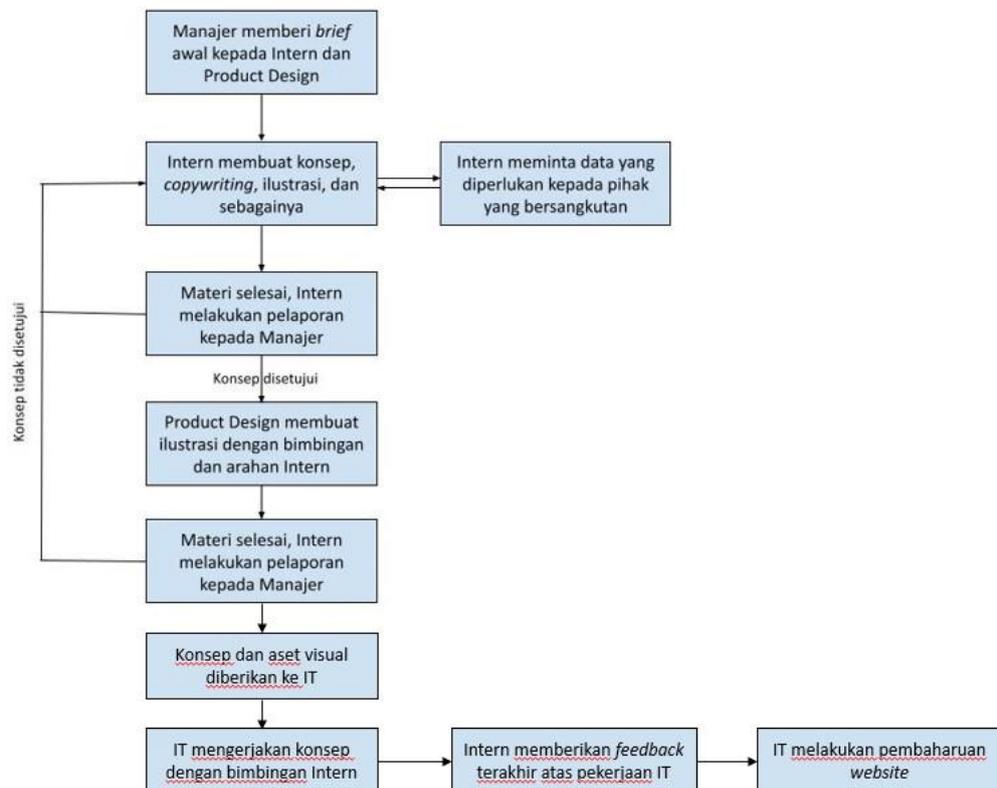


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Peserta magang ditempatkan di divisi *Marketing* sebagai *Digital Marketing Intern* dan secara langsung dibimbing oleh *International Marketing Manager* selaku supervisor lapangan. Selain itu, peserta magang juga menerima tugas-tugas lainnya dari *International Product Development*, *Regional Business*, dan *International Business Director* untuk menunjang kegiatan *marketing* maupun hanya membantu memasukkan data harga dari *market visit*.

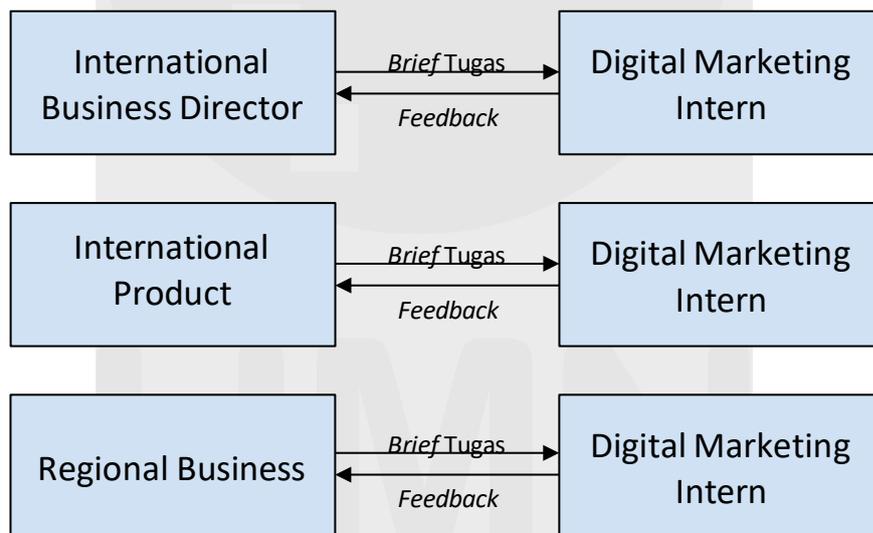


Gambar 3.1 Alur Pengerjaan Tugas Utama

Tugas utama yang diberikan kepada peserta magang adalah untuk mengembangkan dan mengoptimalkan konten-konten di *website* www.yupindo.com dengan *storytelling*, ilustrasi, konsep, *copywriting*, dan sebagainya. Berdasarkan gambar 3.1, pengerjaan tugas ini dibimbing secara

langsung oleh supervisor selaku International Marketing Manager dan dibantu oleh desainer dalam pembuatan *mock-up layout* dan ilustrasi, serta IT *freelancer* yang sudah pernah memegang proyek *website* sejak awal di departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum.

Konsep yang sudah dirancang oleh peserta magang akan diperiksa berulang oleh supervisor hingga konsep tersebut sesuai atau mendekati ekspektasi supervisor. Setelah itu, peserta magang akan melanjutkan pembuatan ilustrasi *mock-up* yang dibantu oleh tim desain. Ilustrasi yang telah dibuat oleh desainer akan diberikan terlebih dahulu kepada supervisor untuk *direview* dan dilanjutkan ke tahap pemberian aset visual dan materi kepada IT *freelancer* apabila semua konsep sudah sesuai. Jika tidak, maka tahapan tersebut akan diulang kembali.



Gambar 3.2 Alur Pemberian Tugas Sampingan

Selain mengerjakan tugas utama, peserta magang juga diberikan beberapa tugas sampingan oleh pihak yang berbeda-beda. International Business Director memberikan tugas kecil seperti membuat *brief* produk baru, konsep produk baru, dan sebagainya. International Product Development memberikan tugas berupa ide-ide untuk produk baru menyangkut konsep, bentuk, rasa, dan sebagainya. Tugas ini membuat peserta magang harus melakukan riset mengenai konsep *gummy* yang sedang *trending*.

Terakhir, peserta magang juga menerima tugas dari Regional Business dimana peserta magang memasukkan data harga penjualan *brand gummy* kompetitor berdasarkan data dari *market visit*. Hal ini merupakan salah satu hal yang penting karena menyangkut pengambilan strategi oleh divisi *Sales*.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Peserta magang melakukan berbagai jenis tugas yang diberikan oleh supervisor selama 6 bulan bekerja seperti mengerjakan proyek *website* sebagai tugas utama dan beberapa tugas sampingan seperti mencari *supplier*, menciptakan ide produk baru hingga tahap pembuatan, mendukung dalam hal menyediakan materi promosi, melakukan riset, mendukung penyediaan data yang dibutuhkan oleh tim *sales*, dan sebagainya. Dalam seluruh kegiatan ini, peserta magang tidak hanya bekerja dengan pihak-pihak dari dalam negeri, melainkan juga dari luar negeri baik yang berhubungan langsung dengan Yupi maupun tidak.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Untuk dapat memahami lebih lanjut, berikut adalah klusterisasi dari tugas-tugas yang dilakukan oleh peserta magang di departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum:

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

<i>Website</i>	Melakukan riset, membuat konsep, ilustrasi, <i>copywriting</i> , mendampingi dalam proses pembuatan desain, memberikan <i>feedback</i> ke IT, dan sebagainya.
Proyek <i>Do It Yourself</i> (DIY) Cookies	Melakukan riset, membuat konsep, dan berkoordinasi dengan tim <i>Research and Innovation</i> (RnI).
Materi Presentasi	Membuat <i>copywriting</i> dan berkoordinasi dengan pihak terkait untuk menyediakan seluruh bahan materi yang diperlukan.
Tugas Tambahan	Berkoordinasi dengan <i>supplier</i> , memasukkan data penjualan, meriset kompetitor, dan sebagainya.

