

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

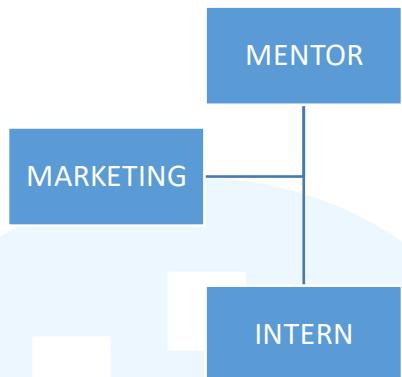
Kedudukan penulis di PT Sarana Inti Indotama adalah sebagai *creative designer intern* di departemen *commercial*, yang bekerja sama dengan tim *marketing* untuk mempromosikan *brand* TOFICO. Koordinasi penulis dimulai dengan penulis menerima tugas dan melalui berbagai tahapan perancangan dan revisi sebelum persetujuan akhir. Berikut adalah detail kedudukan dan koordinasi pelaksanaan kerja penulis:

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama magang di PT Sarana Inti Indotama untuk *brand* TOFICO, penulis ditugaskan sebagai *creative designer intern* di departemen *commercial*, yang bertanggung jawab untuk membuat konten media sosial TOFICO dan desain lainnya untuk merchandise atau aset digital. Penulis ditempatkan di bawah supervisi Supervisor Digital Marketing & Media Support, yang juga bertindak sebagai mentor penulis.

Penulis bekerja di kantor *marketing* PT Sarana Inti Indotama, yang terdiri dari tim *marketing*, tim *creative designer*, dan tim admin. Selain penulis, terdapat juga tiga *creative designer intern* lainnya, namun ketiganya telah menyelesaikan masa magang mereka dalam waktu satu bulan sejak penulis mulai bekerja, sehingga hanya tersisa penulis yang menjadi *creative designer intern* di perusahaan.

Mentor penulis bertugas memberikan tugas kepada penulis sekaligus memberikan arahan dan masukan terhadap desain. Berikut merupakan bagan kedudukan magang penulis di perusahaan PT Sarana Inti Indotama:



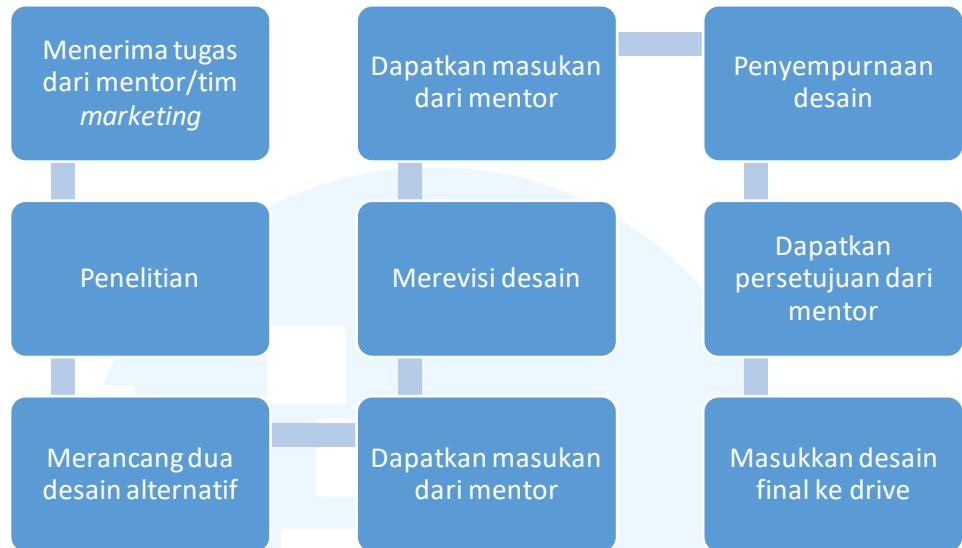
Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Magang

Selain mentor penulis, tim *marketing* juga memberikan permintaan desain kepada penulis, dengan demikian, mereka juga memberikan arahan dan masukan terhadap desain yang dibuat penulis, namun yang memiliki keputusan akhir terhadap desain akhir tetaplah mentor penulis.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Proses koordinasi kerja penulis di PT Sarana Inti Indotama diawali dengan *brief* tugas dari mentor penulis atau tim pemasaran terkait acara yang sedang berlangsung, *briefing* dapat dilakukan secara tatap muka atau melalui pesan di WhatsApp. Setelah menerima penugasan, penulis mulai meneliti desain-desain yang sudah ada untuk mendapatkan inspirasi dan inovasi yang pernah diciptakan untuk acara serupa sebelumnya, kemudian dilanjutkan dengan menciptakan dua alternatif desain yang sesuai untuk acara tersebut dan selaras dengan *brand* TOFICO. Kedua alternatif desain tersebut akan dibawa ke mentor penulis untuk dinilai dan diberikan saran revisi. Proses perancangan dan revisi ini akan diulang hingga disetujui oleh mentor, yang kemudian akan dikirimkan melalui drive kepada seluruh tim komersial untuk digunakan.

Berikut merupakan bagan alur koordinasi pelaksanaan kerja penulis sebagai *creative designer intern* di perusahaan PT Sarana Inti Indotama:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Kerja magang sebagai *creative designer intern* di PT Sarana Inti Indotama, tugas utama penulis adalah membuat prototipe antarmuka pengguna untuk aplikasi TOFICO. Selain tugas utama, penulis juga mengerjakan tugas lain seperti selebaran digital untuk promosi, acara, dan produk untuk media sosial TOFICO. Tugas lainnya adalah membuat asset seperti ikon untuk penjualan atau hari-hari penting, atau stiker dan ilustrasi. Tugas-tugas yang dilakukan selama magang penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	04 – 06 Agustus 2025	Flyer 8.8	Membuat flyer promosi yang akan diposting pada tanggal 8 Agustus untuk twindate special sale
2	05 – 06 Agustus 2025	Ikon Agustus/Merdeka Sale	Membuat asset ikon tipografi untuk Agustus/Merdeka sale
3	06 – 07 Agustus 2025	Ikon September Sale	Membuat asset ikon tipografi untuk September sale

4	08 – 09 Agustus 2025	Ikon Agustus/Merdeka Payday Sale	Membuat asset ikon tipografi untuk Agustus/Merdeka Payday sale
5	11 – 13 Agustus 2025	Ilustrasi Botol Sirup TOFICO	Membuat 3 asset ilustrasi botol sirup TOFICO rasa Strawberry, Lychee, dan Pistachio
6	14 – 19 Agustus 2025	Flyer Markerplace TOFICO	Membuat flyer promosi marketplace TOFICO yaitu Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
7	08 September 2025	Flyer 9.9	Membuat flyer promosi yang akan diposting pada tanggal 9 September untuk twindate special sale
8	08 – 18 September 2025	TOFICO Sticker	Membuat 15 TOFICO digital sticker
9	24 September 2025	Flyer September Payday	Membuat flyer promosi yang akan diposting untuk September payday sale
10	24 September 2025	Flyer September Payday Live	Membuat flyer pengumuman yang akan diposting untuk September payday sale live shopping
11	06 Oktober 2025	Flyer 10.10	Membuat flyer promosi yang akan diposting pada tanggal 10 Oktober untuk twindate special sale
12	08 Oktober 2025	Angpao TOFICO	Membuat amplop merah bertema TOFICO untuk Chinese New Year
13	24 – November 2025	Ilustrasi kartun TOFICO marathon	Membuat ilustrasi bergaya kartun untuk acara marathon TOFICO
14	18 Agustus – 05 Desember 2025	Prototipe Aplikasi TOFICO	Membuat prototipe antarmuka pengguna untuk aplikasi TOFICO

15	19 Agustus – 05 Desember 2025	Prototipe Aplikasi TOFICO Alternatif	Membuat prototipe alternatif antarmuka pengguna untuk aplikasi TOFICO
----	-------------------------------	--------------------------------------	---

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Tugas yang dilakukan penulis selama proses kerja magang antara lain membuat desain prototipe antarmuka pengguna untuk aplikasi TOFICO, yang merupakan menjadi tugas utama penulis dalam kerja magang ini. Selain itu, tugas tambahan lainnya termasuk membuat desain untuk flyer media sosial, aset ikon tipografi, aset ilustrasi, dan TOFICO Sticker. Berikut adalah proses pelaksanaan tugas-tugas tersebut:

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

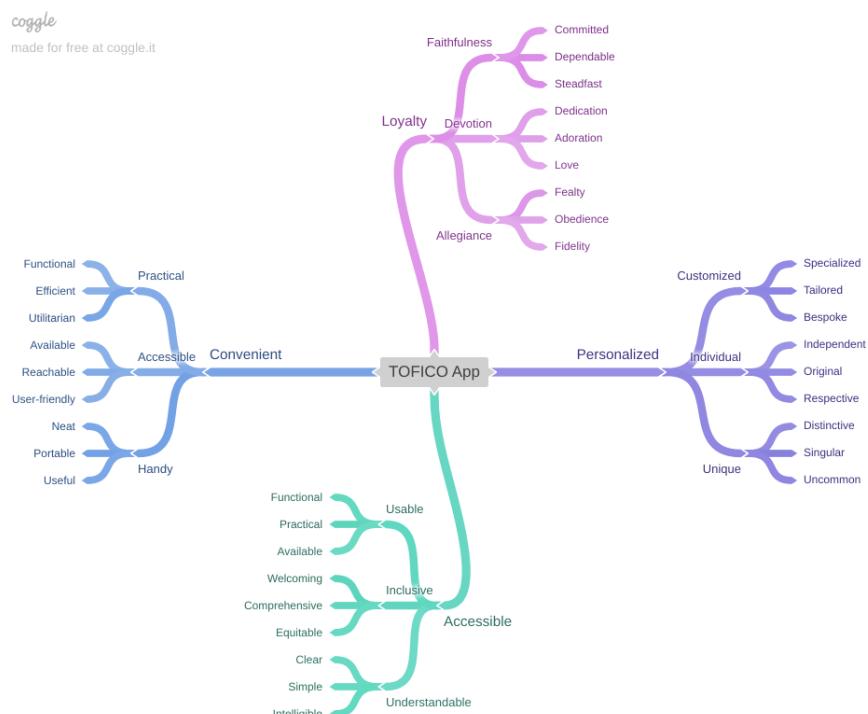
Aplikasi e-commerce membantu pelanggan untuk dapat berbelanja di mana saja dan kapan saja tanpa menghabiskan lebih banyak waktu untuk pergi ke toko fisik dan menemukan barang yang mereka butuhkan. Di era digital ini, sebagian besar perusahaan kini memiliki aplikasi untuk membantu merek mereka diingatkan dan menciptakan pelanggan yang lebih loyal.

