

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Desain Grafis adalah disiplin ilmu yang berhubungan dengan penciptaan pesan secara visual. Desain Grafis sendiri merupakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang sebuah konsep komunikasi dan kreativitas, agar dapat menyampaikan pesan yang tepat sasaran dengan menggunakan media dan teknik yang beragam, baik secara visual maupun audiovisual.

Desain Grafis merupakan sebuah jawaban yang tepat untuk memenuhi dan mengatasi kebutuhan pasar yang bersaing dalam memasarkan produknya. Ini merupakan sebuah peluang yang besar bagi Desain Grafis untuk menunjukkan peran pentingnya di dalam menunjang komunikasi pemasaran. Dari waktu ke waktu, kebutuhan masyarakat terhadap desain yang kreatif, efisien, efektif dan komunikatif semakin bertambah. Jaman modern yang didukung oleh kemajuan teknologi yang berkembang, menantang para desainer untuk berpikir kreatif. Desainer dituntut untuk selalu cepat dan tanggap terhadap setiap perubahan yang terjadi, serta terus memperdalam teknik agar dapat tetap bertahan di dalam persaingan antar desainer grafis.

Periklanan sangat penting dalam memasarkan serta mengenalkan barang dan jasa dari suatu perusahaan agar mudah dikenal oleh masyarakat luas. Kemajuan periklanan perlu di ikuti dengan kemampuan terutama tenaga kreatif (pencipta ide atau konseptor). Dengan meningkatnya kebutuhan desain grafis, dan berkembangnya bidang teknologi cetak tercipta bidang kerja baru mulai dari bidang teknologi, cetak maupun bidang perencanaan visual. Selain itu, muncul profesi-profesi baru, sehingga seni grafis terpisah dari desain grafis dan selanjutnya dalam bidang desain grafis kita mengenal *tipografer, illustrator, art director, creative director, kaligrafer, type designer, graphic artist* dan *graphic desainer* atau perancang grafis, yang masing-masing punya keahlian sendiri. Jika lingkup kegiatan perancang grafis kita luaskan, pada induk usahanya, yaitu penerbitan, periklanan, pemasaran hubungan masyarakat dan program-program kampanye massal.

Saat ini desain grafis banyak dimanfaatkan dalam desain komunikasi dan *fine art*. Oleh karena itu, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metode merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), ataupun disiplin ilmu yang digunakan (desain). Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan keterampilan visual, termasuk di dalamnya tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar, dan tata letak. Secara praktik desain grafis dapat digunakan untuk pembuatan brosur, leaflet, kartu nama, poster, spanduk, baliho, modifikasi atau manipulasi foto atau gambar, perancangan buku atau majalah, dan sebagainya. Bidang desain grafis tidak pernah lepas dari tujuan komersial dan pengekspresian seni yang disampaikan dalam bentuk visual baik secara elektronik maupun non-elektronik. Lebih dari itu, desain grafis di dalamnya mempunyai arti penyempurnaan pesan untuk dipublikasikan tanpa memperhatikan tugas spesifik seorang desainer grafis.

Profesi perancang grafis adalah profesi yang batas-batasnya luas dan kerap bergeser ke berbagai bidang lain. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin ekspansif, kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) di bidang industri komunikasi semakin dibutuhkan. Di era globalisasi menjadikan informasi sebagai elemen yang penting untuk memacu manusia agar dapat memproduksi, mengolah, mendistribusikan informasi kepada masyarakat luas. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mencapai tujuan akademik yaitu mengembangkan kemampuan dalam membentuk tenaga profesional yang nantinya siap menghadapi dunia periklanan secara nyata, serta masalah yang paling sering dirasakan oleh seorang desainer grafis adalah bagaimana membuat desain yang tangguh untuk dapat diterima dan diproduksi sesuai dengan permintaan perusahaan. Salah satu upaya tersebut adalah dengan adanya program magang yang menghadapkan mahasiswa pada keadaan dunia periklanan sesungguhnya.

Magang merupakan syarat kelulusan mahasiswa D3 jurusan Advertising yang juga dapat digunakan penulis sebagai sarana dalam mencari informasi yang sebenarnya tentang seluk-beluk dunia desain grafis di bidang periklanan sesuai dengan latar belakang bidang yang diminati penulis, sebagai jembatan menuju dunia periklanan yang nyata. Maka dari itu penulis memilih PT. MAESINDO INDONESIA sebagai sarana pemenuh syarat kelulusan.

PT. MAESINDO INDONESIA merupakan manufaktur Non Woven dan HoReKa yang menghasilkan produk disposables (sekali pakai) untuk industri kesehatan, kebersihan, dan penyajian makanan. Maesindo Indonesia berlokasi

pabrik dan head office di Yogyakarta yang memiliki kantor representative di Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Denpasar.

