

# Perbandingan Teori dan Praktik Perancangan Desain Grafis pada Proyek Internship di Studio Grafis

Stefanie Juliana Tjandra<sup>1\*</sup>, Elisabeth Christine Yuwono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif,  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236, Indonesia

\*Penulis korespondensi; Email: stefaniejulianatjan8@gmail.com

## Abstrak

Kurikulum baru, LEAP CII dalam UK.Petra memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan ilmu dalam mata kuliah yang diminati dengan melakukan penerapan secara praktek ke dalam kegiatan *internship*. Dalam penelitian ini, penulis memilih mata kuliah peminatan packaging dan melakukan kegiatan *internship* di salah satu studio grafis di Surabaya. Penulis menerapkan perancangan desain grafis yang telah dilakukan di perkuliahan praktek proses perancangan grafis proyek-proyek yang diberikan di studio grafis. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif komparatif berdasarkan data yang terkumpul kemudian dijabarkan secara deskriptif dengan membandingkan studi kasus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan teori dan praktik perancangan desain grafis yang telah dipelajari di perkuliahan dengan kegiatan *internship* secara praktik dalam perancangan desain grafis pada studio grafis. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan terutama bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan ilmu secara praktik di dunia kerja yang lebih riil.

**Kata kunci:** Desain Grafis, Sosial Media, Kemasan, *Internship*

## Abstract

**Title:** *Comparison of Graphic Design Theory and Practice on Internship Projects at Graphic Studio*

*The new curriculum, LEAP CII in UK.Petra provides opportunities for students to develop knowledge in the subjects they are interested in by implementing practical applications in internship activities. In this study, the author chose a packaging specialization course and did an internship at a graphic studio in Surabaya. The author applies graphic design designs that have been carried out in practical lectures on the graphic design process for projects given at the graphic studio. This study uses a comparative qualitative analysis method based on the data collected and then described descriptively by comparing case studies. The purpose of this study is to compare the theory and practice of graphic design design that has been studied in lectures with practical intensity activities in graphic design design at a graphic studio. The results of this study can be taken into consideration, especially for students who want to develop practical knowledge in a more real world of work.*

**Keywords:** *Graphic Design, Social Media, Packaging, Internship*

## Pendahuluan

Program Studi Desain Komunikasi Visual UK. Petra memiliki beberapa konsentrasi pada mata kuliah pilihan yang ditetapkan pada semester 6 hingga semester 8. Peminatan mata kuliah terbagi dalam

beberapa pilihan yang salah satunya adalah peminatan dalam desain kemasan atau *packaging*. Pada semester 6, mata kuliah peminatan desain kemasan atau *packaging* telah memberikan berbagai ilmu dan wawasan penting yang terkait dengan kemasan mulai dari sejarah kemasan, fungsi

kemasan, jenis kemasan, hal-hal penting yang berkaitan dengan kemasan hingga praktik secara langsung dalam membuat *packaging*.

Pada tahun ajaran 2020/2021, UK. Petra menerapkan kurikulum baru menjadi *Outcome Based Education Leadership Enhancement Program (OBE-LEAP)* yang bisa diambil oleh mahasiswa pada semester 7 dan 8. OBE-LEAP terbagi menjadi 4 jalur, dan salah satu diantaranya adalah jalur *Creative Industry Internship (CII)*. UK. Petra memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk dapat mengembangkan diri agar lebih mendalami dan memahami secara riil pengaplikasian ilmu dan wawasan yang telah dipelajari pada mata kuliah yang diminati pada semester 6 ke dalam dunia kerja. Dengan pembelajaran *learning by doing*, mahasiswa diharapkan mampu menambah ilmu yang tidak tercakup dalam proses perkuliahan.

Pelaksanaan program LEAP CII memiliki durasi waktu 6 hingga 8 bulan sesuai tujuan perusahaan yang dipilih oleh mahasiswa. Lokasi internship yang dituju adalah salah satu studio grafis di Surabaya. Perusahaan studio grafis yang dituju menyediakan layanan jasa branding dan social media management and marketing. Program internship dilaksanakan sejak 1 September 2021 hingga 28 Februari 2022. Mengingat kondisi pandemi COVID-19 yang semakin meningkat, pelaksanaan program internship dilakukan secara work from home (WFH).