Namun, hingga saat ini, PT Sarana Inti Indotama belum memiliki aplikasi mobile untuk menjual produk TOFICO mereka. Mereka memanfaatkan platform e-commerce yang ada untuk menjual produk mereka, seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Sebagai mahasiswa desain komunikasi visual yang tertarik dengan desain interaktif, terutama untuk antarmuka pengguna aplikasi dan situs web, perusahaan memutuskan bahwa ini merupakan sebuah peluang untuk membuat prototipe aplikasi TOFICO guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penulis menerima proyek jangka panjang untuk membuat prototipe aplikasi TOFICO.

Penulis mulai dengan proses desain yang telah dipelajarinya di Universitas Multimedia Nusantara, yang melibatkan *mind mapping*, memilih

keywords, memutuskan *big idea*, dan menciptakan *mood board* serta *styleescape*.

Mind map untuk proyek ini digunakan untuk membuat *keywords* yang kemudian akan dikembangkan menjadi sebuah *big idea*. Topik utama *mindmap* berkisar seputar aplikasi TOFICO dan bercabang ke kata-kata yang menggambarkan topik utama tersebut, dan terus bercabang hingga penulis menemukan *keywords* yang tepat. Berikut adalah diagram peta pikiran tersebut:



Gambar 3.3 *Mind Map* Aplikasi TOFICO

Dari peta pikiran di atas, kata-kata yang menurut penulis paling tepat menggambarkan aplikasi TOFICO adalah *Loyalty*, *Personalized*, *Convenient*, dan *Accessible*. Alasan pemilihan kata-kata tersebut adalah karena aplikasi merupakan tanda loyalitas dua arah, yaitu loyalitas pelanggan terhadap *brand*, dan loyalitas *brand* untuk selalu melayani pelanggan. Aplikasi juga bersifat personal, mudah diakses, dan praktis, yang berarti aplikasi dirancang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna, serta dapat digunakan di mana

saja dan kapan saja. Dari keempat kata tersebut, penulis kemudian mengembangkannya lagi ke beberapa kata lain yang menggambarkan keempat kata tersebut dan proses tersebut diulangi sekali lagi. Dari *mind map* yang dikembangkan, penulis kemudian memilih kata-kata berikut sebagai *keywords* yaitu *Dependable*, *Welcoming*, dan *Useful*.

Kata-kata ini dipilih sebagai *keywords* karena merupakan kata-kata yang paling dekat dengan apa yang diinginkan TOFICO untuk dialami oleh penggunanya saat menggunakan aplikasi. *Brand* TOFICO ingin dilihat sebagai *brand* yang dapat diandalkan dan ramah baik dari pelanggan maupun bisnis lain, dan perasaan seperti itu juga ingin disampaikan melalui aplikasi mereka, karena media tersebut juga merupakan perpanjangan dari *brand* mereka. Selain itu, TOFICO ingin dilihat sebagai pihak yang berguna bagi kebutuhan orang lain di bidang makanan dan minuman, seperti melengkapi rasa pada hidangan atau minuman, dan mampu menyediakan layanan untuk bisnis restoran atau kafe. Maka dari *keywords* tersebut, terciptalah 10 *big idea*, yaitu:

You can always rely on TOFICO.

TOFICO, your friend and colleague.

Ready to deliver and serve!

Helps improve your taste.

A resource for everyone.

Your kitchen assistant.

The kitchen's tool-kit.

TOFICO is here to help!

Empowering people's dishes.

TOFICO provides with a smile.

Big idea adalah kalimat pendek yang menggambarkan ke mana arah proyek akan pergi, dan dihasilkan dengan menangkap makna *keywords* yang dipilih. Sepuluh ide besar di atas diciptakan untuk memiliki makna yang merangkum kata-kata *dependable*, *welcoming*, dan *useful*, serta menangkap nilai-nilai *brand* TOFICO. Kemudian dari sepuluh *big idea* tersebut dipilih satu yang paling tepat, yaitu:

A resource for everyone.

TOFICO adalah *brand* yang berkomitmen pada nilai, misi, dan visi mereka. Mereka berkomitmen untuk menjadi salah satu distributor terbaik di bidang makanan dan minuman, menyediakan layanan cepat dan produk berkualitas tinggi yang dapat memperkaya pengalaman memasak. TOFICO ingin menjadi sumber daya yang dapat digunakan dan bermanfaat bagi kreasi semua orang dalam seni kuliner, dan sementara TOFICO sebagian besar bekerja dengan bisnis seperti restoran, kafe, dan hotel, produk TOFICO masih terbuka untuk konsumen yang terlibat dalam industri tersebut. Produk dan layanan TOFICO adalah sumber daya yang tersedia bagi siapa saja yang membutuhkan atau menginginkannya, nilai ini juga terlihat dari bagaimana TOFICO merilis video resep dan saran tentang cara penyajian dengan produk mereka. Dari ini, penulis memutuskan bahwa “*a resource for everyone*” adalah *big idea* yang paling cocok untuk proyek tersebut, dan dengan demikian penulis akan melanjutkan dengan membuat *mood board* dan *stylescape*.

Mood board digunakan dalam proyek ini untuk membantu membayangkan nuansa dan suasana hati desain dengan lebih jelas, dan berisi gambar, teks, warna, dan sebagainya yang selaras dengan *keywords* yang telah dipilih. Berikut adalah gambaran *mood board* untuk proyek ini:



Gambar 3.4 Mood Board Aplikasi TOFICO

Berdasarkan *keywords dependable, welcoming, dan useful*, penulis membuat *mood board* yang berisi gambar-gambar yang menurutnya berkorelasi dengan ketiga kata tersebut. Gambaran pertama yang dipikirkan penulis adalah gambaran tentang alam, seperti matahari dan pepohonan, terutama pada saat matahari terbit atau terbenam, dan saat pohon sudah besar dan tinggi. Hal berikutnya adalah hal-hal buatan seperti dapur rumah, kopi, tempat tidur, dan perahu, tempat-tempat dan makanan yang terasa dapat diandalkan, ramah, dan berguna bagi orang yang membutuhkannya. Dan yang terakhir adalah hubungan manusia, seperti keluarga dan teman. Sentuhan akhir dalam *mood board* termasuk menambahkan warna merah tua dan emas untuk mewakili *brand* serta membuat semua gambar memiliki suatu hubungan dengan *brand* tersebut, misalnya, korelasi dengan matahari dan

merek TOFICO dapat melambangkan sumber alami bahan-bahannya, karena sumber energi produk pertanian berasal dari matahari.

Setelah membuat *mood board*, selanjutnya adalah proses pembuatan *stylescape*. *Stylescape* adalah dokumen visual yang berisi elemen-elemen desain dan menciptakan tampilan dan nuansa potensial suatu proyek desain yang selaras dengan *big idea* yang telah diputuskan. Berikut adalah gambaran *stylescape* untuk proyek ini:



Gambar 3.5 *Stylescape* Aplikasi TOFICO

Stylescape mewakili suasana dan tampilan proyek dan oleh karena itu penulis menciptakan *stylescape* mengikuti *big idea* “*a resource for everyone*” sambil juga menggabungkan identitas *brand* dan desain elemen. Penulis menggabungkan gambar-gambar yang berkaitan dengan TOFICO seperti logo, tempat kafe, pertanian, layanan pengiriman, dan produk-produk *brand* itu sendiri. Penulis juga memasukkan warna-warna khas *brand* seperti merah tua dan emas, kalimat yang mewakili *big idea* untuk menonjolkan font yang di gunakan, dan gambar target audiens.

Target audiens mengacu pada pilihan spesifik suatu *brand* terhadap kelompok yang kemungkinan besar tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkannya. Untuk *brand* TOFICO, target audiensnya sebagian besar ditujukan kepada mereka yang bergerak di industri makanan dan minuman. Berikut *user persona* dari target audiens tersebut:



Gambar 3.6 User Persona Aplikasi TOFICO

Persona pengguna dari target audiens aplikasi ini dapat berupa pemilik kafe atau restoran yang membutuhkan pemasok bahan-bahan berkualitas tinggi, lokal, dan aman yang sesuai dengan nilai-nilai moral mereka. Mereka juga membutuhkan pengiriman cepat dan gratis dengan beragam rasa yang dapat dipilih di satu tempat, sehingga mereka memiliki lebih banyak waktu untuk mengelola bisnis mereka.

Untuk mendapatkan gambaran tentang aplikasi apa yang diinginkan perusahaan, penulis mempelajari aplikasi dari pesaing TOFICO, seperti aplikasi KOFI dari perusahaan pemasok kopi, serta referensi dari aplikasi lain seperti GoMart dan Shopee.



Gambar 3.7 Aplikasi KOFI dan GoMart

Sumber: Playstore

Dari kedua aplikasi tersebut, penulis mengamati bahwa keduanya menyediakan tombol-tombol di beranda yang langsung mengarahkan pengguna ke layanan dan produk yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Aplikasi Kofi menggunakan desain sederhana yang mencerminkan identitas *brand* dengan navigasi yang lugas, misalnya sebagian besar dari beranda terdiri dari tombol-tombol layanan dan produk mereka. Namun, kekurangan aplikasi ini adalah tampilannya yang terlalu polos dan kurang terhubung dengan pelanggan. Bagian GoMart pada aplikasi Gojek juga menyediakan tombol-tombol di beranda untuk mengarahkan pelanggan ke, tetapi tidak seperti Kofi, aplikasi ini langsung menampilkan produk tanpa mengarahkan pengguna ke marketplace terlebih dahulu. Aplikasi ini juga menampilkan produk yang sedang diskon dan promosi, serta menampilkan voucher yang tersedia.

Setelah mendapatkan gambaran jenis aplikasi yang akan dibuat untuk TOFICO, langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah menentukan media aplikasi, seperti tipografi, palet warna, dan *tone of voice*.

Typeface

Family of Fonts

DIN Pro

Sans Serif

Fonts

Member of a Typeface

DIN Pro Light

DIN Pro Regular

DIN Pro Medium

DIN Pro Bold

DIN Pro Black

DIN Pro Light Italic

DIN Pro Regular Italic

DIN Pro Medium Italic

DIN Pro Bold Italic

DIN Pro Black Italic

Gambar 3.8 *Typeface* dan font Aplikasi TOFICO

Tipografi yang digunakan untuk aplikasi TOFICO adalah DIN Pro, yang merupakan font sans serif dengan bentuk geometris yang dimaksudkan untuk digunakan pada rambu lalu lintas dan dokumentasi teknis, sehingga mudah dibaca, sederhana, dan kaku. Dari sekian *typeface* yang diberikan oleh mentor penulis, yaitu BEBAS Neue, Montserrat, dan DIN Pro, penulis melihat *typeface* DIN Pro adalah yang paling cocok untuk aplikasi. Selain keterbacaannya, DIN Pro merupakan *typeface* yang unik dan memiliki ketebalan yang bervariasi, cocok untuk *heading* dan *body text*.