Peranan seorang desainer grafis dalam me-visualisasikan sebuah *produk* sangatlah penting dalam menunjang citra perusahaan lewat gaya desainnya. Dan diharapkan dapat menghasilkan sesuatu yang baru pada desain produk yang akan dipasarkan. Adapun kegiatan penulis selama magang dalam bagian divisi kreatif di PT. MAESINDO INDONESIA meliputi pembuatan desain paper cup, logo produk, news letter dan doilies namun lebih memfokuskan kepada pembuatan paper cup.

B. Rumusan Masalah

Melihat beberapa hal pada latar belakang, penulis bermaksud untuk mengetahui, memahami, dan mempelajari tentang **“Peran Desain Grafis Sebagai Bagian Dari Divisi Kreatif Terhadap Produksi *Papercup* PT. MAESINDO INDONESIA di YOGYAKARTA?”**.

C. Tujuan Praktek

C.1. Tujuan

- C.1.1.** Untuk mengetahui peranan desain grafis dalam divisi kreatif
- C.1.2.** Mengetahui proses kreatif yang dilakukan oleh divisi kreatif dalam membuat sebuah desain
- C.1.3.** Mengetahui secara langsung bagaimana dunia kerja dan meningkatkan sikap kreativitas dalam dunia kerja.
- C.1.4.** Menambah wawasan dan pengetahuan serta ketrampilan dalam mendesain produk

C.2. Manfaat

C.2.1. Bagi Mahasiswa

Manfaat yang dirasakan bagi mahasiswa yaitu selain memperoleh pengetahuan yang luas juga mendapatkan suatu pengalaman yang tidak bisa didapatkan di dunia kampus, seperti kedisiplinan, kejujuran, efektifitas dan efisiensi kerja yang baik.

Dengan kerjasama yang saling menguntungkan inilah mahasiswa akan mendapatkan bimbingan dan pengarahan dari perusahaan tentang bagaimana proses kreativitas dan ide-ide baru dalam menciptakan desain juga menjalin hubungan kerja yang baik dengan klien.

C.2.2. Bagi lembaga pendidikan

Magang yang dilakukan oleh mahasiswa ini merupakan salah satu cara evaluasi pencapaian teori baik secara lisan maupun praktek yang telah dikuasai oleh mahasiswa selama pendidikan dikampus. Selain itu, dengan Magang akan menjadi suatu kebanggaan sendiri dikarenakan para didiknya mampu memberikan kontribusi melalui ide dan kreativitas bagi perusahaan yang ditempati.

C.2.3. Bagi perusahaan

Dengan adanya Magang perusahaan tentunya juga mempunyai keuntungan yaitu akan mendapatkan ide-ide yang baru dan segar dari desain mahasiswa yang melaksanakan Magang, perusahaan juga bias memperoleh sumber daya manusia yang terdidik untuk dilibatkan dalam proses kerja, saling bekerja sama dan bertukar pandangan dalam suatu perencanaan media yang akan dikerjakan.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai penulis dalam melakukan praktek kerja lapangan ini adalah observasi, studi pustaka, dan interview di mana metode pengumpulan data ini melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan. Dalam hal ini, penulis langsung memposisikan pada kinerja desain grafis di divisi kreatif untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.

Dengan observasi penulis dapat memperoleh gambaran tentang cara kinerja desainer grafis pada divisi kreatif. Observasi ini diharapkan penulis bisa melibatkan diri secara langsung. Sehingga penulis dapat mengerti dan memahami segala sesuatu tentang bagaimana seorang desainer grafis periklanan mengerjakan pekerjaannya dalam membuat desain produk.

E. Waktu dan Tempat Praktek Kerja Lapangan

Kegiatan Magang ini telah dilaksanakan di:

Nama	: Alpri Lianka
Jurusan	: Advertising STIKOM Yogyakarta
NIM	: 2012/AD/3544
Tempat PKL	: PT. MAESINDO INDONESIA
Alamat	: Karangjati RT.07, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, DIY
Magang Bagian	: Desain Grafis di Divisi Kreatif
Jam Kerja	: Pukul 08.00 – 16.00
Waktu Magang	: 6 Februari – 5 Mei 2017

BAB II

KERANGKA KONSEP

A. Penegasan Judul

Judul yang penulis gunakan dalam laporan magang adalah **“Peran Desain Grafis Sebagai Bagian Dari Divisi Kreatif Terhadap Produksi *Papercup* PT. MAESINDO INDONESIA di YOGYAKARTA”**.

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto (2002), yaitu merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.

Proses perancangan yang melibatkan kreatifitas manusia yang bertujuan membuat suatu karya baik secara fisik maupun non-fisik disebut desain. Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks atau gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan.

Kemudian divisi adalah sebuah kelompok atau satuan di dalam sebuah organisasi. Divisi kreatif adalah divisi yang bertugas memberikan dukungan kreatifitas dalam bentuk desain.

Produksi adalah suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.

