BAB III
PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Praktikan melakukan kerja profesi di Institut Citra Buana Indonesia sebagai Desainer Grafis dalam Divisi Marketing. Divisi tersebut Praktikan mengerjakan proyek peracangan identitas visual untuk Institut Citra Buana Indonesia. Identitas visual tersebut terdiri atas *stationary kit* berupa *notebook, header and footer*. *Merchandise*, berupa kaos, cangkir , *tumblr, totebag*, topi. Kebutuhan mahasiswa berupa jaket almamater, *lanyard*, dan kartu identitas mahasiswa. Media promosi seperti brosur, *flyer, social media guideline, template* instagram.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan melakukan pelaksanaan kerja profesi di Institut Citra Buana Indonesia selama 3 bulan sejak tanggal 27 Mei 2024 hingga 27 Agustus 2024. Praktikan mengerjakan perancangan identitas visual Institut Citra Buana Indonesia melalui media *stationary kit, merchandise,* keperluan mahasiswa dan dosen hingga media promosi berupa *social media guideline, flyer* dan brosur. Praktikan juga mendesain beberapa keperluan feed dan story instagram dalam beberapa event Yayasan Buana Pratama Sukabumi.

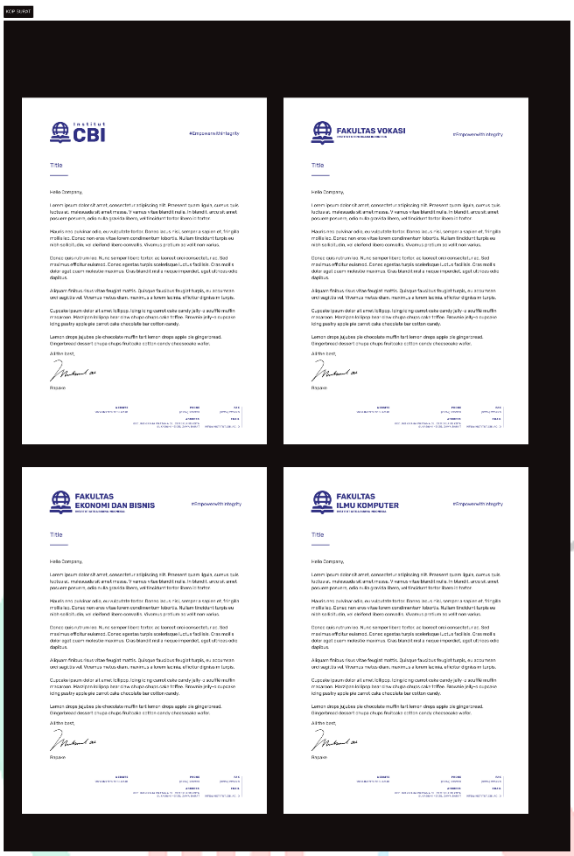
3.2.1 Perancangan Stationary Kit Institut Citra Buana Indonesia

Pekerjaan pertama yang dilakukan Praktikan adalah merancang *stationary kit* untuk Institut Citra Buana Indonesia. *Stationary kit* dalam desain grafis peralatan kantor yang didesain semenarik mungkin sesuai dengan citra Perusahaan (Achmad, 2017).

Proyek ini praktikan diminta untuk membuat Kop Surat, logo Fakultas, *notebook*, buku tulis, amplop standar hingga map. Praktikan menggunakan beberapa referensi dari universitas lain hingga melakukan eksperimen untuk menemukan desain yang punya ciri khas tersendiri.

Gambar 2. 4 Desain Variasi Logo Fakultas Logo

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)



Gambar 2. 5 Desain Kop Surat ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 6 Desain Amplop Standar ICBI

(Sumber: Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 7 Desain Map C4 ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 8 Desain Notebook ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

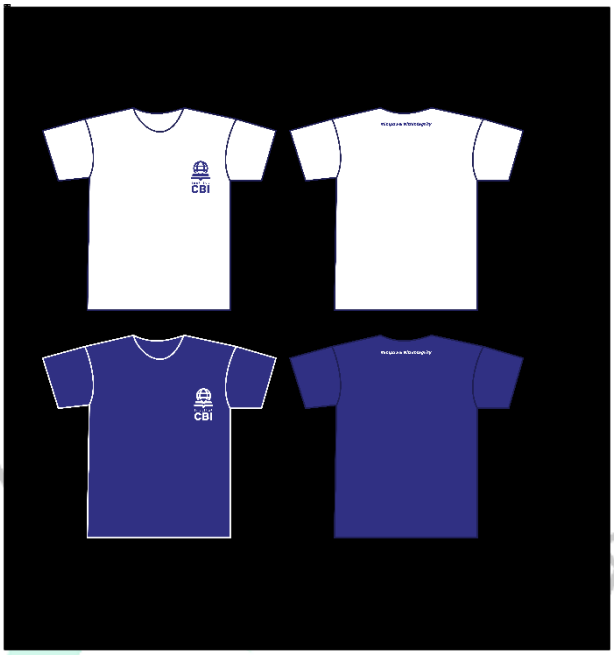
Gambar 2. 9 Desain Buku Tulis ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