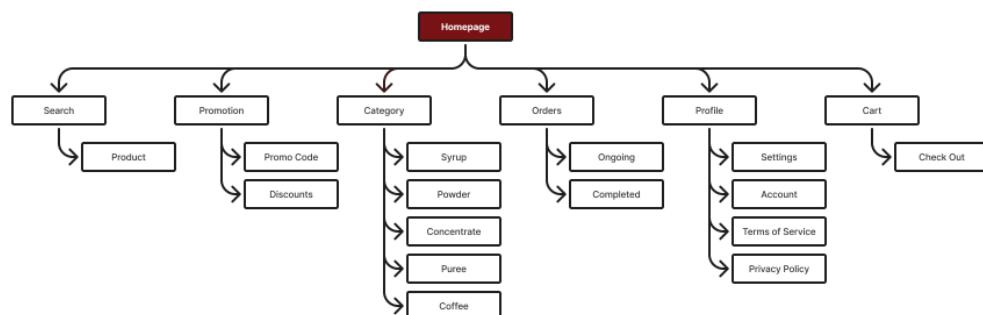


Gambar 3.9 *Color palette* Aplikasi TOFICO

Untuk palet warna, warna utama aplikasi akan menggunakan warna khas *brand* yaitu merah tua, yang terutama digunakan untuk warna ikon, batas, tombol negatif, dan peringatan. Selain warna merah tua, warna emas *brand* juga digunakan dalam aplikasi untuk warna tombol, terutama untuk botol yang menentukan pilihan seperti diskon dan pembayaran. Warna lainnya adalah warna umum yang digunakan untuk suatu aplikasi, seperti warna putih untuk digunakan sebagai latar belakang, warna hitam untuk digunakan sebagai kontras untuk font terhadap latar belakang putih, dan kemudian warna hijau untuk berfungsi sebagai warna positif, seperti sinyal keberhasilan.

Untuk *tone of voice*, aplikasi ini akan terdiri dari kata *trustworthy*, *friendly*, dan *informative*. "*Trustworthy*" menggambarkan keandalan TOFICO dalam hal cara mereka menangani produk, seperti memastikan produk berkualitas tinggi, aman, dan bersumber dari petani lokal Indonesia. "*Friendly*" menggambarkan bagaimana TOFICO memperlakukan pelanggan mereka dengan hormat, perhatian, dan antusiasme untuk membantu. Terakhir, "*Informative*" menggambarkan bagaimana TOFICO menyampaikan informasi lengkap tentang produk mereka.

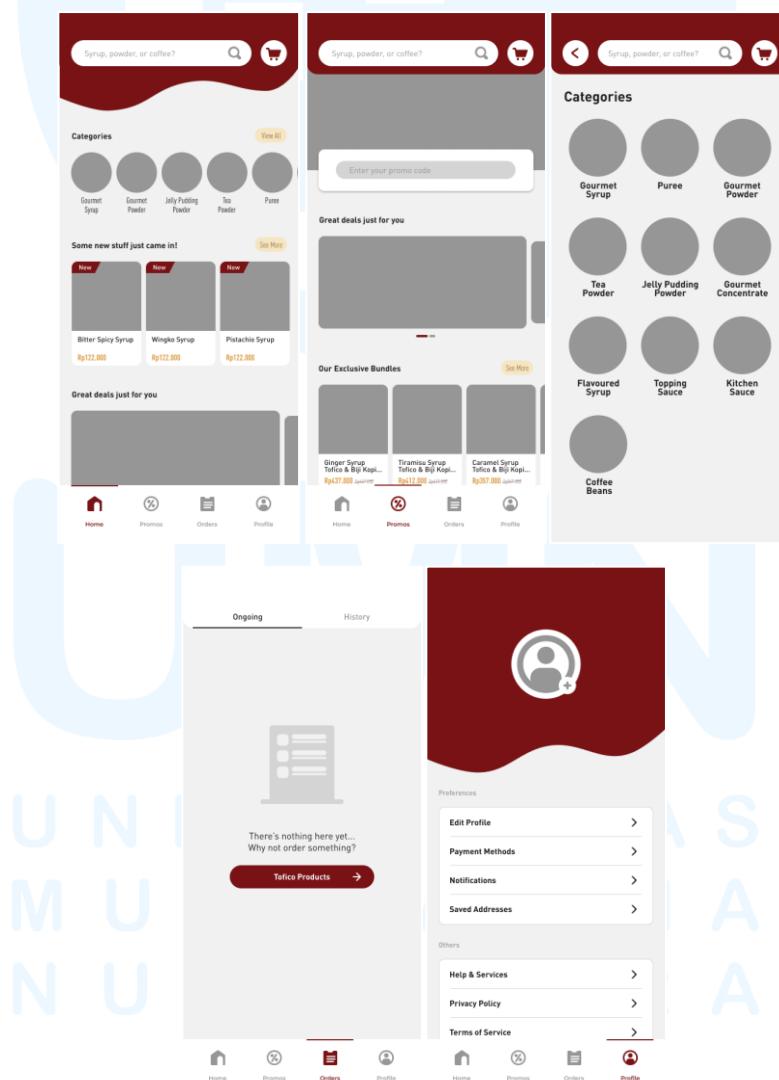
Setelah menentukan media aplikasi, penulis kemudian melanjutkan dengan membuat *Information Architecture* aplikasi dengan berkonsultasi dengan mentor mengenai fitur-fitur apa saja yang harus disediakan oleh aplikasi tersebut.



Gambar 3.10 *Information Architecture*

Setelah berkonsultasi, direncanakan agar beranda aplikasinya memuat navigasi tempat pengguna dapat dengan mudah mencari, menemukan promosi terkini, menjelajahi kategori Produk TOFICO, mengakses keranjang belanja, dapat melihat kembali pesanan sebelumnya dan melacak pesanan yang sedang berlangsung, serta halaman profil. Hal ini adalah fitur-fitur umum dari aplikasi *e-commerce*, yang mengutamakan kemudahan pengguna dalam mengakses dan menemukan produk dan penawaran.

Dengan media aplikasi dan *Information Architecture* telah tersedia, penulis melanjutkan dengan *low-fidelity* dari aplikasi TOFICO.

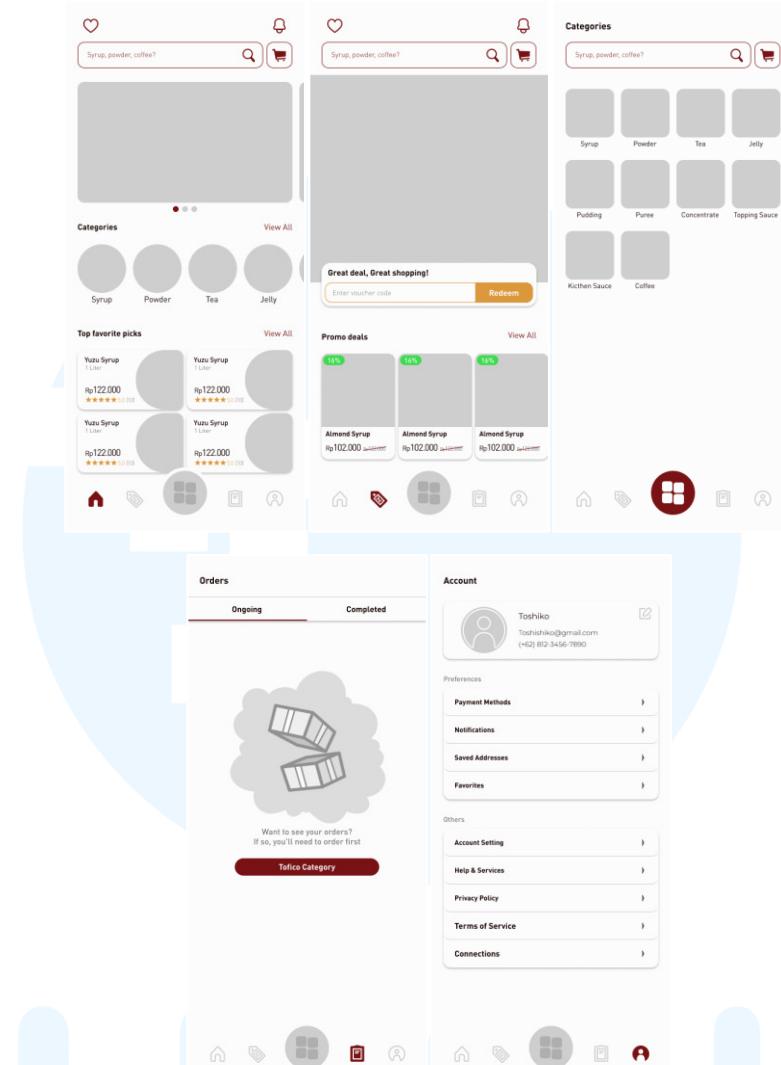


Gambar 3.11 Low-Fidelity Aplikasi TOFICO 1

Berikut adalah lima halaman utama aplikasi TOFICO low-fidelity pertama. Dalam percobaan pertama ini, penulis ingin menekankan warna merek, sehingga warna merah tua lebih menonjol. Penulis juga menempatkan bentuk bergelombang untuk meniru pita bergelombang yang merupakan bagian dari identitas merek. Menggunakan aplikasi Kofi dan GoMart sebagai contoh, penulis membuat navigasi yang memungkinkan pengguna mengakses produk TOFICO dari beranda dan melihat promosi yang sedang berlangsung. Namun, penulis menyadari kekurangan prototipe ini, yaitu terlalu gelap untuk *light mode* dan terlalu sempit. Penggunaan bilah navigasi yang berwarna dan memiliki bentuk bergelombang telah mengurangi *white space*, serta penggunaan font tebal dan ukuran elemen yang tidak tepat.

Selain itu, penulis juga memperhatikan bahwa meskipun pengguna dapat mengakses produk TOFICO dari beranda, tidak ada jalur lain bagi pengguna untuk mengakses produk selain dalam beranda, sehingga membuatnya kurang mudah diakses. Ikon-ikon di bilah navigasi juga kurang jelas, dan tombol "*View All*" tampak tidak pada tempatnya. Dengan wawasan ini, penulis melanjutkan ke aplikasi *low-fidelity* kedua.