B. Konsep Penelitian

B.1. Peran

Istilah peran dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” mempunyai arti pemain sandiwara (film), tukang lawak dalam pemain makyong, perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat.

Menurut Abu Ahmadi (1982), peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsi sosialnya.

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto (2002), yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan

kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dari hal di atas lebih lanjut kita lihat pendapat lain tentang peran yang telah ditetapkan sebelumnya disebut sebagai peranan normatif. Sebagai peran normatif dalam hubungannya dengan tugas dan kewajiban dinas perhubungan dalam penegakan hukum mempunyai arti penegakan hukum secara total *enforcement*, yaitu penegakan hukum secara penuh.

Seangkan peran ideal, dapat diterjemahkan sebagai peran yang diharapkan dilakukan oleh pemegang peranan tersebut. Misalnya dinas perhubungan sebagai suatu organisasi formal tertentu diharapkan berfungsi dalam penegakan hokum dapat bertindak sebagai pengayom bagi masyarakat dalam rangka mewujudkan ketertiban, keamanan yang mempunyai tujuan akhir kesejahteraan masyarakat, artinya peranan yang nyata.

Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status) yang dimiliki oleh seseorang, sedangkan status merupakan sekumpulan hak dan kewajiban yang dimiliki seseorang apabila seseorang melakukan hak-hak dan kewajiban-kewajiban sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu fungsi.

Hakekatnya peran juga dapat dirumuskan sebagai suatu rangkaian perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh suatu jabatan tertentu. Kepribadian seseorang juga mempengaruhi bagaimana peran itu harus dijalankan. Peran yang dimainkan hakekatnya tidak ada perbedaan, baik yang dimainkan atau diperankan pimpinan tingkat atas, menengah maupun bawah akan mempunyai peran yang sama.

B.2. Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi symbol-simbol yang bisa dibunyikan.

Definisi desain grafis: adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang diberikan kebebasan kepada sang desainer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis diatas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah peran. Gambar maupun tanda yang digunakan bisa berupa typografi atau media lainnya seperti gambar atau fotografi. Desain grafis umumnya diterapkan dalam dunia periklanan, pengemasan, perfilman, dan lain-lain.

B.2.1. Kategori Desain Garfis

Menurut Hendi Hendratman (2014) Secara garis besar, desain grafis dibedakan menjadi beberapa kategori:

B.2.1.1. Printing (percetakan) yang memuat desain buku, majalah, poster, booklet, leaflet, flyer, pamflet, periklanan, dan publikasi lain yang sejenis.

B.2.1.2. Web Desain: desain untuk halaman website.

B.2.1.3. Film termasuk CD, DVD, CD Multimedia untuk promosi.

B.2.1.4. Identifikasi(Logo), EGD (Environmental Graphic Design): merupakan desain profesional yang mencakup desain grafis, desain arsitek, desain industry, dan arsitek taman.

B.2.1.5. Desain produk, pemaketan dan sejenisnya.

B.2.2. Hal yang perlu dikuasai oleh seorang desainer grafis

Berikut adalah hal apa saja yang harus dikuasai pertama kali oleh seorang desainer grafis:

B.2.2.1. Nirmana

Nirmana adalah ilmu yang mempelajari tentang elemen-elemen desain grafis beserta prinsip-prinsip desain grafis. Di dalamnya kita akan mempelajari tentang garis, bentuk, ruang, tekstur, warna dan lain sebagainya.

B.2.2.2. Typografi

Typografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Dikenal pula seni typografi, yaitu karya atau desain yang menggunakan pengaturan huruf sebagai lambing bunyi bisa diabaikan.

B.2.2.3. Pewarnaan

Pewarnaan penting bagi pencitraan hasil karya desain grafis, karena dengan warna seseorang akan memahami estetika dari gambar yang

kita buat. Warna masuk dalam ilmu nirmana tetapi sebegitu pentingnya sehingga pewarnaan dibuat sendiri.

B.2.2.4. Software

Software adalah pendukung dari apa yang bisa dihasilkan, dilihat dari bidangnya software desain terbagi menjadi dua software pengolah grafis dua dimensi dan pengolah grafis tiga dimensi. Menurut medianya terbagi menjadi tiga, yaitu media cetak, digital dan multimedia.

B.2.2.5. Sketsa

Lebih mudah dinikmati dengan menggambar dengan tangan. Kemampuan menggambar tidak begitu mempengaruhi hasil karya dalam bidang desain grafis, namun orisinalitas dalam menggambar manual akan sangat terasa dan efeknya adalah memudahkan dalam mengolah karya desain menggunakan software.

B.2.2.6. Kemampuan Umum

Kemampuan umum ini adalah kemampuan tambahan yang membantu dalam proses membuat sebuah karya grafis. Kemampuan umum dalam bidang agrafis seperti pengetahuan tentang website (website grafis seperti flickr, deviantart dan lain-lain).