Situs tersebut merupakan satu-satunya alat pemasaran secara *online* dengan pendekatan B2B. Situs www.yupindo.com menjelaskan produk-produk Yupi secara umum lengkap dengan deskripsi produk, desain kemasan, konfigurasi, serta kandungan, penjelasan mengenai perusahaan, daftar nama distributor dari seluruh negara yang bekerja sama dengan Yupi, dan *Call to Action* (CTA).

Dalam mengerjakan tugas ini, peserta magang menggunakan beberapa konsep yang sudah pernah dipelajari pada saat kuliah. Berikut konsep-konsep tersebut:

3.2.2.1 *The Design Thinking Process*

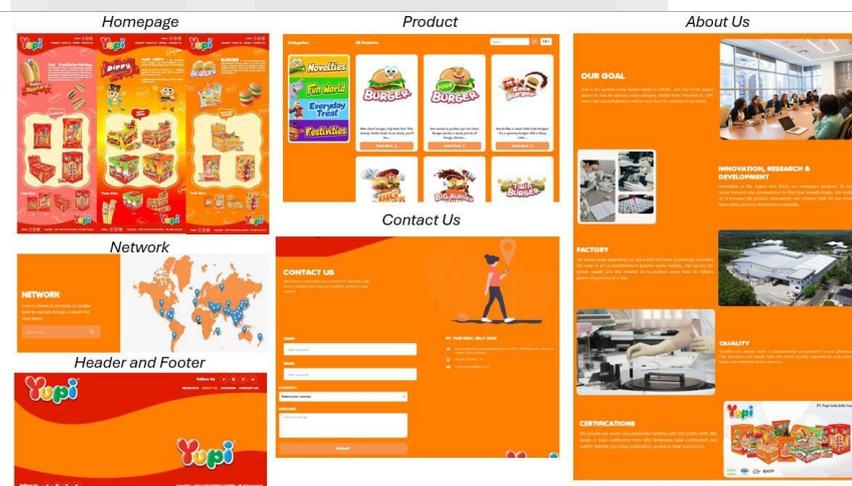
Dalam mengembangkan dan mengoptimalkan *website* www.yupindo.com milik departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum, peserta magang menggunakan konsep *The Design Thinking Process* yang pernah dipelajari pada mata kuliah Design Thinking. *Design thinking* adalah sebuah metode yang digunakan untuk memecahkan dan menawarkan solusi yang inovatif dan sesuai terhadap permasalahan konsumen atau *user* (Ansori et al., 2023).

Dalam penerapannya, ada lima tahapan yang menjadi pondasi bagi tahap berikutnya. Berikut adalah lima tahapan *design thinking* yang dilakukan oleh peserta magang:

1) Empathize

Tahap *empathize* dilakukan dengan cara memahami permasalahan, kebutuhan, dan keinginan konsumen terhadap suatu isu yang ingin diperbaiki. Dalam tahap ini, departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum merasa bahwa situs www.yupindo.com sebagai satu-satunya kegiatan *marketing* secara *online* yang dimiliki perusahaan tidak berjalan dengan maksimal dan tidak sesuai dengan *tone* perusahaan yang selalu menekankan unsur atau aspek “*fun*” dalam setiap aktivitasnya.

Design *website* yang terasa kaku dan membosankan dapat mengakibatkan sulitnya menarik perhatian konsumen maupun partner bisnis. Tidak hanya itu, partner bisnis yang mengunjungi situs tersebut juga tidak mendapatkan informasi yang maksimal karena adanya perubahan seperti daftar nama distributor, tidak adanya *shortcut* untuk ke halaman tertentu, dan sebagainya. Berikut adalah beberapa cuplikan gambar dari laman *website* departemen International Business yang lama.



Gambar 3.3 Tampilan *Website* Lama

Gambar 3.3 memberikan gambaran mengenai tampilan pada *website* www.yupindo.com sebelum mengalami perubahan. Tampilan ini dinilai tidak menarik oleh supervisor dan tidak menggambarkan prinsip “*fun*” yang selalu digunakan oleh Yupi.

2) *Define*

Tahap *define* dilakukan oleh peneliti untuk lebih memahami dan mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh konsumen lebih lanjut sehingga dapat menawarkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan hasil evaluasi dari supervisor, permasalahan yang telah dijabarkan pada tahap *empathize* disebabkan oleh pembuatan situs *website* yang terkesan terburu-buru dan tidak optimal sehingga konten, *layout*, visual, dan sebagainya tidak terkelola dengan baik. Maka dari itu, peserta

magang diminta untuk mengembangkan dan mengoptimalisasikan konten-konten yang sudah ada di *website* dan memanfaatkannya menjadi konten yang baru.

3) *Ideate*

Tahap *ideate* dilakukan ketika peneliti telah mengerti sepenuhnya permasalahan dan kebutuhan konsumen atau *user* dari tahap *empathize*. Oleh karena itu, peneliti akan berdiskusi atau *brainstorming* untuk menyediakan solusi terbaik terhadap permasalahan yang dihadapi oleh konsumen atau *user*.



Gambar 3.4 Bukti Sesi *Briefing Website*

Pada tahap ini, peserta magang berdiskusi pada saat pemberian *brief* awal bersama dengan *supervisor* dan desainer yang menjelaskan pengalaman mereka dalam merancang *website* Yupi International Business pada tahun 2022 lalu. Selain itu, kami juga melakukan *brief* awal bersama dengan IT *freelancer* yang mengerjakan proyek *website* Yupi International Business terdahulu untuk saling menyampaikan pendapat mengenai aspek atau fitur apa saja yang harus diubah dan mencari solusi bersama mengenai permasalahan warna, *layout*, dan sebagainya dengan merujuk beberapa *website* kompetitor di kategori permen seperti Chupa Chups, Mentos, dan sebagainya. Berikut ini adalah penjabaran tugas

yang dilakukan oleh peserta magang pada setiap laman di *website* www.yupindo.com:

a. *Homepage*

Setelah menerima *brief*, peserta magang mulai merancang beberapa alternatif bagian *layout* untuk tampilan desktop dan *mobile*. Hal ini digunakan sebagai gambaran awal untuk mengatasi permasalahan *homepage* yang tidak menarik dan kurang menggambarkan citra Yupi sebagai produk yang “*fun*”.



Gambar 3.5 Rancangan Desain Awal *Layout Homepage Desktop*

Sebagai halaman awal, *homepage* digunakan sebagai media informasi untuk memberitahu audiens mengenai produk-produk unggulan Yupi yang dapat terhubung ke halaman produk secara langsung jika audiens menekan tombol “*View Product*”. Berdasarkan gambar 3.5, dapat dilihat bahwa perancangan ini tidak hanya memperhatikan

bentuk, melainkan juga warna dari setiap kotak produk unggulan Yupi dan latar belakangnya yang akan digunakan sebagai panduan pemilihan bentuk dan warna untuk halaman-halaman *website* yang lain.