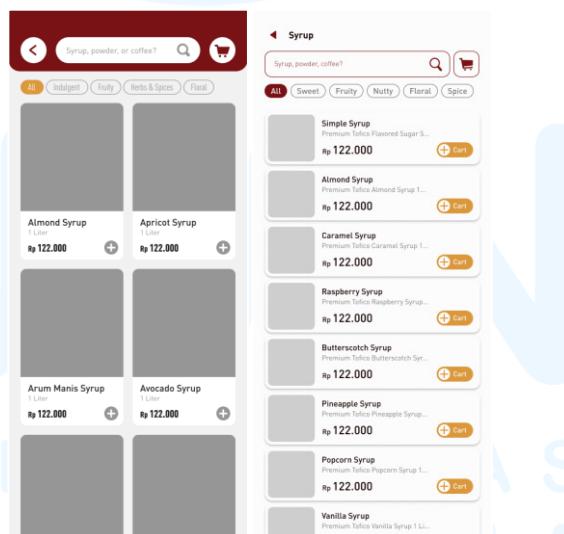
Gambar 3.12 Low-Fidelity Aplikasi TOFICO 2

Pada percobaan kedua, penulis membuang bilah navigasi berwarna dan memilih bilah navigasi tak terlihat. Hal ini memberikan lebih banyak *white space* dan tampilan yang lebih mudah dilihat oleh pengguna. Hal ini juga dibantu oleh penyesuaian ketebalan font dan ukuran elemen. Tombol "View All" diganti dari tombol kuning menjadi berwarna merah tua yang sama dengan ikonnya agar tidak terlihat aneh, sekaligus membuat tempat untuk memasukkan kode promo lebih menarik dan mudah terlihat, sehingga menunjukkan hierarki yang lebih jelas di halaman promosi. Berikutnya pada halaman pesanan, penulis mengubah gambar yang memperlihatkan pesanan

kosong menjadi lebih hidup dan menyenangkan, sehingga dapat menunjukkan keramahan TOFICO.

Selain itu, penulis menambahkan lebih banyak fitur yang tidak ada di aplikasi *low-fidelity* pertama, seperti favorit, notifikasi, dan tombol kategori di bilah navigasi bawah. Fitur favorit adalah halaman yang akan menampilkan produk-produk yang difavoritkan oleh pengguna sehingga pengguna tidak perlu mencarinya lagi melalui *marketplace*. Halaman notifikasi adalah tempat aplikasi memberi tahu pengguna acara apa yang diadakan oleh TOFICO, jika ada resep baru, atau jika ada rasa atau produk baru yang tersedia. Dan kemudian tombol kategori di bilah navigasi bawah berfungsi untuk menyediakan lebih banyak cara bagi pengguna untuk mengakses halaman kategori.

Selain lima halaman utama aplikasi, ada juga halaman yang membentuk aplikasi e-commerce, salah satunya adalah halaman *marketplace* TOFICO.

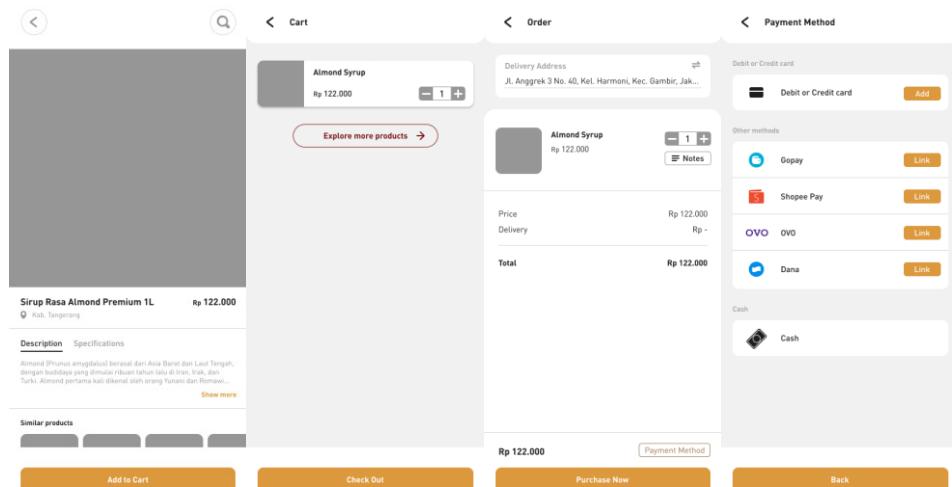


Gambar 3.13 *Low-Fidelity Marketplace* Aplikasi TOFICO 1 dan 2

Pada *low-fidelity* yang pertama, *marketplace* memiliki sedikit *white space* dan lebih sedikit pilihan *filter*, bobot font juga membuat harga kurang dapat dibaca. Penulis telah membuat *filter* sesuai dengan katalog produk perusahaan yang terdiri dari rasa manis, buah, bunga, dan rempah-rempah.

Namun, penulis menyadari bahwa rasa manis masih terlalu banyak, sehingga fitur *filter* menjadi kurang efektif. Oleh karena itu, pada *low-fidelity* kedua, penulis menambahkan lebih banyak pilihan filter seperti manis, buah-buahan, kacang-kacangan, bunga, dan rempah-rempah. Penulis juga secara eksperimental mencoba bentuk toko kartu yang berbeda, dan meskipun dapat menampilkan lebih banyak produk, banyaknya kartu berpotensi membuat pengguna kewalahan dan gambaran produk menjadi kurang terlihat.

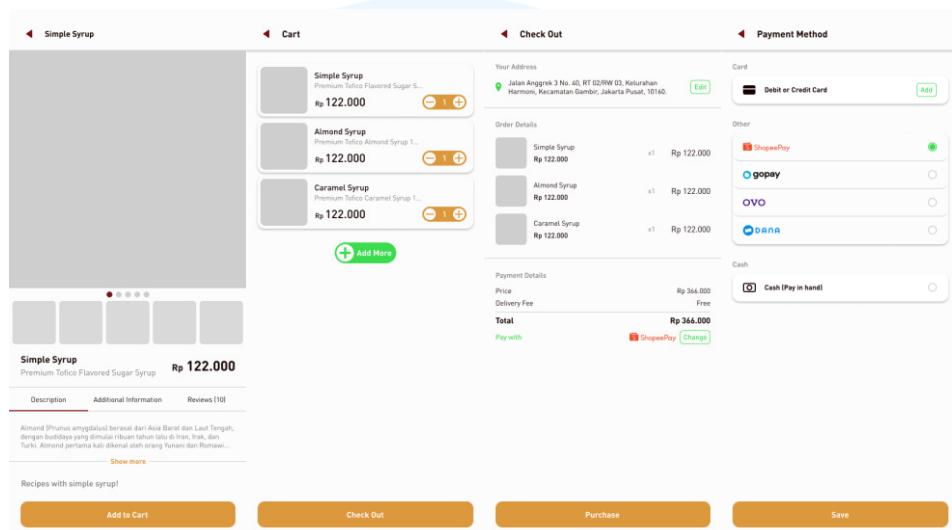
Selain halaman *marketplace*, ada juga halaman proses pembayaran saat pengguna selesai berbelanja dan ingin membeli.



Gambar 3.14 Low-Fidelity Purchase Aplikasi TOFICO 1

Berikut adalah halaman-halaman aplikasi *low-fidelity* pertama yang menunjukkan apa yang akan dilihat pengguna saat mereka melakukan proses pembayaran dan membeli produk. Halaman pertama adalah halaman deskripsi produk yang dapat dibuka oleh pengguna setelah menekan salah satu kartu produk di halaman *marketplace*. Setelah memutuskan untuk membeli produk, pengguna dapat menekan tombol “*Add to Cart*” di bagian bawah, ini akan mengarahkan mereka ke halaman berikutnya yaitu halaman keranjang. Di halaman keranjang, pelanggan dapat menentukan apakah akan mencari produk lainnya atau langsung membeli. Jika pilihan terakhir yang dipilih, pengguna dapat menekan tombol “*Check Out*”. Di halaman

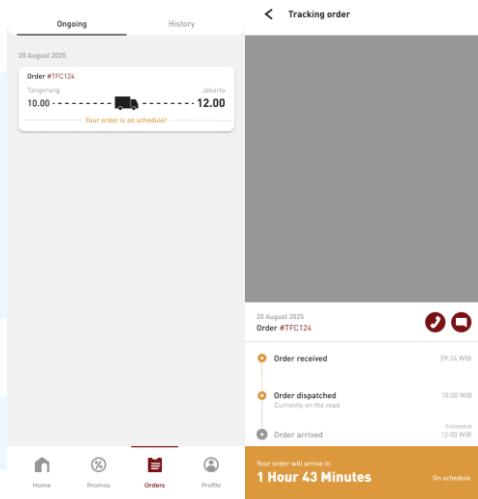
pembayaran, pengguna dapat melihat detail pembelian seperti barang, total harga, dan alamat. Sebelum membeli, pengguna juga dapat mengubah metode pembayaran sesuai keinginan.



Gambar 3.15 Low-Fidelity Purchase Aplikasi TOFICO 2

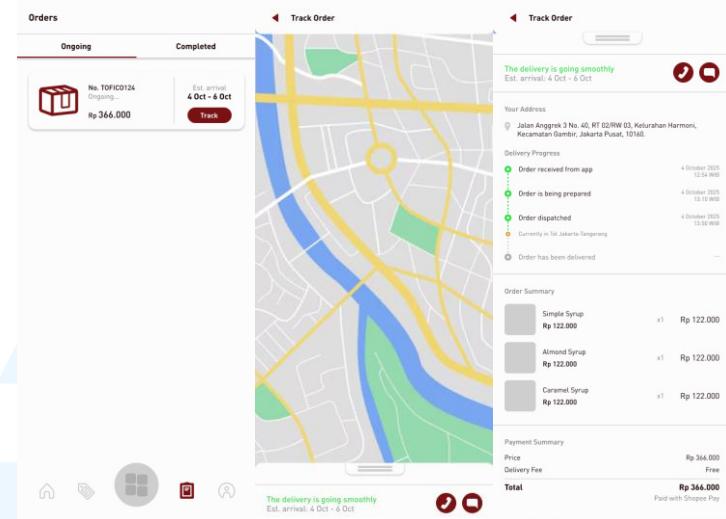
Berikut adalah kesetiaan rendah kedua dari proses pembayaran, dan meskipun tidak banyak perubahan dari versi pertama, ada beberapa perubahan kecil yang menurut penulis akan meningkatkan pengalaman pengguna. Untuk halaman deskripsi produk, penulis menambahkan lebih banyak gambar untuk menampilkan lebih banyak produk, memperbesar teks harga, dan mengubah warna indikator tab dari hitam menjadi merah untuk meningkatkan umpan balik visual. Halaman keranjang memiliki tombol yang lebih kecil dan lebih menarik jika pengguna ingin menambahkan lebih banyak produk ke keranjang. Untuk halaman pembayaran, penulis tidak banyak mengubah dari desain sebelumnya, namun hanya mengubah tata letak alamat dengan tidak membuatnya terpisah dari yang lain serta menambahkan warna pada ikon dan tombol agar lebih menonjol. Penulis juga mengubah lokasi tombol metode pembayaran agar berada di halaman, bukan di bilah bawah. Untuk halaman metode pembayaran itu sendiri, penulis mengubah tombol tautan menjadi tombol radio agar lebih rapi.

Setelah pengguna menyelesaikan pembeliannya, pengguna juga dapat melacaknya menggunakan aplikasi.