Program yang dapat digunakan untuk membuat gambar dalam bentuk vector atau garis sehingga sering disebut sebagai Illustrator Program, seluruh objek yang dihasilkan berupa kombinasi beberapa garis, baik berupa garis lurus maupun lengkung, dan aplikasi yang termasuk dalam kelompok ini adalah: Adobe Illustrator, CorelDraw, Macromedia Freehand.

B.2.3. Elemen Desain Grafis

Elemen desain adalah satu hal yang terpenting dalam desain grafis. Hal nyata inilah yang akan mewujudkan prinsip desain. Layaknya sebuah tonggak yang akan menopang agar tetap kokoh. Berikut elemen-elemen yang terdapat dalam desain grafis.

B.2.3.1. Garis

Garis terdiri dari unsur titik yang memiliki peran untuk mendukung keindahan, keseimbangan serta harmony. Setiap bentuk garis yang berbeda memiliki karakter yang berbeda. Secara umum orang hanya lebih mengenal garis lurus, lengkung dan garis bersudut. Garis juga memiliki arah vertikal, horizontal diagonal. Garis juga memiliki dimensi panjang, pendek, tipis, tebal. Garis dapat saling berhubungan satu sama lain membentuk apa yang dinamakan garis sejajar/parallel, garis memancar atau garis berlawanan. Dalam media komunikasi visual, garis dapat menjadi pembatas kolom, memberi kesan tertentu, dan menjadi pembatas antar unsur grafis satu dengan lainnya.

B.2.3.2. Bentuk

Bentuk atau *shape* juga di artikan *form*, terutama berkaitan dengan bentuk benda-benda dua dimensional. Sedangkan untuk benda “massa” sering digunakan untuk benda dua atau tiga dimensi. Bentuk benda sebenarnya berbentuk garis-garis. Sebuah benda terdiri dari *fill* dan *stroke*. *Stroke* dapat juga disebut dengan garis tepi, membentuk kontur benda yang dapat mengidentifikasi bangun atau gerakan dari bentuk tersebut.

B.2.3.3. Tekstur

Tekstur menyangkut sifat dan kualitas fisik permukaan suatu benda, seperti kusam, mengkilap, kasar, halus, dapat di aplikasikan dalam desain. Tekstur terkait dengan indra penglihatan dan indra peraba. Intensitas dan arah cahaya dapat membentuk bayangan yang mempengaruhi jelas tidaknya tekstur yang kontras tampak lebih menonjol dan menarik. Dibutuhkan keterampilan tersendiri untuk

menggabungkan berbagai macam tekstur pada sebuah karya desain, karena belum ada aturan khusus untuk hal ini.

B.2.3.4. Ruang

Ruang terkait dengan tingkat kedalaman sehingga memberikan kesan jauh, dekat, tinggi, dan rendah. Hubungan antara ruang merupakan bagian dari perencanaan desain, apakah berupa jarak antar huruf atau huruf dengan gambar.

B.2.3.5. Format

Elemen-elemen grafis seperti garis, bentuk, warna tekstur dan lain-lain membuat perbedaan terhadap dampak mendesain ataupun biayanya. Sedikit penataan ulang atas elemen-elemen nekans dalam mendesain dapat meningkatkan kemampuan menarik perhatian. Format terdiri dari ukuran dan ilustrasi, seperti halnya iklan. Iklan ukurannya lebih besar, lebih menarik perhatian dari pada ukurannya.

B.3. Divisi Kreatif

Kreatifitas, dalam pandangan David Chambell adalah suatu ide atau pemikiran manusia yang bersifat inovatif, budaya guna, dan dapat dimengerti. Kreatifitas adalah adonan dasar dan menjadi senjata utama dalam berkreasi dalam proses pembuatan iklan (Agustrijanto, 2002). Sedangkan kreatifitas dalam desain suatu produk adalah proses dari beberapa tahap meliputi persiapan inkubasi, illuminasi, verifikasi, dan revisi. Sumber variasi informasi tersedia untuk membantu spesialisasi kreatif untuk menentukan tema. Pengembangan strategi kreatif dituntun oleh tujuan dan sasaran serta didasari sejumlah faktor meliputi peserta target, masalah dasar suatu produk harus beralamat, dan sasaran pasar. Suatu bagian penting strategi kreatif adalah menemukan ide produk utama yang akan menjadi tema pusat produksi.

Seorang pendesain biasanya akan berpikir bahwa hasil desain akan berdampak pada strategi kreatif orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif sebagai pedoman dalam membuat suatu iklan sedangkan bagi orang-orang kreatif strategi kreatif sering dianggap sebagai hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar, dan konsumen sasaran ke dalam suatu posisi

tertentu di dalam komunikasi tertentu yang kemudian dapat dipakai untuk merumuskan tujuan iklan.