Gambar 3.6 Rancangan Awal Penambahan Konten pada Laman *Homepage* Desktop dan *Mobile*

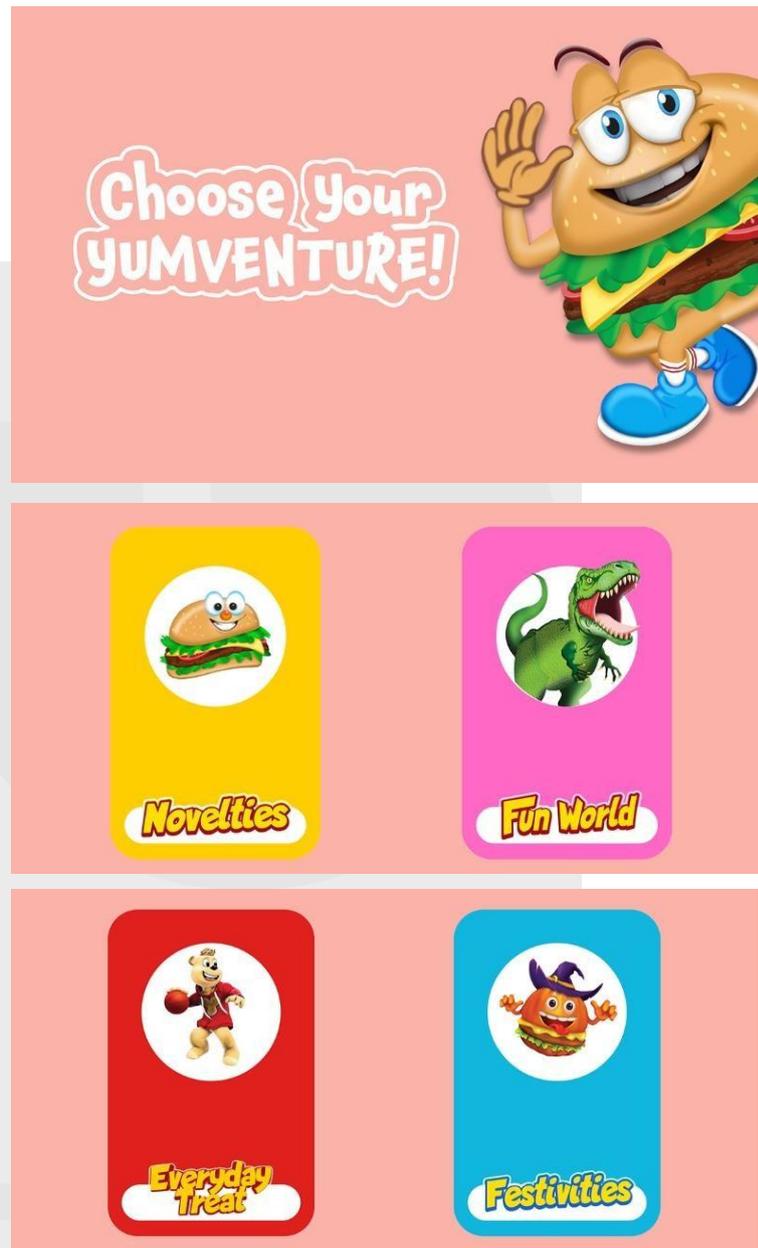
Berdasarkan gambar 3.6, selain melakukan pembaharuan *layout homepage website* yang sudah ada, peserta magang juga menambahkan konten lain, yaitu kategori-kategori produk Yupi yang diambil sesuai dengan kategori produk lama yang bisa ditemukan pada bagian *Product*. Penambahan ini dimaksudkan untuk memberikan

informasi singkat kepada audiens dan berfungsi sebagai *shortcut* menuju bagian kategori yang ingin dituju.



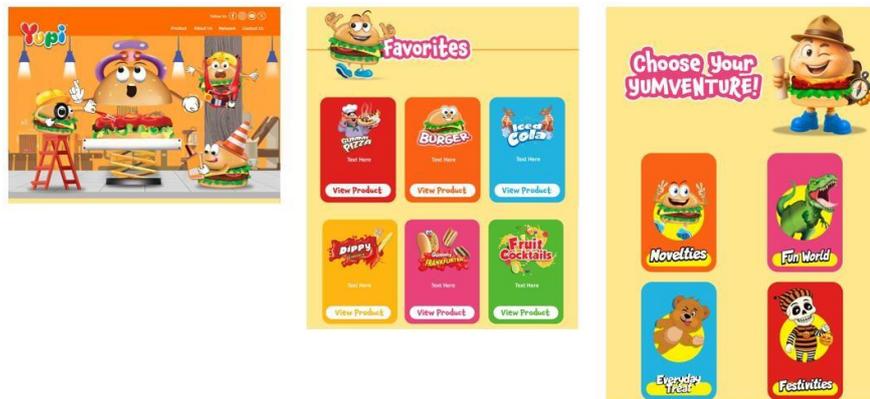
Gambar 3.7 Konsep Pertama Halaman *Homepage*

Gambar 3.7 menunjukkan konsep laman *Homepage* pertama yang dibuat oleh desainer atas arahan dari peserta magang dengan 6 warna utama yang telah disetujui oleh supervisor. Pada laman *Homepage* ini, peserta magang menghapus seluruh penjelasan mengenai produk yang dulunya ada di laman *Homepage website* saat ini. Hal ini bertujuan agar para audiens dapat memfokuskan pandangannya kepada produk-produk favorit Yupi dan informasi yang ditawarkan tidak mengalami pengulangan pada laman *Product*.



Gambar 3.8 Konsep Pertama Laman *Homepage*

Selain itu, peserta magang juga menambahkan bagian kategori yang dapat dilihat pada gambar 3.8. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada para audiens mengenai adanya 4 kategori produk Yupi dan akan dihubungkan ke laman kategori tersebut jika mereka tertarik untuk melihat atau mempelajari produk-produk Yupi lebih lanjut.



Gambar 3.9 Revisi Konsep Laman *Homepage*

Pada gambar 3.9, supervisor dan desainer melakukan banyak perubahan pada warna, elemen visual, dan latar belakang atau *background*. Hal ini dilakukan karena peserta magang tidak memiliki pengetahuan yang cukup dalam hal pencampuran warna sesuai dengan yang diinginkan oleh supervisor. Elemen-elemen visual yang dipilih juga diperbaharui sehingga lebih menunjukkan 4 kategori yang ada. Nantinya, 4 kategori dan warna ini akan diterapkan juga di laman *Product*.

b. *Products*

Laman *Products* pada *website* bertujuan untuk memperkenalkan seluruh kategori produk umum Yupi. Ada 4 kategori produk, yaitu *Novelties*, *Fun World*, *Everyday Treat*, dan *Festivities*. Keempat kategori ini merepresentasikan jenis atau kesatuan produk yang sama.

Kategori *Novelties* memiliki kesamaan dalam produk-produk makanan atau *fast food* yang dimiliki oleh Yupi. Kategori *Fun World* memiliki kesamaan dalam hal kesenangan dan bentuk produk yang berfokus pada hewan dan permainan seperti *Gummy Puzzle*. Kategori *Everyday Treat* memiliki kesamaan dalam bentuk makanan yang pada umumnya dimakan sehari-hari oleh anak-anak seperti

cupcake, cola, dan sebagainya. Tidak hanya itu, ada beberapa produk lainnya yang berfokus pada buah-buahan seperti *Apple Rings*, *Strawberry Heart*, *Strawberry Kiss*, *Fruit Cocktails*, dan sebagainya. Lalu, kategori *Festivities* hanya memiliki 1 produk, yaitu *Party Mix* yang merupakan gabungan dari ketiga kategori lainnya.



PRODUCT - NOVELTIES



The mini size makes you excited to chew a burger all at once.

[Read More](#)

Let's get Yupi! mini Burger! The mini size makes you excited to chew a burger all at once. It is chewy and melts in your mouth!

INGREDIENTS

Glucose Syrup, Sugar, Water, Beef Gelatine, Apple Juice, Humectant: Sorbitol E420(ii); Acidulants: Citric Acid E330, Lactic Acid E270; Hydrolysed Pea Protein, Natural Identical Flavourings: Strawberry, Apple, Pineapple, Cream, Glazing Agent: Beeswax E901 / Carnauba Wax E903; Ascorbic Acid, Colors: Carmine E120, Cu-Chlorophyllin E141, Beta Carotene E160a.

Manufactured in the equipments that also process :milk, wheat, soy and fish.

Bite sized burger, big time fun! This chewy, fruity tower is so tasty, you'll be stacking them into your mouth before you know it!

Ingredients

Glucose Syrup, Sugar, Water, Beef Gelatine, Juice, Humectant, Acidulants, Hydrolyzed Protein, Flavorings, Glazing Agent, Ascorbic Acid, Colors.

Configuration

- 8 Master Bag x 10 Pouch X 4 pcs
- 6 Master Bag x 12 Pouch x 4 pcs
- 24 Pouch x 8 pcs
- 18 Pouch x 12 pcs
- 24 Pouch x 12 pcs
- 2 Master Bag x 12 Pouch x 12 pcs
- 12 Jar x 36 pcs
- 12 Display Box x 24 pcs
- 6 Display Box x 72 pcs
- 30 Master Bag x 20 pcs (continuous)
- 10 Master Bag x 60 pcs (continuous)
- 6 Display Box x 6 Jumbo pcs

design packaging masih sama



SINGLE PIECES



Bite sized burger, big time fun! This chewy, fruity tower is so tasty, you'll be stacking them into your mouth before you know it!