Gambar 3.16 Low-Fidelity Tracking Aplikasi TOFICO 1

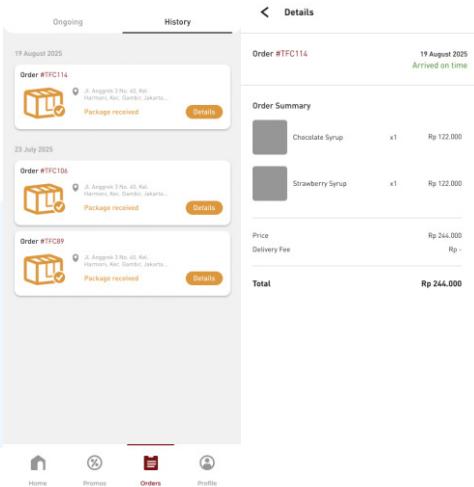
Setelah pengguna menyelesaikan pembeliannya, aplikasi akan memperbarui halaman *order* dan pengguna akan dapat melacak pesanan mereka dari sana. Menekan kartu pada halaman order akan membawa pengguna ke halaman *tracking* yang akan menampilkan peta dan perkiraan waktu kedatangan yang diperbarui secara real-time. Halaman *tracking* juga menyediakan tombol panggilan atau pesan bagi pengguna untuk menghubungi pusat bantuan TOFICO jika mereka memiliki pertanyaan atau masalah.



Gambar 3.17 Low-Fidelity Tracking Aplikasi TOFICO 2

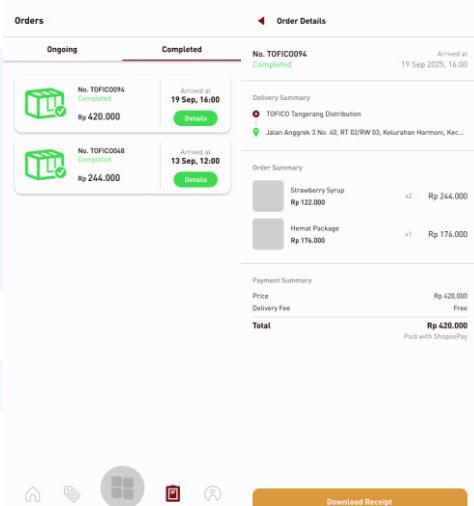
Untuk halaman *tracking* di *low-fidelity* kedua, desainnya sangat berbeda dari yang pertama. Desain kartu di halaman *order* diubah dari mempunyai ikon truk yang berjalan menjadi ikon kardus, sehingga menghasilkan lebih banyak ruang kosong dan keterbacaan. Kartu tersebut juga menyertakan tombol yang lebih mudah dideteksi untuk mengarahkan pengguna ke halaman *tracking*. Pada *low-fidelity* pertama, halaman *tracking* menggunakan metode *scrolling* ke bawah halaman agar pengguna dapat melihat lebih banyak detail, sedangkan yang kedua menggunakan metode *dragging*. Rincian yang ditampilkan di halaman *tracking* juga lebih banyak dari yang terdapat di *low-fidelity* pertama.

Dan setelah pesanan selesai, pesanan tersebut akan dicatat dalam *order history*, sehingga pengguna dapat melihat pesanan mereka sebelumnya.



Gambar 3.18 Low-Fidelity History Aplikasi TOFICO 1

Pengguna dapat mengakses *order history* sebelumnya dengan juga mengakses halaman *order*, semua pesanan yang telah diselesaikan akan ditempatkan dalam halaman tersebut. Di halaman tersebut, pengguna dapat melihat rincian lengkap dari tombol yang disediakan oleh kartu, memberikan rincian pembelian yang telah diselesaikan yang mencakup produk yang dibeli, harga, dan tanggal tercapainya.

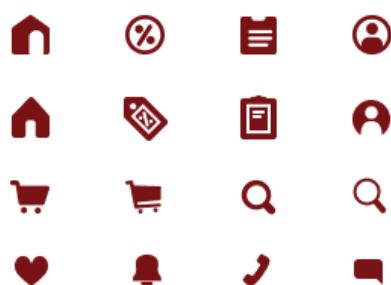


Gambar 3.19 Low-Fidelity History Aplikasi TOFICO 2

Pada low-fidelity kedua, *order history* masih berada di halaman *order*, namun desain kartu diubah agar serupa dengan kartu *ongoing* dengan

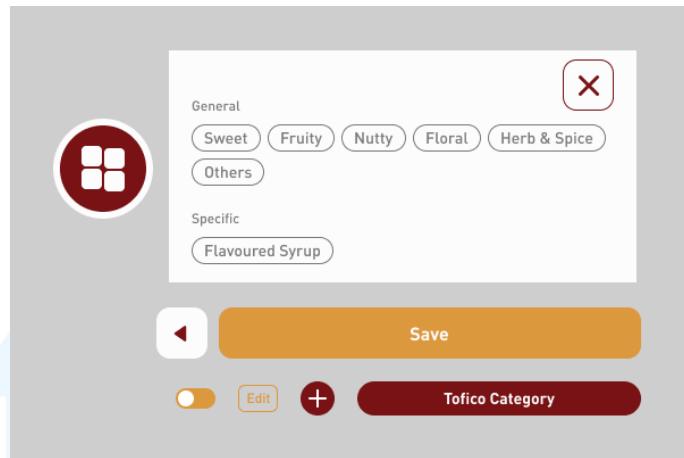
pengecualian warnanya. Penulis juga mengubah halaman detail agar elemen-elemennya lebih padat, mengurangi ruang kosong, dan menambahkan lebih banyak informasi serta warna untuk meningkatkan umpan balik visual. Selain itu, penulis juga menambahkan tombol “*Download Receipt*” di bagian bawah halaman detail agar pengguna dapat menerima tanda terima pesanan.

Dengan kedua desain fidelitas rendah, berikut adalah elemen-elemen yang digunakan untuk memudahkan dan meningkatkan pengalaman pengguna saat menavigasi aplikasi, seperti ikon, tombol, kartu, dan lain-lain.



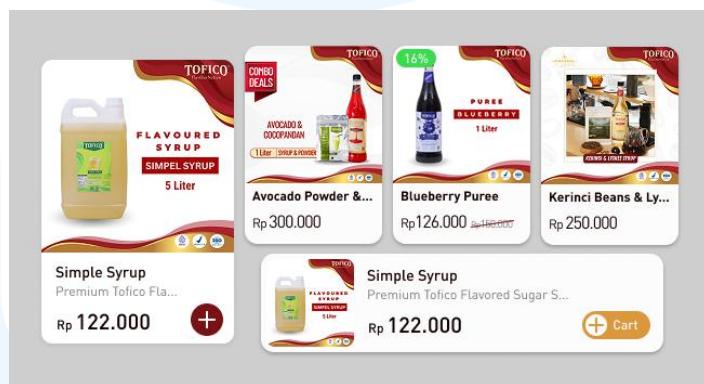
Gambar 3.20 Ikon Aplikasi TOFICO

Ikon-ikon ini dibuat untuk navigasi dan membantu pengguna mengidentifikasi penggunaan tombol tertentu dengan mudah. Penulis membuat ikon-ikon ini menggunakan warna merah tua khas TOFICO dan merupakan ikon isian. Penulis juga membuat alternatif untuk beberapa ikon berdasarkan permintaan dari mentor penulis.



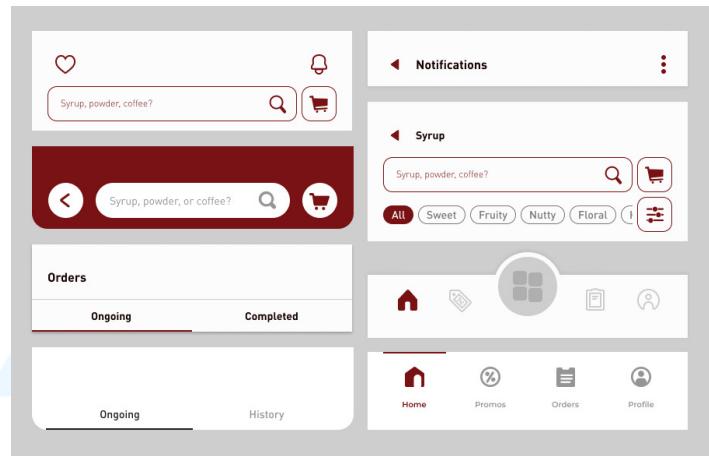
Gambar 3.21 Tombol Aplikasi TOFICO

Tombol-tombol aplikasi ini dapat mengakses fungsi-fungsi tertentu, seperti memfilter rasa produk TOFICO, tombol untuk kembali ke halaman sebelumnya, tombol untuk menyimpan perubahan yang telah dilakukan pengguna, dan sebagainya. Warna yang digunakan untuk tombol-tombol ini sebagian besar adalah merah tua dan warna emas yang merupakan warna khas *brand*.



Gambar 3.22 Kartu Aplikasi TOFICO

Kartu adalah elemen yang mengelompokkan informasi relevan untuk memudahkan pemahaman pengguna. Kartu yang digunakan dalam aplikasi *e-commerce* umumnya berisi produk *brand*, harga, dan sedikit informasi tentang produk tersebut.

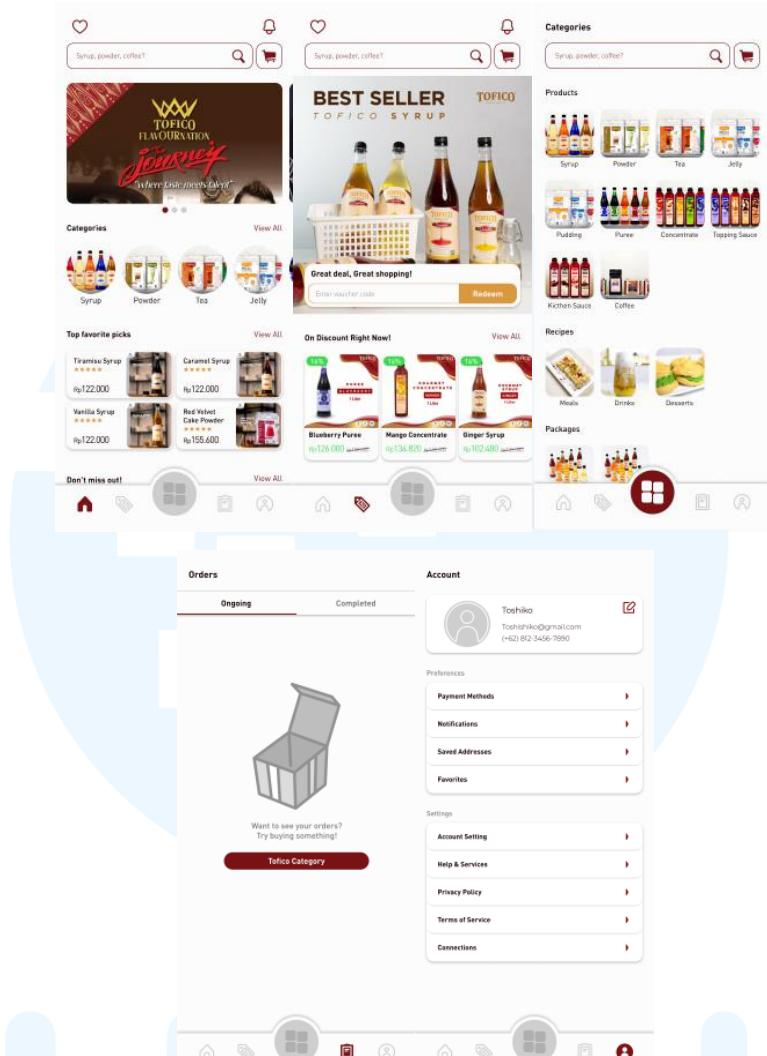


Gambar 3.23 *Top Bar & Bottom Bar* Aplikasi TOFICO

Bar juga merupakan elemen yang mengelompokkan tombol-tombol tertentu dan ditempatkan di bagian atas atau bawah layar, hal ini bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam menelusuri aplikasi.