Dalam *internship* penulis melakukan berbagai proyek desain grafis. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan teori dan praktek perancangan desain grafis pada proyek *internship* di studio grafis dengan pembelajaran di perkuliahan.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif kausal komparatif, untuk mendapatkan pemahaman dari perbandingan fenomena yang diteliti, yaitu perbandingan teori dan praktik desain grafis pada saat melakukan kegiatan *internship* di salah satu studio grafis. Sesuai dengan namanya, metode kualitatif kausal komparatif diambil dari kata bahasa Inggris, yaitu *compare* yang berarti membandingkan. Menurut Ahmad (2018, 95), penelitian kausal komparatif (*causal comparative*

*research*) atau bisa disebut dengan penelitian *ex post facto* adalah penelitian yang hanya mengambil data yang sudah ada di lapangan tanpa melakukan tindakan manipulasi atau perlakuan tertentu.

Hasil dari variabel penelitian yang didapatkan pada dasarnya juga tidak dapat dimanipulasi. Terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan dalam penelitian kausal komparatif (Ahmad, 2018, 96-97) yaitu: 1) Memilih dan merumuskan masalah yang akan diteliti, 2) melakukan studi literatur / kajian teori, 3) merumuskan hipotesis, 4) menentukan populasi dan sample, 5) menentukan instrumen penelitian, 6) mengumpulkan data.

## Teknik Pengumpulan Data

Langkah utama dalam melakukan sebuah penelitian adalah mengetahui teknik pengumpulan data untuk mencapai tujuan utama dalam penelitian yaitu mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan dokumentasi untuk memperoleh data secara langsung serta menganalisis data untuk menguji dan memecahkan permasalahan yang ingin diteliti.

## Instrumen Penelitian

Instrumen utama pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa *software*, baik *online* maupun *offline*, dan juga *hardware*.

### Software

*Software* atau perangkat lunak adalah suatu bagian dari sistem komputer yang tidak memiliki wujud secara fisik dan tidak terlihat karena merupakan sekumpulan data elektronik yang disimpan dan diatur oleh komputer yang berupa program yang dapat menjalankan suatu perintah (Prawiro, 2018). Perangkat lunak juga biasa disebut dengan aplikasi. Beberapa aplikasi yang digunakan dalam penelitian dan perancangan desain kemasan adalah:

1. Sarana Komunikasi - Telegram, Google Meet
2. Pengumpulan Data - Freepik, Google Drive
3. Perancangan Desain - Adobe Illustrator, Adobe Photoshop

### Hardware

*Hardware* atau perangkat keras adalah sebuah komponen yang memiliki bentuk nyata dan

berfungsi untuk mendukung segala proses dalam *software*. Dalam penelitian ini, *hardware* yang digunakan adalah: 1) Laptop, 2) *Smartphone*.

## Teori

### Desain

Kata desain tentunya sudah tidak asing didengar di telinga masyarakat karena penggunaan desain dapat ditemukan, diaplikasikan, dan diterapkan di dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Thabroni (2019), desain adalah sebuah kegiatan kreatif untuk merencanakan dan merancang sesuatu yang bersifat fungsional dan tidak ada sebelumnya dengan tujuan menyelesaikan suatu masalah agar memiliki nilai lebih dan menjadi bermanfaat bagi penggunaannya. Sedangkan menurut Astuti (2020), desain meruakan sebuah proses perancangan yang bermula dari ide gagasan atau suatu permasalahan dan prosesnya mempertimbangkan berbagai aspek yang diperoleh dari riset dan pemikiran manusia. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa desain merupakan sebuah proses perancangan kreatif melalui sebuah ide yang dirancang fungsional untuk memecahkan suatu permasalahan atas dasar riset.

Menurut Febri (2020), seorang desainer sebaiknya memiliki sebuah ide, visi, pesan dan rancangan terkait desain yang akan dibuat. Maka dari itu, dalam membuat sebuah grafis dibutuhkan sebuah proses perancangan menurut Setiawan (2020), adalah:

1. Menentukan konsep dari tujuan, *segment* / target yang dituju.
2. Media yang ingin digunakan baik berupa cetak, elektronik, *outdoor* / *indoor*.
3. Pencarian ide dengan melakukan *research*, wawancara, atau *bainstorming*.
4. Mempersiapkan dan menyeleksi data yang berupa data informatif atau data estetis.
5. Visualisasi dengan menggabungkan komponen desain sesuai dengan prinsip desain.
6. Proses *proofing* (*print preview*) sebelum melakukan produksi.