INGREDIENTS

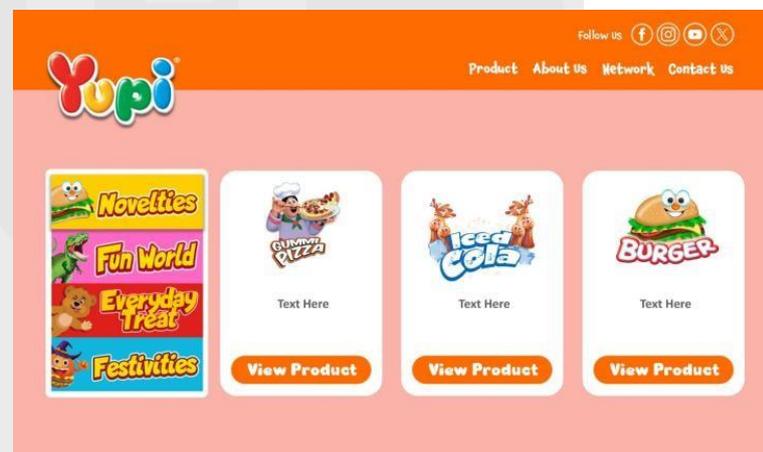
Glucose Syrup, Sugar, Water, Beef Gelatine, Juice, Humectant, Acidulants, Hydrolyzed Protein, Flavorings, Glazing Agent, Ascorbic Acid, Colors.

CONFIGURATION

- 8 Master Bag x 10 Pouch X 4 pcs
- 6 Master Bag x 12 Pouch x 4 pcs
- 24 Pouch x 8 pcs
- 18 Pouch x 12 pcs
- 24 Pouch x 12 pcs
- 2 Master Bag x 12 Pouch x 12 pcs
- 12 Jar x 36 pcs
- 12 Display Box x 24 pcs
- 6 Display Box x 72 pcs
- 30 Master Bag x 20 pcs (continuous)
- 10 Master Bag x 60 pcs (continuous)
- 6 Display Box x 6 Jumbo pcs

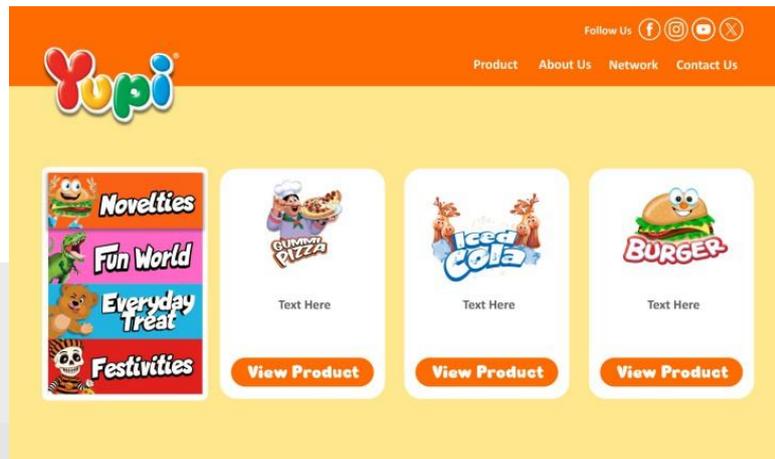
Gambar 3.10 Perubahan Laman *Product*

Dapat dilihat pada gambar 3.10, secara *layout*, tidak banyak yang berubah dalam *website* ini. Peserta magang memperbaharui *copywriting*, *ingredients*, dan foto kemasan terbaru sehingga seluruh produk masih relevan dan desain kemasan yang ditemukan di toko selaras dengan *website*. Akan tetapi, peserta magang dan desainer Yupi melakukan penyesuaian terhadap warna dan elemen pada setiap visual kategori sehingga sesuai dengan laman *Homepage* serta sesuai dengan *color pallete* yang telah disepakati sebelumnya.



Gambar 3.11 Konsep Pertama Laman *Product*

Gambar 3.11 merupakan konsep pertama yang dibuat oleh desainer Yupi International Business bersama dengan peserta magang sehingga dapat digunakan sebagai referensi visual *website*. Perubahan yang terjadi dari *website* Yupi saat ini adalah perubahan warna *background website* dan *background* kategori, elemen visual pada bagian kategori, dan warna kategori.



Gambar 3.12 Revisi Konsep Laman *Product*

Pada gambar 3.12, terdapat perubahan yang terjadi dari konsep pertama yang dirancang oleh peserta magang. Perubahan terjadi pada warna *background website* dan kategori dengan mengikuti 6 warna utama, elemen visual kategori, dan semua judul nama kategori yang diselaraskan.

c. *About Us*

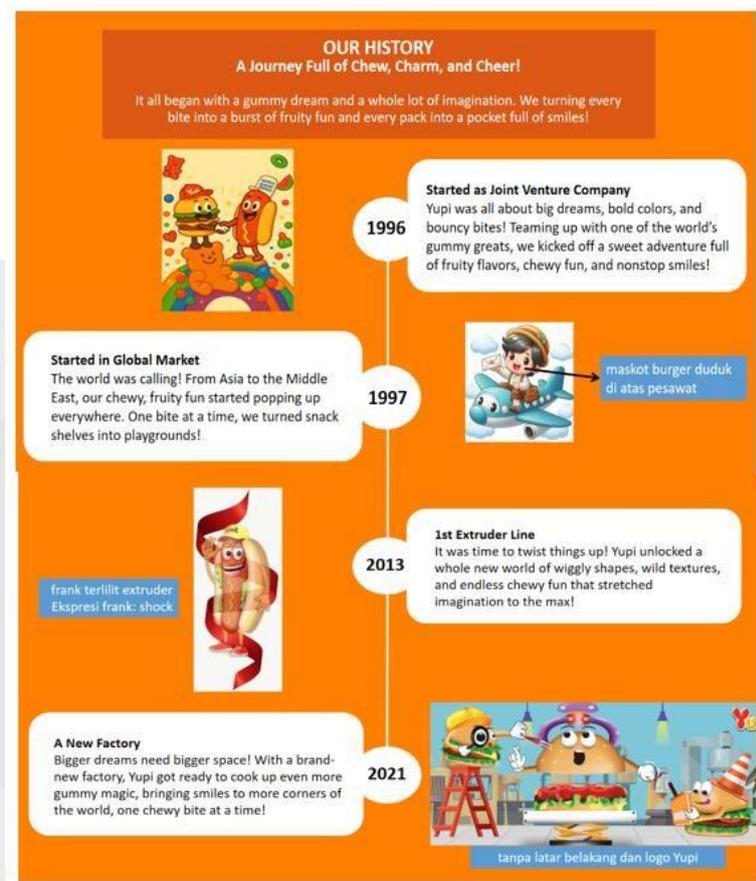
Halaman *About Us* bertujuan untuk memperkenalkan atau memberikan gambaran mengenai Yupi International Business kepada para audiens atau calon partner secara singkat.



Gambar 3.13 Rancangan Awal pada Laman *About Us*

Dapat dilihat pada gambar 3.13, peserta magang memperbarui konsep laman *About Us* dengan adanya beberapa penyesuaian seperti pembaharuan, dan penambahan beberapa bagian. Berdasarkan hasil diskusi bersama dengan *supervisor*, peserta magang memutuskan untuk mempertahankan bagian *Innovation*, *Quality*, dan *Certifications* dengan mengubah elemen visual, *layout*, dan *copywriting* sehingga dapat selaras dengan konsep laman *Homepage*.

Lalu, bagian *Our Goals* dan *Factory* akan dihapus dan digantikan dengan *The Great Escape* untuk menjelaskan mengenai kemunculan Yupi. Peserta magang juga menambahkan *insight* berjudul *Capability* untuk menjelaskan mengenai kapabilitas yang Yupi miliki dalam memproduksi dan telah menjalin hubungan kerja sama dengan lebih dari 30 perusahaan.