Dengan kedua desain fidelitas rendah, penulis melanjutkan untuk menanyakan masukan mentornya mengenai desain yang diterimanya positif, dan dengan demikian penulis terus menyelesaikan desain aplikasi. Berikut ini adalah tampilan aplikasi TOFICO *high-fidelity*:

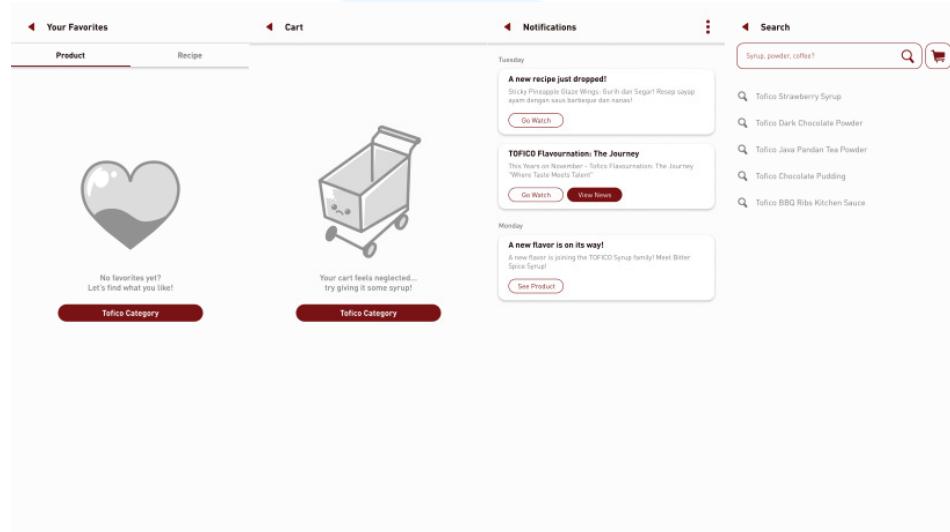




Gambar 3.24 High-Fidelity Aplikasi TOFICO

Berikut adalah lima halaman utama aplikasi TOFICO yaitu halaman beranda, halaman promosi, halaman kategori, halaman pesanan, dan halaman profil. Untuk kesetiaan tinggi, penulis memilih desain kesetiaan rendah kedua karena merupakan desain yang paling bersih, mudah dibaca, dan mengandung lebih banyak fitur, meskipun ada beberapa penyesuaian yang dilakukan. Salah satunya adalah menyesuaikan tata letak beberapa kartu di halaman beranda, karena kartu sebelumnya memiliki bentuk yang aneh dan memakan banyak ruang. Yang lainnya adalah menambahkan lebih banyak kategori di halaman kategori, sekarang tidak hanya kategori produk, tetapi juga kategori resep dan kategori paket. Beberapa penyesuaian lainnya termasuk mengubah

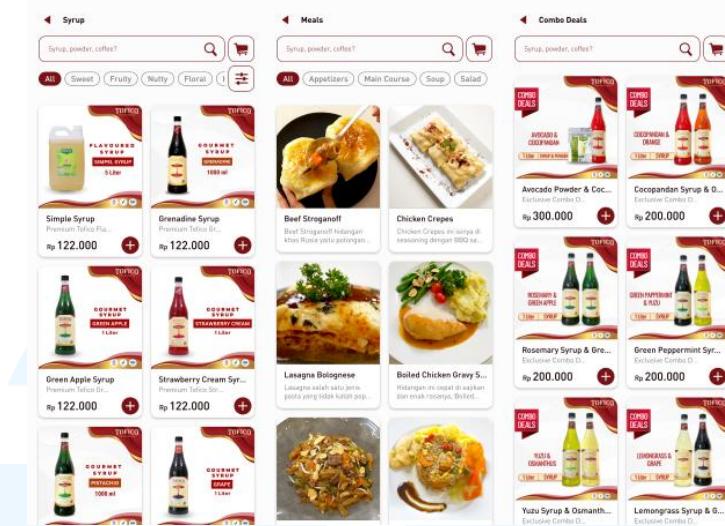
gambar di halaman pesanan yang kosong dan mengubah warna ikon di halaman profil. Berikutnya adalah halaman tambahan yang dapat diakses pengguna melalui bilah atas:



Gambar 3.25 High-Fidelity Aplikasi TOFICO

Halaman-halaman tersebut meliputi halaman favorit, halaman keranjang, halaman notifikasi, dan halaman pencarian. Halaman favorit adalah halaman untuk menampilkan produk atau resep yang telah difavoritkan pengguna sehingga mereka tidak perlu mencari lagi di halaman kategori. Halaman keranjang akan menampilkan produk yang ingin dibeli pengguna serta proses pembayaran. Halaman notifikasi adalah halaman tempat pengguna dapat menerima notifikasi tentang acara yang diselenggarakan TOFICO dan mengumumkan produk atau resep baru. Terakhir, halaman pencarian adalah halaman tempat pengguna dapat mencari informasi apa pun tentang TOFICO.

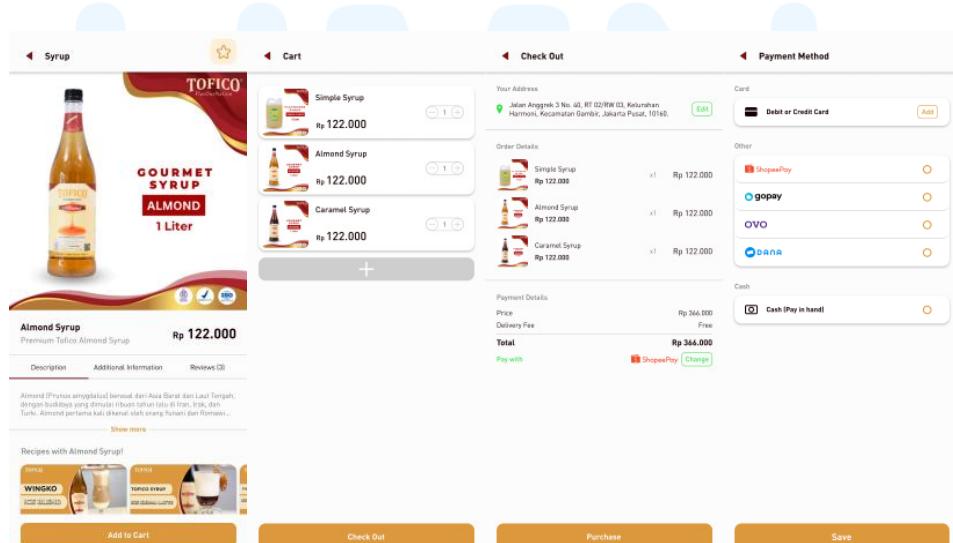
Berikut merupakan *high-fidelity* dari halaman *marketplace*:



Gambar 3.26 *High-Fidelity* Aplikasi TOFICO

Untuk produk *marketplace*, halaman mengikuti desain *low-fidelity* kedua, sedangkan kartu mengikuti desain *low-fidelity* pertama. Beberapa penyesuaian termasuk membuat tombol tambah dan harga lebih terlihat oleh pengguna. Halaman *marketplace* lainnya mencakup resep, yang menguraikan proses memasak hidangan menggunakan produk TOFICO, serta kombinasi dan bundel produk.

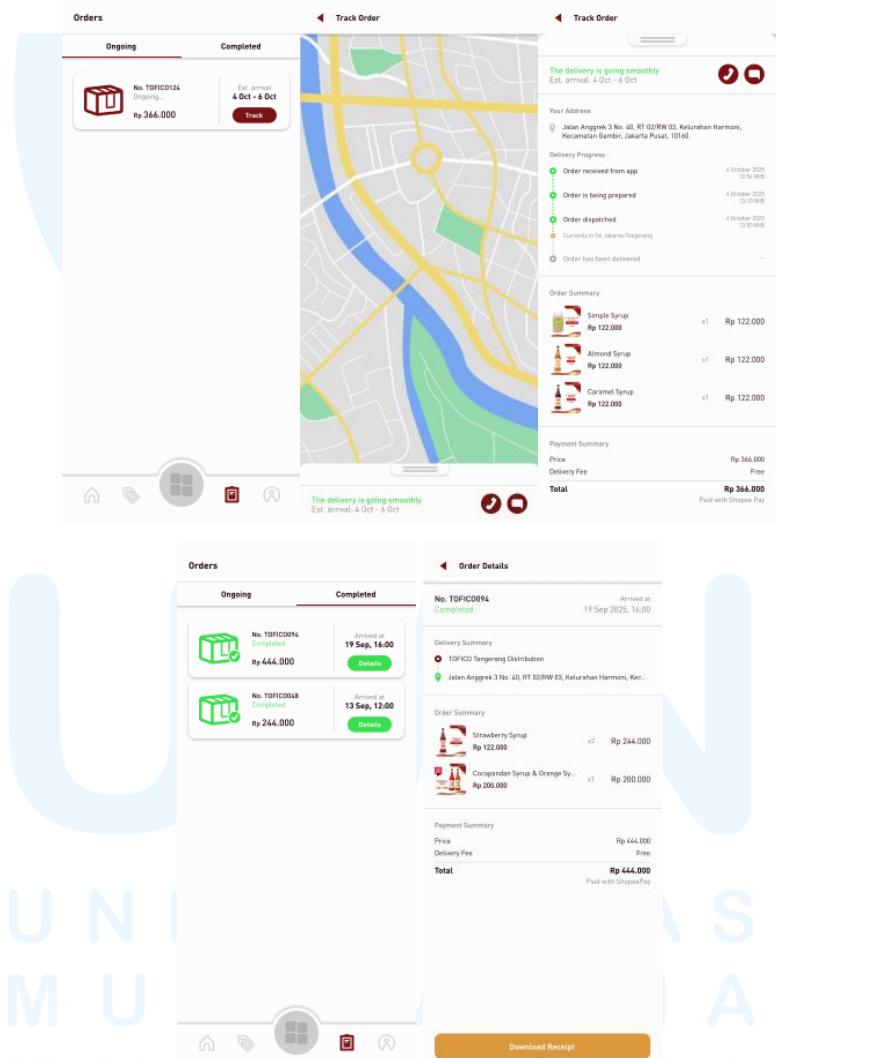
Berikutnya adalah *high-fidelity* dari proses pembayaran:



Gambar 3.27 *High-Fidelity* Aplikasi TOFICO

Tidak banyak yang berubah dari desain selama *low-fidelity* kedua, penulis hanya menghapus baris gambar di bawah gambar utama produk dan menambahkan tombol favorit di halaman deskripsi produk. Ada juga beberapa perubahan di halaman keranjang di mana tombol jelajahi lebih lanjut diubah menjadi tombol plus berwarna abu-abu sederhana.