### Desain Grafis

Perkembangan desain pada era digital ini berkembang semakin pesat hingga muncul berbagai istilah dalam desain yang salah satunya adalah desain grafis. Menurut Purnomo (2020), desain grafis adalah kombinasi kompleks antara kata-kata,

gambar, grafik, foto, dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu. Desain grafis adalah salah satu bentuk komunikasi yang memanfaatkan berbagai elemen visual untuk menyampaikan ide atau gagasan kepada orang lain. Desain grafis juga dapat didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni & komunikasi secara visual. Proses perancangan dari desain grafis dapat menggunakan berbagai macam alat bantu, contohnya perangkat lunak atau aplikasi yang ada dalam komputer seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, CoreIDRAW, dan berbagai aplikasi lainnya.

Dunia desain memiliki berbagai pemahaman yang abstrak dan cukup luas, namun untuk menghasilkan sebuah desain yang fungsional harus memahami prinsip-prinsip dalam desain agar mempermudah seorang desainer dalam menyatukan komposisi dan menggabungkan elemen ke dalam desain. 5 prinsip dasar yang perlu diaplikasikan dalam sebuah desain grafis berdasarkan Kusnadi (2018, p.127-130), adalah:

1. Kesatuan (*unity*), merupakan prinsip dasar desain grafis yang sangat penting agar sebuah desain tidak terlihat berantakan, teratur, dan nyaman untuk dipandang dan dinikmati.
2. Keseimbangan (*balance*), keselarasan yang didapatkan dengan membuat skala, efek perspektif, dan sudut pandang dalam suatu kondisi yang sama. Keseimbangan terbagi menjadi 2 macam; keseimbangan simetris (*formal balance*) dan keseimbangan asimetris (*informal balance*).
3. Proporsi (*proportion*), perbandingan ideal dan harmonis antar objek dengan membuat margin atau jarak.
4. Irama (*rhythm*), pengulangan gerak yang teratur dan terus menerus atau repetisi hingga menjadi sebuah pola.
5. Dominasi / penekanan (*emphasis*), sebuah desain harus memiliki objek atau elemen yang dominan agar suatu pesan dapat tersampaikan dan terbaca paling awal dan menjadi fokus utama.

### Kemasan

Setiap produk yang dijual di pasaran pada dasarnya memiliki sebuah pembungkus yang biasa disebut sebagai kemasan. Kemasan merupakan desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi agar produk dapat dipasarkan (Saryanto, 2021, p.67). Proses pengemasan suatu

produk biasanya dilakukan oleh seorang produsen untuk dapat mengambil perhatian konsumen dalam pembelian barang. Selain untuk melindungi produk, kemasan juga harus memperhatikan beberapa faktor penting lainnya seperti: faktor keamanan, ekonomi, distribusi, komunikasi, ergonomik, estetika, identitas, promosi, dan lingkungan (Rahardjo, 2019, p.7).

Menurut Wahyudi & Satrio (2017, p. 4-7), kemasan memiliki 3 peran utama, yaitu:

1. Perlindungan (*to protect*) - melindungi produk dalam kemasan agar kualitas dari produk tetap baik dan tidak mudah rusak akibat berbagai faktor seperti benturan, sinar matahari, uap air, dan lainnya.
2. Sebagai wadah (*to contain*) - sebagai wadah atau tempat yang sudah disesuaikan oleh bentuk, fungsi dan kebutuhan dari produk.
3. Media promosi (*to promote*) - untuk menarik perhatian dari calon konsumen dalam pembelian produk.