Aspek pertama yang paling penting sebelum merumuskan strategi periklanan adalah sebuah sasaran atau tujuan. Tujuan itu tergantung pada apa yang ingin di capai oleh klien. Penetapan tujuan periklanan merupakan aspek penting yang menda[at perhatian serius. Tanpa tujuan yang baik, tidak mungkin mengarahkan dan mengendalikan keputusan dengan efektif dan efisien.

Tujuan periklanan berfungsi sebagai alat komunikasi dan koordinasi, memberikan kriteria dalam pengambilan keputusan serta sebagai alat evaluasi. Selain itu tujuan juga akan sangat membantu dalam komunikasi dan membuat suatu garis antara keputusan strategi dan taktis. Tujuan perusahaan mengiklankan produknya adalah dalam rangka:

- B.3.1.** Menciptakan kesadaran pada suatu merek di dalam benak konsumen. *Brand awareness* yang tinggi merupakan kunci untuk mencapai brand equity yang kuat. Para pemasar harus menyadari bahwa tanpa *Brand awareness* yang tinggi akan sulit untuk mendapatkan pangsa pasar yang tinggi.
- B.3.2.** Mengkomunikasikan informasi kepada konsumen mengenai keunggulan suatu merek. Manfaat ini berhubungan dengan keunggulan dari sebuah produk dibanding produk lain.
- B.3.3.** Mengasosiasikan suatu merek dengan perasaan serta emosi tertentu. Tujuannya, agar ada hubungan emosi antara konsumen dengan suatu merek.
- B.3.4.** Membuat perilaku. Artinya perilaku konsumen dapat dibentuk melalui kampanye periklanan. Mengembangkan atau mengubah citra personalitas dari sebuah merek. Sebuah merek terkadang mengalami keterpurukan dimata konsumen sehingga perlu diperbaiki citranya yang dilakukan melalui periklanan.
- B.3.4.** Mengembangkan persepsi positif calon konsumen yang diharapkan kelak dapat menjadi pembeli potensial.
- B.3.5.** Mengarahkan konsumen untuk membeli produk. Tetapi yang harus disadari adalah iklan bukan segalanya, karena keberhasilan suatu merek di pasar tidak hanya tergantung pada periklanannya tapi juga ditentukan oleh elemen pemasaran lainnya.

B.4. Produksi

Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktifitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi adalah mengkombinasikan berbagai input atau masuk yang juga disebut faktor-faktor produksi menjadi keluaran (output) sehingga nilai barang tersebut bertambah.

B.4.1. Fungsi Produksi

Beberapa faktor produksi atau input yang digunakan akan menghasilkan output (keluaran). Jumlah output juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan. Hubungan antara jumlah penggunaan input dan jumlah output yang dihasilkan, dengan teknologi tertentu, disebut fungsi produksi. Fungsi produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan antara tingkat dan kombinasi penggunaan input dan tingkat output persatuan waktu (Soeratno, 2000).

B.4.2. Fungsi Produksi Jangka Pendek

Fungsi Produksi jangka pendek adalah menunjukkan kurun waktu dimana salah satu faktor produksi atau lebih bersifat tetap. Jadi, dalam kurun waktu ini output dapat diubah jumlahnya dengan jalan mengubah faktor produksi variable yang digunakan dan dengan peralatan mesin yang ada. Misalkan bagi seorang produsen ingin menambah jumlah produksinya dalam jangka pendek, maka hal ini hanya dapat ia lakukan dengan jalan menambah jam kerja dan dengan tingkat skala perusahaan yang ada (dalam jangka pendek peralatan mesin perusahaan ini tidak mungkin untuk ditambah) atau dalam jangka pendek produsen dapat memperbesar outputnya dengan jalan menambah jam kerja per-hari dan hanya pada tingkat skala perusahaan yang ada (Sudarman, 1997)

B.5. *Papercup*

Papercup adalah gelas sekali pakai yang terbuat dari kertas, mengingat kegunaan *papercup* untuk menampung air, maka gelas kertas ini dilapisi dengan plastik atau lilin untuk mencegah kebocoran.

Papercup sudah digunakan sejak jaman kekaisaran china pada abad ke-2 SM. Pada saat itu *papercup* dikenal sebagai *Chi Pei* dan digunakan untuk menyajikan teh. *Papercup* dibuat dalam berbagai ukuran dan warna, dan dihiasi dengan desain gambar. Kemudian *papercup* modern mulai dikembangkan pada abad ke-20.

Kertas dasar untuk *papercup* disebut “papan cangkir” dan dibuat pada mesin kertas multi-lapis khusus. Ini memiliki lapisan penghalang untuk tahan air. Kertas ini membutuhkan kekakuan tinggi dan ukuran basah yang kuat. Proses penggulungan mulut cangkir memerlukan sifat elongasi (sudut antara dua sisi) yang baik dari papan cangkir dan lapisan plastik. Gulungan mulut cangkir yang terbentuk dengan baik akan memberikan kekakuan dan sifat ketahanan di dalam cangkir. Bobot dasar dari papan cangkir adalah 170-350gr.