Berikutnya adalah *high-fidelity* dari halaman *order*, *tracking*, dan *order detail*:



Gambar 3.28 High-Fidelity Aplikasi TOFICO

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain tugas utama, penulis juga mengerjakan tugas tambahan, termasuk mendesain *promotional flyer* untuk media sosial, membuat asset ilustrasi, stiker, dan desain kemasan angpao. Proses pembuatan tugas-tugas ini melibatkan penggunaan referensi dari desain yang sudah ada atau desain perusahaan sebelumnya. Berikut ini detail proses pembuatan proyek tambahan tersebut:

3.3.2.1 Proyek *Promotional Flyer*

PT Sarana Inti Indotama juga memanfaatkan platform media sosial untuk mengiklankan produk-produk TOFICO. Di halaman Instagram-nya, pengguna dapat melihat resep-resep TOFICO, pengenalan produk baru, berita acara atau pembukaan stan, dan yang terpenting, konten promosi.



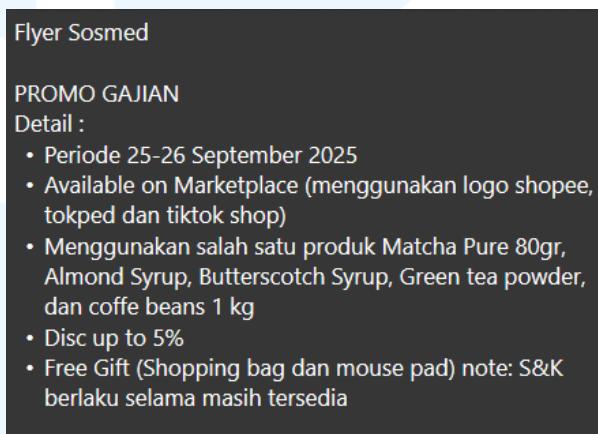
Gambar 3.29 Instagram page TOFICO

Sumber: Instagram TOFICO

PT Sarana Inti Indotama juga memanfaatkan platform media sosial untuk mengiklankan produk-produk TOFICO. Di halaman Instagram-nya, pengguna dapat melihat resep-resep TOFICO, pengenalan produk baru, berita acara atau pembukaan stan, dan yang terpenting, konten promosi. TOFICO sering mengunggah

promosi di Instagram Story dan TikTok, biasanya diiklankan melalui *digital flyer* yang dibuat oleh *creative designer*-nya. *Promotional flyer* tersebut mencakup produk-produk yang sedang dipromosikan, tanggal periode promosi, dan tautan yang mengarah ke *marketplace* produk tersebut. Sebagai *creative designer intern* di PT Sarana Inti Indotama, tugas membuat *promotional flyer* setiap bulan menjadi tanggung jawab penulis.

Proyek *promotional flyer* dimulai dengan penulis menerima tugas dari tim *marketing*. Melalui *chatgroup* di WhatsApp, penulis menerima instruksi mengenai konten *digital flyer*, seperti berapa lama periode promosinya tersebut, produk TOFICO yang akan ditampilkan, dan informasi tambahan seperti persentase diskon atau hadiah gratis yang ditawarkan. Berikut adalah salah satu instruksi yang diterima penulis untuk *promotional flyer* bulan September:



Gambar 3.30 Instruksi *promotional flyer*
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Setelah menerima instruksi, penulis akan memulai dengan riset untuk menemukan desain yang ideal untuk *promotional flyer*. Salah satunya adalah dengan menganalisis *promotional flyer* perusahaan sebelumnya.



Gambar 3.31 Flyer Social Media TOFICO
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Dari *promotional flyer* perusahaannya, penulis mengetahui bahwa *digital flyer* mereka menekankan desain sederhana yang menampilkan logo, asset spanduk mereka yang terletak pada atas dan bawah *flyer*, dan juga gambar produk TOFICO. Warna yang digunakan dalam *digital flyer* tidak menyimpang dari warna *brand* yaitu merah tua dan emas, dan pilihan font tidak terbatas pada satu font saja. Hal lain yang penulis lakukan untuk menemukan desain yang ideal adalah mencari referensi dari desain-desain lain yang sudah ada.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.32 Flyer Sale

Sumber: Google

Setelah menganalisis *promotional flyer* perusahaan sebelumnya dan mencari referensi desain *digital flyer* lain yang sudah ada, penulis kemudian membuat dua alternatif desain *promotional flyer* sesuai instruksi. Berikut adalah desain yang telah dibuat oleh penulis:



Gambar 3.33 Promotional Flyer TOFICO

Desain pertama *promotional flyer*, yang terletak di sebelah kiri, penulis berfokus pada tampilan yang lebih rapi dan serius, menggunakan tata letak yang kaku dan warna yang lebih gelap.

Desain kedua, yang terletak di sebelah kanan, memiliki energi yang berlawanan dengan yang pertama, dengan tata letak yang lebih fleksibel dan warna yang lebih cerah. Kedua desain alternatif tersebut dikirimkan kepada mentor penulis, yang akan memberikan saran revisi dan keputusan akhir tentang desain mana yang akan digunakan. Desain akhir yang dipilih oleh mentor kemudian akan diunggah ke Google Drive yang dapat diakses oleh tim *marketing*.



Gambar 3.34 Flyer *Social Media* TOFICO
Sumber: Instagram TOFICO Syrups

Langkah terakhir dan selesainya dari proyek ini adalah bagi tim *marketing* untuk mengunggah desain yang dipilih ke instagram story TOFICO dengan tautan menuju *marketplace* tersedia.

3.3.2.2 Proyek Aset Ikon Tipografi

Selain membuat *promotional flyer* setiap bulan, perusahaan juga membuat *typography sale icon* setiap bulan untuk promosi mereka. *Typography sale icon* adalah aset tipografi yang dapat digunakan untuk berbagai media seperti video, spanduk, selebaran, dan materi promosi lainnya untuk mengumumkan penjualan bulanan suatu *brand* kepada pelanggan. Membuat ikon-ikon ini juga merupakan tugas para *creative designer* di perusahaan, dan sebagai

creative designer intern, tugas ini juga menjadi tanggung jawab penulis.

Proyek ini diberikan oleh mentor penulis, yang sebelumnya merupakan satu-satunya orang yang bertanggung jawab untuk membuat ikon-ikon ini, yang kemudian memberikan tanggung jawab ini kepada penulis. Tantangan dalam membuat *typography sale icon* adalah bahwa setiap ikon harus unik, tidak memiliki desain yang berulang, dan bertema seputar hari terbesar dalam bulan tersebut, seperti Hari Kemerdekaan di bulan Agustus. Namun, untuk bulan-bulan yang tidak memiliki hari besar, seperti September, desainnya tidak akan memiliki tema. Penulis harus membuat ikon-ikon ini untuk setiap bulan dengan gaya yang berbeda, dan untuk itu, penulis mempelajari beberapa referensi dari desain-desain lain yang sudah ada.



Gambar 3.35 *Typography Sale Icon*
Sumber: Google

Dengan menggunakan desain lain sebagai referensi, penulis kemudian menciptakan beberapa alternatif desain untuk *typography sale icon*. Berikut adalah desain yang dibuat penulis untuk bulan Agustus:





Gambar 3.36 Ikon Agustus Sale TOFICO

Dari tiga ikon tipografi bulan Agustus, penulis menciptakan dua ikon bertema Hari Kemerdekaan, sementara satu ikon tidak dirancang jika perusahaan bermaksud menggunakan ikon tersebut di luar Hari Kemerdekaan. Penulis menciptakan ikon-ikon tersebut menggunakan perangkat vektor Figma, dengan desain yang sederhana namun tetap menarik. Ketiga ikon ini dikirimkan kepada mentor penulis untuk mendapatkan saran dan masukan. Dari ketiganya, dua ikon ini disetujui oleh mentor dan diberi saran revisi.



Gambar 3.37 Ikon Agustus Sale TOFICO

Setelah penulis selesai merevisi, aset tersebut kemudian akan diunggah ke Google Drive yang akan digunakan oleh tim *marketing* untuk tujuan promosi.

3.3.2.3 Proyek Ikon Ilustrasi

Aset ilustrasi juga merupakan bagian penting dari menjadi seorang *creative designer*, karena ilustrasi sering kali disertakan dalam *packaging design*, *branding design*, konten media sosial, dan sebagainya. Aset ilustrasi di PT Sarana Inti Indotama sebagian besar merupakan digunakan sebagai aset pendukung untuk konten media sosial mereka di Instagram dan TikTok, dan sebagai produk terlaris TOFICO, ilustrasi tersebut terutama menggambarkan botol sirup TOFICO.

Karena penulis cukup mahir dalam ilustrasi, beberapa tugas ilustrasi diberikan kepada penulis oleh mentornya, salah satunya adalah menggambar ilustrasi semi-realistic botol sirup TOFICO. Untuk tugas ini, penulis diberikan tiga rasa sirup *best-seller* TOFICO untuk dibuat ilustrasinya, yaitu: *Strawberry*, *Lychee*, dan *Pistachio*.



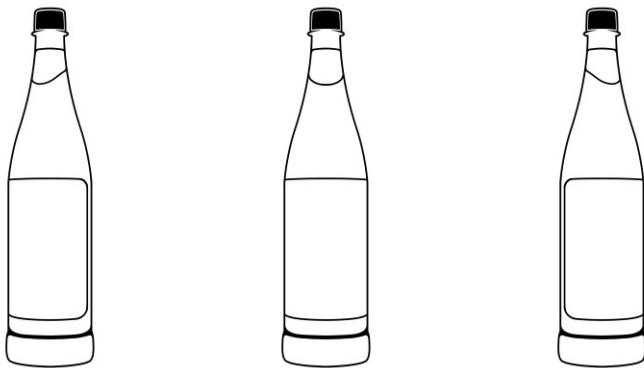
Gambar 3.38 Sirup *Strawberry*, *Lychee*, dan *Pistachio* TOFICO
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Proyek ini dimulai dengan instruksi dari mentor penulis untuk membuat ilustrasi sirup botol TOFICO dengan gaya kartun dan serius. Untuk mendapatkan penggambaran yang lebih akurat, penulis mengumpulkan referensi gaya ilustrasi botol.