Tujuan dan manfaat dari kemasan menurut Louw dan Kimber (Adimas, 2021, p. 72-73) adalah:

1. *Barrier Protection* - melindungi produk dari berbagai hal yang memiliki potensi untuk merusak produk seperti hambatan oksigen, uap air, debu, dan berbagai kotoran lain yang dapat merusak produk.
2. *Physical Protection* - melindungi produk dari suhu, getaran, guncangan, tekanan, dan berbagai hal lainnya yang dapat merusak produk.
3. *Information Transmission* - informasi dalam kemasan mengenai cara penggunaan produk, daur ulang, atau membuang kemasan.
4. *Containment or Agglomeration* - Pengelompokan sebuah produk dalam satu kemasan agar meningkatkan proses penanganan dan distribusi menjadi lebih efisien.
5. *Reducing Theft* - kemasan yang tidak dapat ditutup kembali atau rusak secara fisik setelah pembukaan pertama akan membantu dalam pencegahan pencurian dari melihat kerusakan fisik atau selisih jumlah dari produk aslinya.
6. *Convenience* - Fitur yang menambah kenyamanan suatu produk dalam berbagai aspek seperti distribusi, penanganan, tampilan, pembukaan, penutup kembali, penjualan, dan penggunaan yang dapat digunakan kembali.
7. *Marketing* - Desain kemasan yang unik dan menarik dapat meningkatkan calon konsumen agar membeli suatu produk yang dipasarkan. Berdasarkan struktur isi kemasan menurut Riadi (2016), terdapat 3 jenis struktur yaitu:

1. Kemasan primer, yaitu kemasan langsung yang melindungi produk (contoh: kaleng susu, minuman, dan lainnya).
2. Kemasan sekunder, yaitu pelindung kelompok kemasan lainnya (contoh: kotak karton kaleng susu, kotak kayu untuk wadah buah dan sayur, dan lainnya).
3. Kemasan tersier atau kuartir, yaitu kemasan sebagai pelindung selama pengangkutan (contoh: kresek atau kantong plastik produk belanja di mini market).

## Video

Penggunaan video secara umum sudah menjadi konsumsi harian karena dapat ditemukan di berbagai media seperti televisi dan berbagai situs berbagi video maupun aplikasi yang ada di dalam *smartphone* seperti Instagram, Youtube, Tiktok, Netflix, dan banyak lainnya. Menurut Zaksa (2020), video adalah sinyal elektronis yang menampilkan gambar statis secara cepat dan berurutan dan disertai dengan audio. Video memiliki format MP4 dan memiliki berbagai macam *output* yang berbeda sesuai kebutuhan.

## Video Editing

*Video editing* menurut Danusasmita (2014) merupakan proses seleksi, penambahan judul / teks, variasi, transisi, *effect*, lagu, *sound effect*, narasi, merubah tampilan warna, dari video mentah (dihasilkan langsung dari alat perekam video seperti kamera, *handphone*, *handycam*, dan lainnya) menjadi video yang mempunyai tampilan dan format video sesuai yang diinginkan. Proses *video editing* juga meliputi penggabungan antara foto dan video, serta menambahkan atau mengganti audio.

## Motion Graphic

*Motion graphic* merupakan sebuah gerakan, rotasi, atau penskalaan suatu gambar, video, dan teks dari waktu ke waktu yang biasanya disertai dengan *soundtrack* seperti *voice over* maupun musik di layar (Beare & Crook, 2017, p.10). Untuk membuat video *motion graphic* dibutuhkan *software* khusus seperti Adobe After Effect, Blender, dan banyak lainnya.

## Proyek-Proyek

### C12 Coffee & Ride



**Gambar 1.** Desain Alternatif Mockup Coffe Cup C12 Coffee & Ride

Proyek pertama yang diberikan dalam perusahaan studio grafis pada kegiatan *internship* adalah *client* di bidang *food and beverage* di Surabaya. Penulis mendesain *coffee cup* dengan bahan plastik untuk minuman dingin dan gelas kertas dengan *sleeve* untuk minuman panas. Ukuran gelas menyesuaikan dengan ukuran gelas plastik dan gelas kertas yang tersedia di pasaran, sehingga penulis hanya membuat desain grafis kemudian desain diaplikasikan pada *mockup* untuk memberikan gambaran dari hasil akhir.



**Gambar 2.** Desain Alternatif Kartu Nama C12 Coffee & Ride



**Gambar 3.** Desain Alternatif Mockup Paper Bag C12 Coffee & Ride

Selain itu, penulis juga membuat beberapa alternatif desain untuk kartu nama dan juga kemasan tersier yang berupa *paper bag* dengan mengaplikasikan desain pada *mockup*.