Untuk memenuhi persyaratan kebersihan, *papercup* umumnya dibuat dari bahan non-daur ulang. Satu-satunya pengecualian untuk ini adalah ketika *papercup* dilengkapi lapisan isolasi ekstra untuk ketahanan panas.

Sebagian besar *papercup* dirancang untuk sekali pakai yang kemudian dibuang. Karena kebanyakan *papercup* dilapisi dengan plastik, maka pengomposan dan daur ulang cangkir kertas jarang terjadi karena sulitnya memisahkan plastik dalam proses daur ulang *papercup* tersebut.

B.5.1. Jenis dan Model *Papercup*

Secara awam banyak orang yang tidak tahu atau tidak menyadari kalau sebenarnya *papercup* memiliki beberapa jenis dan model, dimana tiap-tiap jenis dan model mempunyai kegunaan khusus. Padahal dengan jenis atau model yang memiliki kegunaan khusus ini pengguna *papercup* dalam hal ini konsumen dari bisnis kuliner akan merasa lebih nyaman pada saat menikmati makanan dan minuman yang disajikan dalam *papercup* tersebut. Untuk itu pebisnis kuliner sebaiknya mencermati serta memilih *papercup* yang tepat untuk memberikan nilai tambah terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan kepada konsumen.

Secara garis besar ada dua jenis *papercup* tergantung dari temperatur makanan atau minuman yang disajikan yaitu:

B.5.1. Hot Cup

Untuk makanan dan minuman panas, *hot cup* memiliki lapisan PE (Polyethylene) dibagian dalam cup yang berfungsi sebagai lapisan anti air (*waterproofing*). Lapisan inilah yang menyebabkan *papercup* yang terbuat dari bahan kertas bisa menampung cairan di dalamnya tanpa cairan itu merembes ke bahan kertas dari cup tersebut.

B.5.2. Cold Cup

Untuk makan dan minuman dingin yang dimaksud di sini adalah berada jauh di bawah suhu ruangan, sehingga bisa muncul embun di sisi luar cup pada saat disajikan. Untuk itu *cold cup* memiliki lapisan PE tidak hanya di bagian dalam saja tapi juga di sisi luar cup. Hal ini ditujukan untuk mencegah agar embun yang muncul tidak merembes ke bahan kertas dan melembekkan konstruksi cup dari sisi luar sehingga cup mudah rusak atau hancur.

Pemilihan *papercup* yang tepat berdasarkan temperatur makanan atau minuman ini sangat krusial karena jika salah memilih bisa-bisa cup hancur pada saat berada ditangan konsumen.

Setelah tahu apakah harus memilih *hot cup* atau *cold cup*, selanjutnya memilih model cup yang sesuai dengan bentuk makanan atau minuman. Ada juga model cup yang memberi tingkat kenyamanan lebih kepada konsumen saat digunakan dan memberi kemudahan bagi pelaku bisnis untuk melakukan branding. Berikut ini model-model paper cup:

B.5.1. Single wall

Papercup berdinding tunggal, bisa *hot cup* ataupun *cold cup* tergantung keberadaan lapisan PE-nya. Bentuknya tinggi menjulang, dimana diameter cup lebih kecil dibandingkan tinggi cupnya. Cocok untuk minuman panas seperti kopi dan minuman dingin seperti jus.

B.5.2. *Single wall* dengan gagang

Papercup berdinding tunggal dengan gagang di sisi luarnya. Gagang ini untuk memudahkan konsumen saat memegang cup yang berisi minuman panas. Cocok untuk minuman panas karena biasanya hanya memiliki lapisan PE dibagian dalam cup saja.

B.5.3. *Flat wrap*

Papercup dengan dinding ganda, yaitu dinding pertama adalah *papercup*nya itu sendiri dan dinding kedua adalah kertas pelapis di bagian luarnya. Kertas pelapis ini dimaksudkan sebagai penahan panas agar konsumen lebih nyaman saat memegang cup berisi minuman panas. Cocok untuk menyajikan minuman panas tentunya.

B.5.4. *W Barrier*

Papercup berdinding ganda, yaitu dinding *papercup*-nya sendiri dan dinding bagian luar berupa kertas pelapis panas yang bertekstur gelombang. Dengan tekstur gelombang maka tingkat insulasi terhadap panas jauh lebih baik dibandingkan dengan *flat wrap*. Ada jarak antar puncak gelombang dengan dinding cup sehingga panas tidak akan langsung terasa di jari saat dipegang. Namun dari sisi branding *flat wrap* jauh lebih baik dibandingkan *w barrier* karena pada *w barrier* permukaannya yang bergelombang membuat merk atau grafis yang tercetak di atasnya tidak terlalu jelas terlihat.