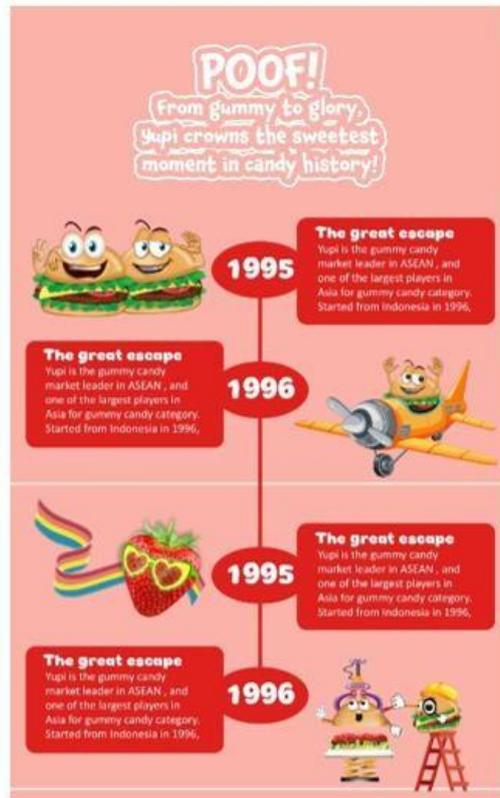
Gambar 3.14 Rancangan Penambahan Konten pada Laman *About Us*

Dapat dilihat pada gambar 3.14, peserta magang juga menambahkan konten *history* pada laman *About Us* dengan menekankan pada 4 peristiwa penting seperti awal mula terbentuknya Yupi pada tahun 1996, pertama kalinya melakukan kegiatan ekspor pada tahun 1998, penambahan jenis *gummy extruder* atau *belt* baru pada tahun 2013, dan beroperasinya pabrik Yupi kedua di Karang Anyar pada tahun 2020. Tidak hanya menulis *copywriting* dengan *tone* yang *fun* dan *playful*, laman ini juga disertai dengan elemen visual kartun yang mendukung.



Gambar 3.15 Konsep Pertama Laman *About Us*

Gambar 3.15 merupakan konsep pertama yang dibuat oleh desainer berdasarkan arahan dari peserta magang dengan konsep yang telah disetujui sebelumnya oleh supervisor. Pada bagian “Tentang Yupi”, peserta magang menggunakan bentuk persegi empat sebagai teks dan bulat sebagai tempat peletakan foto kecuali untuk bagian sertifikasi yang berada pada urutan paling bawah.



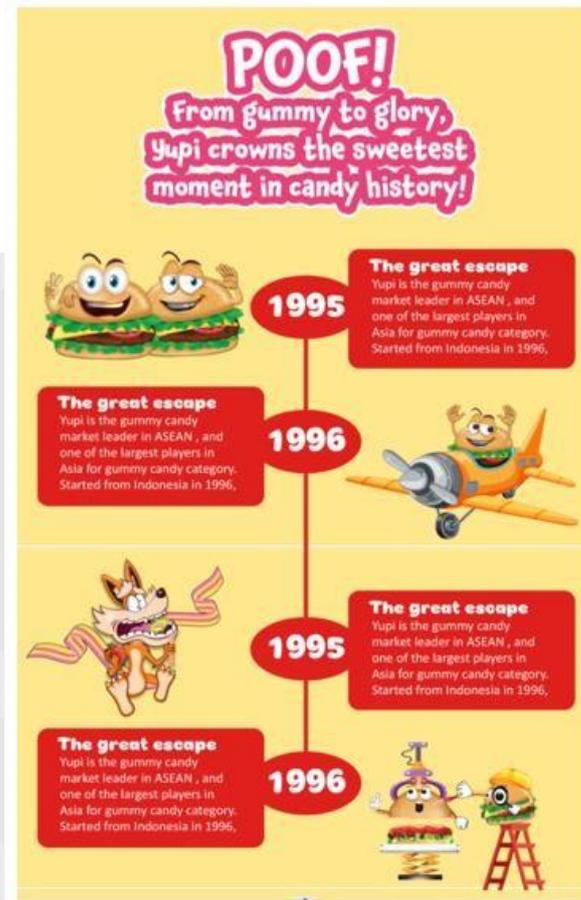
Gambar 3.16 Konsep Pertama *History* pada Laman *About Us*

Berdasarkan gambar 3.16, pada bagian “*History*”, peserta magang memadukan bentuk oval sebagai teks tahun dan persegi empat sebagai teks penjelasan. Seluruh gambar yang ada di halaman *About Us* ini hanyalah sebuah *mock up* sehingga desainer dan peserta magang memutuskan untuk tidak memasukkan teks *copywriting* yang telah dibuat.



Gambar 3.17 Revisi Konsep Laman *About Us*

Pada gambar 3.17, supervisor memberikan revisi yang cukup banyak pada bagian “Tentang Yupi” atas saran dari desainer. Menurut desainer, bentuk persegi panjang lebih baik digunakan dibandingkan konsep yang telah dibuat oleh peserta magang. Selain itu, desainer juga menyarankan penggabungan antara teks dan gambar menjadi satu dengan gambar yang berukuran besar, melebihi kotak teks. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kesan yang berbeda dari konsep yang selalu menggunakan bentuk monoton. Pemilihan dari elemen visual gambar juga berdasarkan topik yang dibahas setiap bagiannya sehingga dapat membuat kesan yang *“fun*.



Gambar 3.18 Revisi Konsep *History* pada Laman *About Us*

Pada gambar 3.18, konsep pada bagian sejarah singkat perusahaan ini tidak memiliki banyak perubahan. Supervisor menyetujui konsep, pemilihan karakter visual, dan narasi *copywriting* yang akan disesuaikan kembali. Pada halaman ini, *copywriting* yang dilampirkan bukan narasi sebenarnya, melainkan hanya sebagai *mock up* saja.

d. Network

Laman *network* pada *website* Yupi International Business bertujuan untuk memberikan informasi mengenai distributor-distributor yang telah bekerja sama dengan Yupi hingga saat ini. Pada laman ini, peserta magang hanya melakukan penyesuaian pada bagian *layout* seperti jarak antar elemen, pembaharuan informasi mengenai distributor,

pembaharuan *copywriting* sesuai dengan *tone* Yupi, dan penambahan elemen.



Gambar 3.19 Penyesuaian *Layout* Awal Laman *Network*

Dapat dilihat pada gambar 3.19, peserta magang tidak mengubah konsep yang ada, melainkan hanya memperbaiki bagian-bagian yang dinilai kurang. Bagian-bagian tersebut adalah seperti font yang terlalu kecil, letak teks yang terlalu berjarak dengan bagian tepi, dan sebagainya. Seluruh bagian ini disesuaikan kembali dengan rancangan *header* sehingga dapat memiliki gambaran yang jelas ketika *mock up* dibuat.

UPDATE NETWORK			
Country	Distributor Name	Address	Phone
Thailand	SINO-PACIFIC TRADING CO., LTD.	122/2-3 Nonsi Rd., Chongnonsi, Yannawa, Bangkok 10120, THAILAND	+662.681 5081, 681 3045
Malaysia	DELFI MARKETING SDN. BHD.	Sky Park One City, Level 6, Block A, Jalan USJ 25/1, 47650 Subang Jaya, Selangor Darul Ehsan, MALAYSIA	+60.3.5123 3330
Philippines	LINKAGE FOODS	C. Raymundo Avenue, Bo. Maybunga, Pasig City, PHILIPPINES Manila	+632.621 2236
Singapore	YLF MARKETING (S) PTE. LTD.	2 Woodlands Sector 1, #03-10 Woodlands Spectrum 1, SINGAPORE 738068	+65.6755 0177
Vietnam	LB (VIETNAM) CO., LTD.	Unit B63, 8th Floor, Lean On Industrial Building, No. 8 Ng Fong Street, San Po Kong, Kowloon, HONGKONG	+84.28.3838 9393
Brunei	H-SKY TRADING COMPANY	Wisma Punjabi Unit No. 1, Spg 658, Kg. Salar, Jalan Muara, BSB, Brunei Darussalam	+673.279 0152, 0174
Timor Leste	LISUN IMPORTACAO E EXPORTACAO, LDA	Rua Aimutin Comoro, Dili, TIMOR LESTE SEATimor Leste GROUP A.	+670.332 2325

Country	Buyer	Address	Phone
Dominican Rep	COMERCIALIZADORA MELO, SRL	Calle K #5, Zona Ind. de Haina, Santo Domingo, Dominican Republic	+1.809.957 1040
Paraguay	GOLOSINAS GAM	Carr. A Mexicali, Km. 127.33, Tecate, B.C., MEXICO, 21430	
Uruguay	FORTYLEX SA		
Jamaica	GENERAL DISTRIBUTORS INC.	Lot 5, Temple Hall Estate, Kingston 9, JAMAICA WEST INDIES	+876.942 5920
Guyana	GENERAL DISTRIBUTORS INC.		+876.942 5920
USA	UNIVERSAL YUMS LLC	222 New Road, Parsippany, NJ 07054, USA, New Jersey	+1.973.296 0733

NETWORK

Our product are widely distributed around the world through our network.