### Tokaido



**Gambar 4.** Story Instagram Tokaido

Untuk proyek kedua adalah Tokaido yang merupakan perusahaan di bidang otomotif *spare part* di Surabaya. Penulis membuat dan melanjutkan desain *feeds* Instagram ke dalam bentuk *story* Instagram melalui aset yang sudah diberikan dan dikerjakan oleh desainer studio grafis sebelumnya. Selain itu, penulis juga mengerjakan *motion graphic*, *video editing*, dan juga cover buku *price list* Tokaido 2022.



**Gambar 5.** Motion Graphic Tokaido



**Gambar 6.** Video Editing Tokaido



Gambar 7. Cover Price List Tokaido 2022

Lullabebe.rent



Gambar 8. Feeds Instagram Lullabebe.rent

Proyek ketiga berasal dari Lullabebe.rent yang memberikan layanan sewa barang untuk bayi dan anak-anak di daerah Yogyakarta. Pada proyek ini, penulis mendesain *feeds* dan *story* Instagram, serta membuat *template story* Instagram dan beberapa *video editing*.



Gambar 9. Story Instagram Lullabebe.rent



Gambar 10. Template Story Instagram Lullabebe.rent



Gambar 11. Video Editing Lullabebe.rent

Tohoku



Gambar 12. Perbandingan Foto Produk dengan Hasil Cropping & Editing Tohoku

Proyek keempat adalah Tohoku yang menjual berbagai peralatan tulis atau stationery yang ada di Surabaya. Penulis melakukan *cropping & editing image*, desain untuk *e-commerce*, dan kemasan plastik untuk *branding* Tohoku.



Gambar 13. Desain e-commerce Shopee & Tokopedia Tohoku



Gambar 14. Desain Grafis Kemasan Tohoku

Kemasan yang diinginkan dari *client* adalah kemasan plastik bahan *polymailer*. Kemasan plastik memiliki 2 sisi yaitu bagian depan dan bagian belakang. Untuk bagian depan menampilkan nama dan logo Tohoku, sedangkan bagian belakang tulisan untuk merekam video sebelum *unboxing* dengan sosial media dan *e-commerce* dari Tohoku.

**Today's.Todays**



Gambar 15. Feeds Instagram Today's.Todays

Dalam proyek kelima, penulis mengerjakan *feeds* dan *story* Instagram, desain produk berupa aksesoris *patch*, serta beberapa *motion graphic* untuk klien Today's.Todays di Surabaya.



Gambar 16. Desain Patch Today's.Todays X Erha

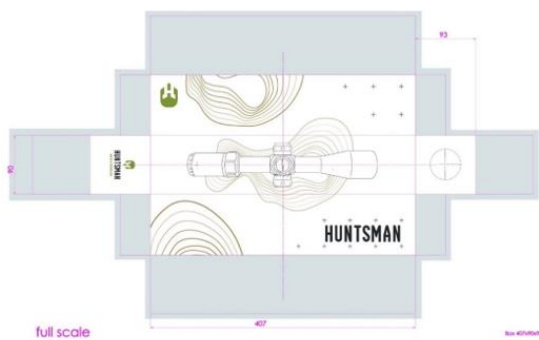


Gambar 17. Patch Today's.Todays x Erha on model

Selain itu, penulis juga membuat desain *patch* kolaborasi dengan salah satu klinik kecantikan ternama yaitu Erha yang mengangkat tema "Glow Glam Skin".

## Huntsman

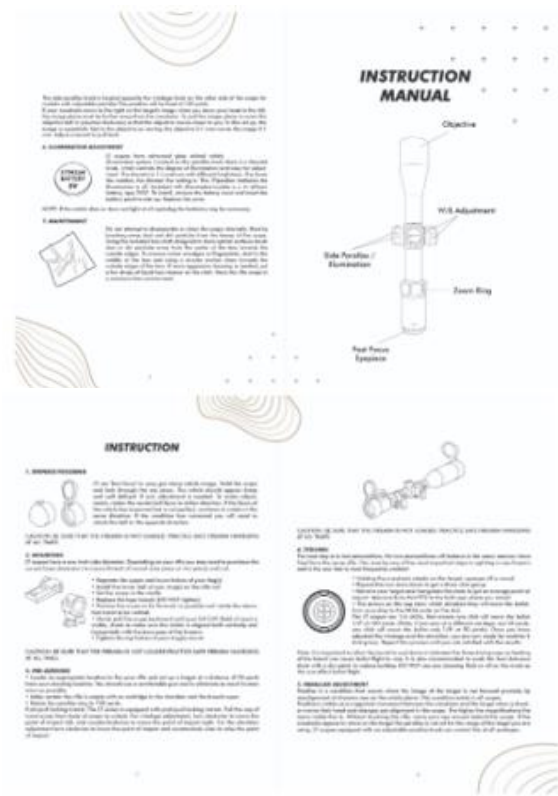
Proyek keenam adalah Huntsman, *brand* yang menjual produk untuk keperluan *hunting*. Pembuatan desain kemasan pada Huntsman dirancang menggunakan *template* kerangka dari *client*. Kemudian, desain diaplikasikan kepada box dalam bentuk *mockup*. Selain itu, penulis juga membuat pamflet untuk tata cara penggunaan dan informasi tentang produk Huntsman.



**Gambar 18.** Kerangka Desain *Packaging Box* Huntsman



**Gambar 19.** *Mockup Packaging Box* Huntsman



**Gambar 20.** Desain Pamflet Huntsman

## HamuHamu

Proyek desain kemasan selanjutnya adalah HamuHamu yang fokus pada bidang makanan di Surabaya. Pada proyek ini, penulis membuat desain *sleeve* kemasan *seasonal* untuk natal dan tahun baru China (Chinese New Year). Selain membuat *sleeve packaging*, penulis juga membuat kartu ucapan untuk setiap *season* untuk natal dan tahun baru China.



**Gambar 21.** Desain Kemasan dan Kartu Ucapan Natal *Seasonal* HamuHamu



## Analisa Perbandingan Teori dengan Praktek

Proses praktik praktik desain grafis dan desain kemasan di studio grafis adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Proses Praktik Desain Grafis di Studio Grafis

Langkah 1	Mendapatkan <i>briefing</i> dari <i>project manager</i> mengenai konsep yang sudah dibuat oleh pihak <i>project manager</i> berupa <i>plotting</i> / jadwal konten.
Langkah 2	Penulis menyiapkan data-data yang diperlukan, seperti: A. Gambar / Foto: - dapat berupa aset yang sudah disiapkan (hasil foto asli dari pihak studio grafis) oleh <i>project manager</i> di Google Drive B. Teks: - pesan yang ingin disampaikan dalam bentuk teks biasanya sudah disiapkan oleh <i>project manager</i> dalam <i>plotting</i> / jadwal konten.
Langkah 3	Setelah mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, penulis mulai merangkai desain dengan memperhatikan prinsip dasar desain seperti ukuran media, <i>layout</i> , penggunaan warna, proporsi dan keseimbangan desain yang cocok agar terlihat senada dan sesuai dengan target audiens klien. Selain itu, desain juga dibuat sesuai dengan ciri khas yang dimiliki oleh masing-masing klien yang berupa: penggunaan warna, elemen yang digunakan, dan logo atau <i>tagline</i> yang mewakili brand itu sendiri. Proses pembuatan desain penulis menggunakan <i>software</i> Adobe Photoshop dan juga Adobe Illustrator.
Langkah 4	Melakukan asistensi atau <i>proofing</i> desain kepada mentor mengenai desain yang sudah dibuat oleh penulis untuk pertimbangan kelayakan dan informasi yang disampaikan dalam desain.
Langkah 5	Jika ada beberapa kekurangan dalam desain, mentor akan memberikan saran dan penulis akan melakukan revisi hingga mendapatkan <i>approval</i> desain yang akan di upload atau di cetak. File yang sudah disetujui akan di simpan dengan format yang sesuai (.jpg atau .png) dengan format warna RGB untuk keperluan digital dan diupload pada Google Drive atau melalui Telegram.

**Tabel 2.** Proses Praktik Desain Kemasan di Studio Grafis

Langkah 1	Mendapatkan <i>briefing</i> dari <i>project manager</i> mengenai produk dan keinginan klien dalam membuat kemasan.
Langkah 2	Penulis melakukan <i>research</i> tentang latar belakang produk dan membuat beberapa

	alternatif <i>moodboard</i> yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien.
Langkah 3	Setelah mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan menerima keputusan dari klien dalam memilih alternatif desain, penulis membuat kerangka dan desain untuk kemasan dengan memperhatikan penggunaan warna, elemen desain yang digunakan, dan tentunya ukuran (skala dan margin untuk keperluan cetak).
Langkah 4	Melakukan asistensi atau <i>proofing</i> desain kepada klien mengenai desain <i>packaging</i> yang sudah dibuat oleh penulis untuk pertimbangan kelayakan dan informasi yang disampaikan dalam desain.
Langkah 5	Jika ada beberapa kekurangan dalam desain, mentor akan memberikan saran dan penulis akan melakukan revisi hingga mendapatkan <i>approval</i> desain untuk dicetak. File yang sudah disetujui akan di simpan dengan format yang sesuai (.jpg atau .png) dengan format warna RGB untuk keperluan digital dan diupload pada Google Drive atau melalui Telegram.

Sedangkan, jika dibandingkan dengan proses desain pada kemasan yang dilakukan berdasarkan pengalaman penulis dalam pembelajaran *service learning* UMKM Bogasari pada mata kuliah *packaging* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.** Perbandingan Proses Desain Grafis dalam Kemasan di Perkuliahan dan di Studio Grafis

	Proses Desain Grafis dalam Kemasan di Perkuliahan	Proses Desain Grafis dalam Kemasan di Studio Grafis
Langkah 1	Mendapatkan <i>briefing</i> dari dosen mata kuliah <i>packaging</i> mengenai <i>project</i> membuat desain kemasan.	Mendapatkan <i>briefing</i> dari mentor mengenai produk dan keinginan klien dalam membuat kemasan.
Langkah 2	Penulis melakukan <i>research</i> tentang latar belakang produk dan membuat beberapa alternatif sketsa kasar (thumbnail) sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien UMKM Bogasari secara langsung melalui Zoom Meeting.	Penulis melakukan <i>research</i> tentang latar belakang produk dan membuat alternatif <i>moodboard</i> yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien yang bersangkutan dengan bimbingan mentor melalui Telegram dan Google Meet.
Langkah 3	Setelah mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan menerima keputusan dari klien dalam memilih alternatif desain, penulis membuat kerangka dan desain untuk kemasan dengan memperhatikan penggunaan warna,	Setelah mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan menerima keputusan dari klien dalam memilih alternatif desain, penulis membuat kerangka dan desain untuk kemasan dengan memperhatikan penggunaan warna,

	elemen desain yang digunakan, dan tentunya ukuran (skala dan margin untuk keperluan cetak),	elemen desain yang digunakan, dan tentunya ukuran (skala dan margin untuk keperluan cetak).
Langkah 4	Melakukan asistensi atau <i>proofing</i> desain kepada klien mengenai <i>packaging</i> yang sudah dibuat oleh penulis untuk mempertimbangkan kelayakan dan informasi yang disampaikan dalam desain.	Melakukan asistensi atau <i>proofing</i> desain kepada klien mengenai <i>packaging</i> yang sudah dibuat oleh penulis untuk mempertimbangkan kelayakan dan informasi yang disampaikan dalam desain.
Langkah 5	Jika ada beberapa kekurangan dalam desain, klien akan memberi informasi tambahan dan penulis akan melakukan revisi hingga mendapatkan <i>approval</i> desain untuk dicetak. File yang sudah disetujui akan disimpan dengan format yang sesuai (.jpg atau .png) dengan format warna CMYK untuk keperluan cetak. Proses cetak dilakukan oleh penulis.	Jika ada beberapa kekurangan dalam desain, klien akan memberi informasi tambahan dan penulis akan melakukan revisi hingga mendapatkan <i>approval</i> desain untuk dicetak. File yang sudah disetujui akan disimpan dengan format yang sesuai (.jpg atau .png) dengan format warna CMYK untuk keperluan cetak dan diupload pada Google Drive atau melalui Telegram.

## Kesimpulan

Proses perancangan desain grafis pada kemasan melewati beberapa tahapan perancangan yang tidak jauh berbeda dengan jika dibandingkan dengan apa yang sudah dipelajari di perkuliahan, sehingga penulis sangat terbantu dalam praktik perancangan kemasan pada proyek-proyek *internship*. Dalam proses perancangan desain kemasan pada proyek *internship* memiliki durasi waktu yang lebih singkat jika dibandingkan dengan perkuliahan. Hal tersebut dikarenakan adanya batasan waktu atau *deadline* dari pihak *client* kepada studio grafis.

Selain mendapatkan pembekalan dan pengalaman dalam merancang desain kemasan di dunia pekerjaan, dengan kegiatan *internship* pada perusahaan studio grafis memberikan pembelajaran dalam segi manajemen waktu dan memberikan rasa tanggung jawab untuk menangani proyek-proyek yang diberikan.

Saran yang dapat disampaikan bagi mata kuliah kemasan di DKV UK. Petra adalah untuk

memperluas hubungan dengan berbagai perusahaan industri kreatif terutama dalam bidang desain agar terjalin hubungan baik dan dapat saling bekerjasama antar universitas dan perusahaan. Pihak Universitas juga dapat memotivasi mahasiswa untuk mengikuti program *internship* agar mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan dan wawasan yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktek di dunia pekerjaan.

Saran yang perlu disampaikan juga ditujukan bagi mahasiswa yang tertarik untuk belajar dan akan mengikuti kegiatan *internship* terutama dalam bidang desain. Mahasiswa disarankan untuk mempersiapkan diri agar dapat menghadapi pembekalan dalam dunia kerja yang dapat meningkatkan kualitas diri dalam mengembangkan ilmu desain secara langsung di dunia kerja. Selain itu, mahasiswa juga dapat menambah pengalaman kerja dan menambah relasi dalam lingkungan yang profesional agar dapat membentuk portofolio dengan lebih mudah dalam mencari pekerjaan.

## Daftar Pustaka

Ibrahim, Alang dkk. (2018). *Metodologi penelitian*. Cet I; Depok: Gunadarma Ilmu.

Astuti, Novi Fuji. (2020, September 22). 3 Macam desain, lengkap dari fungsi hingga unsur-unsurnya. Pesan disampaikan dalam <https://www.merdeka.com/jabar/3-macam-desain-lengkap-dari-fungsi-hingga-unsur-unsurnya-klm.html>.

Thabroni, Gamal. (2019, Agustus 20). Pengertian desain (lengkap) berdasarkan pendapat para ahli. Pesan disampaikan dalam <https://serupa.id/pengertian-desain/>

Febri, Ramadhan. (2020, Mei 22). Proses awal perancangan desain. Pesan disampaikan dalam <https://bpptik.kominfo.go.id/2020/05/22/7840/proses-awal-perancangan-desain/>.

Setiawan, Marwan. (2020, Desember 7). Proses perancangan desain grafis. Pesan disampaikan dalam <https://marwansetiawan.medium.com/proses-perancangan-desain-grafis-9452e7b8697e>.

Purnomo, Alia Nutrisiany S.T. (2020). *Dasar desain grafis untuk SMK/MAK kelas X*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.

Kusnadi. (2018). *Dasar desain grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher.

Rahardjo, Sudjadi Tjipto. (2019). *Desain grafis kemasan UMKM*. Sleman: Deepublish.

Tim Dosen Abdimas. (2021). *Pengabdian masyarakat dengan UMKM Surabaya berbasis online menggunakan media video conference google meet*. Sleman: Deepublish.

Wahyudi, Nanang & Satriyono, Sonny. (2017). *Mantra kemasan juara*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Riadi, Muchlisin. (2016, Oktober 29). Pengertian, fungsi, tujuan dan jenis-jenis kemasan. Pesan disampaikan dalam <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>

Saryanto. (2021). *Produk kreatif dan kewirausahaan teknik kendaraan ringan SMK/MAK kelas XI*. Jakarta: PT Gramedia.

Zaksa, Aan. (2020, November 15). Apa itu video? mengenal pengertian video. Pesan disampaikan dalam <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-video/>.

Danusasmita, Hardi. (2014, September 4) . Apa itu video editing?. Pesan disampaikan dalam <https://www.infofotografi.com/blog/2014/09/apa-itu-video-editing/>.

Crook, Ian & Beare Peter. (2017). *Motion graphics principles and practices from the ground up*. London: Bloomsbury.