B.5.5. *3 wall*

Papercup berdinding tiga lapis. Lapis pertama adalah dinding cup-nya, di tengahnya ada lapisan karton *corrugated* (gelombang) dan di lapis terluar kertas karton yang membungkus seluruh permukaan cup. Bisa dibayangkan menyerupai gabungan *flat wrap* dan *w barrier*. Tingkat insulasi panasnya jelas paling optimal diantara model lainnya dan permukaan luarnya yang rata membuat merk atau cetakan grafis di atasnya dapat

terlihat dengan jelas. Namun dengan adanya penambahan dua dinding penahan panas tersebut membuat harga *papercup* model ini jadi yang paling mahal.

B.5.6. *Ice cream cup*

Papercup berdinding tunggal dengan lapisan PE di bagian dalam dan luar cup. Bentuknya pendek dan cenderung melebar karena diameter cup lebih besar daripada tingginya. Diameter yang besar dimaksudkan agar konsumen lebih mudah waktu menyendok isi cup. Sesuai namanya cup ini untuk makanan dingin yaitu es krim atau bisa juga untuk pudding.

B.5.7. *Bowl*

Papercup berdinding tunggal dengan lapisan PE di bagian dalam. Bentuknya seperti *ice cream cup* hanya yaitu pendek dan melebar hanya saja ukurannya jauh lebih besar. Cocok untuk makanan panas seperti sup, *chicken nugget*, *chicken wing* atau *pop corn*. Ada juga produsen yang membuat *bowl* atau *soup cup* ini dengan diberi lapisan PE di permukaan luar cup sehingga bisa juga digunakan untuk menyajikan makanan yang dingin.

B.6. Program CorelDraw

CorelDraw adalah suatu piranti lunak komputer yang digunakan untuk menggambar, membuat logo, edit foto menjadi Bitmap, edit foto menjadi gambar kartun, dan semua yang berhubungan dengan grafis dan coret-coretan yang menghasilkan kreasi gambar yang menarik.

Kelebihan CorelDraw terletak pada tool-toolnya yang lebih bersifat freehand, karenanya CorelDraw pada dasarnya sebagai *software* grafis. *Software* ini bisa dijadikan pilihan utama untuk pembuatan sebuah logo, CorelDraw juga memiliki kemampuan untuk dipadupadankan dengan editing foto, terlebih jika ingin menghasilkan suatu gambar grafis dengan penambahan atau editing tulisan dan karakter-karakter tertentu. CorelDraw juga mampu untuk mengimpor atau ekspor file menjadi file JPG, Bmp atau lainnya.

Fitur unggulan yang digunakan untuk proses desain *papercup* pada CorelDraw adalah sebagai berikut:

B.6.1. Layout

Layout adalah bentuk pengaturan beberapa elemen yang menjadikan pesan lebih berarti. Pada periklanan ini termasuk *headline*, *bodycopy*, ilustrasi, dan beberapa elemen pendukung lainnya. Ketika elemen-elemen itu diatur sedemikian rupa, dan pembaca pesan itu senang melihat pengaturan tersebut, begitu juga pesan itu tersampaikan dengan baik, berarti itulah sebuah layout yang baik. Penempatan elemen desain dengan cara yang sembarangan akan jarang menghasilkan desain yang baik.

Berikut adalah penjelasan layout yang terdapat pada CorelDraw:

B.6.1.1. Title Bar

Memberikan informasi mengenai aplikasi beserta nama file yang sedang dibuka, pada ujung kanan terdapat tombol *minimize*, *maximize*, dan *close*.

B.6.1.2. Menu bar

Kumpulan menu yang digunakan untuk mengakses fungsi yang ada pada CorelDraw, termasuk jika ingin menyimpan file dan sebagainya.

B.6.1.3. Standard tool bar

Beberapa jenis ikon yang fungsinya guna mengakses menu-menu umum yang sukar digunakan seperti untuk membuka dokumen baru, membuka dokumen CorelDraw, menyimpan dokumen, dan lain sebagainya.

B.6.1.4. *Property bar*

Memiliki fungsi untuk menampilkan pilihan *property* dari sebuah fungsi *toolbox* yang tengah dipakai pada kondisi *default*, dan *property bar* sendiri akan selalu berubah-ubah sesuai dengan *tool* yang kita pilih di *toolbox* di sisi kiri.

B.6.1.5. *Ruler bar*

Berfungsi sebagai penggaris yang sangat bermanfaat sebagai alat ukur saat kita bekerja dengan CorelDraw.

B.6.1.6. *Tool box*

Berisi pilihan *tool* dan *mode* menggambar atau mendesain. Klik pada sebuah ikon *tool* untuk menggunakan *tool* tersebut maka tombol tersebut akan nampak seperti ditekan, dan kita juga bias menampilkan tombol *subtool* dengan cara meng-klik segitiga hitam di ujung kanan bawahnya atau dengan menekan agak lama.