3.2.2 Perancangan *Merchandise* Institut Citra Buana Indonesia

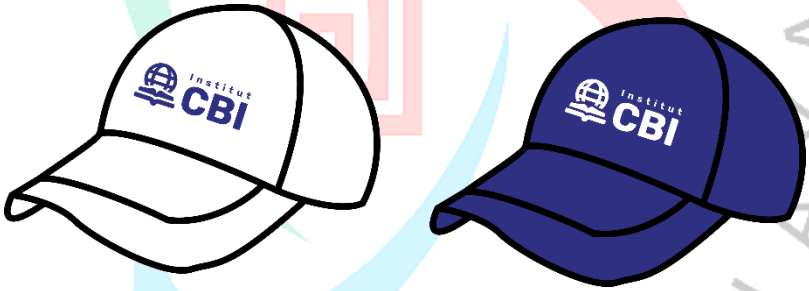
Proyek selanjutnya adalah perancangan *merchandise* Institut Citra Buana Indonesia. *Merchandise* adalah barang yang biasa dibagikan dalam sebuah acara atau penyelenggaraan lainnya. *Merchandise* juga dapat diperjual belikan.

Merchandise ini bertujuan untuk menjadi ciri khas berupa barang yang dapat digunakan baik oleh mahasiswa, dosen atau masyarakat diluar institusi untuk menambah *brand awareness* tentang Institut Citra Buana Indonesia. Praktikan merancang merchandise berupa kaus, topi, cangkir, tumblr, dan totebag sesuai dengan warna, tagline, dan tipografi yang digunakan Institut Citra Buana Indonesia.



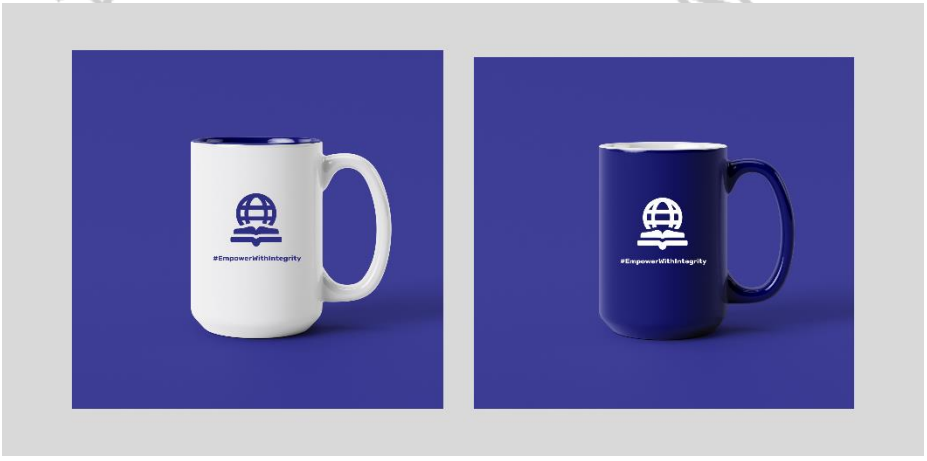
Gambar 2. 10 Desain Merchandise Kaus ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)



Gambar 2. 11 Desain Merchandise Topi ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)



Gambar 2. 12 Desain Merchandise Cangkir ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 13 Desain Merchandise Tumbly ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 14 Desain Variasi 1 Totebag ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 15 Desain Variasi 2 Totebag ICBI