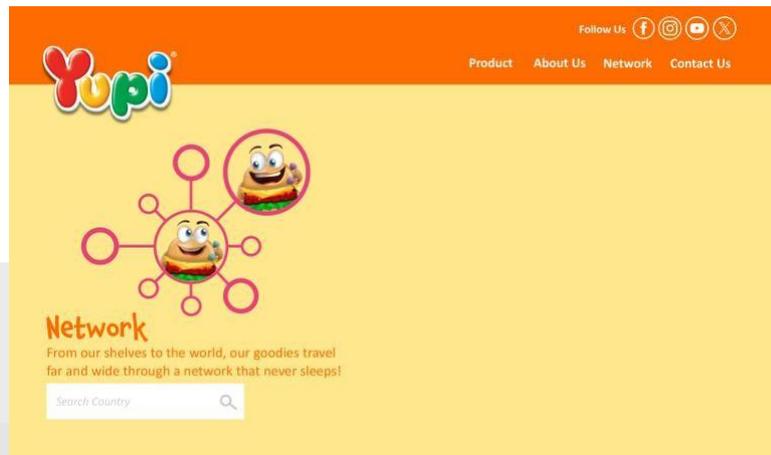
Option:

1. From our shelves to the world, our goodies travel far and wide through a network that never sleeps!
2. Our products are distributed around the world through a strong and reliable network of partners.

Gambar 3.20 Pembaharuan Informasi Distributor dan *Copywriting* pada Laman *Network*

Pembaharuan informasi distributor ini melibatkan pihak *sales* sebagai pemberi informasi karena mereka merupakan pihak yang bekerja secara langsung dengan distributor. Selama merancang konsep *website* yang baru, daftar distributor ini mengalami perubahan beberapa kali karena terdapat perubahan *buyer*.

Pada laman *Network* ini, peserta magang tidak melakukan banyak perubahan kecuali penyesuaian distributor dan *copywriting* sebagai pengantar dalam laman ini. Maka dari itu, peserta magang dan desainer memutuskan untuk tidak membuat konsep awal. Hal ini dilakukan juga untuk memangkas waktu pengerjaan *website* yang disebabkan oleh waktu desainer yang terbatas.



Gambar 3.21 Revisi Konsep Laman *Network*

Gambar 3.21 menunjukkan konsep laman *Network* yang telah disesuaikan dengan laman lainnya oleh desainer. Selain melakukan perubahan penyesuaian distributor dan *copywriting*, peserta magang memutuskan untuk menambahkan elemen gambar dua *burger* yang sedang berbicara melalui telepon seakan-akan mereka sedang saling terhubung dan berkomunikasi layaknya seorang mitra bisnis.

e. *Contact Us*

Laman *contact us* pada website ini bertujuan sebagai *Call to Action* (CTA) untuk para calon partner yang ingin mengetahui Yupi sehingga kesempatan bisnis dapat terbuka lebar. Selain itu, laman ini juga menyediakan informasi seperti gedung komersial Yupi, nomor telepon, dan email yang dapat dimanfaatkan oleh calon partner bisnis.

CONTACT US

CONTACT US

Get in touch with PT Yupi Indo Jelly Gum and get more information about Yupi distribution in your country.

Option:

1. We'd love to hear from you! Contact PT Yupi Indo Jelly Gum to explore how Yupi can sweeten shelves in your country.

PT. YUPI INDO JELLY GUM

Commercial office - Gedung Mugi Griya Lt 4, R.407 Jl. MT Haryono Kav 10 Jakarta Selatan 12810 Indonesia

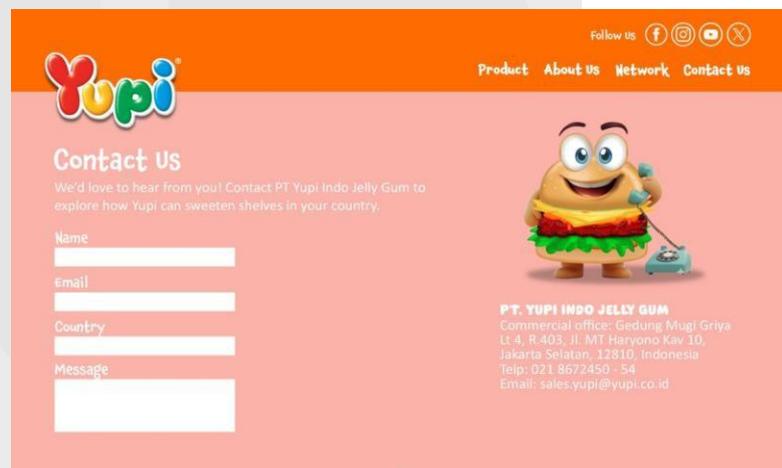
Telp: 021 8672450 - 54

Email: sales.yupi@yupindo.com

Commercial office: Gedung Mugi Griya Lt 4, R.403, Jl. MT Haryono Kav 10, Jakarta Selatan, 12810, Indonesia
Telp: 021 8672450 - 54
Email: sales.yupi@yupi.co.id

Gambar 3.22 Pembaharuan Informasi pada Laman *Contact Us*

Pada gambar 3.22, peserta magang memperbaharui seluruh informasi yang ada dan memberikan komentar terhadap gambar dan jarak antara *header* dengan teks dan teks dengan tombol *submit* CTA. Penilaian *layout* ini akan menjadi bahan evaluasi bagi peserta magang sehingga *layout* website International Business PT Yupi Indo Jelly Gum tidak mengalami kendala yang sama.



Gambar 3.23 Konsep Pertama Laman *Contact Us*

Gambar 3.23 merupakan hasil desain konsep pertama pada laman *contact us* dengan font dan warna yang telah disepakati. Pada bagian ini, desainer membuat perubahan visual karakter *burger* yang sedang menelepon yang terletak di atas informasi perusahaan.



Gambar 3.24 Revisi Konsep Laman *Contact Us*

Gambar 3.24 merupakan revisi dari konsep desain awal yang dibuat oleh desainer. Terdapat perubahan pada warna *background* dan warna font menjadi warna oranye sehingga lebih mudah dibaca dan sesuai dengan 6 warna utama yang dipilih sebagai panduan.

f. *Header dan Footer*

Bagian *header* dan *footer* dalam *website* juga merupakan bagian yang penting dan perlu diberikan perhatian. *Header* dan *footer* berfungsi sebagai navigasi utama karena memberikan kemudahan bagi audiens untuk berpindah laman karena memiliki *menu* seperti produk, tentang *brand* atau perusahaan, jaringan distributor, kontak perusahaan, dan sebagainya. Selain itu, bagian ini juga memberikan informasi lain seperti sosial media yang dimiliki oleh *brand* dan informasi mengenai *copyright* baik di bagian atas maupun bawah.



Gambar 3.25 Perubahan *Header* dan *Footer Website*

Berdasarkan rancangan perubahan *header* dan *footer* pada gambar 3.25, peserta magang berdiskusi dengan supervisor dan sepakat bahwa *header* dan *footer* pada *website* International Business Yupi saat ini harus diubah karena tidak memberikan kemudahan bagi para audiens ketika menjelajahi *website*. Hal ini dikarenakan *footer website* saat ini tidak memiliki *shortcut* yang dapat langsung diarahkan kepada laman menu *website* yang dipilih sehingga dinilai tidak efektif.

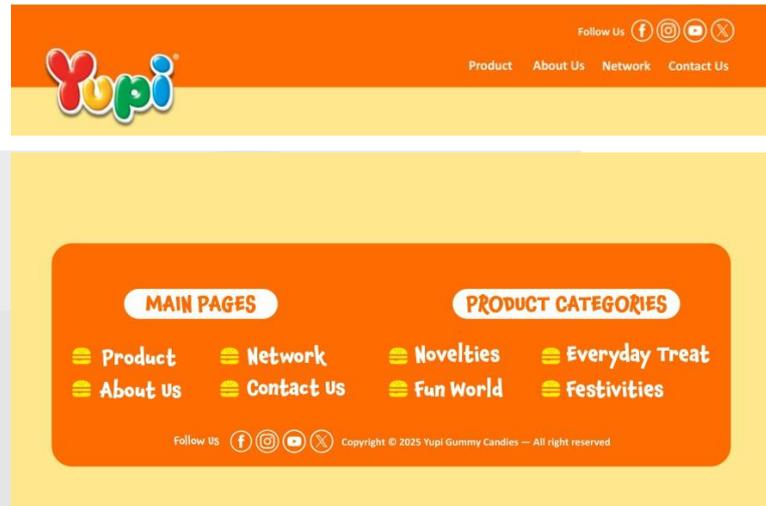
Selain itu, bentuk dari *header* dan *footer* dianggap aneh dan tidak sesuai dengan konsep awal yang ingin memperlihatkan bentuk senyum. Maka dari itu, peserta magang merancang desain yang *simple* dan profesional dengan menambahkan bagian *main pages* dan *product categories* pada bagian *footer*. Tujuannya adalah agar audiens yang sudah berada di penghujung *website* dapat berpindah halaman dengan mudah.



Gambar 3.26 Konsep Pertama Bagian *Header* dan *Footer Website*

Gambar 3.26 merupakan hasil dari pembuatan desain dari *header* dan *footer* pertama yang dibuat oleh desainer berdasarkan *brief* dan arahan peserta magang. Keseluruhan

desain seperti *layout* dan warna diterapkan berdasarkan konsep pertama yang dibuat oleh peserta magang.



Gambar 3.27 Revisi Konsep *Header* dan *Footer Website*

Gambar 3.27 merupakan revisi dari konsep *header* dan *footer* pertama dimana terdapat perubahan warna *background* dari pink menjadi kuning yang merupakan warna turunan dari oranye.

Berdasarkan dari seluruh uraian pekerjaan peserta magang sebelumnya, teknik yang digunakan dalam tahap *ideate* ini adalah *brainstorming* dan SCAMPER. *Brainstorming* adalah sebuah kegiatan yang mengharuskan para pesertanya menyampaikan atau mengekspresikan berbagai pendapat, informasi, pengalaman, maupun ide yang mereka miliki untuk membantu menyelesaikan masalah (Putri & Gischa, 2021). Teknik ini dilakukan ketika tugas pertama kali diberikan oleh supervisor dan proses pembuatan konsep *website*.

Sedangkan, teknik SCAMPER merupakan singkatan dari *Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to Another Use, Eliminate, dan Reverse/Rearrange*. Teknik ini dapat membantu peneliti mengeksplorasi dan menghasilkan solusi yang inovatif serta efektif dari berbagai sudut pandang. Dengan teknik ini, para peneliti dapat

memberikan solusi yang terstruktur dengan bantuan UX (*User Experience*) dalam proses perancangan yang berfokus pada perspektif *user* atau konsumen (Interaction Design Foundation, n.d.).

Dalam teknik SCAMPER, hanya ada beberapa tahap yang digunakan oleh peserta magang, yaitu:

- *Substitute*

Tahap *substitute* dalam teknik ini menekankan pada pertimbangan penggunaan elemen-elemen dalam desain UX baik yang masih dapat digunakan maupun diganti sepenuhnya dengan tujuan memecahkan masalah yang ada pada kualitas desain tersebut.

Dalam pengerjaan *website* ini, peserta magang masih mempertimbangkan penggunaan elemen-elemen desain dan layout yang ada pada website terdahulu terutama untuk bagian header, network, dan contact us.

- *Adapt*

Tahap *adapt* ini menekankan pada proses menyesuaikan atau mendaur ulang fitur, ide, atau komponen yang sudah ada sehingga dapat memberikan rasa nyaman dan mempermudah para peneliti dan desainer dalam menyesuaikan dengan permasalahan atau kebutuhan user atau konsumen yang lebih spesifik.

Dalam tugas ini, peserta magang mendaur ulang fitur *header* dan *footer* yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens khususnya untuk bagian *footer*. Dengan penambahan menu dan kategori, diharapkan dapat membantu mengarahkan audiens ke laman yang ingin mereka tuju setelah membaca seluruh informasi pada laman awal.

- *Modify*

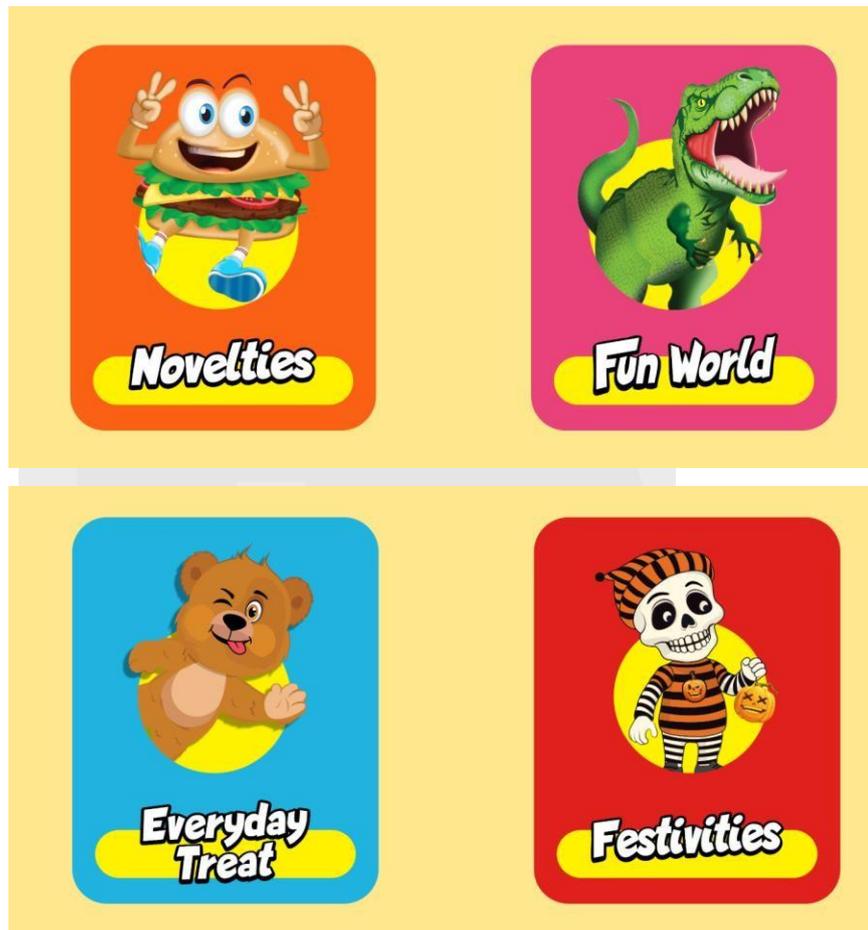
Tahap *modify* ini menekankan pada proses modifikasi desain yang sudah ada seperti mengubah warna, bentuk, ukuran, *layout*, dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk dapat lebih menyesuaikan dengan konsep atau ide yang telah disepakati sebelumnya.

Tahap ini digunakan oleh peserta magang khususnya pada modifikasi *layout* dan desain pada hampir pada seluruh laman. Hal ini bertujuan untuk menyesuaikan dengan konsep awal yang telah disetujui antara supervisor dan peserta magang.

