

## BAB III

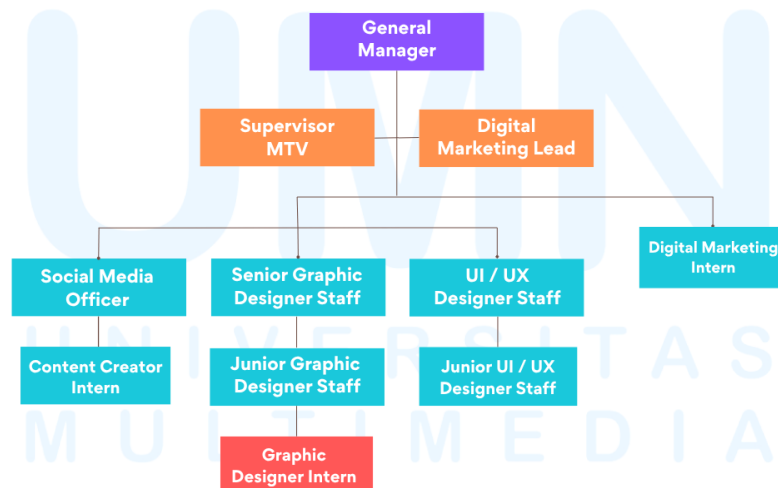
### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan, penulis menempati posisi sebagai *Graphic Designer Intern* di bawah divisi kreatif. Dalam menjalankan tugas, penulis berkoordinasi langsung dengan anggota tim untuk memastikan setiap materi desain untuk kebutuhan promosi dan konten publikasi harian sesuai dengan standar perusahaan.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Penulis menempati posisi sebagai *Graphic Designer Intern* dalam divisi kreatif di PT Danamas Insan Kreasi Andalan. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai materi desain, yang meliputi konten publikasi media sosial, desain untuk kebutuhan event perusahaan, desain internal perusahaan baik online maupun offline, serta desain merchant display untuk klien perusahaan.



Gambar 3.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

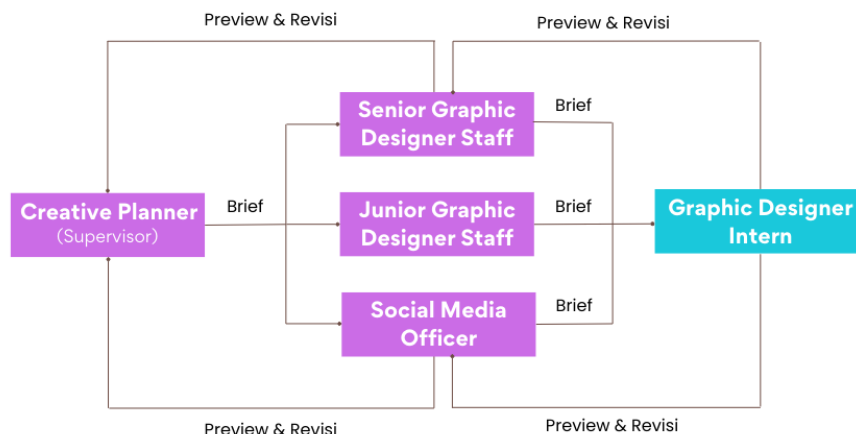
Dalam struktur kerja divisi tersebut, tim kreatif PT DIKA yaitu MTV Creative berada dibawah pimpinan *General Manager*. Penulis berada di bawah tanggung jawab *Creative Planner* sebagai *Supervisor MTV Creative*, *Junior Graphic Designer* dan *Senior Graphic Designer Staff* yang berperan sebagai PIC Design. Setiap desain yang dibuat oleh penulis dikonsultasikan terlebih dahulu dan harus mendapatkan persetujuan dari *Senior Graphic Designer Staff* tersebut atau *Supervisor MTV Creative* sebelum dipublikasikan.

Sementara itu, untuk desain yang berkaitan dengan konten media sosial perusahaan, penulis biasanya menerima arahan langsung dari *Social Media Officer* dan memperoleh persetujuan akhir dari pihak tersebut sebelum dipublikasikan. Adapula untuk desain yang digunakan pada event perusahaan dan desain ucapan hari raya besar, key visual akan dikonsultasikan dan harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dengan *General Manager*.

Setelah melalui proses persetujuan dari pihak – pihak yang terkait, hasil desain penulis kemudian akan dilakukan pengecekan ulang dan dipublikasikan oleh *Social Media Officer* melalui media digital, seperti Instagram, maupun media cetak, sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

### **3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja**

Selama menjalani magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan, penulis berkoordinasi dengan berbagai pihak dalam divisi kreatif untuk memenuhi kebutuhan desain sesuai dengan standar perusahaan. Proses koordinasi dilakukan secara offline di kantor melalui diskusi langsung (face to face) dengan pihak – pihak terkait yang terlibat bersama penulis dalam melakukan permohonan desain. Berikut adalah alur koordinasi yang dilakukan selama penulis melaksanakan magang.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Pelaksanaan Magang

Pada tahapan pertama, briefing desain biasanya akan disampaikan kepada *Supervisor MTV Creative* melalui website prolo PT DIKA atau secara langsung untuk kemudian diberikan kepada *Senior* atau *Junior Graphic Designer Staff*. Proses penyampaian briefing desain dilakukan melalui sistem website prolo PT DIKA. Dalam sistem tersebut terdapat beberapa status seperti *New Request*, *Not Started*, *In Progress*, *On Review*, *Revision*, *Delivered*, dan *Cancel* yang berfungsi sebagai penanda perkembangan proyek desain. Saat pertama kali proyek desain diterima, statusnya akan tercatat sebagai *New Request*. Kemudian, setelah proyek di-assign kepada *Senior* atau *Junior Graphic Designer Staff*, status berubah menjadi *Not Started*. Ketika proyek mulai dikerjakan, status berubah menjadi *In Progress*. Setelah desain selesai dibuat, status diperbarui menjadi *On Review* dengan melampirkan hasil desain yang kemudian akan langsung diteruskan kepada *Supervisor*. Apabila *Supervisor* memberikan revisi, status akan berubah menjadi *Revision*. Namun, jika hasil desain disetujui tanpa ada revisi status akan berubah menjadi *Delivered*. Dan terakhir, apabila proyek desain dibatalkan, maka *Supervisor* akan mengubah status proyek di website prolo.ptdika menjadi *Cancel*.

Penulis sebagai *Graphic Designer Intern*, biasanya menerima proyek desain yang berhubungan dengan kebutuhan internal perusahaan dari *Senior* atau *Junior Graphic Designer* yang berperan sebagai PIC Design dan ditugaskan oleh *Supervisor MTV Creative*, baik melalui sistem pemol pada website maupun permintaan desain secara langsung yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Namun, untuk desain yang diperuntukkan bagi event perusahaan atau berkaitan dengan hari raya besar nasional, proses koordinasi akan melibatkan *Supervisor MTV Creative* secara langsung. Sementara itu, untuk proyek desain yang berkaitan dengan konten sosial media Instagram perusahaan, penulis akan menerima permintaan desain langsung dari *Social Media Officer*. Proyek desain umumnya diterima penulis melalui WhatsApp atau permintaan langsung secara tatap muka. Setelah semua proyek desain yang ditugaskan selesai dikerjakan, file desain akan dikirimkan oleh penulis kepada pihak terkait lagi melalui WhatsApp, termasuk ketika penulis mendapatkan permintaan revisi. Alur koordinasi ini berjalan terus secara berulang selama penulis menjalankan proses magang.

### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Selama menjalani kegiatan magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan, penulis dipercaya untuk menangani beberapa proyek desain yang cakupannya beragam. Proyek tersebut meliputi pembuatan desain event untuk perayaan hari raya besar nasional, desain merchant untuk klien perusahaan, desain logo untuk sistem internal perusahaan, desain konten publikasi media sosial, hingga desain cetak untuk internal perusahaan. Berikut merupakan penjabaran lengkap terkait tugas – tugas yang telah dikerjakan oleh penulis selama periode magang berlangsung.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
2	07—11 Juli 2025	Social Media Design, Talent Content, Logo Design, Event Social Media Post Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain feeds Instagram Business Development paling andal</li> <li>- Berperan sebagai talent dalam pembuatan konten sosial media DIKA</li> <li>- Berdiskusi dengan tim untuk konten compile sales</li> <li>- Rapat untuk event Merdikaria</li> <li>- Membuat PPT compile sales</li> <li>- Membuat logo untuk system Dikasales</li> <li>- Mencari 10 alternatif nama untuk system M-sales, beserta arti / maknanya</li> <li>- Mendesain poster utama untuk event Merdikaria</li> </ul>
3	14 – 18 Juli 2025	Social Media Design, Poster Design, Logo Design, Event Social Media Post Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan revisi desain feed Instagram Business Development paling andal</li> <li>- Mendesain poster utama untuk event Merdikaria</li> <li>- Mencari alternatif nama pengganti untuk system M-Sales</li> <li>- Membuat alternatif desain poster utama untuk event Merdikaria</li> <li>- Mendesain logo untuk system baru M-Sales dengan beberapa opsi nama Saletrax, M-track, SENTRA beserta keterangan arti / maknanya</li> <li>- Mendesain feed Instagram untuk pendaftaran turnamen mobile legends dalam rangka event Merdikaria (17 Agustus DIKA)</li> </ul>
4	21 – 25 Juli 2025	Logo Design, Event Social Media Post	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari 5 alternatif nama untuk website descollection, beserta arti / maknanya</li> </ul>

		Design, Talent Content	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan input foto untuk feed Instagram kategori Best Sales: Pemol, Mobile Sales, dan CC</li> <li>- Mendesain poster Instagram story untuk pengumuman pendaftaran turnamen mobile legends dalam rangka event Merdikaria</li> <li>- Mendesain poster Instagram story untuk pengumuman pendaftaran lomba tarik tambang dan lomba paku botol</li> <li>- Berperan sebagai talent dalam pembuatan konten di Batavia Apartemen</li> <li>- Melakukan revisi logo untuk system M-sales</li> <li>- Mendesain sertifikat of Achievement Atas Pencapaian Target Sales Purwokerto &amp; Tegal Bulan Mei 2025</li> <li>- Mendesain feed Instagram untuk pengumuman pendaftaran turnamen FIFA, Nintendo Switch, dan lomba konvensional: paku botol dan tarik tambang.</li> <li>- Mendesain poster Instagram story untuk pengumuman pendaftaran FIFA dan Nintendo Switch.</li> </ul>
5	28 Juli – 1 Agustus 2025	Event Social Media Post Design, Event Animation TV Tron Design, Documentation Training, Digital Voucher MAMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan input nama peserta untuk sertifikat Pelatihan IT dan Pelatihan Excel Juara Coding</li> <li>- Mendokumentasikan kegiatan training Business Development dalam bentuk foto (Day 1, Day 2, &amp; Day 3)</li> <li>- Mendesain tampilan animasi (motion graphic) untuk TV Tron DIKA untuk event Merdikaria</li> </ul>

		AWARDS BCA 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membantu proses pengambilan video konten demo games Merdikaria serta berperan sebagai talent konten dalam sosial media DIKA</li> <li>- Mendesain poster Instagram story pengumuman pendaftaran nintendo switch untuk event Merdikaria</li> <li>- Mendesain poster carousel untuk konten “Tips Memilih Mitra Outsourcing Yang Tepat?”</li> <li>- Melakukan generate dan input barcode pada voucher MAMA AWARDS BCA 2025</li> </ul>
6	4 – 8 Agustus 2025	Merchant Display Design, Event Social Media Post Design,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain merchant display untuk BCA UMKM Fest 2025</li> <li>- Mendesain feed Instagram untuk pengumuman pemenang lomba mobile legends (Juara 1,2, dan 3) pada event Merdikaria</li> <li>- Membuat desain bracket pertandingan FIFA FC25 dalam event Merdikaria</li> <li>- Mendesain feed Instagram untuk pengumuman pemenang lomba FIFA FC25 (Juara 1,2, dan 3) pada event Merdikaria</li> <li>- Revisi merchant display untuk BCA UMKM Fest 2025</li> <li>- Mendesain merchant display untuk EVENT JAGAT AROMA 2025 Bangsa Lokal Vol 6</li> <li>- Mendesain feed Instagram untuk pengumuman pemenang lomba Nintendo Switch Volley &amp; Tennis</li> </ul>

			<p>Juara 1 pada event Merdikaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain poster story Instagram untuk pengumuman penutupan pendaftaran doorprize pada event Merdikaria</li> </ul>
7	11 – 15 Agustus 2025	Merchant Display Design, Event Social Media Post Design, Event Collateral Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain poster story Instagram untuk pengumuman pemenang doorprize live on Instagram pada event Merdikaria</li> <li>- Mendesain papan juara terkeren, terkece, terseru untuk lomba manajemen pada event Merdikaria</li> <li>- Mendesain papan juara 1,2,3 untuk lomba paku botol dan tarik tambang pada event Merdikaria</li> <li>- Mendesain feed Instagram untuk pemenang perlombaan tarik tambang dan paku botol antar divisi pada event merdikaria</li> <li>- Mendesain papan nama TIM pada event Merdikaria</li> <li>- Mendesain papan hadiah untuk pemenang doorprize berupa Smart TV pada event Merdikaria</li> <li>- Mendesain banner Dirgahayu Kemerdekaan Indonesia ke-80 untuk Dika Denpasar</li> <li>- Mendesain 21 merchant display untuk EXPO BCA 2025</li> </ul>
8	18 – 22 Agustus 2025	Merchant Display Design, Social Media Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain 9 merchant display untuk BCA Sabang Merauke</li> <li>- Menginput nama untuk kategori Best Sales (CC,</li> </ul>



			<p>Mobile Sales, Merchant, dan Telemarketing)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi merchant display untuk BCA EXPO 2025</li> <li>- Revisi merchant display untuk BCA Sabang Merauke</li> <li>- Take content compile sales</li> </ul>
9	25 – 29 Agustus 2025	Social Media Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyusun konten deskripsi kualifikasi &amp; benefit untuk template feed IG lowongan kerja Dika, posisi Business Development</li> <li>- Menyusun konten deskripsi kualifikasi &amp; benefit untuk template feed Instagram lowongan kerja Dika, posisi SPV, SPG, dan SPB</li> <li>- Mendesain feed Instagram operasional bisnis belum efisien</li> </ul>
10	1 – 5 September 2025	Social Media Design, Greetings Post Design, Merchant Display Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain feed Instagram greetings maulid nabi</li> <li>- Revisi feed Instagram greetings maulid nabi</li> <li>- Mendesain 1 merchant untuk Banglok Kopifest 2025</li> <li>- Membuat copywriting untuk feed Instagram bertema jatah cuti untuk karyawan outsourcing</li> <li>- Mendesain 2 merchant untuk Bangga Lokal VOL 6</li> <li>- Revisi desain feed Instagram operasional bisnis belum efisien</li> </ul>
11	8 – 12 September 2025	Social Media Design, Greetings Post Design, Talent Content, Banner Collateral Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain feed Instagram untuk topik isi kepala telemarketing, sales, dan desk collection.</li> <li>- Mendesain feed Instagram mainanku dulu vs mainanku</li> </ul>

			<p>sekarang untuk akun Instagram @peluangkerjaku</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berperan sebagai talent dalam pembuatan konten sosial media DIKA</li> <li>- Mendesain Feeds Instagram 7 soft skill ini bikin karier kamu naik level</li> <li>- Berperan sebagai talent dalam pembuatan konten sosial media juara coding</li> <li>- Mendesain roll up banner &amp; poster ukuran A0 kebijakan sistem manajemen keamanan informasi</li> </ul>
12	15 – 19 September 2025	Social Media Design, Talent Content, Simulation Documentation, Social Media Video Editing, Banner Collateral Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain feeds instagam untuk topik cara bangun loyalitas pelanggan</li> <li>- Take content bersama ka sasa ka fanny arsio day 1 magang &amp; cuti adalah maut</li> <li>- Membantu mendokumentasikan simulasi kebakaran</li> <li>- Take content bersama ka friska &amp; arsio untuk akun Instagram peluangkerjaku</li> <li>- Melakukan editing video di CapCut dengan POV: sales sedang banyak melakukan penjualan.</li> <li>- Mendesain roll up banner kebijakan sistem manajemen keamanan informasi</li> </ul>
13	22 – 26 September 2025	Social Media Design, Event Social Media Post Design, Poster Collateral Design, TV Tron Animation Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain feed IG personality sobat kerja berdasarkan tipe kopi</li> <li>- Mendesain poster utama untuk event DIKATOPIA X DIKONSELING 2025 dalam rangka hari mental health</li> <li>- Mendesain poster ukuran A5 berisi imbauan terkait lift</li> </ul>

			<p>tidak beroperasi di DIKA Tondano</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain poster ukuran A4 berisi informasi prosedur evakuasi dalam keadaan darurat</li> <li>- Membuat desain motion untuk menayangkan prosedur evakuasi darurat pada TV tron.</li> </ul>
14	29 September – 3 Oktober 2025	Social Media Design, Event Social Media Post Design, Greetings Post Design, Poster Collateral Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain feed IG dengan konten Rekrut Sendiri vs Outsourcing</li> <li>- Revisi Desain Poster Utama Dikatopia x Dikonseling 2025 (Hari Mental Health)</li> <li>- Membuat desain greetings Hari Batik Nasional untuk Instagram PT DIKA</li> <li>- Merevisi desain himbauan lift tidak berfungsi di DIKA Tondano</li> <li>- Membuat desain susunan rangkaian acara Dikatopia x Dikakonseling 2025 sekaligus konten tebak guest star</li> <li>- Membuat desain feed Instagram PT DIKA mengenai keribetan mengurus administrasi sendiri</li> <li>- Revisi desain himbauan lift tidak berfungsi</li> <li>- Membuat roadmap Instagram story untuk akun Instagram sanasinidika mengenai alur event Dikatopia x Dikonseling 2025 hingga peserta bisa mendapatkan hadiah kopi Tuku dan EsTeh Indonesia secara gratis</li> </ul>
15	6 – 10 Oktober 2025	Social Media Design, Banner Collateral	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain feed Instagram PT DIKA mengenai topik 5 detail kecil</li> </ul>

		Design, Merchant Display Design, Event Animation TV Tron Design, Event Documentation	<p>ini berdampak besar di layanan pelanggan versi telemarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain invitation untuk Bapak Anjasmara Prasetyo pada acara Dikatopia X Dikonseling 2025</li> <li>- Membuat desain tripod banner tentang cara bermain chambara untuk event Dikatopia X dikonseling 2025</li> <li>- Mengerjakan 2 desain merchant BCA Bangsa Lokal Cafe &amp; Brasserie EXPO INDONESIA</li> <li>- Mengerjakan desain roll banner implementasi sistem manajemen keamanan informasi berbasis ISO 27001 : 2013</li> <li>- Membuat template desain untuk rules games chambara pada event Dikatopia X Dikonseling 2025</li> <li>- Membuat desain TV Tron untuk event Dikatopia X dikonseling 2025</li> <li>- Menjadi panitia yang bertugas sebagai dokumentasi reels pada event Dikatopia X dikonseling 2025</li> </ul>
16	13 – 17 Oktober 2025	Banner Collateral Design, Social Media Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi desain roll banner implementasi sistem manajemen keamanan informasi berbasis ISO 27001 : 2013</li> <li>- Membuat desain feed Instagram @peluangkerjaku mengenai Tipe - Tipe tumbler kalau kerja kantoran</li> <li>- Membuat desain feed Instagram @peluangkerjaku</li> </ul>

			<p>mengenai emang bisa introvert jadi leader?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Take content untuk akun Instagram @peluangkerjaku bersama ka Irma</li> <li>- Take content untuk akun Instagram @peluangkerjaku bersama ka Friska</li> <li>- Membuat desain feed Instagram @peluangkerjaku mengenai Aturan kerja di setiap negara</li> </ul>
17	20 – 24 Oktober 2025	Merchant Display Design, Social Media Design, ID Card Template Design, Poster Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat 6 desain &amp; cetak merchant BCA materi promo Event Big Bad Wolf di Hall 7, NICE PIK 2</li> <li>- Membuat desain feed Instagram mengenai semakin sering kerja, semakin sering buka ini</li> <li>- Membuat desain ID Card untuk The Bridge Academy</li> <li>- Membuat desain poster A3 untuk Booster Reward Direct Sales Pemol</li> <li>- Membantu Justin membuat mockup artikel untuk poster carousel sosial media pt dika</li> </ul>
18	27 – 31 Oktober 2025	Greetings Post Design, Social Media Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain untuk greetings sumpah pemuda akun Instagram @peluangkerjaku</li> <li>- Membuat desain Feeds Instagram mengenai POV wawancara HRD</li> </ul>
19	3 – 7 November 2025	Event Social Media Post Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang desain poster untuk mendukung kegiatan outing kantor PT DIKA</li> </ul>
20	10 – 14 November 2025	Social Media Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang Feeds Instagram mengenai 4 alasan mengapa kamu tidak perlu minder melihat pencapaian orang lain</li> </ul>

21	17 – 21 November 2025	Social Media Design, Template Social Media Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang desain feeds Instagram mengenai Kebiasaan Ngantor Berdasarkan Zodiak</li> <li>- Merancang desain sesuai dengan template best performance: Best performance BCA Okt 2025 &amp; Best Performance Others Okt 2025</li> </ul>
22	24 – 28 November 2025	Social Media Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang desain feeds instagram mengenai Kebiasaan Ngantor Berdasarkan Zodiak part 1 &amp; 2</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis sebagai Graphic Designer Intern di PT Danamas Insan Kreasi Andalan bertanggung jawab untuk memproduksi desain dalam media digital dan media cetak. Kategori desain yang dikerjakan oleh penulis selama praktik magang berlangsung berupa desain visual untuk event, konten media sosial Instagram, merchant display, greetings hari raya besar, perancangan logo untuk sistem internal, dan berbagai media cetak lainnya yang digunakan untuk kebutuhan internal perusahaan.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Proyek utama yang dikerjakan oleh penulis selama melaksanakan magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan meliputi berbagai kebutuhan desain, terutama yang berkaitan dengan event perusahaan. Terdapat dua event utama, yaitu Merdikaria dan Dikatopia. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab membuat konten visual untuk tiga akun Instagram perusahaan @ptdikaofficial, @peluangkerjaku, dan @sanasinidika. Kemudian, penulis juga turut andil dalam menangani proyek desain untuk merchant display BCA, serta berbagai media cetak untuk internal perusahaan seperti peringatan lift dan kebijakan sistem.

Proses perancangan desain yang dijalankan oleh penulis dilakukan sesuai dengan prosedur standar perusahaan. Pada tahap pertama, penulis akan menerima brief desain yang akan dikoordinasikan secara langsung dengan pihak terkait yang melakukan permohonan desain, yang dilengkapi dengan contoh referensi visual yang relevan.

Pada tahap kedua, penulis menyusun konsep awal desain dengan melakukan pembuatan copywriting terlebih dahulu untuk menentukan arah komunikasi dengan brainstorming secara mandiri, dibantu dengan pemanfaatan AI untuk eksplorasi ide dan input tambahan. Selanjutnya, penulis biasanya mencari referensi visual melalui Pinterest dan kemudian dilakukan digitalisasi. Hasil desain yang telah selesai dibuat akan dikonsultasikan dengan PIC terkait untuk memperoleh masukan dan approval hingga desain dinyatakan final.

#### **3.3.1.1 Proyek Perancangan Desain Visual Event Internal Perusahaan**

Pada proyek ini, penulis bertanggung jawab untuk merancang key visual desain yang akan direalisasikan sebagai poster utama untuk dua event hari raya besar perusahaan, yaitu peringatan Hari Raya Kemerdekaan 17 Agustus 2025 dan Hari *Mental Health* Sedunia pada 10 Oktober 2025. Dalam proses perancangannya, penulis melakukan brainstorming ide secara mendalam, mengumpulkan beberapa referensi desain serupa melalui platform sosial media Instagram dan Pinterest, serta menganalisis gaya visual yang untuk memperoleh hasil desain yang dapat menyampaikan pesan secara jelas dan juga menarik perhatian secara visual. Selain itu, penulis juga mempertimbangkan aspek tipografi, warna, dan elemen – elemen grafis dapat selaras dengan karakter event yang diselenggarakan. Berikut merupakan hasil perancangan desain untuk rangkaian event yang telah dibuat oleh penulis.

## 1. Merdikaria

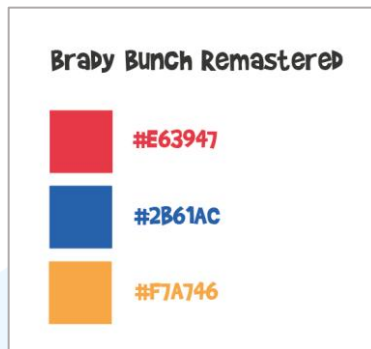
Merdikaria merupakan salah satu event besar yang pernah diselenggarakan oleh PT Danamas Insan Kreasi Andalan di tahun 2025, event ini merupakan event 17 Agustus PT DIKA yang diperuntukkan kepada seluruh karyawan PT DIKA Head Office dan seluruh sales PT DIKA dari berbagai kota. Perencanaan event sudah berlangsung sejak penulis melaksanakan magang perdana, proses persiapan event berlangsung kurang lebih 2 bulan. Seluruh rangkaian event ini direncanakan dan diselenggarakan oleh tim MTV Creative, dan diadakan tepatnya pada tanggal 14 Agustus 2025 di Gor Benhil, Jakarta Pusat.



Gambar 3.3 Logo Merdikaria 2025

Penulis ditugaskan untuk merancang logo utama Merdikaria 2025 dengan gaya visual yang menonjolkan suasana yang fun dan meriah. Penulis merancang logo dengan menggunakan kombinasi warna merah, biru, dan orange kekuningan yang merepresentasikan penuh energi, keceriaan, dan optimisme dengan pemilihan font yang playful dengan penambahan efek outline putih dengan shadow hitam tipis untuk menambah kesan dinamis dan menonjol. Logo tersebut dirancang untuk diaplikasikan pada berbagai kebutuhan visual, seperti feeds Instagram maupun media cetak yang akan digunakan untuk menginformasikan rangkaian acara Merdikaria 2025.





Gambar 3.4 Penggunaan Tipografi dan Warna pada Logo Merdikaria 2025

Tipografi yang digunakan untuk logo Merdikaria 2025 adalah *Brady Bunch Remastered*. Penulis memilih untuk menggunakan font ini dikarenakan font ini memiliki karakter yang ekspresif dan kuat, sehingga mendukung *vibes fun* dan meriah yang ingin ditonjolkan dalam event Merdikaria 2025. Warna – warna yang digunakan penulis untuk logo tersebut terdiri dari warna merah dengan kode warna #E63947, warna biru dengan kode warna #2B61AC, dan oranye kekuningan dengan kode warna #F7A746 tujuannya untuk membentuk kesatuan visual yang harmonis, sehingga logo dapat terlihat lebih menonjol.



Gambar 3.5 Desain Poster Alternatif Merdikaria 2025

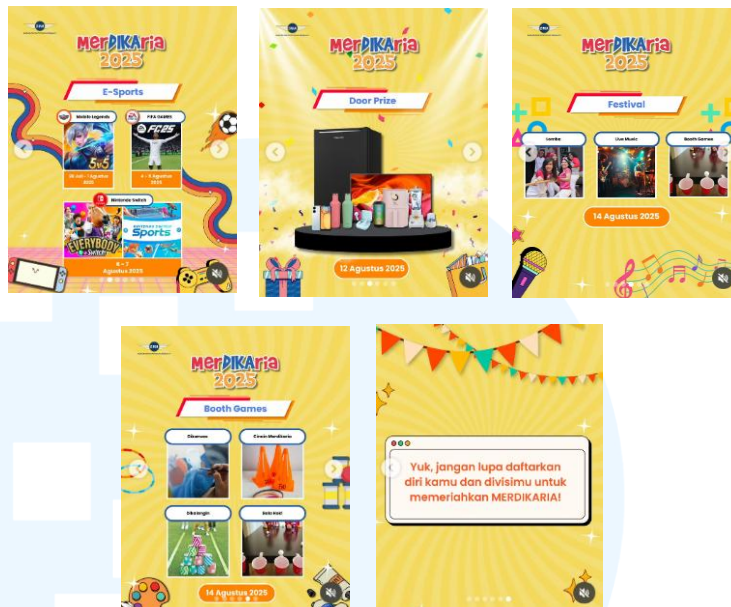
Logo Merdikaria 2025 yang telah dirancang tersebut kemudian diaplikasikan pada media poster dengan ukuran Instagram post 1080 x 1350 piksel. Dalam perancangan desain poster, penulis berusaha untuk menonjolkan warna merah sebagai warna yang paling dominan untuk merepresentasikan semangat kemerdekaan. Selain itu, penulis juga menambahkan elemen star *blink* dan aset gambar berupa ilustrasi vector

yang diperoleh dari Freepik Premium, yang difasilitasi dari kantor untuk tim MTV Creative. Poster tersebut menampilkan informasi utama terkait detail acara, meliputi tanggal pelaksanaannya yaitu pada tanggal 14 Agustus 2025, pukul 14.00 WIB, dan lokasinya di GOR Benhil. Selain itu, dicantumkan pula informasi mengenai rangkaian acara tersebut dimeriahkan dengan lomba, live music, dan juga doorprize.



Gambar 3.6 Desain Poster Utama Merdikaria 2025

Selain, desain poster yang dirancang oleh penulis, Junior Graphic Designer juga membuat alternatif desain poster Merdikaria. Setelah melalui proses evaluasi bersama, Supervisor MTV Creative memutuskan untuk menggunakan desain poster karya Junior Graphic Designer untuk event Merdikaria. Dalam perancangan tersebut, visual didominasi oleh warna kuning agar menyerupai konsep pesta pora yang meriah. Desain poster tersebut kemudian dikombinasikan dengan logo hasil perancangan penulis, dengan adanya *request* penipisan stroke putih pada logo Merdikaria saat diaplikasikan ke media poster dan turunan key visual lainnya.



Gambar 3.7 Desain Instagram Feeds Carousel Merdikaria 2025  
“Fun Activities”

Setelah perancangan logo dan key visual utama mendapatkan approval dari Supervisor untuk di *publish* ke sosial media, logo yang dirancang oleh penulis tersebut tetap diaplikasikan ke dalam feeds Instagram sebagai bagian dari identitas visual event. Pada tahap selanjutnya, penulis dialihkan untuk merancang konten visual feeds Instagram dengan menggunakan turunan key visual desain yang dirancang oleh *Junior Graphic Designer Staff*. Konten tersebut melampirkan informasi terkait berbagai aktivitas dalam rangkaian acara Merdikaria 2025 yang dapat diikuti oleh PARADIK (Para Karyawan di PT DIKA) selama event berlangsung. Aktivitas – aktivitas tersebut terbagi menjadi empat kategori utama, yaitu *E-Sports*, *Doorprize*, *Festival*, dan *Booth Games*. Seluruh informasi terkait rangkaian acara tersebut dipublikasikan melalui akun Instagram resmi perusahaan, yaitu @sanasinidika.



Gambar 3.8 Desain Instagram Story Merdikaria 2025:  
“Pendaftaran Lomba & Doorprize”

Selain konten feeds, penulis juga merancang desain untuk Instagram Story yang berfungsi sebagai pelengkap atau pengingat bagi PARADIKA untuk mendaftarkan diri pada berbagai permainan serta mengikuti program *doorprize* berhadiah. Instagram Story tersebut memuat tautan pendaftaran, seperti pendaftaran *E-Sports* Nintendo Switch dan pendaftaran *doorprize* berhadiah. Selain itu, Instagram Story juga digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai jadwal acara serta pengumuman pemenang *doorprize* berhadiah yang akan dilakukan secara *live* melalui akun Instagram @sanasinidika.

## 2. Dikatopia x Dikonseling 2025

Dikatopia x Dikonseling 2025 merupakan event untuk memperingati Hari Mental Health Sedunia yang diselenggarakan oleh PT Danamas Insan Kreasi Andalan pada 10 Oktober 2025. Acara ini diselenggarakan untuk mewadahi generasi Z untuk mengekspresikan emosi, perasaan, dan aspirasi mereka secara bebas yang dapat dilakukan melalui aktivitas – aktivitas interaktif, seperti konseling offline, meditasi, dinding ekspresi, dan lain – lain. Sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi dan antusiasme selama acara berlangsung, PARADIKA berkesempatan mendapatkan *Free* Kopi Tuku dan EsTeh secara gratis selama acara tersebut berlangsung.



Gambar 3.9 Logo Dikatopia x Dikonseling 2025

Penulis ditugaskan untuk merancang logo Dikatopia x Dikonseling 2025. Dalam proses perancangan logo tersebut, tidak terdapat brief khusus mengenai konsep visual yang harus dibawa melalui logo. Namun, penulis mendapatkan arahan bahwa desain logo diharapkan dapat disesuaikan dengan vibes visual dari poster utama, serta logo yang dirancang oleh penulis dapat lebih menonjol. Sehingga penulis, merancang logo dengan menggunakan kombinasi warna turquoise, pastel red, blue dan orange yang merepresentasikan vibes penuh kehangatan dan keceriaan dengan pemilihan font yang *friendly*. Logo tersebut dirancang untuk diaplikasikan pada berbagai kebutuhan visual, seperti feeds Instagram maupun media cetak yang akan digunakan untuk menginformasikan rangkaian acara Dikatopia x Dikonseling 2025.



Gambar 3.10 Penggunaan Tipografi dan Warna pada Logo Dikatopia x Dikonseling 2025

Tipografi yang digunakan untuk logo Dikatopia x Dikonseling 2025 adalah *Shrikhand* dan *Subtitle*. Penulis memilih untuk menggunakan font ini dikarenakan font ini memiliki karakter yang modern dan youthful, sehingga mendukung suasana acara yang kolaboratif dan ekspresif dalam event Dikatopia x Dikonseling 2025. Warna – warna yang digunakan penulis untuk logo tersebut terdiri dari warna turquoise dengan kode warna #1ABC9C, warna pastel red dengan kode warna #F28D7B, warna blue dengan kode warna #3A5CC9, dan oranye dengan kode warna #F6AC32. Kombinasi warna – warna tersebut membentuk tampilan visual menjadi fresh dan youthful, dengan komposisi warna yang seimbang.

Penulis terinspirasi oleh komposisi warna dan penempatan logo dari berbagai event bertemakan game, yang menekankan tampilan visual yang dinamis dan mudah dikenali. Inspirasi yang ditemukan oleh penulis ini menciptakan key visual poster yang fresh, dan selaras dengan karakter dari acara Dikatopia x Dikonseling 2025.





Gambar 3.11 Desain Poster Utama Dikato pia x Dikonseling 2025

Setelah perancangan logo utama selesai, penulis mulai melanjutkan proses perancangan poster utama dengan ukuran Instagram post 1080 x 1350 piksel. Pada tahap perancangan ini, penulis melakukan eksplorasi terhadap warna latar belakang yang sesuai dengan komposisi dan warna logo mengingat logo yang dirancang menggunakan kombinasi dari empat warna yang cukup kontras. Selain itu, penulis juga menerima arahan bahwa desain poster utama diharapkan memiliki gaya visual semi korporat.

Penulis melakukan eksplorasi warna dan menemukan bahwa dominasi warna biru navy mampu membuat logonya terbaca jelas dan merepresentasikan suasana positif, aman, dan suportif supaya selaras dengan tema kesehatan mental. Oleh karena itu, palet warna yang digunakan terdiri dari kombinasi biru gradasi dan hijau sage untuk merepresentasikan kesan tenang dan profesional serta orange dan kucing untuk merepresentasikan kesan yang energik yang ditujukan untuk generasi Z. Poster tersebut menampilkan informasi utama terkait detail acara, meliputi tanggal pelaksanaannya yaitu pada 10 Oktober 2025, pukul 11.30 WIB sampai selesai, dan berlokasi di PT DIKA *Head Office*.



Gambar 3.12 Desain Instagram Feeds Carousel Dikatoopia x Dikonseling 2025  
“Fun Activities”

Selanjutnya, penulis juga bertanggung jawab dalam merancang key visual turunan dari poster utama yang dikembangkan menjadi tiga carousel feeds Instagram. Konten feeds Instagram memuat informasi mengenai berbagai aktivitas interaktif, seperti konseling offline, sesi meditasi, melukis totebag, *game station*, dinding ekspresi sampai dengan tambang mini, serta *roadmap* alur partisipasi. Desain *roadmap* dibuat untuk membantu PARADIKA memahami langkah-langkah mengikuti rangkaian kegiatan, mulai dari melakukan scan *barcode* melalui aplikasi HADIR hingga proses klaim kopi Tuku dan Esteh Indonesia secara gratis. *Roadmap* dirancang dengan penomoran yang jelas dan visualisasi yang menyerupai jalan raya, sehingga diharapkan peserta dapat memahami dengan lebih mudah terkait alur kegiatan dari awal hingga akhir.



### 3.3.1.2 Proyek Desain Instagram Feeds untuk Media Sosial Perusahaan

Pada proyek ini, penulis bertanggung jawab untuk merancang desain feeds Instagram sosial media perusahaan, yaitu @ptdikaofficial dan @peluangkerjaku. Dalam proses perancangannya, penulis melakukan brainstorming ide dengan mengumpulkan beberapa referensi desain serupa melalui platform sosial media Instagram dan Pinterest. Selain itu, penulis juga mencari referensi copywriting dari media sosial dan memanfaatkan bantuan AI untuk mendukung proses penulisan konten feeds Instagram. Berikut merupakan hasil perancangan desain untuk sosial media perusahaan yang telah dibuat oleh penulis.

#### 1. @ptdikaofficial

@ptdikaofficial merupakan akun sosial media utama PT Danamas Insan Kreasi Andalan. Akun Instagram ini biasanya menyajikan konten desain dan reels yang berfokus pada pembangunan citra dan branding perusahaan. Penulis berperan sebagai desainer yang bertanggung jawab dalam merancang tampilan feeds Instagram agar selaras dengan identitas visual perusahaan.



Gambar 3.13 Desain Instagram Feeds Carousel Sosial Media @ptdikaofficial

Pada desain feeds Instagram @ptdikaofficial diatas, penulis menggunakan elemen warna biru sebagai warna utama yang konsisten dengan identitas visual PT DIKA. Dalam proses perancangan konten tersebut, penulis diminta untuk menyajikan desain yang berfokus pada alasan memilih jasa outsourcing sebagai solusi bisnis yang lebih efektif dibanding melakukan rekrutmen secara mandiri. Selain itu, penulis juga menghasilkan konten informatif yang menjelaskan solusi yang ditawarkan PT DIKA ketika terjadi hambatan dalam operasional tim. Dalam mendukung kebutuhan visual, penulis juga menggunakan aset foto orang bergaya korporat dengan berbagai pilihan pose melalui platform penyedia aset desain yaitu Freepik Premium. Pemilihan pose disesuaikan dengan copywriting yang digunakan, sehingga pesan yang disampaikan lebih relevan komunikatif. Seluruh aset tersebut kemudian digunakan dan disesuaikan agar selaras dengan gaya visual yang sesuai dengan standar perusahaan.



Gambar 3.14 Penggunaan Logo PT DIKA pada sosial media @ptdikaofficial

Pada setiap postingan Instagram, logo PT DIKA akan digunakan pada akun sosial media @ptdikaofficial sebagai identitas visual akun. Logo tersebut umumnya digunakan penulis pada bagian pojok kiri atas untuk menjaga konsistensi tata letak serta memperkuat pengenalan pada setiap konten yang dipublikasikan. Logo PT DIKA telah digunakan sejak dari sebelumnya dan memiliki dua versi tampilan logo yang dapat digunakan menyesuaikan latar belakang desain yang dirancang oleh penulis, dengan tujuan untuk menjaga kontras visual agar logonya tetap terbaca dengan jelas.

**Poppins Bold**  
Poppins Medium  
Poppins Regular



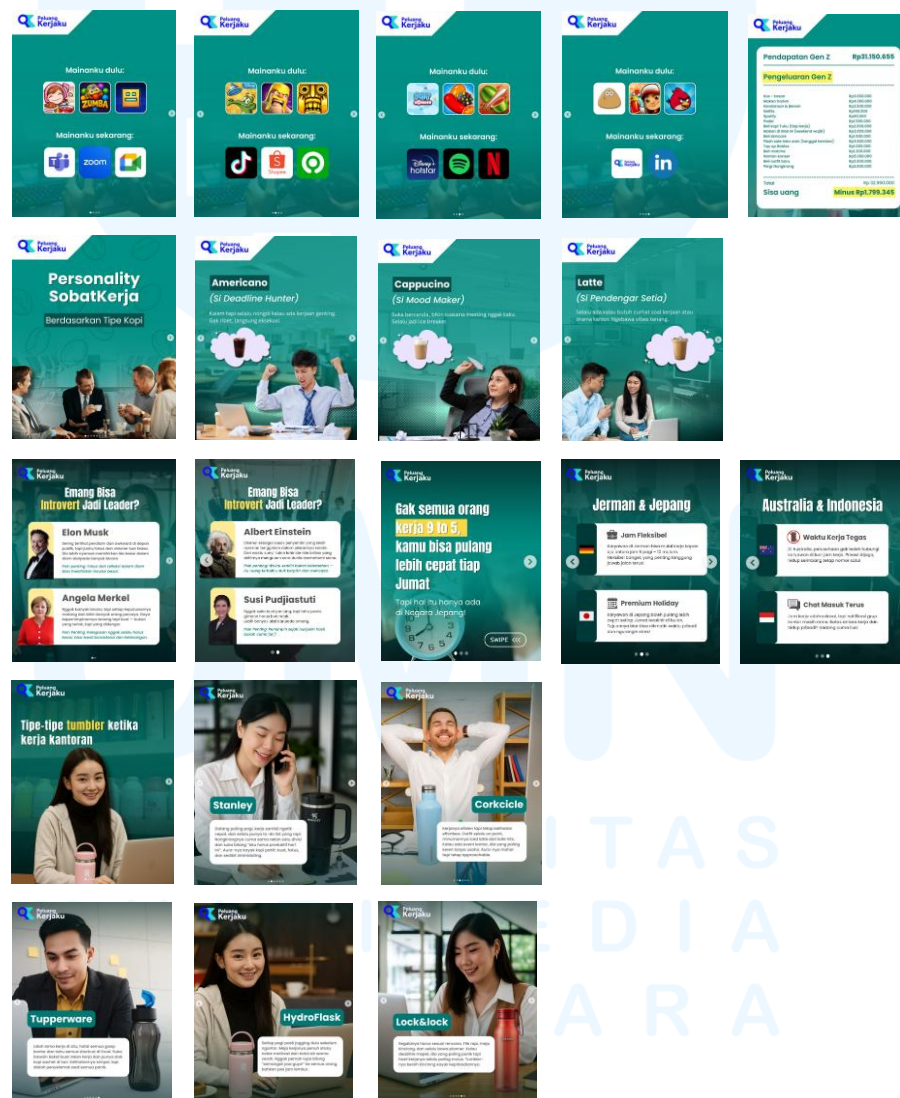
Gambar 3.15 Penggunaan Tipografi dan Warna pada Instagram Feeds PT DIKA

Setelah penggunaan logo, penulis melanjutkan pada penggunaan tipografi dan warna. Pada setiap postingan Instagram, desain yang dirancang oleh penulis untuk akun sosial media @ptdikaofficial umumnya menggunakan tipografi Poppins Bold untuk headline, Poppins Medium untuk subjudul atau body text, dan Poppins Regular sebagai tipografi pendukung apabila terdapat informasi tambahan. Biasanya penulis juga akan menambahkan stroke atau efek shadow pada text untuk menonjolkan informasi yang ingin disampaikan dalam konten.

Selain itu, penggunaan warna pada setiap desain postingan Instagram yang dibuat oleh penulis umumnya didominasi oleh warna biru yang di *adjust* secara mandiri oleh penulis. Pada latar belakang desain, penulis menggunakan warna Vivid Blue #164FE1, Vivid Indigo #2800E6 sebagai highlight gradasi, dan Yellow #FCD744 sebagai highlight untuk menonjolkan informasi penting sehingga mampu menarik perhatian audiens terhadap konten atau informasi yang disampaikan. Penggunaan tipografi mengikuti ketentuan yang disampaikan dari pihak divisi, sedangkan untuk pemilihan warna masih dilakukan secara mandiri oleh penulis dikarenakan perusahaan sampai saat ini masih belum memiliki guideline atau Graphic Standard Manual (GSM).

## 2. @peluangkerjaku

@peluangkerjaku merupakan akun sosial media milik PT Danamas Insan Kreasi Andalan yang digunakan sebagai platform untuk membagikan informasi lowongan pekerjaan. Akun Instagram ini biasanya menyajikan konten desain dan reels yang berfokus pada penyampaian informasi seputar dunia kerja, termasuk tren budaya kerja saat ini. Penulis berperan sebagai desainer yang bertanggung jawab dalam merancang tampilan feeds Instagram agar selaras dengan identitas visual, menarik serta relevan bagi audiens yaitu target pencari kerja.



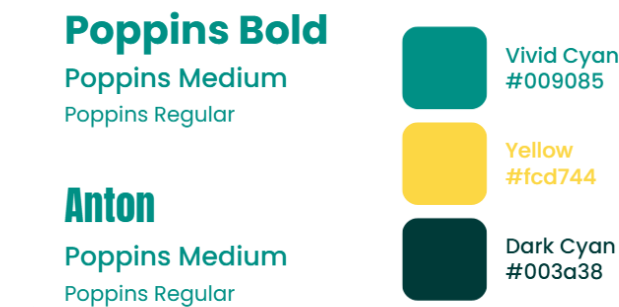
Gambar 3.16 Desain Instagram Feeds Carousel Sosial Media @peluangkerjaku

Pada desain feeds Instagram @peluangkerjaku diatas, penulis menggunakan elemen warna hijau turquoise sebagai warna utama yang konsisten dengan identitas visual. Dalam proses perancangan konten tersebut, penulis menggunakan aset foto orang bergaya korporat dengan berbagai pilihan pose melalui platform penyedia aset desain yaitu Freepik Premium untuk mendukung kebutuhan visual. Pendekatan konten desain disajikan dengan gaya visual korporat dan gaya komunikasi yang menggambarkan kondisi generasi muda saat ini, khususnya gen Z sebagai target audiens utama.



Gambar 3.17 Penggunaan Logo Peluang Kerjaku pada sosial media @peluangkerjaku

Pada setiap postingan Instagram, logo Peluang Kerjaku akan digunakan pada akun sosial media @peluangkerjaku sebagai identitas visual akun. Logo tersebut umumnya digunakan penulis pada bagian pojok kiri atas untuk menjaga konsistensi tata letak serta memperkuat pengenalan pada setiap konten yang dipublikasikan. Logo Peluang Kerjaku telah digunakan dari sejak sebelumnya dan memiliki dua versi tampilan logo yang dapat digunakan menyesuaikan latar belakang desain yang dirancang oleh penulis, dengan tujuan untuk menjaga kontras visual agar logonya tetap terbaca dengan jelas. Selama penulis melakukan perancangan desain, penulis terlebih dahulu menyelesaikan desain secara keseluruhan, kemudian penulis baru akan menentukan variasi logo yang paling sesuai dengan desain yang telah dirancang tersebut.



Gambar 3.18 Penggunaan Tipografi dan Warna pada Instagram Feeds Peluang Kerjaku

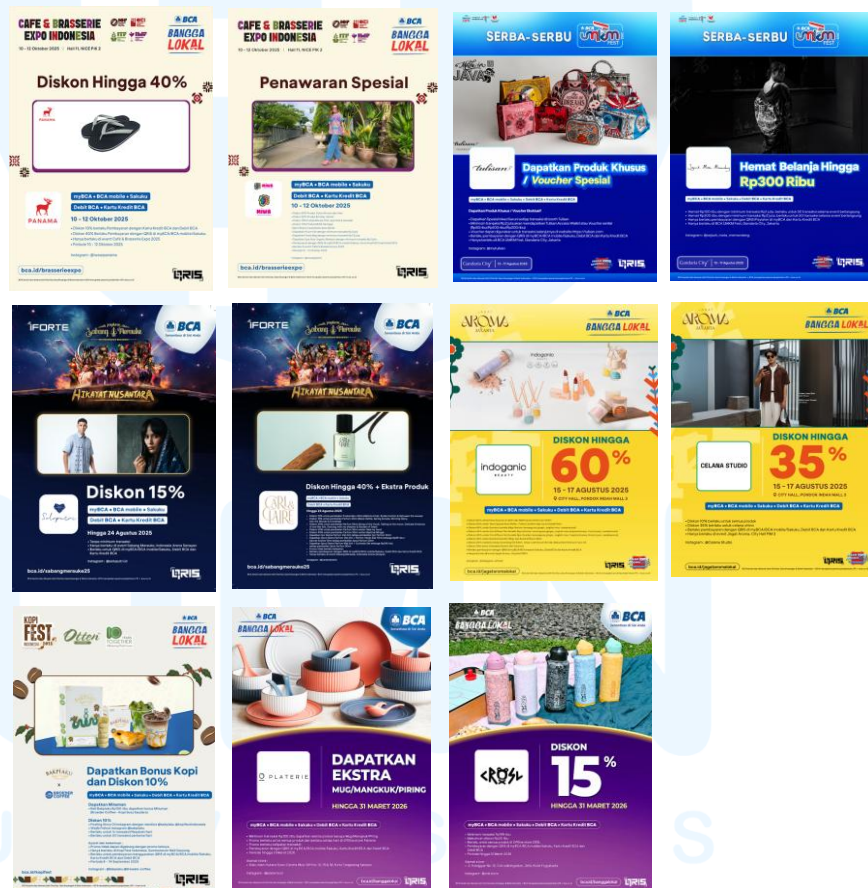
Setelah penggunaan logo, penulis melanjutkan pada penggunaan tipografi dan warna. Pada setiap postingan Instagram, desain yang dirancang oleh penulis untuk akun sosial media @peluangkerjaku umumnya menggunakan tipografi Poppins Bold atau Anton untuk headline, Poppins Medium untuk subjudul atau body text, dan Poppins Regular sebagai tipografi pendukung apabila terdapat informasi tambahan. Biasanya penulis juga akan menambahkan stroke atau efek shadow pada text untuk menonjolkan informasi yang ingin disampaikan dalam konten.

Selain itu, penggunaan warna pada postingan Instagram umumnya didominasi oleh warna turquoise yang di *adjust* secara mandiri oleh penulis. Pada latar belakang desain, penulis menggunakan warna Vivid Cyan #009085, Dark Cyan #003A38 sebagai highlight gradasi, dan Yellow #FCD744 sebagai highlight untuk menonjolkan informasi penting sehingga mampu menarik perhatian audiens terhadap konten atau informasi yang disampaikan. Penggunaan tipografi mengikuti ketentuan yang disampaikan dari pihak divisi, sedangkan untuk pemilihan warna masih dilakukan secara mandiri oleh penulis dikarenakan perusahaan sampai saat ini masih belum memiliki guideline atau Graphic Standard Manual (GSM).



### 3.3.1.3 Proyek Desain Merchant Display

Pada proyek ini, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan desain *BCA Merchant Display* untuk berbagai event BCA. Setiap merchant display tersebut dibuat dalam dua ukuran, yaitu *tent card* berukuran A5 dan *tripod banner*. Template desain telah disediakan oleh pihak BCA, sehingga tugas penulis berfokus pada penyusunan mekanisme promo, penulisan headline seperti diskon atau penawaran khusus (misalnya *buy 1 get 1*), penempatan foto produk pada bagian tengah template desain, serta penempatan logo merchant di sisi kiri template.



Gambar 3.19 Desain Merchant Display BCA

Setelah desain selesai dibuat, file disimpan dalam format PNG. Selanjutnya, preview desain dalam bentuk tent card ukuran A5 dan tripod banner dilampirkan ke dalam spreadsheet untuk dilakukan pengecekan dan melalui proses persetujuan dari tim Marketing Communication BCA serta pihak merchant terkait. Setelah mendapatkan persetujuan dari kedua pihak tersebut, *final artwork* disimpan dalam format TIFF dan kemudian diunggah oleh penulis ke Google Drive untuk kemudian diteruskan kepada tim procurement untuk dilakukan proses pencetakan.

#### 3.3.1.4 Proyek Desain Media Cetak Internal Perusahaan

Pada proyek ini, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan poster dan banner mengenai kebijakan internal perusahaan mengenai Sistem Manajemen Keamanan Informasi. Desain banner dibuat dalam ukuran roll banner 60 x 160 cm, sedangkan poster dibuat dalam ukuran A3. Poster dan roll banner ini dirancang untuk dipasang di kantor PT DIKA Head Office sebagai bentuk pembaruan dari desain sebelumnya yang dianggap sudah kurang relevan dan perlu diperbaharui.



Gambar 3.20 Desain Poster A0 dan Roll-Up Banner Kebijakan Sistem Manajemen Keamanan Informasi



Proses perancangan desain dimulai dengan pemilihan warna gradasi pada elemen background, yaitu warna biru sebagai warna utama. Pemilihan warna sebagai representasi dari profesionalitas dan kredibilitas. Untuk penggunaan gradasi pada warna bertujuan untuk menghadirkan tampilan desain dengan kesan yang modern dan dinamis. Selanjutnya, penulis menerapkan efek 3D stroke pada font yang digunakan pada kedua media tersebut untuk menciptakan tampilan yang lebih tegas dan futuristik. Dan untuk memperkuat visual *hierarchy*, penulis menggunakan warna kuning dan putih pada elemen teks. Warna kuning diterapkan sebagai aksen untuk menonjolkan informasi penting agar lebih mudah terlihat dan memberikan kontras yang kuat terhadap latar yang didominasi warna biru. Sementara itu, warna putih pada elemen teks digunakan untuk menjaga keterbacaan teks agar terlihat jelas dan seimbang secara visual.



Gambar 3.21 Penggunaan Tipografi dan Warna pada Desain Poster dan Roll Up Banner

Tipografi yang digunakan dalam desain poster dan roll up banner adalah Poppins dan Fredoka. Penulis memilih untuk menggunakan font ini dikarenakan font ini memiliki karakter yang modern dan minimalis. Warna – warna yang digunakan penulis untuk logo tersebut terdiri dari warna dark blue dengan kode warna #002585, warna vivid blue engan kode warna #0670DD, azure dengan kode warna #61BDE3, dan Yellow dengan kode warna #FEDD59. Kombinasi warna tersebut dipilih oleh penulis untuk menciptakan tampilan yang menarik secara visual sekaligus tetap profesional.

### **3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja**

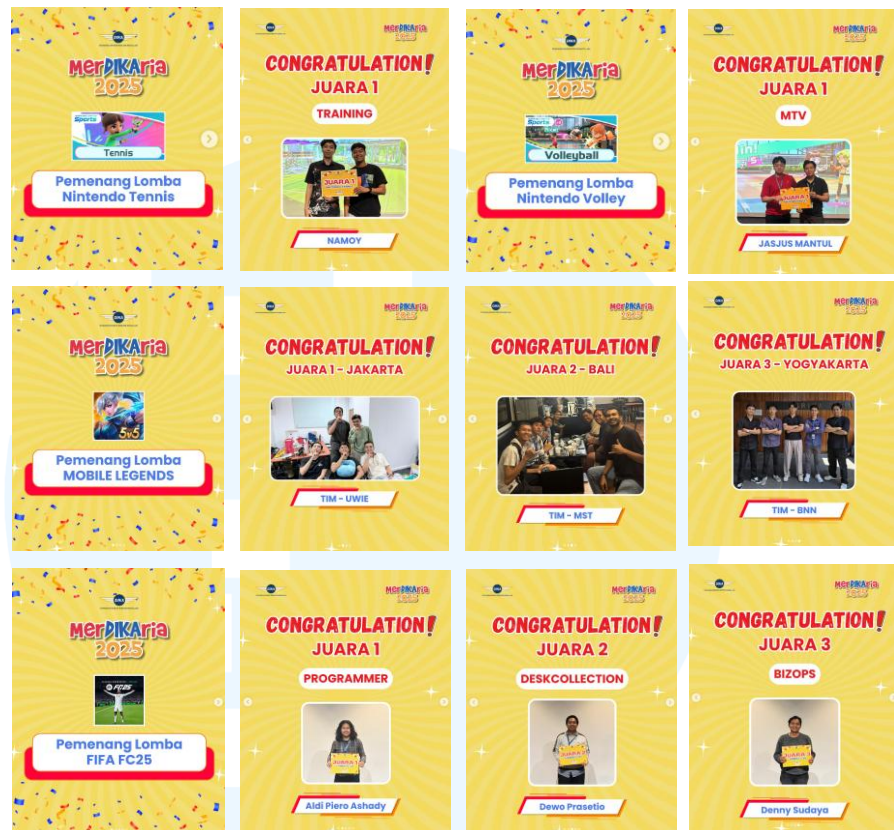
Proyek tambahan yang dikerjakan oleh penulis selama melaksanakan magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan meliputi desain feeds Instagram untuk pemenang lomba pada event Merdikaria, pembuatan logo untuk kebutuhan sistem internal perusahaan, perancangan desain greetings untuk hari raya besar, serta desain template untuk keperluan broadcast.

Proses perancangan desain yang dijalankan oleh penulis dilakukan sesuai dengan prosedur standar perusahaan. Pada tahap pertama, penulis akan menerima brief desain yang akan dikoordinasikan secara langsung dengan pihak terkait yang melakukan permohonan desain, yang dilengkapi dengan contoh referensi visual yang relevan.

Pada tahap kedua, penulis menyusun konsep awal desain dengan melakukan pembuatan copywriting terlebih dahulu untuk menentukan arah komunikasi dengan brainstorming secara mandiri, dibantu dengan pemanfaatan AI untuk eksplorasi ide dan input tambahan. Selanjutnya, penulis biasanya mencari referensi visual melalui Pinterest dan kemudian dilakukan digitalisasi. Hasil desain yang telah selesai dibuat akan dikonsultasikan dengan PIC terkait untuk memperoleh masukan dan approval hingga desain dinyatakan final.

#### **3.3.2.1 Proyek Desain Instagram Feeds Pemenang Lomba pada Event Merdikaria**

Pada proyek ini, sebagai lanjutan dari event Merdikaria, penulis juga turut andil dalam merancang desain feed Instagram terkait para pemenang lomba. Desain yang dibuat tetap mengikuti *key visual* turunan dari poster utama untuk menjaga konsistensi identitas visual dari event tersebut. Mulai dari warna, tipografi, hingga layout tetap selaras dengan konsep visual awal yang telah ditetapkan untuk event ini.



Gambar 3.22 Desain Instagram Feeds Carousel Merdikaria 2025: “Pemenang Lomba”

Proses perancangan desain dimulai dengan penulis menggunakan template key visual Merdikaria yang telah dibuat sebelumnya untuk diteruskan pada postingan Instagram berikutnya, mulai dari elemen logo, warna, sampai komponen lainnya disesuaikan dan diterapkan kembali. Selanjutnya, penulis merancang desain carousel Instagram yang berisi informasi pemenang lomba pada event Merdikaria, seperti Nintendo Switch, Mobile Legends, dan FIFA FC25. Pada slide pertama, penulis menampilkan visual yang merepresentasikan kategori lomba, kemudian dilanjutkan dengan slide berikutnya yang masing – masing menampilkan pemenang juara 1, 2, dan 3 dan dilengkapi dengan foto peserta beserta keterangan divisinya.

### 3.3.2.2 Proyek Desain Greetings Untuk Media Sosial Perusahaan

Pada proyek ini, penulis diberi tanggung jawab untuk merancang desain greetings dalam rangka Hari Batik Nasional untuk postingan Instagram pada akun @ptdikaofficial, serta desain greetings peringatan Hari Maulid Nabi muhammad SAW untuk postingan Instagram pada akun @peluangkerjaku. Dalam proses perancangan, penulis mengikuti identitas visual masing – masing akun, yaitu penggunaan warna biru sebagai warna utama untuk PT DIKA dan warna hijau toska untuk Peluang. Berdasarkan arahan yang diberikan, penulis diberi kebebasan untuk menentukan gaya visual desain yang diinginkan selama hasil akhir desain tetap menghasilkan tampilan yang modern.



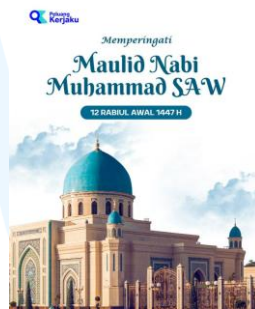
Gambar 3.23 Desain Greetings Peringatan Hari Batik Nasional

Proses perancangan desain greetings Hari Batik Nasional dimulai dengan penulis mengeksekusi ide visual berupa penggunaan foto *close – up* tangan yang sedang membuat batik sebagai elemen utama visual dan latar belakang warna biru yang *soft*. Selanjutnya, penulis menambahkan elemen motif batik mega mendung pada bagian latar serta menerapkan gradasi warna dan efek *highlight* agar tampilan desain terlihat lebih elegan dan modern. Untuk tipografi penulis menggunakan dua jenis font, yaitu font script dan font sans – serif untuk menciptakan kesan kontras visual. Kombinasi kedua jenis font tersebut menghasilkan tampilan yang elegan namun tetap terlihat *fresh* dan selaras dengan tema perayaan Hari Batik Nasional. Desain greetings ini adalah desain yang dipilih dan digunakan pada akun sosial media @ptdikaofficial.



Gambar 3.24 Desain Greetings Alternatif Peringatan Hari Batik Nasional

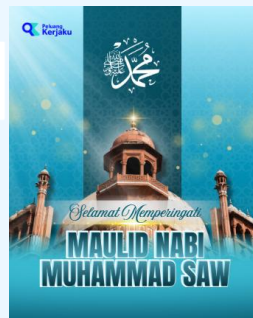
Selain itu, penulis juga merancang alternatif desain kedua sebagai opsi dan bahan pertimbangan Supervisor. Pada desain ini, penulis masih tetap menggunakan dominasi warna biru, namun dengan intensitas warna biru yang tampak lebih *bold*. Pemilihan tipografi pada alternatif desain ini juga dibuat lebih berkarakter. Dan untuk penggunaan elemen gambar diaplikasikan sebagai latar belakang yang dipadukan dengan gradasi warna di bagian depan, sehingga menciptakan kedalaman visual. Meskipun desain ini diajukan sebagai opsi, Supervisor memutuskan untuk memilih opsi desain greetings pertama.



Gambar 3.25 Desain Greetings Peringatan Hari Maulid Nabi Muhammad SAW

Proses perancangan desain greetings Peringatan Hari Maulid Nabi Muhammad SAW dimulai dengan penulis mengekskusi ide visual berupa penggunaan foto masjid dengan kubah berwarna biru turquoise sebagai elemen utama untuk menonjolkan nuansa religi dengan latar belakang putih. Selanjutnya, penulis memilih menggunakan latar berwarna putih agar

tampilan image bangunan terlihat lebih jelas, kemudian penulis juga menambahkan elemen awan pada bagian belakang bangunan untuk menciptakan kesan yang realistis dan natural. Untuk tipografi, penulis menggunakan font script untuk menghasilkan kesan formal dan elegan. Desain greetings ini adalah desain yang dipilih dan digunakan pada akun sosial media @peluangkerjaku.



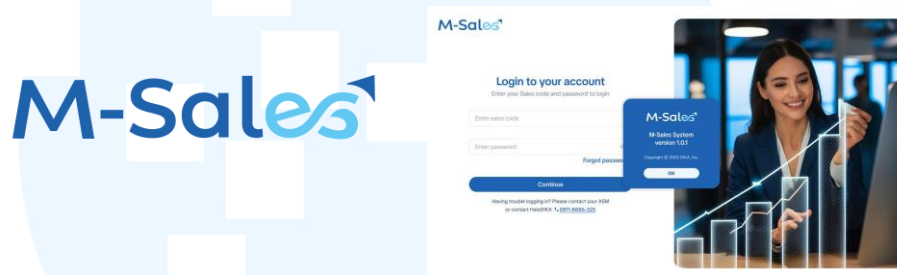
Gambar 3.26 Desain Greetings Alternatif Peringatan Hari Maulid Nabi Muhammad SAW

Selain itu, penulis juga merancang alternatif desain kedua sebagai opsi dan bahan pertimbangan Supervisor. Kebalikan dengan opsi desain yang pertama, desain greetings ini menggunakan dominasi warna biru turquoise pada bagian latar belakang. Gambar bangunan masjid berwarna coklat tua ditonjolkan untuk menciptakan kontras dan fokus visual. Pemilihan tipografi pada alternatif desain ini juga dibuat lebih menyatu dengan latar belakang, namun dengan kesan yang cukup kaku. Meskipun desain ini diajukan sebagai opsi, Supervisor memutuskan untuk memilih opsi desain greetings pertama, karena Supervisor menilai desain opsi kedua ini terlihat kurang modern.



### 3.3.2.3 Proyek Perancangan Logo untuk Sistem Perusahaan

Pada proyek ini, penulis diberi tanggung jawab untuk merancang desain logo untuk sistem internal perusahaan. Dalam proses pengembangan ide, penulis melakukan brainstorming untuk menentukan nama sistem tersebut supaya tepat sasaran dengan fungsi dan identitasnya. Melalui proses tersebut, penulis berhasil menemukan dua nama yang relevan yaitu M-Sales dan EzCollect.



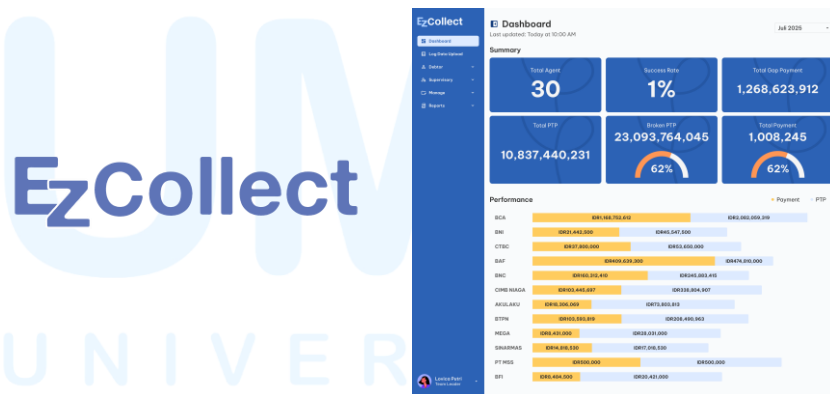
Gambar 3.27 Desain Logo M-Sales

M-Sales merupakan sistem yang digunakan oleh perusahaan untuk menunjang berbagai aktivitas operasional, seperti telemarketing, pembukaan rekening online, kartu kredit, corporate, hingga mobile sales. Pada tahap awal perancangan logo penulis menetapkan brand mantra sebagai dasar konsep visual. *Brand mantra* terdiri dari tiga elemen, yaitu *brand function* sebagai sistem digital, *descriptive modifier* yang menggambarkan karakteristik modern dan terintegrasi, serta *emotional modifier* yang menekankan fleksibilitas. Berdasarkan brand mantra tersebut, logo M-Sales dirancang dengan penggunaan logo wordmark disertai penerapan elemen panah yang melambangkan peningkatan performa dan pertumbuhan sales. Selain itu, bentuk huruf E dan S dibuat menyatu untuk merepresentasikan konektivitas dan integrasi dalam sistem. Sementara itu, pemilihan warna biru yang dilakukan oleh penulis secara mandiri adalah untuk memperkuat kesan profesional dan kredibel sebagai suatu sistem operasional internal. Logo ini adalah logo yang dipilih dan diaplikasikan pada website sistem perusahaan.



Gambar 3.28 Desain Logo Alternatif M-Sales

Penulis juga merancang merancang alternatif logo sebagai opsi dan bahan pertimbangan Supervisor. Berbeda dengan desain logo pertama yang hanya menggunakan satu elemen logo berupa wordmark, pada desain alternatif ini, penulis melakukan kombinasi antara logo wordmark dan letterform. Penulis mencoba untuk merancang bentuk huruf “M” pada logo letterform terlihat seperti elemen grafik naik, sebagai simbol dari pertumbuhan. Meskipun desain ini diajukan sebagai opsi, Supervisor memutuskan untuk memilih opsi desain logo pertama, karena menurut Supervisor bentuk desain logo sebaiknya dalam segi bentuk bisa lebih sederhana.



Gambar 3.29 Desain Logo EzCollect



EzCollect merupakan sistem yang digunakan perusahaan sebagai platform desk collection untuk membantu proses penagihan dan pengelolaan pembayaran lebih efisien. Pada tahap awal perancangan logo penulis menetapkan brand mantra sebagai dasar konsep visual. *Brand mantra* terdiri dari tiga elemen, yaitu *brand function* sebagai sistem penagihan digital, *descriptive modifier* yang menggambarkan karakteristik sistematis dan modern, serta *emotional modifier* yang menekankan kemudahan dan praktis. Berdasarkan brand mantra tersebut, logo EzCollect dirancang dengan penggunaan logo wordmark disertai dengan penggabungan huruf E dan Z sebagai bentuk representasi dari proses penagihan yang cepat, ringkas, dan mudah. Sementara itu, pemilihan warna biru keunguan yang dilakukan oleh penulis secara mandiri adalah untuk memperkuat kesan *approachable* dan modern. Logo ini adalah logo yang dipilih dan diaplikasikan pada website sistem perusahaan.



Gambar 3.30 Desain Logo Alternatif EzCollect

Penulis juga merancang alternatif logo sebagai opsi dan bahan pertimbangan Supervisor. Perbedaan utama antara desain logo pertama dengan desain logo alternatif ini hanya terletak pada ikon telepon yang menyerupai huruf “C”, sedangkan pada desain logo pertama digunakan huruf “C” biasa. Meskipun desain ini diajukan sebagai opsi, Supervisor memutuskan untuk memilih opsi desain logo pertama, karena menurut Supervisor bentuk desain logo sebaiknya dalam segi bentuk bisa lebih sederhana.

### 3.3.2.4 Proyek Desain Template Poster Broadcast

Pada proyek ini, penulis diberi tanggung jawab untuk merancang desain poster broadcast yang ditujukan kepada pemol sebagai informasi mengenai program reward. Seluruh data yang diperlukan, seperti mekanisme *reward*, nama RSM, sampai dengan kuota *reward* telah disediakan oleh perusahaan. Dengan demikian, tugas penulis adalah membuat template desain yang informatif dan jelas secara keterbacaannya.



Nama RSM	Jumlah Kuota (DA/Kuota)	Kuota Bonus (DA/Kuota)
Andika Dito	2.581	841
Alvin Ica/Indy	2.324	724
Andi Ardi	24.000	6.000
Andi	5.076	2.251
Andi	1.224	301
Andi	5.082	835

**Syarat & Ketentuan :**

1. DS yang mencapai diatas 8 DA per minggu maka DA ke 9 akan mendapatkan tambahan Insentif Rp. 4.500 sesuai dengan dana bonding per ASM
2. DS yang berhak mendapatkan booster adalah sales dengan MOB 1-6 dan 8-12
3. Kuota DA disesuaikan dengan budget bonding per ASM
4. Tambahan Insentif akan dibayarkan mingguan setelah data DA dari BCA diterima oleh DKA
5. Insentif akan di berikan langsung ke rekening DS masing-masing
6. Reward akan di berikan langsung ke rekening DS masing - masing
7. Reward yang diterima akan dibayarkan sesuai dengan peraturan yang berlaku
8. DS harus berstatus Aktif saat pembayaran Reward
9. Jika DS terindikasi melakukan fraud saat pengumuman pemenang, Reward akan ditahan hingga terungkap selanjutnya
10. DS yang terbukti melakukan fraud maka Reward dinyatakan batal
11. Jika DS dalam keadaan menerima Surat Peringatan (SP) atau Surat Teguran (ST) saat pengumuman pemenang, maka reward dinyatakan batal

Gambar 3.31 Desain Template Poster Booster Reward Direct Sales Pemol

Proses perancangan desain poster broadcast, penulis terinspirasi menerapkan konsep visual bertema starlight untuk menghasilkan kesan eksklusif namun tetap modern. Konsep tersebut divisualisasikan dengan elemen cahaya *blur* berbentuk bintang dengan gradasi yang halus dan background poster yang didominasi dengan warna biru. Selain itu, gradasi *blur* berwarna biru mint juga ditambahkan pada background poster untuk memberikan efek menyerupai jejak cahaya bintang jatuh. Poster menampilkan informasi terkait tanggal periode program berjalan sampai periode program berakhir.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama penulis menjalani program magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan sebagai *Graphic Designer Intern*, penulis mendapatkan banyak pengalaman baru, terutama alur kerja desain profesional dan kolaborasi tim. Lingkungan kerja dinamis yang dimiliki oleh PT Danamas Insan Kreasi Andalan juga memungkinkan penulis untuk bekerja secara fleksibel sehingga penulis memiliki ruang untuk melakukan eksplorasi dengan berbagai gaya visual dan tema desain yang berbeda. Meskipun demikian, selama magang penulis juga mengalami berbagai tantangan yang menuntut kemampuan berpikir cepat, kreatif, serta menjaga kualitas hasil desain dalam batas waktu tertentu.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala utama yang penulis hadapi selama pelaksanaan magang adalah ketika penulis mendapatkan permintaan desain dari klien, PIC Design, maupun *Supervisor* yang sering kali tidak disertai brief yang lengkap dan jelas. Penulis terkadang tidak menerima arahan visual spesifik di tahap awal, seperti referensi desain, preferensi warna, maupun gaya visual yang diharapkan. Kondisi tersebut mengakibatkan hasil desain penulis dinilai kurang sesuai dengan preferensi dan tidak memenuhi ekspektasi dari pihak terkait.

Selain itu, *feedback* yang diberikan tidak selalu bersifat kritis dan terarah. Dalam beberapa kondisi, penilaian yang muncul hanya berupa kesan subjektif seperti desain terasa “kurang oke” atau “belum sesuai”, tanpa tahu penjelasan lanjutan mengenai aspek desain yang perlu diperbaiki. Sementara itu, revisi yang diberikan umumnya bersifat minor, misalnya terkait penyesuaian warna atau elemen visual tertentu, sehingga penulis perlu mengidentifikasi, mencari solusi secara mandiri dan menyesuaikan desain hingga mencapai hasil akhir yang sesuai dengan ekspektasi.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk menghadapi kendala tersebut, penulis menerapkan beberapa strategi selama proses pengerjaan desain. Salah satunya adalah dengan mencari dan mengumpulkan beberapa referensi yang relevan melalui sosial media maupun platform Pinterest. Referensi yang dicari tidak hanya berupa gaya visual, warna, ataupun tipografi, tetapi juga contoh desain dengan konteks serupa, misalnya konten yang pernah dibuat dengan tujuan dan format yang kurang lebih sama. Pendekatan ini akan memudahkan pihak terkait memperoleh gambaran yang konkret mengenai ide besar dan konsep awal desain. Setelah itu, penulis akan mengkonsultasikan terlebih dahulu kepada pihak terkait untuk memastikan bahwa ide dan konsep yang disiapkan sudah sesuai sebelum desain dikembangkan lebih lanjut.

Selain itu, penulis juga menerapkan pendekatan *multiple design exploration* dengan membuat beberapa pilihan alternatif desain pada tahap awal proses pengerjaan desain. Dengan tersedianya beberapa opsi, pihak terkait akan lebih mudah untuk mengidentifikasi dan menentukan preferensi visual yang sesuai serta mempercepat proses pengambilan keputusan. Pendekatan ini juga membantu meminimalisir terjadinya revisi yang berulang dan tidak terarah karena pihak terkait dapat memiliki perbandingan dan dapat dengan mudah menentukan konsep desain mana yang paling sesuai dengan kebutuhan dan memenuhi ekspektasi.