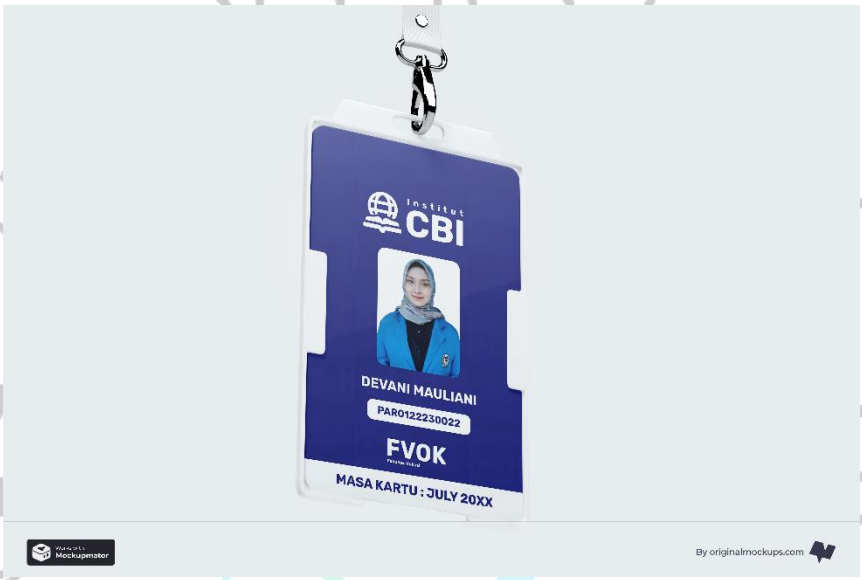
(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 16 Desain Variasi 3 dan 4 Totebag ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

3.2.3 Perancangan Kebutuhan Mahasiswa dan Dosen Institut Citra Buana Indonesia

Praktikan tidak hanya merancang kebutuhan *stationary* dan *merchandise*, Praktikan juga merancang kebutuhan mahasiswa dan dosen Institut Citra Buana Indonesia. Kebutuhan tersebut terdiri atas kartu identitas, lanyard hingga jaket almamater. Desain ini akan digunakan mahasiswa dan dosen sebagai identitas mereka dalam kegiatan perkuliahan.



Gambar 2. 17 Desain Kartu Identitas Mahasiswa ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 18 Desain Kartu Identitas Dosen ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Gambar 2. 19 Desain Jaket Almamater ICBI

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

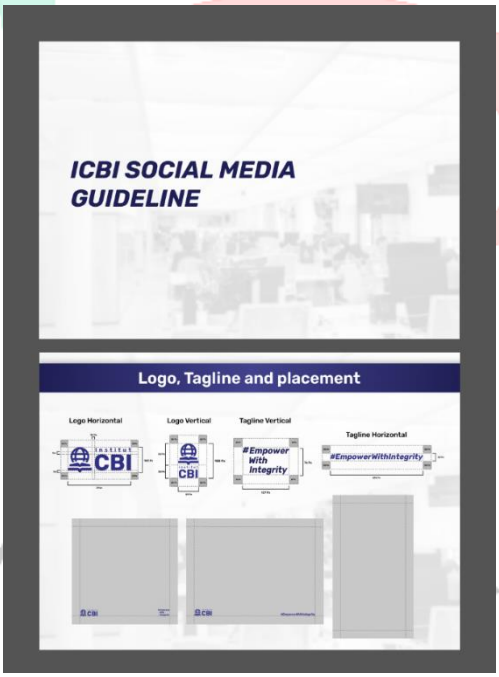
3.2.4 Perancangan *Social Media Guideline* Institut Citra Buana Indonesia

Social media guidline adalah ketentuan visual yang khusus digunakan untuk keperluan sosial media baik meliputi instagram, tiktok maupun sosial media lain yang menjadi media promosi suatu brand. Institut Citra Buana Indonesia membutuhkan social media guideline untuk kebutuhannya dalam membuat konten promosi melalui Instagram. *Social media guideline* memiliki beberapa kegunaan seperti :

1. Konsistensi Brand : Panduan media sosial membantu menjaga konsistensi visual dan pesan brand dalam semua konten postingan. Hal ini penting dalam membangun identitas brand agar kuat dan mudah dikenali.

2. Efisiensi dan Produktivitas : Pedoman sosial media yang jelas dapat membantu tim pemasaran agar dapat bekerja lebih efisien sehingga lebih efektif dalam produktifitas pemasaran.
3. Meningkatkan *Engagement* : Panduan yang baik dan jelas dapat mencakup strategi untuk meningkatkan interaksi dengan audiens, jenis konten, visual penggunaan fitur yang tepat dan sesuai dapat mengoptimalkan engangement yang didapat.

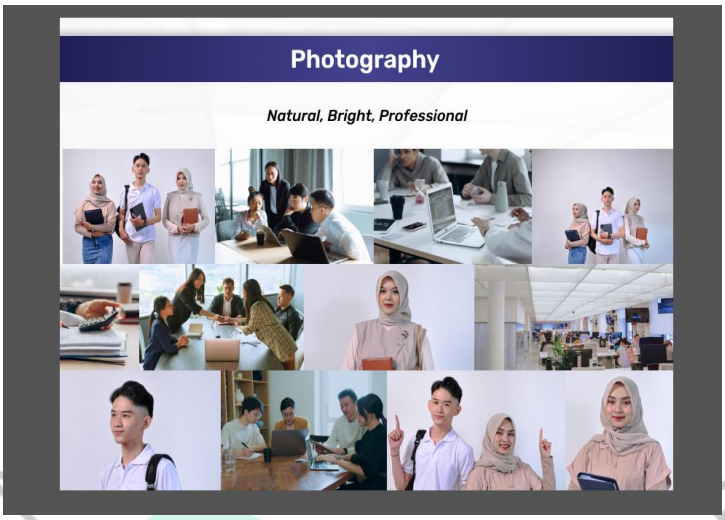
Social media guideline tersebut terdiri atas *placement* logo dan tagline sesuai media konten, warna, tipografi, fotografi, icon, *super graphic* hingga *key visual* yang didalamnya terdapat *template* konten instagram.



Gambar 2. 20 Social Media Guideline "Logo, Tagline and Placement"

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Halaman logo, *tagline and placement* berfungsi sebagai panduan bagi desainer dalam meletakkan logo dan tagline dalam setiap format konten dalam instagram, baik *feed* instagram (1080 X1080), horizontal (1080 X 1350) dan *story* instagram (1080 X 1920).



Gambar 2. 21 Social Media Guidelime "Photography"
(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Warna yang digunakan oleh Institut Citra Buana awalnya terkesan flat dan kurang memiliki warna *highlight* yang jelas dan menarik mata audiens.

Gambar 2. 22 Warna Utama Intsitut Citra Buana Indonesia
(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Praktikan kemudian memperbaiki harmoni warna sebelumnya dengan menambahkan warna *highlight* yang lebih menarik di mata audiens sehingga konten terkesan lebih hidup dan tidak flat. Warna yang ditambahkan berupa emas (Gold) untuk menambah kesan *glamour* dan juga menjadi warna *hightlight* untuk informasi penting. Warna Penn Blue untuk warna *highlight* kedua serta warna *gradient* gelap dan terang yang dapat digunakan dalam *background* maupun *asset* visual lainnya.

Gambar 2. 23 Warna Utama Citra Buana Indonesia Terbaru

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Harmoni warna yang tepat tidak hanya dapat membangun identitas yang kuat dan membedakannya dengan brand pesaing, tetapi juga dapat memberikan efek keterikatan secara emosional kepada konsumen sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Gambar 2. 24 Social Media Guideline "Template Feed Promosi dan Ucapan Selamat"

(Sumber : Yayasan Buana Pratama Sukabumi, 2024)

Praktikan merancang template untuk konten media sosial instagram dalam kepentingan promosi dan ucapan selamat, *template* diharapkan dapat menjadi panduan *key visual* bagi desainer dalam merancang konten Institut Citra Buana Indonesia baik untuk *background* dengan warna terang maupun gelap.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Praktikan mengalami beberapa kendala selama masa kerja profesi, yaitu :

1. Brief yang diberikan oleh mentor masih belum lengkap informasinya
2. Praktikan terkadang memiliki kesibukan diluar kerja profesi sehingga dalam beberapa keadaan praktikan kurang aktif dalam proses kerja profesi
3. Beberapa hasil desain yang sudah dibuat terkadang masih belum pasti sepenuhnya di acc oleh mentor sehingga revisi datang di beberapa saat kemudian.
4. Proses magang dengan sistem wfh kerap terdapat *communication gap* baik dari segi waktu dsb

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Solusi kendala yang dihadapi Praktikan dapat di selesaikan dengan solusi berikut :

1. Praktikan dapat menanyakan kembali brief yang belum lengkap kepada mentor terkait.
2. Praktikan harus selalu berkomunikasi dengan mentor terkait dengan kesibukan apapun, karena komunikasi dalam magang ini sangat penting dan pihak mentor memaklumi kegiatan yang ada dengan alasan yang jelas.
3. Berkomunikasi dengan mentor kembali terkait kepastian desain yang ada jika tidak ada revisi kembali.

4. Mentor sering melakukan evaluasi menggunakan gmeet sehingga dapat menanyakan beberapa hal secara langsung untuk menguragi *miscomunication*.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Pembelajaran yang dapat diperoleh praktikan selama Kerja Profesi adalah Praktikan belajar untuk selalu komunikatif dalam proses kerja. Praktikan mendapatkan pengalaman dan kesempatan untuk mengasah *skill* dunia pekerjaan dalam proyek yang nyata.

Praktikan juga belajar untuk berdiskusi dengan pihak perusahaan dalam menyesuaikan desain dengan kebutuhan perusahaan terkait.