4) *Prototype*

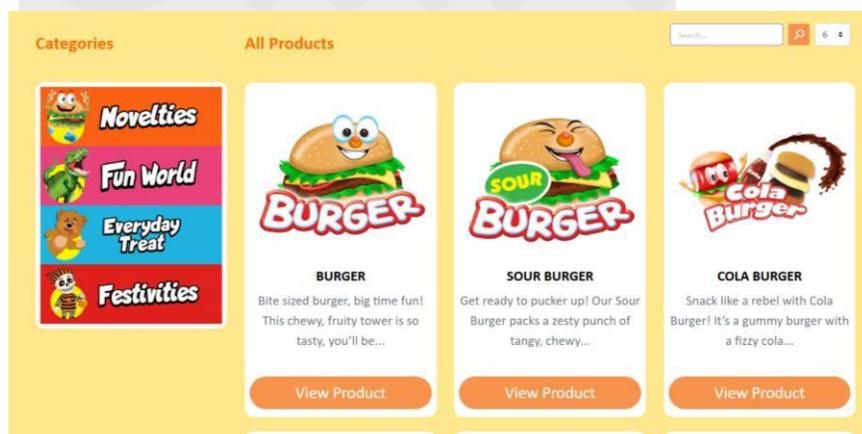
Tahap *prototype* adalah tahap keempat dari proses *design thinking* yang berfokus pada pembuatan rancangan berdasarkan ketiga tahap sebelumnya. Pada tahap ini, desainer memberikan *mockup* desain yang telah dibuat pada tahap sebelumnya kepada IT *freelancer*. Lalu, IT *freelancer* tersebut akan membuat *prototype website* Yupi International Business, membuat rancangan *website*, dan menerima *feedback* dari peserta magang.

Tugas utama peserta magang dari tahap ini adalah untuk memeriksa pekerjaan IT *freelancer* khususnya pada kesesuaian konsep awal, kendala pada konsep tersebut, dan mencari solusi jika konsep awal dinilai tidak cocok atau kurang bagus berdasarkan penilaian antara supervisor dan peserta magang. Selama tahap *prototype*, peserta magang secara aktif melaporkan dan memberikan *feedback* kepada IT *freelancer* mengenai hasil konsep baik dari segi *layout*, warna, elemen, font, dan sebagainya yang tertera di *website prototype* Yupi International Business. Revisi hanya terjadi pada 2 laman, yaitu laman *Homepage* dan *Product*.



Gambar 3.28 Finalisasi Laman *Homepage*

Pada gambar 3.28, revisi pada laman homepage hanya terjadi pada elemen visual beruang pada bagian 4 kategori produk Yupi yang ukurannya sedikit diperbesar. Hal ini dilakukan karena elemen tersebut tidak sama besar dengan ketiga elemen lainnya.



Gambar 3.29 Finalisasi Laman *Product*

Gambar 3.29 menunjukkan perubahan yang terjadi pada awal laman *Product*. Revisi kecil terjadi pada penempatan elemen visual dan judul kategori yang semula memiliki posisi terlalu ke samping, diubah menjadi ditengah. Lalu, ketika audiens memilih salah satu kategori, maka judul dari kategori tersebut akan muncul dalam bentuk visual judul dengan ukuran yang lebih diperbesar. Hal ini menunjukkan kekonsistenan dari penggunaan elemen teks. Selain itu, peserta magang juga mengubah nama produk menjadi ukuran yang lebih besar daripada deskripsi produk sehingga memudahkan audiens untuk membaca.

5) *Test*

Test adalah tahapan terakhir dari proses *design thinking* yang bertujuan untuk melakukan uji coba untuk melihat umpan balik yang disertai dengan evaluasi peneliti. Dalam tahap ini, peserta magang melakukan *running website* dengan memberikan perhatian terhadap semua fitur sehingga tidak terjadi *bug* atau insiden yang tidak diinginkan. Selama satu bulan, peserta magang tidak menemukan insiden apapun yang menyebabkan kegagalan fungsi fitur, elemen, dan sebagainya. Maka dari itu, *website* sudah siap untuk dipakai oleh departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan pembaharuan dan optimalisasi *website* departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum, peserta magang mengalami beberapa kendala baik secara teknis, administrative, maupun substantif.

Kendala teknis yang terjadi saat pengerjaan adalah peserta magang merasa tidak memiliki pengalaman yang cukup saat mengerjakan tugas ini. Selain itu, peserta magang juga merasa bahwa tidak dibimbing oleh supervisor. Supervisor lebih memberikan kesempatan peserta magang untuk berkreaitivitas dan melihat *website* kompetitor lain di bidang permen sebagai referensi.

Kendala administratif yang terjadi pada pengerjaan tugas ini disebabkan oleh rekan kerja peserta magang, yaitu desainer, yang memiliki kesibukan pada

proyek-proyek lainnya. Hal ini menyebabkan pengerjaan desain *mock up* awal *website* menjadi terhambat selama beberapa minggu. Supervisor sebagai pihak yang memberi tugas kepada peserta magang dan desainer juga terlihat tidak terlalu memberikan perhatian.

Terakhir, kendala substantif. Selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara, peserta magang tidak pernah diajarkan secara langsung mengenai konsep *layouting*, warna, elemen visual, dan sebagainya. Mengingat bahwa kegiatan ini merupakan kolaborasi antara *marketing* dan desain, pengerjaan *website* ini sangat diperlukan sebagai media pemasaran departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum.

Selama belajar di kampus, peserta magang terlalu sering mempelajari tentang cara pembuatan konten visual yang berfokus pada strategi dan taktik pemasaran dibandingkan pada konteks *branding*. Akan tetapi, ketika peserta magang masuk ke lingkungan kerja di departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum, tidak semua perusahaan memiliki tim desain yang secara khusus menangani konteks visual dan *branding brand*. Maka dari itu, peserta magang mengalami kesulitan dan diharuskan belajar secara mandiri untuk membuat konsep yang dapat menggambarkan identitas Yupi dalam *website*.

Selain itu, kendala substantif terjadi pada tahap *empathize*. Pada tahap ini, peserta magang tidak melakukan observasi, wawancara, atau sudut pandang lainnya pada sisi konsumen atau audiens, melainkan hanya mengambil permasalahan berdasarkan penilaian pribadi supervisor. Hal ini bertentangan dengan tahap *empathize* yang dipelajari, yaitu memulai proses *design thinking* berdasarkan sudut pandang konsumen.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan 3 kendala pada poin sebelumnya, peserta magang membuat berbagai solusi sehingga proyek ini tetap bisa berjalan sesuai dengan harapan dan *timeline* supervisor.

Solusi dari kendala teknis yang terjadi adalah peserta magang dengan proaktif mencari ide melalui situs kompetitor maupun Pinterest dan meminta *feedback* dari supervisor dengan memberikan beberapa rancangan visual

sehingga supervisor dapat memilih atau memberikan *feedback* yang sesuai dengan desain yang beliau inginkan. Selain itu, adanya akses aplikasi Adobe yang digunakan oleh tim desainer membuat peserta magang tidak khawatir dalam membuat konsep yang rumit sehingga desain dapat direalisasikan dengan mudah.

Solusi dari kendala administratif adalah peserta magang memanfaatkan waktu tim design seefektif mungkin dengan mengumpulkan seluruh materi dan menggunakan visual serta AI yang dikelola kembali oleh tim desain sehingga dapat menghemat waktu. Selain itu, peserta magang berkoordinasi dengan supervisor secara privat untuk menentukan waktu khusus bagi desainer untuk mengeksekusi *mock up website* yang telah disetujui.

Solusi dari kendala substantif adalah peserta magang secara proaktif meminta *feedback* supervisor dan desainer yang dianggap lebih kompeten atau memiliki banyak pengalaman dari pembuatan *website* departemen International Business Yupi sebelumnya. Selain itu, peserta magang juga melakukan riset *website* kompetitor di kategori permen lunak sehingga mendapatkan gambaran mengenai hal atau elemen seperti apa yang harus ada di *website*.