakukan analisa terhadap logo kegiatan yang sebelumnya sudah dimiliki oleh kegiatan – kegiatan dibawah naungan Astra Motor. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan desain yang kuat dan mudah di ingat oleh audiens. Berdasarkan observasi penulis, Logo – logo yang dihasilkan kebanyakan menggunakan 1 warna utama dan berbentuk *wordmark* serta terdapat ilustrasi pendukung yang menggambarkan kegiatan.



Gambar 3. 39 Logo – logo kegiatan Astra Motor

Setelah melakukan analisa, penulis mulai dalam proses perumusan konsep untuk membangun citra yang kuat untuk kegiatan. Untuk menggambarkan hubungan perusahaan dengan universitas, penulis memilih untuk mencantumkan 1 ilustrasi pada logo. Ilustrasi ini menggantikan huruf A pada logo berbentuk wordmark dari *Campus Network*. Simbol *wifi* digunakan untuk menggambarkan koneksi serta jaringan yang akan dibangun oleh perusahaan dengan universitas.



Gambar 3.40 Digitalisasi logo *Astra Motor Campus Network*

Proses digitalisasi dilakukan pada aplikasi figma. Warna merupakan salah satu elemen desain untuk menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan citra sebuah perusahaan, dan lainnya (Anggraini dan Nathalia, 2018). Penulis kembali memilih untuk menggunakan warna biru sebagai warna primer. Warna ini menggambarkan kepercayaan yang ingin dibangun oleh perusahaan dan dibagikan kepada mahasiswa. Hal ini dapat menciptakan hubungan yang dinamis dan bersinergi dalam mengembangkan kompetensi mahasiswa.



Gambar 3.41 Finalisasi logo *Astra Motor Campus Network*

Logo yang dihasilkan kemudian digunakan kepada desain turunan *Astra Motor Campus Network* lainnya. Desain turunan meliputi *banner*, media promosi, dan poster yang menunjang berjalannya kegiatan *Astra Motor Campus Network*. Adanya logo ini memperkuat identitas kegiatan di mata audiens.



Gambar 3.42 Desain turunan logo *Astra Motor Campus Network*

Adapun penggunaan logo pada setiap media turunan membangun kesan profesional. Hal ini membuat setiap kegiatan maupun pembelajaran yang diberikan dapat dikenali sebagai bagian dari *Astra Motor Campus Network*. Dengan identitas yang kuat, tentunya kegiatan *Astra Motor Campus Network* akan lebih mudah dikenali kedepannya.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalani masa magang tentunya penulis tidak terlepas dari kendala dalam penyelesaian tugas – tugas yang diberikan. Adanya kendala bukanlah hal

buruk bagi penulis, namun menjadi salah satu sarana pembelajaran penulis untuk berkembang dan berpikir lebih kritis dalam menghadapi permasalahan yang ada khususnya di dunia profesional. Kendala yang terjadi sebagian besar berada dalam lingkup sistematika pemberian brief dan proses penulis dalam menyelesaikan desain. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk mencari solusi terbaik dari kendala yang ada.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Terdapat beberapa kendala yang penulis hadapi dalam melaksanakan magang. Kendala ini berkaitan dengan penerimaan *brief* desain. Informasi yang penulis terima masih memerlukan perincian lebih dalam yang mencakup konsep visual, kebutuhan aset, dan penentuan *color palette*. Hal ini untuk menghindari adanya berbedaan persepsi terhadap hasil akhir desain. Untuk meningkatkan kelengkapan *brief* dibutuhkan penggunaan format yang lebih terstruktur dengan lembar kerja excel. Di dalam excel dapat dicantumkan detail – detail perancangan seperti referensi visual, aset yang dibutuhkan, maupun batas pengerjaan desain.

Permasalahan lain yang dihadapi dan menjadi tantangan yang cukup sulit adalah peningkatan *workload* yang tinggi dalam waktu pengerjaan yang terbatas. Permintaan desain yang datang bersamaan membuat peningkatan pada intensitas pekerjaan yang harus diselesaikan oleh penulis. Hal ini tentunya akan menimbulkan tekanan apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan waktu yang tepat. Diperlukan manajemen waktu yang terstruktur dan penyesuaian skala prioritas agar proses desain dapat dijalankan dengan optimal.

Adapun dalam beberapa *project* yang diselesaikan, terdapat penyesuaian konten dan desain. Penyesuaian dilakukan ketika penulis sudah menyelesaikan keseluruhan tahapan desain. Hal ini membuat penulis memerlukan waktu lebih panjang untuk menyelesaikan desain. Hal ini

menunjukkan pentingnya perencanaan serta brief yang matang di awal perencanaan.

Dalam beberapa proyek, terdapat penyesuaian terhadap isi konten dan desain yang dikerjakan. Penyesuaian tersebut dilakukan setelah tahap perancangan desain selesai dilakukan, sehingga berdampak pada bertambahnya waktu yang diperlukan dalam menyelesaikan desain. Kondisi ini menunjukkan pentingnya perencanaan konten yang lebih matang sejak tahap awal perancangan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk menghadapi tantangan yang terjadi, penulis berdiskusi dengan *Project Manager* untuk pemberian brief yang disertakan dengan referensi desain sehingga konsep visual yang diinginkan dapat lebih mudah tersampaikan. Adapun penulis melakukan asistensi ketika proses desain sudah mencapai 50% untuk meninjau kesesuaian desain yang dihasilkan dengan visualisasi yang diinginkan. Penulis juga membuat alternatif desain yang kemudian akan didiskusikan bersama *Project Manager* untuk memilih visualisasi desain terbaik yang akan dilanjutkan ke tahap penyelesaian.

Dalam menyelesaikan tantangan mengenai *workload* penulis menerapkan skala prioritas dan pembuatan catatan pekerjaan melalui aplikasi notes di ponsel. Skala prioritas diatur menyesuaikan dengan tingkat urgensi dan batas waktu pengerjaan. Adapun penulis berupaya untuk mempercepat pengerjaan setiap proyeknya tanpa menurunkan kualitas desain yang dihasilkan. Adapun diskusi serta koordinasi dilakukan dengan *Project Manager* untuk memastikan keselarasan hasil desain dengan standart yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk menjaga alur kerja serta meminimalisir keterlambatan dalam penyelesaian *workload*.

Untuk permasalahan mengenai perubahan isi konten dan desain, penulis memastikan bahwa *brief* yang diberikan sudah tidak akan mengalami perubahan. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya perubahan atau penambahan konten

ketika desain sudah berhasil diselesaikan. Tindakan ini juga membantu penulis untuk menjaga alur penggerjaan sehingga tidak ada *project* yang melewati batas waktu penggerjaan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA