

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

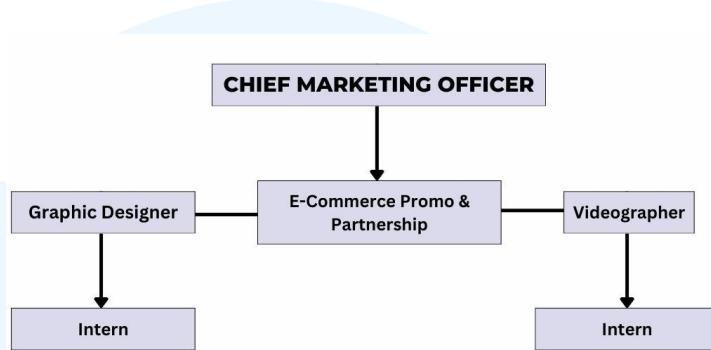
Penulis melaksanakan magang sebagai bagian dari divisi *Marketing* bagian desain grafis di PT Wearinasia Internet Akselerasi. Divisi marketing di wearinasia secara umum bertanggung jawab untuk promotional produk, Visibilitas produk, konten sosial media dan untuk keperluan visual lainnya untuk mendukung operasional perusahaan. Lebih spesifik, tanggung jawab penulis sebagai seorang desainer grafis adalah dalam hal pembuatan konten media sosial, postingan sosial media, hingga desain untuk mendukung event yang ikuti oleh perusahaan seperti roll banner, daftar harga, postingan pengumuman, *promotional* produk dan kebutuhan lain yang membutuhkan desain grafis.

Penulis menerima *brief* memalui Google Sheet yang bisa berisikan *script* dari *copywriter* ataupun *request* dari divisi lain yang membutuhkan grafis untuk mendukung pekerjaan mereka seperti *product cover* untuk *e-commerce*, *roll banner* untuk *event* yang perusahaan ikut serta. Setelah selesai penulis akan memasukan pekerjaan ke Google Drive dan meletakannya di kolom “*Link Gdrive*” yang ada di Google Sheet untuk di *review* oleh dan atau *Supervisor*.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan kerja di PT Wearinasia Internet Akselerasi penulis di posisikan dalam divisi marketing bagian desain grafis di bawah kepemimpinan *Chief Marketing Officer* dan di *supervisi* oleh *full time graphic designer* di lapangan. Di divisi marketing bagian desain grafis tersebut penulis bertanggung jawab atas kebutuhan visual untuk kepentingan tim marketing ataupun divisi lain yang membutuhkan desain grafis, selama perkerjaan berlangsung penulis selalu di *supervisi* oleh *supervisor* yang memastikan pekerjaan sesuai dengan standar perusahaan. Di bawah

merupakan struktur organisasi perusahaan di divisi marketing dimana penulis di tempatkan.



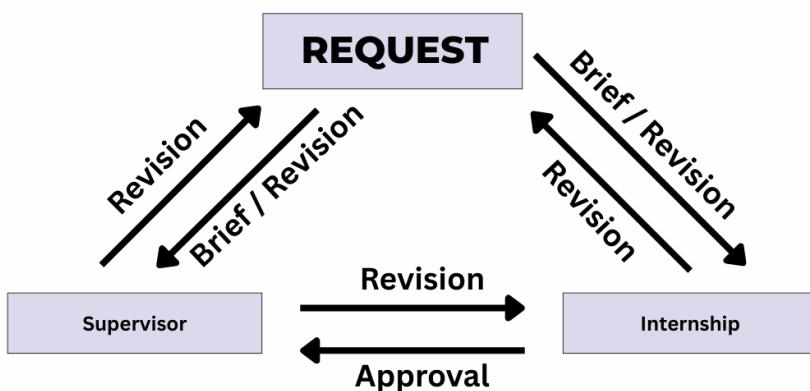
Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Wearinasia

Divisi marketing dimana penulis ditempatkan dipimpin oleh *Chief Marketing Officer* yang bertanggung jawab untuk memimpin dan mengawasi tim di divisi marketing agar semua orang mengerjakan perkejaan masing-masing dengan baik dan benar, mengiklankan produk agar bisa meningkatkan visibilitas produk, *e-commerce promo & partnership* bertanggung jawab untuk mengatur semua promo, kolaborasi serta memastikan *promo* yang dilakukan berjalan dengan lancar, lalu penulis dan *supervisor* berada di bagian *graphic designer* yang bertanggung jawab atas semua visual yang terkait dengan perusahaan dan mengembangkan materi visual untuk kepentingan promosi, *website*, media sosial dan *event* serta bertanggung jawab jika divisi lain membutuhkan dukungan visual seperti dari tim yang mengelola *marketplace*.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Koordinasi di PT Wearinasia Internet Akselerasi secara umum dimulai dengan adanya *request* di Google Sheet dengan status “*On Request*” yang berisikan *brief*, *deadline* serta *output* apa saja yang perlu di kerjakan oleh desainer. Setelah penulis membaca *brief* tersebut maka penulis melaksanakan diskusi dengan *supervisor* untuk membagi tugas supaya pekerjaan bisa lebih efektif, Setelah pembagian tugas dengan *supervisor*

penulis bisa mengerjakan tugas yang sudah di sepakati, ketika penulis sudah selesai mengerjakan desain tersebut maka masuk tahap *approval* ke *supervisor* sebelum memasukan pekerjaan ke Google Drive dan memasukan link tersebut ke Google Sheet dan merubah status pekerjaan ke “*Uploaded*”. Jika *supervisor* sudah meng *approve* perkerjaan penulis baru penulis boleh memasukan pekerjaan tersebut ke Google Drive lalu memasukan *link* tersebut ke Google Sheet, Setelah di *upload* maka penulis bisa menunggu apakah ada *request* untuk revisi dari orang yang *request* atau tidak, jika ada proses awal di ulang kalau jika tidak ada, maka penulis bisa melanjutkan perkerjaan yang lain.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Bagan di atas merupakan alur koordinasi yang dengan konsisten dijalankan oleh penulis ketika meleksanakan magang, tapi tidak menutup kemungkinan adanya *request* desain *on the spot*, yang di eksekusi pada saat yang bersamaan, contoh jika *videographer* memerlukan *thumbnail* sering kali dilakukan *request on the spot* dan penulis langsung melakukan proses desain dan langsung *upload thumbnail* tersebut ke Google Drive yang sudah di buat.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama penulis melaksanakan magang di PT Wearinasia Internet Akeselari mendapatkan tugas yang sangat beragam dan beberapa sangat berharga dan sangat berkesan. Sesuai kewajiban sebagai mahasiswa UMN penulis harus mengisikan

daily task pada website PRO-STEP setiap hari. Pada tabel 3.1 ini akan memuat semua tugas-tugas yang saya kerjakan selama magang mulai 5 Agustus 2025.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	5-8 Agustus 2025	Briefing, konten media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain Carousel Instagram 2. <i>Briefing jobdesk & workflow</i>, perkenalan lingkungan kerja 3. diskusi mengenai pesan yang ingin disampaikan melalui carousel. 4. Revisi <i>Design</i> 5. Desain Youtube <i>Thumbnail</i> dan <i>Teaser</i>
2	11-15 Agustus 2025	Desain konten media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendesain Carousel, Revisi Carousel sebelumnya, 2 Desain untuk wia tips dan 1 <i>Thumbnail</i> reels 2. Mengerjakan 1 Carousel, 8 <i>Thumbnail</i> reels 3. Mengerjakan 4 <i>Thumbnail</i> reels, 1 Carousel 4. Desain 2 carousel 5. Mengerjakan 3 carousel dan 4 <i>thumbnail</i>
3	18-22 Agustus 2025	Konten media sosial dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan 2 <i>product cover</i> (2 merek) 2. Mengerjakan 1 <i>product cover</i> dan 1 carousel 3. Mengerjakan 1 carousel, 2 <i>product cover</i>, 2 thumbnail 4. Mengerjakan 2 thumbnail, 1 carousel, 2 <i>product cover</i> 5. 1 revisi carousel dan 1 thumbnail

4	25-29 Agustus 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan 1 carousel dan melakukan <i>photo product</i> 2. mengerjakan product cover dan mendesain stiker. 3. Mengerjakan 1 Carousel 4. Mengerjakan 1 Carousel dan <i>photo product</i> 5. Mengerjakan 2 carousel dan 1 <i>product cover</i>
5	1-4 September 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. mengerjakan 4 Product cover, 1 <i>name card design</i> 2. Mengerjakan 3 <i>Product cover</i> 3. Mengerjakan 2 <i>desktop banner</i> dan <i>mobile banner</i> 4. <i>Design role banner</i> dan A4 <i>Event</i> (BDG100)
6	8-12 September 2025	Social Media, <i>e-commerce</i> dan <i>event</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendesain Roll Banner dan A4 2. Membuat post Instagram 2. Mengerjakan 4 <i>Product Cover</i>, Mendesain 1 postingan Instagram 3. Mengerjakan 1 <i>Product cover</i> 4. Mengerjakan 2 <i>Product cover</i>, Progress mengerjakan 1 Carousel 5. Mengerjakan 2 Carousel
7	15-19 September 2025	Social Media, <i>e-commerce</i> dan <i>event</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan 2 <i>Product Cover</i> 2. Mengerjakan 3 <i>Offline Deals</i> 3. Mendesain 1 Carousel, Mendesain 1 <i>Instagram Feeds</i> 4. Mendesain 2 Carousel, Revisi <i>Product cover</i> 5. Mendesain roll banner dan A4 untuk keperluan <i>event</i>

8	22-26 September 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan 4 <i>product cover</i>, mengerjakan 1 revisi <i>product cover</i> 2. Mengerjakan 1 <i>brand Product cover</i> 3. 2 <i>product Cover</i>, 1 <i>Photo Product</i>
9	29 September – 3 Oktober	Social Media, <i>e-commerce</i> dan <i>event</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan 5 Product cover 2. Mengerjakan 1 Carousel, 1 Brand Thumbnail, 2 Instagram feeds 3. Mengerjakan 1 Carousel, Mengerjakan thumbnail Instagram 4. 2 Promo, 1 desain keperluan event, 2 Feed Instagram 5. Revisi Product cover, October deals (promo), 1 Product cover
10	6-10 Oktober 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 4 <i>Product cover</i> (marketplace dan Situs) 2. Revisi feeds <i>October Deals</i> (Promo bulan oktober) 3. Revisi 4 <i>Product cover</i>, Membuat 1 feeds dan 1 <i>Story Instagram</i> 4. Revisi 4 <i>Product Cover</i>, Revisi 2 <i>Offline deal</i>, 1 <i>Product cover</i> 5. 8 <i>Photo Product</i>
11	13-17 Oktober 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan 1 <i>product cover</i> sesuai dengan request, Melakukan <i>Photo Product</i> untuk keperluan <i>product cover</i> 2. 6 <i>product cover</i> 3. <i>product cover</i>, 2 <i>promo Octobers deals</i>, 1 Revisi <i>product cover</i> 5. 2 Revisi <i>October Deals</i>, 1 <i>Product cover</i>

12	20-24 Oktober 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan 2 <i>Instagram feeds</i>, 1 <i>story Instagram</i> dan 1 <i>Reels Instagram</i>, 3 <i>product cover</i> 2. Revisi 2 <i>product cover</i>, 2 <i>story Instagram</i>, 2 <i>feeds Instagram</i> 3. 3 <i>Feeds Instagram October Deals (Promo)</i> 4. <i>Product Cover</i> 5. 2 Promosi (Barang <i>Productivity</i> dan <i>Creator</i>), 1 <i>Product cover</i>
13	27-31 Oktober 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promo <i>the creators deals</i>, <i>product cover</i> Tomo, Revisi Garmin Carousel 2. REVISI <i>PRODUCT COVER</i> TOMO, <i>WEB BANNER</i> MARSHALL MINOR IV BLACK, <i>PRODUCT COVER</i> NSD 3. <i>PRODUCT COVER</i> SUNREI 4. <i>PRODUCT COVER</i> OLE ATHLTC, 2 <i>STORY INSTAGRAM</i> <i>SPINWHEEL</i> 5. ADS DESAIN AWAL PROMO 12.12, REVISI HARGA BANNER
14	3-7 September 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>PRODUCT COVER</i> SUNREI, <i>PRODUCT COVER</i> SAINT LAYERS 2. <i>PRODUCT COVER</i> TIFOSI, 2 <i>STORY INSTAGRAM</i> (<i>SPINWHEEL</i>), 2 <i>REELS INSTAGRAM</i> (<i>SPINWHEEL</i>),

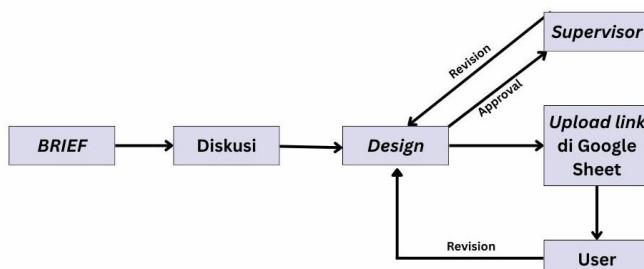
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

			<p>THUMBNAIL YOUTUBE (CELANA NSD)</p> <p>3. <i>NOVEMBER DEALS COROS, NOVEMBER DEALS ON POINT, NOVEMBER DEALS SUUNTO</i></p> <p>4. <i>ADS CREATOR KIT PRO, ADS PRODUCTIVE PACK, ADS COMPLETE THE LOOKS</i></p> <p>5. <i>WEB&MOBILE BANNER COMPLETE THE LOOK, WEB&MOBILE BANNER PROUCTIVE PACK, WEB&MOBILE BANNER CREATOR KIT PRO, NOVEMBER DEALS GARMIN</i></p>
15	10-14 November 2025	Social Media dan <i>e-commerce</i>	<p>1. <i>NOVEMBER DEALS SHOKZ, PROMO 11.11 (OFFICIAL, PRODUCTIVE, CREATOR), NOVEMBER DEALS DJI</i></p> <p>2. REVISI GARMIN CAROUSEL</p> <p>3. <i>NOVEMBER DEALS INSTA360, REVISI NOVEMBER DEALS DJI, PROMO FJALL RAVEN CLEARANCE, PROMO SUNDAY SHADES</i></p> <p>4. <i>BRAND THUMBNAIL SUNREI, BRAND THUMBNAIL TIFOSI</i></p> <p>5. <i>PHOTO PRODUCT SUMMIT, PRODUCT COVER SUMMIT, PRODUCT COVER COROS PACE 4, HEADER EXPLORE</i></p>
16	17-21 November 2025	Social Media, <i>e-commerce</i> dan <i>event</i>	<p>1. <i>PRODUCT COVER USP HLWN</i></p> <p>2. <i>PRODUCT COVER DJI OSMO ACTION 6, REVISI LOGO INFO WIA</i></p> <p>3. <i>Product cover Coros Pace 4, Product cover Tifosi, Product Cover Suunto Vertical</i></p> <p>4. Revisi Perubahan Logo #LebihCuanDiWIA.ID, Desain awal</p>

			<p><i>Feeds&Story Instagram WIA HADIR DI SLU, Perubahan copywriting dan desain untuk postingan "Contact WIA"</i></p> <p>5. <i>ADS MONT HOOD Gear Up for Greatness!, , Update Product Cover Amazfit T-Rex 3 dan T-rex 3 Pro, Product Cover Monthood, ADS STORYIG & ADS ,</i></p>
17	24-28 November 2025	Social Media, <i>e-commerce</i> dan <i>event</i>	<p>1. <i>PRODUCT COVER INSTA360 X5 SATIN WHITE, Brand Thumbnail Monthood</i></p> <p>2. <i>WIA HADIR DI SLU (H-7 , H - 3 , H-1), SPINWHEEL (nothing ear open) + cover di produk nya, Banner WIA X COROS SLU 2025</i></p> <p>3. Revisi Kalimat dan salah ketik di feeds & Story <i>Spinwheel</i> SLU, <i>Product Cover</i> Moft</p> <p>4. <i>REVISI MINOR (PERUBAHAN PENULISAN DAN PENGURANGAN ELEMEN) STORYIG SLU, SPINWHEEL MP NOTHING EAR OPEN, UPDATE ROLL BANNER SLU & PRICE LIST SLU (PERUBAHAN HARGA DAN ITEM)</i></p> <p>5. <i>Photo Product Ole ATHLTC, Product Cover Ole ATHLTC</i></p>
18	1-4 Desember	Social Media, <i>e-commerce</i> dan <i>event</i>	<p>1. <i>CALENDER WIA DESEMBER 2025, REVISI ADS PERUBAHAN HARGA DI ADS, ADS FINALISASI PROMO 12.12, DESEMBER DEALS ONPOINT, DESEMBER DEALS SUUNTO</i></p> <p>2. <i>DESEMBER DEALS AMAZFIT, DESEMBER DEALS COROS,</i></p> <p>3. <i>ADS PACE SETTER DISC</i></p>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Proses alur pekerjaan di Wearinasia terbagi menjadi beberapa tahap kerja. Pertama *brief* atau *request* akan diletakan oleh *user* di Google Sheet, pada Google Sheet tersebut terdapat informasi lengkap seperti tanggal *request*, *deadline upload*, *brand*, *product* dan *output* apa saja yang diharapkan atau diperlukan oleh *user*. Selanjutnya penulis akan masuk tahap *design* lalu melakukan *approval* kepada *supervisor* agar dipastikan design sudah sesuai dengan standar perusahaan baru bisa di *upload* di Google Sheet oleh penulis. Setelah *upload* menunggu ada atau tidak ada revisi dari *user*. Namun tidak menutup kemungkinan, untuk pekerjaan atau *brief* diberikan secara langsung atau *on the spot* ataupun menghilangkan beberapa langkah, karena Wearinasia memiliki sistem bekerja fleksibel. Namun secara umum alur pelaksanaan kerja seperti yang tertera.



Gambar 3.3 Bagan Pelaksanaan Kerja PT Wearinasia Internet Akselerasi

1. Tahapan *Brief*

Pada tahapan ini penulis menerima *brief* dari *user* yang diletakan pada Google Sheet dengan status *on request*. Pada *brief* tersebut penulis mendapatkan informasi seperti tanggal *request*, *deadline* pekerjaan, *brand* apa yang perlu di desain dan *output* apa saja yang diminta atau dibutuhkan oleh *user*. Namun ada beberapa proyek yang bisa dilakukan secara langsung atau *on the spot* tanpa perlu melalui tahapan *brief* terlebih dulu.

2. Tahapan Diskusi

Jika penulis sebagai desainer sudah memahami *brief* pada tahap ini bisa mulai berdiskusi dengan *supervisor* mengenai seperti bagaimana desain akan di rancang, dan pembagian tugas jika *output* yang diminta oleh *user* cukup banyak. Jika penulis tidak memahami *brief*, maka penulis bisa menghubungi *user* yang melakukan *request* melalui *chat* pribadi ataupun *chat* di *grup* perusahaan untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam dan jelas sebelum masuk ke tahap design. Tahapan diskusi ini hanya dilakukan jika penulis dan *supervisor* merasa membutuhkan.

3. Tahapan Design

Pada tahapan desain ini penulis sudah bisa mulai melakukan proses *brainstroming* pencarian referensi desain, menentukan aset visual apa yang akan digunakan, seperti *font*, warna, *layout* dan produk apa saja yang ingin dimasukan menyesuaikan dengan *brief* yang diterima sebelumnya dari *user*. Penulis mulai mendesain di *software* design seperti Canva, Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop sesuai dengan kebutuhan dan efisiensi pekerjaan. Setelah penulis sudah merasa desain tersebut selesai maka tahap selanjutnya adalah tahapan revisi dan *approval* kepada *supervisor*.

4. Tahapan Revisi dan *approval*

Jika pada tahapan ini *supervisor* sudah melakukan *approval* dan tidak ada revisi maka penulis bisa melakukan proses *upload* ke Google Drive dan melakukan *copy link* Google Drive tersebut ke Google Sheet untuk dilakukan *review* oleh *user* yang melakukan *request*. Namun jika masih ada revisi dari *supervisor* maka penulis harus melakukannya sesuai arahan dan melakukan *approval* kembali.

5. Tahapan *Upload Link* Di Google Sheet

Setelah penulis mendapatkan *approval* dari supervisor dan sudah memasukan *link* ke kolom yang tersedia di Google Sheet maka penulis tinggal menunggu ada atau tidak revisi dari *user*, jika ada maka penulis wajib merevisinya sesuai catatan yang diberikan oleh *user* dan melakukan

approval lagi terhadap *supervisor* sebelum melakukan *update* terhadap *file* yang sebelumnya dan penulis wajib memberi tahu *user* bahwa *file* yang ada di Google Drive sudah di *update*

6. Tahapan Implementasi

Setelah semua proses desain selesai maka desain siap diimplementasikan baik di cetak ataupun dipublikasi di media sosial perusahaan.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja: Kampanye Amazfit X WIA (BDG 100 ULTRA)

BDG100 atau Bandung Ultra 100 adalah sebuah *event* olahraga yang diselenggarakan oleh Bandung Explorer yang diselenggarakan pada 12-14 September 2025. BDG100 ini merupakan salah satu *event* *trail run* terbesar yang di selenggarakan di Indonesia karena mempunyai standar *ITRA* (*Internasional Trail Running Association*) yang bisa menjadi salah satu indikator bahwa *event* ini bisa di katakan merupakan *event* besar. Pada kesempatan kali ini Wearinasia berkesempatan untuk berpartisipasi bersama dengan Amazfit yaitu dengan cara membuka *booth* yang akan menjual serta mempromosikan produk dari Amazfit, pada saat itu Amazfit juga baru *launching* produk baru mereka yaitu T-Rex 3 Pro yang merupakan jam tangan yang di kenal sebagai jam tangan olahraga *outdoor* dari generasi sebelumnya.

Tujuan dari Amazfit berkolaborasi dengan Wearinasia salah satunya adalah untuk memperkenalkan serta mempromosikan produk terbaru mereka, dengan adanya kerjasama dengan Wearinasia maka diharapkan dapat meningkatkan visibilitas terhadap produk terbaru mereka ataupun Amazfit secara *brand*. Maka untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tersebut, penulis mendapatkan *brief* untuk melakukan salah satunya adalah perancangan *roll banner* untuk kepentingan Wearinasia dan Amazfit pada *event* tersebut.

1. Tahap Diskusi

Setelah mendapatkan *brief* pada tahapan ini penulis dan *supervisor* berdiskusi bagaimana desain ini akan di eksekusi dan karena *user* membutuhkan banyak *output* maka dari itu penulis dan *supervisor* melakukan pembagian kerja dan penulis diberikan kebebasan memilih oleh *supervisor* dan penulis memilih untuk mengerjakan *roll banner* karena dinilai menantang dan bisa mengasah kemampuan penulis dalam mendesain dan penulis merasa desain ini akan bisa masuk portofolio pribadi dan juga disarankan oleh *supervisor* untuk bisa mendapatkan pengalaman desain untuk *event* besar.

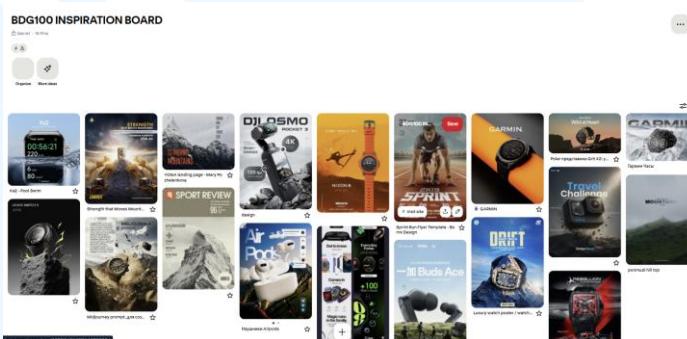
2. Tahap Design

Setelah mendapatkan serta memahami *brief* seperti pesan apa yang ingin disampaikan, di media apa desain akan di aplikasikan dan sudah saling membagi tugas bersama *supervisor*, maka penulis sudah bisa melanjutkan pada tahap design, pada awal tahap design *roll banner* ini penulis kesulitan membayangkan seperti apa desain yang cocok, lalu penulis menanyakan soal desain yang pernah di buat oleh *supervisor* dan di berikan tiga referensi desain yang sudah pernah di rancang.



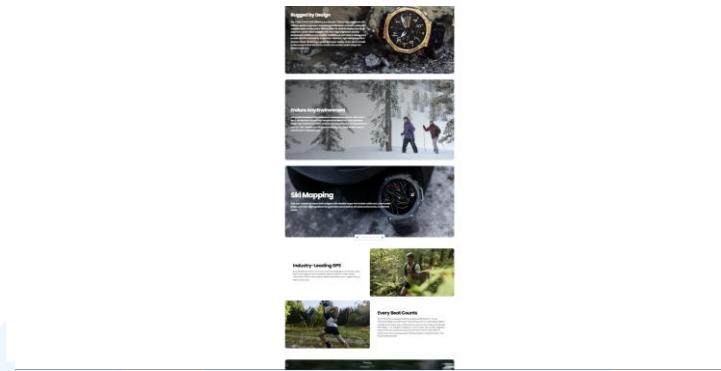
Gambar 3.4 Referensi Desain Dari *Supervisor*

Setelah diberikan referensi oleh *supervisor* penulis melakukan proses *brainstroming* dengan melakukan pencarian referensi desain yang sekiranya memiliki visual yang serupa dengan referensi yang diberikan oleh *supervisor* untuk selanjutnya penulis kembangkan menjadi desain baru. Penulis menggunakan Pinterest untuk mencari referensi desain yang dibutuhkan.



Gambar 3.5 Referensi Pinterest

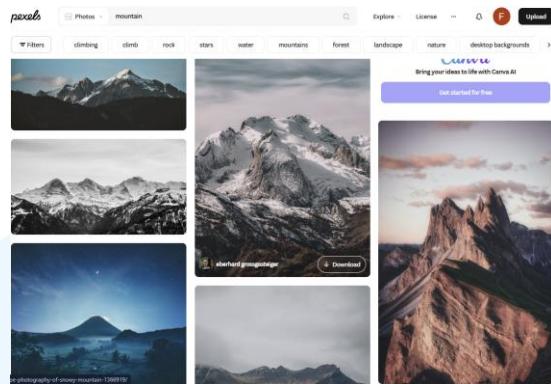
Gambar di atas merupakan beberapa referensi yang dikumpulkan oleh penulis yang disesuaikan dengan keseluruhan visual yang sudah digunakan oleh perusahaan, dalam mengumpulkan referensi ini ada beberapa pertimbangan, seperti kesesuaian dengan *visual identity* Wearinasia ataupun Amazfit secara keseluruhan. Penulis berusaha mencari referensi yang masih sesuai dengan hal tersebut dan tidak terlalu berbeda sehingga berisiko menghilangkan *familiarity*. Dalam proses pencarian referensi ini penulis juga mengunjungi *website* Amazfit terkhusus pada halaman yang berisikan produk terbaru mereka untuk menyamakan prespektif desain yang akan di aplikasikan.



Gambar 3.6 Website Amazfit

Setelah melakukan proses *brainstroming*, penulis mendapatkan 3 *keyword* utama yang sesuai untuk *guide* dalam proses mendesain *roll banner* yaitu *outdoor*, *adventure* dan *rudged* kenapa penulis memilih 3 *keyword* tersebut karena pada website Amazfit mereka sangat menekankan bahwa T-Rex 3 pro merupakan jam tangan *outdoor* dengan penggunaan foto dan *copywriting* yang mereka gunakan dan penulis berfikir keyword itu juga sesuai dengan *event* yang akan diikuti yaitu BDG100 yang merupakan *event trail run*.

Untuk memulai proses desain penulis pertama-tama perlu mencari *background* yang sesuai dengan *keyword* yang dimiliki untuk di proses, pada akhirnya penulis memilih gunung sebagai *background* utama karena mempunyai relevansi yang sangat baik kepada produk dan *event* yang akan di ikut. Untuk proses mencari *background* ini penulis menggunakan *website* pexels karena pexels menyediakan aset foto dengan lisensi yang aman jika digunakan untuk keperluan komersial. Penulis dalam pencarian menggunakan *keyword* sederhana yaitu “*Mountain*” untuk menemukan foto yang sesuai.



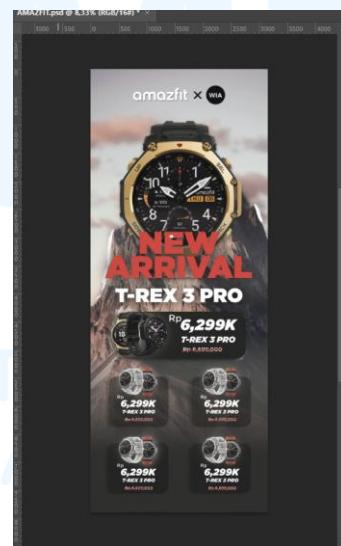
Gambar 3.7 Website Pexels

Setelah mencari akhirnya penulis menemukan foto yang cocok dengan konsep yang di pikirkan penulis. Yaitu foto gunung karya dari Eberhard Grossgasteiger, penulis menilai foto ini sangat cocok karena memberikan kesan yang sesuai dengan *keyword* yang sudah penulis temukan, dari sisi komposisi juga penulis sangat menyukainya, karena jika dilihat referensi yang diberikan *supervisor* kepada penulis cenderung menggunakan teknik *photo manipulation* sederhana, dan penulis melihat potensial dari foto ini untuk di proses menjadi hasil yang bagus, karena pada bagian atas gunung tersedia *space* seperti cekungan yang cocok jika di gabungkan dengan jam tangan dan dengan orientasi potrait mempermudah dalam proses desain.



Gambar 3.8 Foto Karya Eberhard Grossgasteiger

Setelah mendapatkan *background* yang sesuai penulis masuk ke tahap pembuatan prototipe awal menggunakan *software* Adobe Photoshop karena dinilai lebih fleksibel dan *capable* untuk mendesain visual yang diinginkan. Pada proses prototipe awal penulis menggunakan gambar gunung sebagai *background* dengan ada jam T-Rex 3 pro berwarna *black gold* sebagai produk utama yang ingin di tonjolkan, di bawah jam tersebut terdapat *headline* bertuliskan “*NEW ARRIVAL*” yang menggunakan *upperacse* dan bewarna merah karena bertujuan untuk menekankan pesan bahwa produk tersebut adalah produk baru, dibawahnya ada nama tipe jamnya yang bewarna putih dengan kedua tulisan tersebut menggunakan *drop shadow* untuk memberikan kedalaman visual serta kontras yang baik dengan *background*, pada bagian tengah terdapat kotak bewarna hitam dengan ada gambar produk untuk memperlihatkan produk kepada konsumen dengan di sebelahnya dilengkapi dengan harga yang merupakan harga diskon yang di tempatkan di bagian atas dengan proporsi yang jauh lebih besar daripada harga aslinya yang ada di bagian bawah kotak dan di coret, tulisan “Rp” pada bagian kiri atas harga diskon itu untuk menekankan bahwa harga menggunakan Rupiah.



Gambar 3.9 Desain Prototipe Pertama

Setelah penulis menyelesaikan desain prototipe pertama ini, selanjutnya penulis menunjukan hasil prototipe kepada *supervisor* untuk selanjutnya di evaluasi dan masuk tahap berikutnya.

3. Tahapan Revisi dan *Approval*

Setelah mendesain prototipe pertama yang menggunakan jam tangan bewarna *black gold* penulis mendapatkan informasi dari *user* bahwa varian warna tersebut pada saat itu belum masuk ke Indonesia, maka dari itu penulis mengubah jam tangan yang menjadi *highlight* menjadi varian warna *full black* yang pada saat itu sudah masuk ke Indonesia dan ada perubahan pada skema harga pada desain prototipe penulis menggunakan skema “coret harga” mendapatkan revisi dari *user* untuk menggunakan skema *cashback* hanya berlaku untuk produk T-Rex 3 Pro.



Gambar 3.10 Revisi Background

Selain itu penulis juga mendapatkan revisi dari *supervisor* mengenai keseluruhan desain prototipe yang penulis buat, ada beberapa hal yang perlu di perbaiki yaitu.

1. Perubahan Posisi Jam Tangan

Supervisor menilai bahwa peletakan jam tangan pada prototipe pertama masih terlalu rendah sehingga sebagian jam tangan tertutupi oleh gunung yang hal tersebut mengurangi visibilitas produk.

2. Penambahan Logo *Event*

Pada prototipe pertama penulis tidak mencantumkan logo *event* BDG100 ULTRA sebagai identitas dari *event* tersebut.

3. Pengapusan Rp Pada *Price List*

Supervisor menilai pengunaan Rp tidak terlalu penting karena sudah jelas *event* diadakan di Indonesia, pasti mata uang yang digunakan pasti Rupiah tidak perlu ada penekanan lebih lanjut, dan dengan adanya Rp membuat desain terlihat ramai

4. Pergantian Jenis *Text* “*NEW ARRIVAL*”

Penulis sebelumnya menggunakan font Gotham ultra namun di revisi menjadi menggunakan Gotham ultra italic oleh *supervisor*. Pengunaan font sans-serif italic pada desain jam tangan olahraga bertujuan untuk memberikan kesan kuat namun tetap dimanis karena tidak terlalu terlihat kaku.

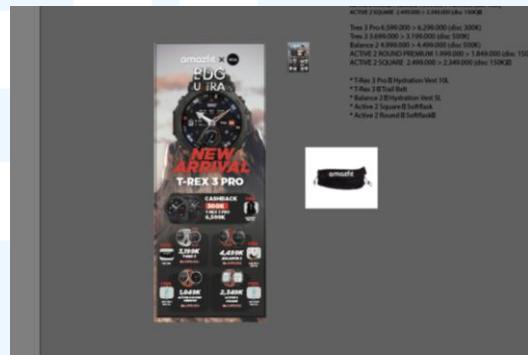
5. Penambahan *Free Item*

Pada desain awal penulis tidak memasukan *free item* karena baru merupakan desain prototipe, namun penulis

diarahkan *supervisor* untuk menambahkan untuk setiap produk.

6. Penyesuaian Ukuran *Text* “*NEW ARRIVAL*”

Pada desain prototipe awal penulis melatakan *text* tersebut menutupi layar dan sekarang sudah di perbaiki posisi sedikit turun dan ukuran *font* di perkecil



Gambar 3.11 Proses Revisi Roll Banner Amazfit X WIA

Setelah mendapatkan revisi, penulis langsung mengimplementasikan ke dalam desain *root banner* terbaru dan melakukan proses *approval* kembali kepada *supervisor* untuk di evaluasi apakah desain yang sudah sesuai standard perusahaan dan sudah sesuai intruksi *supervisor* dan kebutuhan *user* untuk nanti digunakan di lapangan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

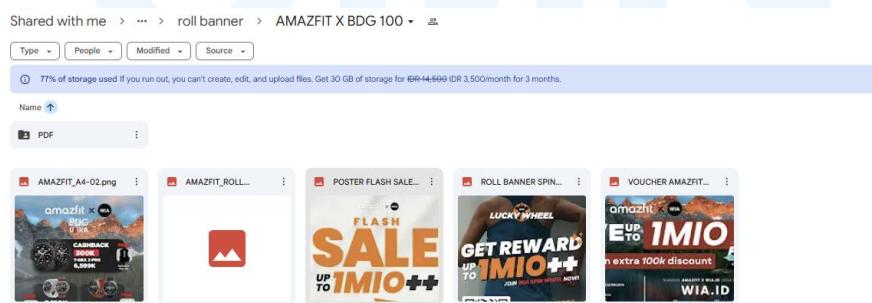


Gambar 3.12 *Before and after Roll Banner Amazfit X WIA*

Setelah di lakukan evaluasi dengan melalui proses akhirnya desain di approve dan siap naik cetak dan digunakan untuk keperluan marketing perusahaan di *event* BDG100 ULTRA.

5. Upload File Di Google Drive

Setelah proses desain selesai dan sudah mendapatkan *approval* baik dari *supervisor* dan *user* maka *file* desain *final* dimasukan ke Google Drive yang di buat khusus lalu *link* tersebut di *copy* ke Google Sheet untuk memudahkan *user* untuk mengakses.



Gambar 3.13 Google Drive Amazfit X BDG 100

karena *File* yang dikirimkan mempunyai ukuran yang lumayan besar maka dari itu Pengiriman *file* menggunakan 2 jenis *file* yaitu PNG dan PDF. *File* PNG berfungsi menjadi semacam *preview* untuk *user* melakukan *review* sedangkan jika sudah ingin naik cetak, maka yang dikirimkan ke tempat *print* yang digunakan adalah *file* PDF untuk menghindari perubahan kualitas desain.

6. Tahapan Implementasi Desain

Desain yang sudah siap maka selanjutnya masuk ke tahap *print out* yang biasanya juga di *handle* oleh tim desainer yaitu penulis dan *supervisor*. yang bertugas untuk berkomunikasi dengan pihak percetakan, memberikan *brief* kepada percetakan, Diskusi bersama percetakan, menentukan *timeline* kapan desain tersebut bisa diambil sampai siap digunakan



Gambar 3.14 Implemanasi Desain *Roll Banner*

Roll banner ini berukuran 85x200 cm yang secara praktik lebih tinggi dari orang Indonesia, menjadikannya ada di ketingian yang pas setara *eye level*. Setelah proses desain selesai dan sudah selesai *print out* maka desain sudah bisa digunakan sepenuhnya, seperti gambar di atas merupakan contoh implementasi nyata desain *roll banner* yang sudah selesai dirancang oleh penulis yang digunakan oleh Wearinasia untuk berpartisipasi dalam *event* BDG100 ULTRA bersama dengan Amazfit.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain penulis dipercaya untuk bertanggung jawab dalam proses perancangan *rool banner* untuk *event* Amazfit X WIA untuk BDG100 ULTRA, penulis juga di berikan tanggung jawab dan kepercayaan selama magang oleh perusahaan untuk proyek lain yang berkaitan dengan *graphic design* mulai dari desain untuk keperluan iklan dan ada *event* lain yang desainnya di percayakan kepada penulis.

3.3.2.1 Proyek Kampanye Promosi *December Deals* Amazfit

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang ritel, PT Wearinasia Internet Akselerasi setiap bulan selalu melaksanakan promo atau yang di sebut dengan “*Deals*” promo ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai promo yang di adakan pada bulan tersebut dan *brand* apa saja yang mendapatkan promo. Pada saat ini penulis diberikan kepercayaan untuk merancang *December Deals* untuk *brand* Amazfit.

1. Tahap *brief*

Penulis menerima *brief* mengenai proyek melalui Google Sheet, pada *brief awal* mendapatkan informasi mengenai nama kampanye, link untuk akses untuk masuk ke Google Sheet iklan yang berisikan promo-promo dari berbagai macam *brand* dan produk, *deadline* pekerjaan dan

output apa yang butuhkan oleh *user*. Setelah membuka *link* yang ada pada *brief* tersebut, mengarahkan penulis pada halaman promo deals yang berisikan promo-promo yang perlu penulis masukan dalam desain.

20-Nov-2023	2-Dec-2025	Uploaded	december deals	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Uwv3NjZCzq7h1S-0jv2q440dkwvzLwUoCk3G9y8/edit#gid=9	Suunto, onpoint, amazfit, coros	FEEDS
3-Dec-2023	3-Dec-2023	Uploaded	december deals	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Uwv3NjZCzq7h1S-0jv2q440dkwvzLwUoCk3G9y8/edit#gid=10	garmin, insta360, shokz	FEEDS

Gambar 3.15 Brief Awal Desember Deals

Informasi yang penulis dapatkan dari *brief awal ini* adalah *deadline* dari perkerjaan ini adalah 1 hari sebelum *upload* yaitu 1 Desember 2025, dengan judul *campaign* *December deals*, lalu ada sebuah *link* Google Document, selanjutnya ada list *brand* apa saja yang mendapatkan promo di *December Deals* serta output yang di perlukan adalah sebuah feeds Instagram. Setelah mengatahui info tersebut penulis lalu membuka *link* Google Drive yang di cantumkan, yang berisikan *list* tipe produk setiap brand, *list* harga barang serta *promo* setiap tipe produk yang ada untuk dimasukan ke dalam desain.

Rp12 BALANCE	Rp2.999.000	Rp2.899.100	10.00%	Rp299.900	Rp2.789.070	Rp110.211	7.00%
Rp1 BALANCE 2	Rp4.999.000	Rp4.099.000	18.00%	Rp900.000	Rp4.399.120	Rp183.297	12.00%
Rp18 ACTIVE 2 SQUARE PREMIUM	Rp2.499.000	Rp2.144.000	14.21%	Rp355.000	Rp2.199.120	Rp61.630	12.00%
Rp25 TREX 3	Rp3.599.000	Rp2.899.000	21.83%	Rp800.000	Rp3.144.150	Rp131.008	15.00%
Rp16 TREX 3 PRO	Rp6.599.000	Rp5.749.000	12.88%	Rp850.000	Rp5.839.100	Rp247.463	10.00%
Rp12 BIP 6	Rp1.299.000	Rp1.179.000	9.24%	Rp120.000	Rp1.234.050	Rp51.419	5.00%
ONPOINT AXIS	Rp1.999.000	Rp1.479.280	28.00%	Rp519.740	Rp1.819.100	Rp87.463	19.00%
ONPOINT SPARK	Rp999.000	Rp639.380	38.00%	Rp369.640	Rp674.100	Rp28.088	32.42%
ONPOINT FORGE	Rp1.999.000	Rp1.119.440	44.00%	Rp879.560	Rp1.259.100	Rp52.463	37.01%
ONPOINT IRON	Rp1.499.000	Rp1.184.210	21.00%	Rp314.790	Rp1.259.100	Rp52.453	16.00%
Rp20 SUUNTO RACE	Rp7.599.000	Rp6.349.000	18.45%	Rp1.250.000	Rp6.887.120	Rp278.630	12.00%
Rp20 SUUNTO RACE Titanium	Rp9.299.000	Rp7.749.000	18.57%	Rp1.560.000	Rp8.183.120	Rp340.963	12.00%
Rp19 SUUNTO RUN	Rp4.399.000	Rp3.699.000	15.91%	Rp700.000	Rp3.871.120	Rp161.297	12.00%
Rp20 SUUNTO RACE 2	Rp9.299.000	Rp7.199.000	18.13%	Rp1.500.000	Rp8.183.120	Rp340.963	12.00%
Rp20 SUUNTO RACE 2 TITANIUM	Rp10.999.000	Rp9.249.000	15.91%	Rp1.750.000	Rp9.879.120	Rp403.297	12.00%
Rp20 SUUNTO RACE S	Rp6.300.000	Rp5.309.000	14.30%	Rp901.000	Rp5.544.000	Rp231.000	12.00%
Rp12 SUUNTO VERTICAL 2	Rp10.099.000	Rp9.089.100	10.00%	Rp1.009.900	Rp9.291.080	Rp387.128	8.00%
Rp20 SUUNTO VERTICAL 2 TITANIUM	Rp12.999.000	Rp11.699.100	10.00%	Rp1.209.900	Rp11.959.080	Rp468.295	8.00%

Gambar 3.16 Brief Promo Deals

Pada *brief* tersebut diketahui bahwa penulis perlu memasukan 6 produk dari Amazfit ke dalam desain yaitu Balance, Balance 2, Active 2 Square Premium, TREX 3, TREX 3 PRO dan BIP 6. Setelah seluruh informasi

mengenai promo sudah didapatkan, maka penulis bisa mulai masuk ke dalam proses desain menggunakan *software* desain grafis (Photoshop, Illustrator, Canva) untuk mengolah semua informasi dan aset yang diterima

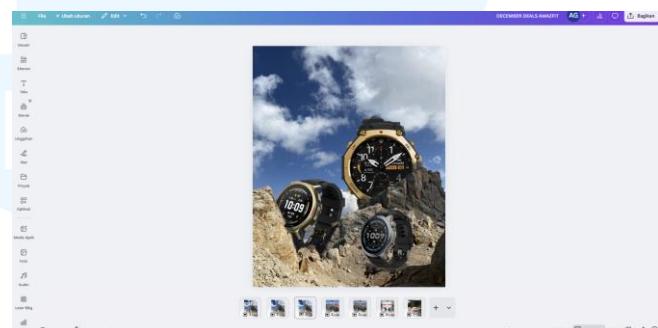
2. Tahap *Design*

Pada tahap *design* penulis menggunakan dua *software* yaitu Adobe Photoshop dan Canva, Adobe Photoshop dan Adobe illustrator. Photoshop digunakan untuk mendesain *cover* sedangkan untuk slide selanjutnya sampai akhir penulis menggunakan akun Canva yang diberikan oleh *supervisor* karena di Canva lebih fleksibel *supervisor* bisa memantau pekerjaan penulis secara *real time* serta adanya penggunaan template yang sudah dirancang oleh *supervisor* dan penulis untuk membantu pekerjaan agar lebih efektif, serta Illustrator untuk mendesain logo untuk *ads* tersebut. Untuk proses awal perancangan penulis mendesain *cover* terlebih dahulu, dengan menggunakan *background* gunung.



Gambar 3.17 Desain Awal Cover *December Deals* Amazfit

Pada desain awal ini penulis menggunakan *background* gunung serta 3 tipe jam tangan dari Amazfit yang penulis olah menggunakan Adobe Photoshop dengan teknik manipulasi foto sederhana dengan *layout* yang dibuat agar terlihat lebih dinamis, dengan adanya jam tangan yang terlihat lebih besar seakan ada di belakang gunung memberikan kesan *bold* dan *strong*, lalu di sebelah kiri ada jam tangan yang seakan juga ada di belakang gunung namun dalam posisi miring yang memberikan kesan dinamis dan fleksibel serta ada jam di bagian bawah yang penulis letakan untuk memberikan informasi bahwa yang mendapatkan diskon bukan hanya tipe jam tertentu.



Gambar 3.18 Pengaplikasian Desain Awal Promo Deals Amazfit

Untuk mendukung iklan *December Deals* ini penulis juga mendesain logo untuk identitas dari iklan ini untuk membedakannya dari *promo deals* bulan Wearinasia yang sudah ada sebelumnya. Untuk proses membuat logo penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator. Penulis menggunakan jenis *font* Gotham Ultra Italic yang di manipulasi sedemikian rupa untuk membuatnya unik dan memberikan kesan dinamis dengan adanya huruf “B & L” yang di buat menyambung dan huruf “A” yang pada bagian tengahnya sedikit terpotong.



Gambar 3.19 Desain Logo December Deals

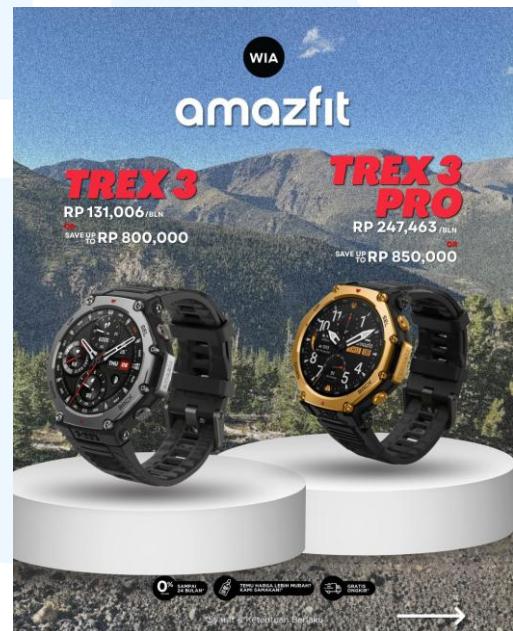
Setelah *Cover* dan Logo untuk keperluan iklan *December Deals* sudah siap, penulis bisa menyatakan asset visual tersebut di *software* Canva dengan menambahkan asset visual lain seperti logo perusahaan sebagai identitas, harga “*SAVE UP TO*”, logo *December Deals* dan logo *brand* Amazfit sebagai informasi bahwa postingan ini merupakan postingan khusus promo dari produk amazfit, serta ada tanda panah pada bagian bawah berfungsi untuk mengajak *audience* untuk *scroll* dan membaca promo di *slide* selanjutnya.



Gambar 3.20 *final Cover December Deals Amazfit*

Setelah Proses penggeraan untuk *cover* sudah selesai maka selanjutnya penulis bisa lanjut mengerjakan *slide* selanjutnya yang berisikan gambar produk dan harga yang

ditawarkan. Untuk *slide* 2 sampai slide akhir di design menggunakan template yang dirancang oleh *supervisor* dan penulis. Untuk menggunakan *template* tersebut penulis hanya perlu menganti *background*, menganti harga dan menganti gambar produk dan meletakannya di atas pilar yang sudah tersedia di template yang di desain.



Gambar 3.21 Desain Halaman Isi

Setelah Penulis sudah selesai mengerjakan semua desain untuk *cover* dan beserta halaman lainnya, setelah di pastikan semua sudah siap dan selesai sesuai dengan *brief* maka selanjutnya penulis melakukan proses *approval* kepada *supervisor* mengenai desain yang sudah di buat oleh penulis. memastikan sudah *approve* atau ada ada yang perlu di revisi Kembali.

3. Tahapan Revisi dan *Approval*

Setelah penulis menyelesaikan desain, penulis mendapatkan *input* dari *supervisor* yaitu revisi pada bagian *cover*. Perlu adanya sedikit penyesuaian pada *cover* yang sebelumnya penulis menggunakan 3 jam sebagai

representasi produk, setelah mendapatkan revisi dari *supervisor* dirasa untuk jam di bagian bawah tidak terlalu diperlukan dan terlihat aneh secara proporsi di dalam desain secara keseluruhan, dan penulis diminta revisi menghapus jam tersebut yang berada di bawah tengah dan hanya menggunakan dua foto produk pada bagian *cover*.

BEFORE



AFTER

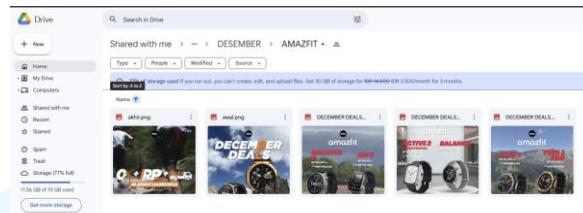


Gambar 3.22 Hasil Before After Design Cover

Setelah penulis menyelesaikan revisi desain sesuai dengan arahan yang diberikan oleh *supervisor*, penulis bisa melakukan proses *upload* di Google Drive yang untuk selanjutnya di *post* di Instagram.

4. *Upload file* di Google Drive

Setelah menerima *approval* dari *supervisor* untuk desain *final* yang di ajukan oleh penulis, maka penulis bisa meng-*upload* hasil desain tersebut ke Google Drive yang kemudian linknya di salin ke Google Sheet untuk lebih mudah di akses user dan mempermudah proses *tracking* proses pengerjaan tugas.



Gambar 3.23 Google Drive Amazfit

Proyek ini secara fundamental menggunakan salah satu pilar Desain Komunikasi Visual, yaitu adalah pilar promosi, karena sudah sangat jelas tujuan desain ini dibuat adalah untuk mempromosikan produk dari brand tertentu yang ingin membuat konsumen tergiur untuk membeli barang tersebut setelah melihat desain dan promo tersebut..

3.3.2.2 Proyek *WIA Hadir Di SLU H-3*

Sebelum sebuah acara di mulai atau keikutsertaan sesuatu sering diperlukan membangun *awareness* kepada audience untuk tau bahwa perusahaan dan partner ikut berpartisipasi pada *event* tertentu. Dengan adanya *countdown* hari tersebut diharapkan dapat meningkatkan *awareness* dan urgensi untuk *audience* datang ke *booth* perusahaan dan *partner*. Untuk memenuhi keperluan tersebut, maka penulis sebagai seorang desainer menerima *brief* untuk merancang *story Instagram* yang menginformasikan informasi “WIA HADIR DI SLU (H-7, H-3, H-1) untuk di *posting* di Instagram perusahaan. Untuk mulai merancang *brief* tersebut maka penulis perlu melewati beberapa proses.

1. Tahap *brief*

Penulis menerima *brief* mengenai proyek melalui Google Sheet, pada *brief awal* mendapatkan informasi mengenai *output* apa saja yang diperlukan oleh *user*, dan penulis mendapatkan *note* bahwa *user* ingin ada produk yang perlu di *highlight* yaitu Coros pace 4 dan desain apa saja

yang perlu di buat, namun penulis berfokus pada proses perancangan untuk H-3.

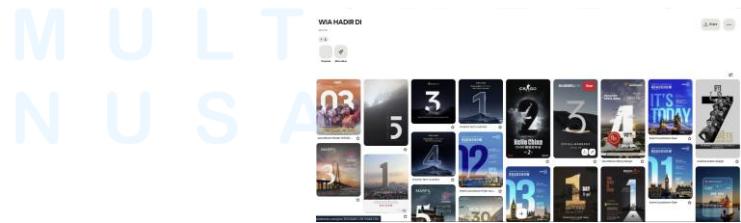
req Date	Upload Date	Status	Campaign Name	Detail Brand / Type / Product	Note	Request
20-Nov-2023	24-Nov-2023	Uploaded	* WIA HADIR DI SLU (H-7, H-3, H-2) * SPIN WHEEL (inciting ear open) + cover di produk nya		highlight page 4 dan promo save up to nya	feed ig & story

Gambar 3.24 Brief WIA Hadir Di Siksorogo Lawu Ultra 2025

Setelah memahami *brief* dengan jelas, tau apa *output* yang perlu dikerjakan, kapan *deadline* nya serta sudah paham terhadap *note* yang diberikan oleh *user*. Selanjutnya penulis bisa melanjutkan kepada tahap *brainstroming & design*.

2. Tahap *Brainstroming*

Pada awal proses desain ini penulis mengalami kebingungan bagaimana *layout* desain yang sesuai dengan *brief* yang diberikan, karena penulis secara pribadi tidak pernah mendesain untuk keperluan *countdown day* seperti ini, namun untuk mencari solusi penulis melakukan *brainstroming* di Internet dan di Pinterest. yang pada saat itu penulis menggunakan keyword “*Countdown day design*” sebagai *keyword* utama, dengan itu akhirnya penulis mendapatkan beberapa referensi desain yang sekiranya cocok untuk digunakan yang dimana mayoritas desain menggunakan elemen penekanan pada bagian angka yang lebih besar dan jelas dari objek lain yang ada di dalam keseluruhan design serta menggunakan teknik *digital imaging* untuk membuat design yang berbeda dan menarik

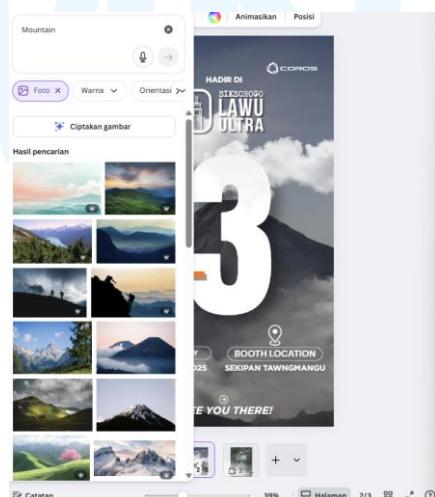


Gambar 3.25 Referensi Pinterest WIA HADIR DI

Setelah mendapatkan referensi penulis langsung memasuki tahap mencari konsep kasar di kepala dan mulai mencari foto seperti apa yang akan menjadi basis penulis dalam merancang desain tersebut. penulis beberapa kali bertanya dan berdiskusi dengan *supervisor* “kira-kira ini cocok gak ya” sampai penulis menemukan satu foto yang sesuai dengan konsep design yang ada di kepala penulis dan *supervisor* juga mengarahkan penulis untuk melakukan eksekusi desain terlebih dahulu untuk melihat beneran cocok atau hanya sekedar hayalan.

3. Tahap *Design*

Ketika masuk proses desain penulis memaksimalkan *spoftware* Canva premium yang di berikan akses oleh *supervisor* sebagai salah satu alat dalam melakukan proses perancangan desain. Pada Canva untuk mencari design yang cocok untuk dengan *event* Siksorogo Lawu Ultra penulis menggunakan keyword “Mountain” yang didasarkan oleh pemikiran bahwa *event* tersebut dilaksanakan di gunung, untuk menjaga familiarity penulis mencari dengan keyword “Mountain” tersebut



Gambar 3.26 Pencarian Foto Di Canva

Tujuan dari desain ini adalah untuk menginformasikan berapahari lagi WIA datang dan ikut berpartisipasi dalam *event SLU bersama Coros*, Maka pesan utama yang harus di tonjolkan adalah “berapa hari” dan bukan yang lain. Berdasarkan pemikiran tersebut penulis memilih menggunakan komposisi desain *circular*, menurut penulis kompsisi tersebut sangat cocok dengan tujuan proyek yang akan di kerjakan. Komposisi *circular* menekankan pesan yang terletak pada bagian tengah desain yang itu cocok dengan konsep yang terpikiran oleh penulis.



Gambar 3.27 *Design Story H-3*

Maka dari itu penulis mulai melakukan tahap desain dengan menggunakan ukuran *story* Instagram yaitu 1080 x 1920 piksel dengan orientasi *portrait*. penulis pertama menetukan komposisi apa yang cocok untuk desain ini, pada akhirnya penulis memilih komposisi *circular* yang sebelumnya di bahas. Menggunakan *font* Anton untuk angka 3 yang di letakan pada bagian tengah desain untuk menjadi *center of attention audience* yang di dampingi oleh huruf “H-“ yang bewarna oranye memberikan sebuah kontras yang baik

karena keseluruhan desain cenderung memiliki *tone* putih, lalu penulis menambahkan logo dari *event* Siksorogo Lawu Ultra yang berwarna hitam pada bagian tengah atas desain sebagai identitas dari *event* tersebut, serta penulis memberikan sedikit aksen awan untuk memberikan kesan ketinggian dan ketengangan, informasi pendukung seperti juga lengkap mengenai jam operasional dan lokasi *booth* Wearinasia yang akan hadir. setelah penulis merasa sudah menyelesaikan desain maka penulis mengajukan *approval* kepada *supervisor* sebelum memasuki tahap *upload* di Google Drive.

4. Tahap Revisi Dan *Approval*

Setelah mengajukan *approval* penulis mendapatkan dua revisi minor dari *supervisor* dan *user*. seperti pada bagian logo *supervisor* memberikan arahan untuk di berikan warna putih saja dan sedikit di besarkan untuk memperjelas bahwa ini merupakan *event* besar, lalu dari *user* penulis mendapatkan revisi berupa adanya salah ketik pada lokasi *event* yang seharusnya "Tawangmanu" akibat penulis kurang teliti hanya melakukan *copy paste* dari *website* resmi yang ternyata mengalami salah ketik..

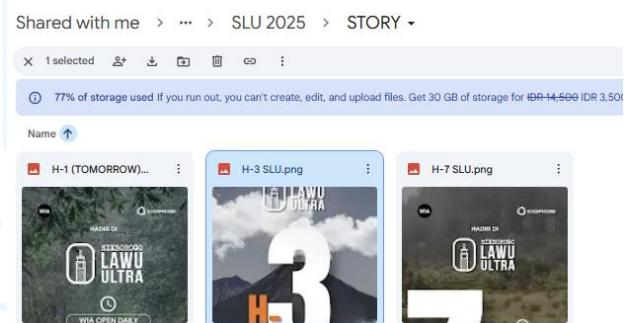


Gambar 3.28 *Before And After Design Story H-3*

Setelah menyelesaikan kedua revisi tersebut dan mendapatkan *approval* penulis segera melakukan proses *upload* di Google Drive yang selanjutnya akan digunakan untuk story Instagram perusahaan untuk mempromosikan bahwa Wearinasia akan hadir di SLU 2025 3 hari lagi. Proses ini erat kaitanya dengan salah satu pilar Desain Komunikasi Visual yaitu adalah pilar informasi yang merupakan hal penting jika sedang membahas fungsi dari desain grafis.

5. *Upload File Di Google Drive*

Proses *upload* baru bisa dilaksanakan oleh penulis jika desain sudah mendapatkan *approval* dari *supervisor* dan sudah di *approve* oleh *user* yang memberikan *brief*. setelah penulis mendapatkan *approval* dari kedua belah pihak barulah penulis bisa melakukan proses meng *upload design* di Google Drive sesuai tempat yang sudah di sediakan oleh user, dan setelah melakukan proses upload penulis haru mengubah status request dari “*on request*” menjadi “*uploaded*” untuk *user* mengetahui bahwa desain sudah siap untuk digunakan sesuai dengan keperluan yang ingin dituju.



Gambar 3.29 Google Drive Siksorogo Lawu Ultra 2025

Kesimpulan proyek kali ini menggunakan pilar Desain Komunikasi Visual yang digunakan merupakan pilar informasi karena proyek ini tujuan utamanya memang

untuk menginformasikan dan membangun *Awareness* konsumen agar tau bahwa Wearinasia hadir dan membuka *booth* di *event* Siksorogo Lawu Ultra dengan adanya *countdown* memperjelas berapa hari lagi Wearinasia akan hadir dimana dan jam berapa saja operasional nya.

3.3.2.3 Proyek Kampanye WIA X Coros (Siksorogo Lawu Ultra)

Setelah sebelumnya penulis diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam perancangan *roll banner* Amazfit X WIA untuk event BDG100 Ultra, kali ini penulis mendapatkan kepercayaan kembali untuk melakukan perancangan *roll banner* untuk Wearinasia yang akan berpartisipasi pada acara Siksorogo Lawu Ultra 2025 bersama Coros sebagai *partner*. Menurut siksorogo.id Siksorogo Lawu Ultra 2025 merupakan *event* berskala internasional yang di selenggarakan setiap bulan Desember setiap tahun yang di kelola oleh Siksorogo *Committe*.

1. Tahap *Brief*

Seperti pada proyek di Wearinasia sebelumnya penulis menerima *brief* berupa *request* yang berisikan informasi mengenai kapan *deadline* pekerjaan tersebut harus selesai, detail pendukung seperti *free item* apa saja yang perlu di masukan nanti dalam desain *roll banner* serta ada satu *link* Google Docs yang berisikan produk apa saja yang perlu ada di dalam *rool banner* serta harga yang nanti perlu dicantumkan dalam desain.



Gambar 3.30 *Brief* WIA X Coros

Setelah mengetahui informasi awal seperti apa *output* yang di harapkan user di rancang oleh desainer, penulis bisa membuka *link* Google Docs yang disematkan oleh *user*. Google Document itu berisikan tipe-tipe produk apa saja

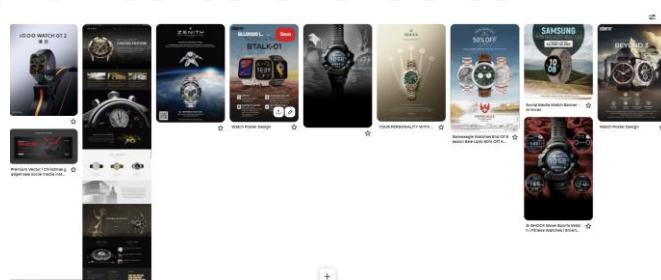
yang perlu masuk ke dalam *roll banner* beserta 3 harga yaitu harga normal, harga PL dan tebus *Voucher* 100. Setelah menerima *list* tersebut, Penulis harus tetap memperhatikan dan cek daftar ini secara berkala, karena ada kemungkinan *update* harga atau produk dari kebijakan *brand partner* ataupun perusahaan.

NO	SKU	HARGA NORMAL	HARGA PL	tebus voucher 100
1	NOMAD	Rp6,199,000	Rp5,600,000	Rp5,500,000
2	PACE PRO	Rp5,700,000	Rp5,200,000	Rp5,100,000
3	PACE 3	Rp3,700,000	Rp3,500,000	Rp3,400,000
4	PACE 4	Rp4,700,000	Rp4,700,000	Rp4,600,000
7	APEX 4 (46MM)	Rp8,850,000	Rp8,050,000	Rp7,950,000
8	APEX 4 (42MM)	Rp7,950,000	Rp7,200,000	Rp7,100,000
9	VERTIX 2S	Rp13,000,000	Rp11,900,000	Rp11,800,000
10	HRM	Rp1,500,000	Rp1,380,000	Rp1,280,000

Gambar 3.31 *Brief Promo & Voucher*

2. Tahap *Brainstroming*

Pada tahap *brainstroming* penulis mencari referensi desain seperti apa yang cocok dengan *event* yang dimana perusahaan akan ikut serta, untuk pertama penulis mengunjungi website siksorogo.id yang merupakan *website* resmi dari *event* tersebut, tujuan penulis melakukan hal tersebut adalah untuk mengetahui *visual* seperti apa yang ada di Siksorogo Lawu Ultra agar nanti bisa di sinkronisasi dengan desain yang akan di rancang. Setelah memahami visual seperti apa yang digunakan oleh Sikrorogo Lawu Ultra penulis mencoba membuat sebuah *list* referensi desain menggunakan Pinterest.



Gambar 3.32 *SLU2025 Inspiration Board*

Setelah penulis mendapatkan referensi sesuai dengan *visual* dari *event* Siksoroko Lawu Ultra 2025 selanjutnya penulis berdiskusi dengan *supervisor* mengenai asset-asset visual apa saja yang diperlukan untuk memulai proses desain.

3. Tahap *Design*

Pada perancangan *roll banner* Siksoroko Lawu Ultra ini terbagi menjadi 2 bagian utama untuk membentuk keseluruhan banner yaitu *product highlight* dan *price list*. Perancangan di mulai dari proses perancangan *product highlight*, yaitu secara umum merupakan suatu produk baru atau produk unggulan dari suatu *brand*. Untuk perancangan sekarang *product highlight* nya adalah Coros Pace 4 yang merupakan produk terbaru dari Coros yang *launching* belum lama ini, dengan alasan tersebut maka perlu untuk di promosikan lebih.



Gambar 3.33 Proses Penggerjaan Product Highlight

Penulis menggunakan basis desain yang sebelumnya sudah di desain oleh *supervisor*, namun *supervisor* meminta tolong kepada penulis untuk melakukan beberapa *adjustment* terhadap desainnya. Setelah proses perancangan *product highlight* selesai penulis melanjutkan melakukan

perancangan *price list* yang akan diletakan pada bagian bawah *roll banner*.



Gambar 3.34 Price List

Sebelum melanjutkan kepada tahap desain *roll banner* secara keseluruhan dan siap cetak, penulis perlu mendapatkan *approval* dari *supervisor* dan *user* terlebih dahulu. Pada proses ini penulis memperlihatkan desain yang telah di buat dan menerima revisi baik dari *supervisor* ataupun *user*.

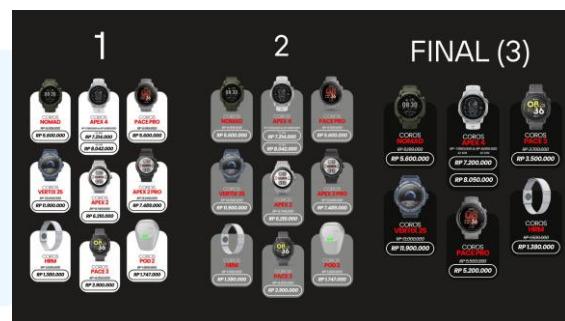
4. Tahap Revisi Dan Approval

Pada Tahap ini penulis mendapatkan revisi dari *supervisor* dan mendapatkan informasi terbaru dari *user* bahwa produk tidak perlu ada di *price list* banner. Maka dari itu penulis harus melakukan revisi serta melakukan penyesuaian desain. Pertama penulis mendapatkan revisi minor dari *supervisor* terhadap design dari *highlight product*, *supervisor* menyarankan untuk menambahkan jumlah lengkungan dari kotak merah yang digunakan karena agar tidak terlalu terlihat kaku, selanjutnya ada *update* harga dari *user* mengenai *product highlight* ini yang sebelumnya Rp 4.324.000 dari Rp4.700.000 di coret, menjadi hanya Rp 4.700.000 dan penulis langsung memperbaiki dan *update* sesuai masukan dari *supervisor* dan *user*.



Gambar 3.35 Before After Product Highlight

Setelah selesai mengerjakan revisi untuk *product highlight* penulis mendapatkan *update* dari *user* mengenai bahwa ada produk yang tidak perlu lagi masuk ke *price list*, maka dari itu penulis perlu untuk melakukan update pada desain *price list* yang sudah di desain sebelumnya yang memiliki 9 produk menjadi hanya 6 produk. Selain mendapatkan *update* dari *user* mengenai pengurangan produk, penulis juga mendapatkan revisi dari *supervisor* untuk merubah warna kotak yang digunakan untuk menunjukkan foto produk, yang pada desain awal penulis menggunakan kotak berwarna putih.



Gambar 3.36 Proses Revisi Price List

Penulis membuat 3 alternatif desain untuk revisi *price list* yang variannya bisa dilihat di gambar di atas, ada yang menggunakan kotak putih yaitu desain awal, desain kedua penulis menurunkan saturasi menjadikan kotaknya seperti warna abu-abu dan ketika kotak berwarna hitam dengan

saturasi yang di turunkan. Setelah melakukan *approval*, *supervisor* menyetujui pengunaan alternatif ke 3 Sebagai desain *price list* yang akan digunakan di *roll banner* yang akan di desain.



Gambar 3.37 Desain Final Roll Banner SLU2025

Setelah mendapatkan *approval* terhadap desain *product highlight* dan *price list* dari *supervisor*, penulis langsung mengimplementasikan kedalam desain *rool banner*, lalu memlakukan proses *approval* kembali untuk di evaluasi apakah desain yang sudah sesuai stardard perusahaan atau belum. Setelah di lakukan evaluasi dengan melalui proses akhirnya desain di approve dan siap naik cetak dan digunakan untuk keperluan marketing perusahaan di *event* Siksorogo Lawu Ultra 2025

5. *Upload file* di Google Drive

Setelah penulis menyelesaikan semua revisi dengan benar maka penulis perlu memasukan hasil akhir desain ke Google Drive yang tersedia dan menyalin *link* nya ke Google Sheet untuk selanjutnya di proses lebih lanjut. Pada google Drive penulis memberikan 2 tipe *File* Png dan Pdf karena untuk mempermudah *user* untuk melaksanakan review design sebelum nanti turun cetak untuk digunakan, Pdf digunakan untuk menjaga kualitas *banner* secara keseluruhan.

6. Tahap Implementasi

Proses implementasi ini juga tidak kalah penting dengan proses dengan proses desain secara visual, karena *event* Siksorogo Lawu Ultra ini merupakan acara *outdoor* yang cuacanya dan keadaaan sekitar tidak menentu sehingga tidak bisa di tebak apa yang akan terjadi pada *roll banner* ini, maka pemilihan bahan dari *roll banner* ini juga harus diperhatikan untuk keamanan dan kelancaran *event*.



Gambar 3.38 Implementasi *Roll Banner* SLU2025

Maka dengan alasan tersebut penulis sebagai seorang desainer memilih bahan yang berkualitas yang

memang khusus *outdoor* yaitu bahan albatros dengan teknik print UV, dengan cara itu diharapkan *roll banner* tersebut bisa bertahan di tengah cuaca yang sulit di tebak. Pilar Desain Komunikasi Visual yang diterapkan pada proyek ini ada dua yaitu pilar promosi karena pada *event* ini salah satu tujuannya adalah untuk mempromosikan produk terbaru dari Coros dan memberikan banyak promo terhadap berbagai produk yang dijual serta memberikan barang gratis.

3.3.2.4 Proyek *Calendar WIA*

Wearinasia sebagai perusahaan di bidang ritel menjadikan jam operasional toko merupakan hal yang krusial, karena untuk membantu konsumen memiliki *awareness* kapan toko buka dan tutup, sehingga mereka bisa merencanakan jadwal berkunjung yang pas, dengan adanya kalender ini mempermudah perusahaan untuk mengkomunikasikan jika ada *promo* pada bulan tertentu dan pesan tersebut di harapkan di pahami dengan mudah oleh konsumen. Peletakan kalender juga harus pada tempat yang mudah di jangkau oleh konsumen, contohnya adalah sosial media seperti Instagram. Untuk memenuhi tujuan tersebut maka penulis sebagai desainer grafis diberikan tugas untuk merancang kalender untuk bulan *December* dalam bentuk *feeds* Instagram.

1. Tahap *brief*

Penulis Memperoleh *brief* melalui Google Sheet yang berupa sebuah *link* Google Document, yang jika dibuka menunjukan rincian jadwal setiap karyawan yang dibagi menjadi 2 *shift*. yang nanti penulis kelola menjadi sebuah kalender bulanan.

CALENDAR WIA	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_qIBi1U5ieypb5QdCT5X481QvQulmw/edit?gid=903566634	5 - 7 SLU, 10-16 HARBOLNAS (12 puncaknya), 25-31 End Year Sale
--------------	---	--

Gambar 3.39 *Brief Calendar WIA*

Setelah mendapatkan *brief* dan memahami *brief* maka penulis bisa melanjutkan ke tahap selanjutnya, untuk mencari referensi dan ide desain.

2. Tahap *brainstroming*

Penulis diberikan referensi langsung oleh *supervisor* menggunakan desain kalender bulan lalu yang sudah dirancang oleh *supervisor* dan penulis diminta oleh *supervisor* untuk tetap menjaga visual agak tetap mirip namun tidak boleh mendesain dengan gaya yang sama serta tidak boleh menggunakan desain yang sama dengan referensi yang diberikan oleh *supervisor*.

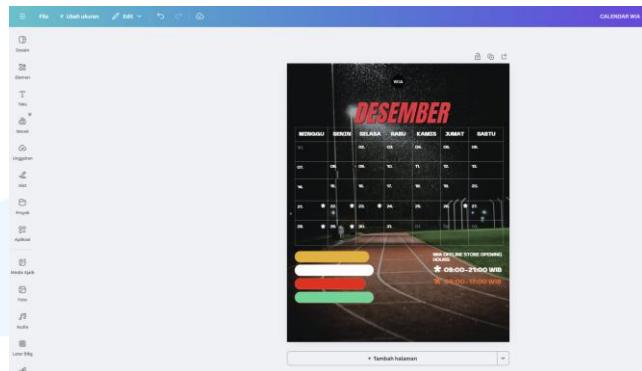


Gambar 3.40 Referensi Yang Diberikan Supervisor

Setelah penulis menerima referensi ini penulis langsung bisa masuk ke tahap desain karena sudah terbayang akan membuat desain yang seperti apa.

3. Tahap Desain

Pada tahap desain awal perancangan penulis mencari *template* di Canva sebagai basis desain awal untuk selanjutnya di kembangkan oleh penulis dan di sesuaikan dengan *brief* yang di berikan oleh *user*.



Gambar 3.41 Proses Desain Awal Di Canva

Pada tahap awal desain ini penulis menambahkan sebuah informasi yang berupa jam buka toko yang masing-masing di wakili oleh warna *asterisk* yang berbeda yaitu warna putih dan oranye yang setiap warna mewakili jam operasional toko. Hal tersebut di desain oleh penulis agar dapat mempermudah *audience* membaca kalender tanpa terlalu banyak angka dan tanggal. Serta di bagian kiri bawah terdapat *frame* berwarna yang penulis siapkan untuk menjadi tanda setiap event yang ada pada bulan tersebut, *Font* “DESEMBER” menggunakan *font* Anton, *font* ini disarankan oleh *supervisor* karena mempunyai *readability* yang bagus serta bentuknya yang “*sporty*”.



Gambar 3.42 Desain Layout Awal Calendar

Setelah desain awal *layout* di setujui oleh *supervisor*, penulis melanjutkan kepada proses selanjutnya yaitu melengkapi informasi seperti melakukan penyesuaian pada penggunaan *asterisk* untuk setiap tanggal, menyesuaikan warna dengan *event* yang akan diadakan dan informasi pendukung lainnya, sesuai *brief* yang diberikan *user*.



Gambar 3.43 Desain Kalender Wearinasia Desember

Setelah melakukan proses desain dan sudah di *approve* oleh supervisor maka penulis langsung memasukannya ke Google Drive serta *copy link* tersebut ke Sheet yang sudah di sediakan oleh *user*.

4. Tahap Revisi

Setelah mengirimkan hasil desain ke Google Drive, ternyata tidak lama kemudian penulis mendapatkan *notes* di Google Drive mengenai adanya kesalahan minor dalam, yang ternyata pada tanggal 31 Desember wearinasia hanya buka sampai jam 14:00.

tanggal 31 dari jam 08.00 -
14.00

Gambar 3.44 Revisi Dari *User*

Setelah mendapart catatan tersebut penulis langsung melakukan perbaikan dengan cara menambahkan 1 warna *asterisk* baru bewarna kuning untuk indikator toko Wearinasia buka dari jam 08:00 sampai 14:00 serta menganti warna *asterisk* pada tanggal 31.

BEFORE



AFTER



Gambar 3.45 Before After Revisi Calendar Werinasia

Setelah memastikan semuanya aman dan revisi sudah selesai dikerjakan, maka penulis bisa melalukan *update* desain di Google Drive yang sudah di buat, untuk selanjutnya di proses untuk di *upload* di media sosial Instagram. Pada proyek ini pilar Desain Komunikasi Visual yang paling terlihat jelas adalah pilar informasi karena fungsi utama dari proyek ini adalah untuk menginformasikan jam operasional Wearinasia kepada konsumen, namun pada desain tersebut juga ada tersemat jadwal-jadwal yang menjadi *highlight* pada bulan Desember seperti Harbolnas, *Payday* serta ada *event* besar seperti Siksorogo Lawu Ultra yang diadakan setiap Desember. Menjadikan proyek ini menjadi multi dimensional karena bisa mengabungkan dua pilar Desain

Komunikasi visual dalam satu desain, yang bisa dikemas dengan menarik namun tetap menjaga sisi informatif.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Pengalaman magang yang dilaksanakan oleh penulis di PT Wearinasia Internet Akselerasi penulis mendapatkan banyak pengalaman dari tugas-tugas yang di percayakan selama magang, di percaya untuk mendesain banner *event* besar seperti siksorogo lawu ultra dan BDG100 merupakan pengalaman yang sangat berharga dan tugas yang sangat bisaa di *handle* dan tidak berlebihan, selain itu senior dan atasan juga memperlakukan saya dengan sangat baik, mulai dari kemudahan ketika dihubungi jika saya memerlukan sesuatu, cara berkomunikasi nya yang juga sangat baik.

Namun, ada beberapa kendala yang sering kali penulis alami ketika melaksanakan magang di PT Wearinasia Internet Akselerasi dalam mengerjakan tugas, akan tetapi penulis mencoba mencari solusi agar tetap bisa menyelesaikan tugas tepat waktu.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala yang di alami penulis ketika magang adalah kendala minor yang penulis rasakan ketika magang. Terdapat 4 kendala yang pernah penulis temui sebagai berikut.

1. Akses *Website* WIA.ID

Ketika penulis ingin mengakses data produk dari website atau ingin melihat informasi di website mengenai produk sering kali tidak bisa di buka atau *loading* nya cenderung memakan waktu lama, sehingga hal tersebut cukup menganggu alur pekerjaan penulis dalam mendesain

2. Akses Kunci Terbatas

Ketika Mungkin ini cara yang baik untuk menjaga keamanan kantor, namun penulis sedikit merasa terganggu. Contohnya ketika

penulis datang jam 9 namun belum ada orang yang memegang kunci maka penulis harus menunggu orang tersebut datang lalu membuka kunci baru bisa masuk kantor. Lalu ketika waktu jam pulang ketika toko tidak ada shift 2 maka orang toko (lantai 1) pulang terlebih dulu dan mengunci pintu, yang menjadi gangguan adalah jika penulis pada hari tersebut perlu pulang sedikit malam karena mengerjakan tugas, maka harus menunggu orang yang memegang kunci juga ingin pulang untuk bisa membuka pintu.

3. Foto Dengan Resolusi Rendah Di *Website*

Ketika penulis ingin menggunakan aset foto produk, gambar yang penulis akses dari *website* WIA.ID sering kali memiliki resolusi yang buruk, seringkali tidak *proper* jika digunakan di dalam desain untuk kebutuhan penulis.

4. Miskomunikasi Atau Misinterpretasi Pesan

Penulis sering kali tidak memahami bahasa yang digunakan oleh sebagian rekan kerja atau *user* menjadikan terjadinya miskomunikasi yang menyebabkan hasil akhir tidak sesuai dengan yang diharapkan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Di balik kendala yang penulis rasakan ada yang merupakan kebijakan kantor yang harus dihormati dan kendala lain juga penulis menemukan solusinya karena berdiskusi dengan *supervisor* dan bisa mengerjakan pekerjaan dengan lancar dengan solusi sebagai berikut.

1. Cek *Website* Secara Berkala dan lakukan *Refresh* Halaman

Ketika *website* WIA.ID sedang bermasalah dan tidak bisa dibuka yang bisa dilakukan penulis hanyalah menunggu dan melakukan cek secara berkala serta cukup *refresh* halaman.

Biasanya gangguan ini tidak terlalu lama sekitar 25-30 menit

2. Pulang Tepat Waktu Atau Menunggu Karyawan Lain

Umumnya jam waktu pulang kerja itu jam 5, jika toko buka sampai malam maka lebur tidak menjadi masalah karena pintu terbuka terus, namun jika lihat di kalender hari itu tidak ada *shift 2* maka usahakan pulang jam 5 ketika karyawan di toko pulang, namun ketika terpaksa lembur dan pintu sudah terkunci dan yang memang akses masih di ruangan yang sama lebih baik menunggu dan pulang bersamaan. Ketika masih di kantor bisa mengerjakan tugas yang belum selesai atau cicil tugas esok hari bisa juga mencatat pekerjaan apa yang perlu dikerjakan besok atau jika sudah semua cukup *relax* dan tunggu pulang bersama

3. Gunakan Foto Dari *Website*, *E-commerce brand* / Foto Mandiri

Jika dirasa ketika menggunakan foto dari WIA.ID memiliki kualitas yang buruk dan sering kali “pecah”, maka solusinya adalah bisa gunakan akses foto produk brand terkait dari *website* atau *e-commerce* official dari *brand* terkait, bisa juga dengan memfoto produk tersebut secara mandiri seperti yang pernah beberapa kali dilakukan oleh penulis.

4. Melakukan Diskusi

Ketika tidak paham dengan *brief* ataupun ada yang bingung mau seperti apa lebih baik mulai bertanya dan berdiskusi baik melalui *chat* ataupun melalui telefon,