Gambar 3.39 Ilustrasi Botol
Sumber: Google

Dengan referensi tersebut, penulis memulai pembuatan proyek dengan menggambar *line art* botol sirup terlebih dahulu dengan menggunakan metode *tracing* dari foto asli botol sirup TOFICO.



Gambar 3.40 *Line Art* Illustrasi Botol Sirup TOFICO

Setelah dibuatnya *line art*, penulis kemudian mengadakan warna pada ilustrasi, menggunakan merah tua untuk sirup *strawberry*, kuning muda untuk sirup *lychee*, dan hijau untuk sirup *pistachio*. Penulis juga menambahkan detail label botol, terutama detail yang paling menonjol seperti ikon nama rasa sirup tersebut, bendera kecil di kedua sisi atas, dan cairan sirup.



Gambar 3.41 Warna Illustrasi Botol Sirup TOFICO

Setelah warnanya siap, penulis melanjutkan ilustrasi dengan rendering dan menambahkan sentuhan akhir. Berikut hasil akhirnya ilustrasi botol sirup TOFICO:



Gambar 3.42 Ilustrasi Botol Sirup TOFICO

Karena ilustrasi ini hanyalah membuat versi semi-realistik dari sirup botol TOFICO asli, proyek ini tidak memerlukan ilustrasi alternatif seperti desain lainnya. Setelah penulis selesai menggambar, ilustrasi tersebut diberikan kepada mentor penulis dan segera disetujui. Penulis kemudian mentransfer ilustrasi tersebut ke Google Drive untuk digunakan oleh tim.

3.3.2.4 Proyek TOFICO Sticker

TOFICO menghargai hubungannya dengan pelanggan, sehingga untuk memperkuat hubungan tersebut, TOFICO berencana menggunakan stiker untuk meningkatkan pengalaman interaksi pelanggan dengan TOFICO. Stiker-stiker ini direncanakan untuk menjadi sebuah paket stiker di WhatsApp, dan akan menampilkan botol sirup TOFICO bergaya kartun dengan 15 ekspresi dan emosi yang berbeda.

Proyek ini diberikan kepada penulis oleh tim *marketing* setelah penulis mengerjakan proyek ilustrasi sirup botol gaya semi-

realistik, dan dilanjutkan oleh mentor penulis memberikan daftar ekspresi-ekspresi stiker tersebut, disertai instruksi untuk membuat sirup botol TOFICO dengan gaya yang lucu.

- Halo selamat datang di Tofico
 - maaf
 - terima kasih
 - terima kasih sudah order
 - good job!
 - congratulations
 - mantap!
 - rasanya enak banget
 - sampai bertemu lagi
 - Terharu
 - Hi!
 - Ngopi dulu yuk
 - Keren!
 - Semangat!
 - ? (Ekspresi bertanya)
- 11:30

Gambar 3.43 Instruksi TOFICO Sticker
Sumber: Zola / Dokumentasi Perusahaan (2025)

Setelah menerima instruksi, penulis mulai mengumpulkan referensi paket stiker dengan banyak ekspresi, gerakan, emosi, teks, dan sebagainya.



Gambar 3.44 Contoh Sticker Pack
Sumber: Google

Dari referensi paket stiker yang ada, penulis dapat melihat bahwa desainer stiker akan melebih-lebihkan ekspresi karakter untuk menekankan makna stiker, memanfaatkan keterampilan

artistik untuk membuat berbagai bentuk ekspresi wajah agar lebih emosional dan beranimasi. Berbekal referensi sebagai acuan, penulis mengawali dengan membuat sketsa stiker, salah satunya adalah stiker “*Congrats*”.



Gambar 3.45 Sketsa TOFICO Sticker Congrats

Setelah membuat 15 sketsa stiker, penulis kemudian menyerahkannya kepada mentor untuk mendapatkan saran dan revisi. Setelah disetujui, penulis kemudian memulai proses menggambar stiker seperti garis seni, pewarnaan, render, serta pemberian dekorasi dan teks.



Gambar 3.46 TOFICO Congrats Sticker

Penulis menggambarkan emosi dari botol-botol tersebut dengan ekspresi yang mirip manusia dan juga melalui warna

botolnya, seperti merah yang menandakan kegembiraan, biru yang menandakan kesedihan, kuning yang menandakan keramahan, dan sebagainya. Seperti ilustrasi sirup botol semi-realistik, sirup botol bergaya kartun juga diberi desain kemasan untuk menampilkan identitas *brand*, tetapi dalam desain yang lebih sederhana dan imut. Setelah semua gambar stiker selesai, penulis kembali menyerahkan stiker tersebut kepada mentor untuk direvisi dan diberi saran. Setelah disetujui oleh mentor, penulis kemudian mengirimkan stiker ke Google Drive yang kemudian akan digunakan oleh tim *marketing* untuk interaksi dengan pelanggan di WhatsApp.

3.3.2.5 Proyek TOFICO Angpao

Untuk merayakan Tahun Baru Imlek tahun depan, TOFICO ingin mempersembahkan desain angpao mereka yang unik dan istimewa. Namun, karena mentor belum punya waktu untuk membuatnya, proyek ini diberikan kepada penulis, dan diminta untuk membuat tiga sketsa desain angpao alternatif.

Seperti biasa, penulis mulai dengan mengumpulkan referensi dan inspirasi dari desain kemasan angpao lainnya. Karena shio tahun depan adalah kuda, penulis mencari desain angpao bertema kuda.

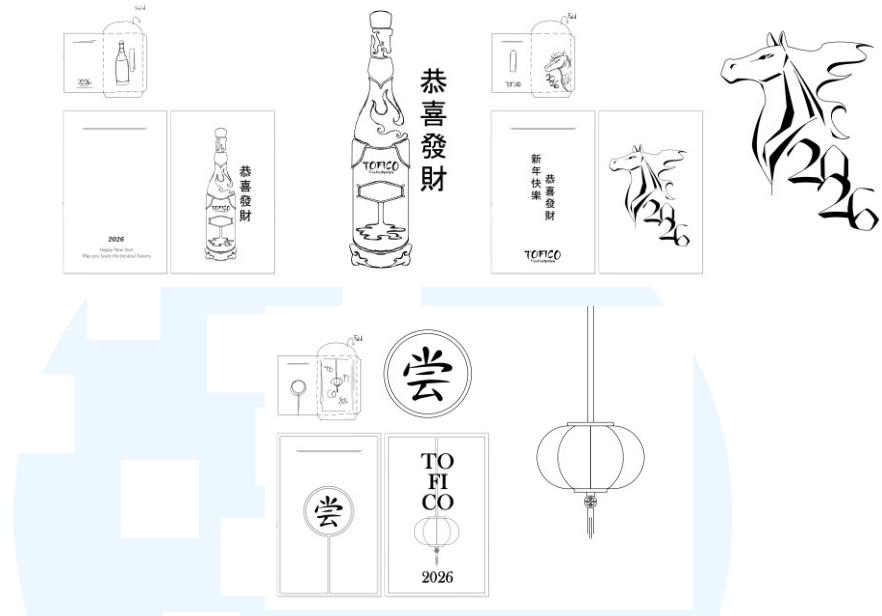


Gambar 3.47 Contoh Angpao 2026

Sumber: Google

Satu hal yang langsung disadari penulis adalah bahwa semua kuda dalam desain kemasan angpao lain tampak rumit, semi-realistic, dengan desain bunga atau api yang menutupi tubuhnya. Hal ini menjadi tantangan bagi penulis karena TOFICO adalah *brand* yang mengutamakan kesederhanaan, dan desain angpao sama sekali tidak demikian. Tantangan lainnya adalah permintaan mentor untuk juga ingin menampilkan botol sirup TOFICO di dalam kemasan angpao tersebut. Namun, dengan segala tantangannya, penulis mencoba semaksimal mungkin untuk membuat tiga sketsa alternatif kemasan angpao.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.48 Sketsa TOFICO Angpao

Ketiga sketsa tersebut menampilkan botol sirup TOFICO yang didesain ulang agar sesuai dengan tema, seekor kuda yang elegan dengan tahun angka 2026 sebagai badannya, dan gambar lentera gantung yang sederhana. Sketsa-sketsa ini diberikan kepada mentor untuk mendapatkan masukan, dan mentor menilai sketsa pertama dan kedua sudah bagus, lalu menyaran penulis untuk menggabungkan kedua sketsa tersebut untuk dijadikan desain akhir. Penulis kemudian melanjutkan mendesain angpao tersebut di Figma untuk menjadikannya vektor.



Gambar 3.49 TOFICO Angpao

Berikut adalah desain awal gabungan kuda dan sirup botol. Namun, desain ini kemudian disarankan oleh mentor penulis untuk memotong sebagian bagian bawah agar ilustrasi pada kemasan angpao menjadi lebih besar, dan dengan demikian menghasilkan desain akhir ini:





Gambar 3.50 TOFICO Angpao

Desain pewarnaan ilustrasi ini terinspirasi oleh tesserae, yaitu seni mosaik yang dibuat dengan menggabungkan potongan-potongan kaca yang berwarna. Desain akhir angpao ini telah disetujui oleh mentor penulis, dan diunggah ke Google Drive. Nantinya, angpao ini akan diserahkan kepada produsen untuk diproduksi.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang di PT Sarana Inti Indotama, terdapat beberapa kendala yang dihadapi penulis. Kendala-kendala yang ditemukan berkaitan dengan proses pembuatan tugas utama, namun penulis telah menemukan solusi untuk kendala ini agar tidak mengganggu pekerjaan. Berikut adalah kendala-kendala tersebut dan solusi yang penulis ambil untuk mengatasinya.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Berikut adalah kendala-kendala yang dihadapi oleh penulis dalam kerja magang tersebut:

1. Tim penulis tidak memiliki orang lain yang berpengalaman dalam desain UI, sehingga penulis harus mengandalkan dirinya sendiri dan pengetahuan yang telah dikumpulkannya.
2. Terkait dengan tidak adanya orang yang berpengalaman dalam desain aplikasi UI, penulis menerima sedikit masukan tentang fitur apa yang diinginkan perusahaan dalam aplikasi mereka.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam menghadapi kendala tersebut, penulis membuat solusi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan rinci kepada tim dan mentor mengenai aplikasi tersebut, serta mengamati bagaimana perusahaan bekerja dengan pelanggan mereka, menentukan masalah saat ini, dan membuat solusi dengan aplikasi tersebut. Berikut adalah solusi yang penulis lakukan untuk mengatasi kendala:

1. Penulis membuat desain alternatif elemen aplikasi dan bertanya kepada mentor mana yang lebih disukai, mudah dilihat, dan lebih mudah dibaca.
2. Penulis mengamati desain *website* TOFICO dan cara mereka menampilkan produk. Saat ini, TOFICO memiliki 84 varian sirup rasa, tetapi satu-satunya cara bagi pelanggan untuk melihat semua sirup adalah dengan menggulir halaman produk di *website* dan brosur. Oleh karena itu, penulis menciptakan fitur *filtering* di aplikasi untuk memudahkan pencarian pengguna.