B.6.1.7. *Document window*

Area di luar media kerja. Biasanya klik kanan di menu *drawing window* dengan *drawing page* akan berbeda hasilnya. Serta objek gambar yang ada pada area ini akan masuk dalam print.

B.6.1.8. *Drawing page*

Merupakan area bidang gambar dengan ukuran kertas yang sudah kita setting sebelumnya, dan jika kita mendesain keluar dari tepi, maka tidak akan ikut ter-*print*, namun akan terikut apabila kita meng-eksportnya ke file JPG atau PNG.

B.6.1.9. *Document navigator*

Sebagai navigasi untuk menambah jumlah halaman dari media kerja, namun umumnya orang lebih suka untuk membuat lembar kerja baru ketimbang membuat page baru pada *document navigator*.

B.6.1.10. Status bar

Menunjukkan beberapa status penting dan *event* yang sedang terjadi, juga pada bagian kanan menunjukkan warna *fill* dan *line* sebuah objek yang sedang aktif (yang di klik).

B.6.1.11. Objek *properties*

Menampilkan setting yang dipilih dari sebuah objek. Biasanya yang terdapat disini adalah warna *fill*, warna garis, dan sebagainya untuk objek yang sedang aktif.

B.6.1.12. Docker

Menu ini berisi tampilan-tampilan menu dari menu bar, namun bisa di hide jika dirasa mengganggu dan mempersempit layar kerja. Coba saja klik '*text*' dan pilih *insert symbol character*, maka akan ada menu baru.

B.6.2. Objek Garis

Membuat garis memang terdengar sangat sederhana dan tidak terlalu penting untuk dipelajari, tetapi saat membuat desain dengan **CorelDraw** garis akan sering digunakan, khususnya saat membuat objek vector dengan bentuk yang bervariasi maka modal utama yang harus dilakukan adalah membuat garis – garis baik lengkung maupun lurus dan menyatukannya untuk dijadikan sebuah *objek vector* yang sesuai dengan keinginan.

B.6.2.1. *Freehand Tool*: alat ini digunakan untuk membentk beragam garis lurus atau garis yang tidak beraturan.

B.6.2.2. *Bezier Tool*: alat ini digunakan untuk membentuk beragam garis lurus dan garis yang tidak beraturan secara bersamaan.

B.6.2.3. *Artistic Media Tool*: alat ini digunakan untuk membentuk berbagai objek garis *artistic*. Dalam menentukan bentuk garis artistik tersebut, gunakan symbol yang ada di sisi kiri fasilitas *property bar*, lalu tentukan spesifikasi konfigurasinya pada sisi kanan.

- B.6.2.4. *Pen Tool*:** pemakaian *pen tool* hampir serupa dengan pemakaian *Bezier tool*.
- B.6.2.5. *Polyline Tool*:** pemakaian *polyline tool* hampir sama dengan *freehand tool*.
- B.6.2.6. *3 Point Curve Tool*:** alat ini digunakan untuk memebentuk garis melingkar dengan mudah dan cepat.
- B.6.2.7. *Connector Tool*:** alat ini digunakan untuk menghubungkan beberapa objek gambar. Misalnya, membentuk garis penghubung alur diagram.
- B.6.2.8. *Dimension Tool*:** alat ini digunakan untuk membentuk garis dimensi vertikal, horizontal, diagonal, dan sebagainya. Untuk membentuk garis dimensi vertikal atau horizontal secara otomatis, gunakan *symbol auto dimension tool* yang terdapat di sisi kiri fasilitas *property bar* ketika alat ini aktif.
- B.6.2.9. *Outline*:** pada fasilitas *toolbox*, sistem menyediakan *fill tool* untuk mengatur isi objek gambar atau teks. Sedangkan untuk mengatur garis pembentuknya, sistem menyediakan *outline tool*.

B.6.3. Objek Gambar

Objek gambar adalah benda atau hal yang menjadi bahan gambaran untuk digambar. Dalam membuat desain gambar menggunakan **CorelDraw** terdapat beberapa hal dasar yang wajib dikuasai desainer yaitu mengatur objek gambar, pengaturan objek gambar ini mencakup cara memilih objek, baik secara keseluruhan maupun satu persatu. Berikut *Tools* yang digunakan untuk membuat objek gambar pada **CorelDraw**:

- B.6.3.1. *Rectangle Tool*:** alat ini dapat digunakan untuk membentuk objek persegi panjang atau persegi.
- B.6.3.2. *Ellipse Tool*:** alat ini digunakan untuk membentuk objek lingkaran atau *elips*.
- B.6.3.3. *Object Tool*:** alat ini dapat mempermudah atau mempercepat proses pembentukan objek poligon, bintang, spiral, dan tabel.
- B.6.3.4. *Perfect Shape Tool*:** alat ini digunakan untuk membentuk berbagai objek gambar spesifik secara mudah dan cepat. Misalnya, objek

jajar genjang, balon, simbol diagram alur, panah, dan lain sebagainya.

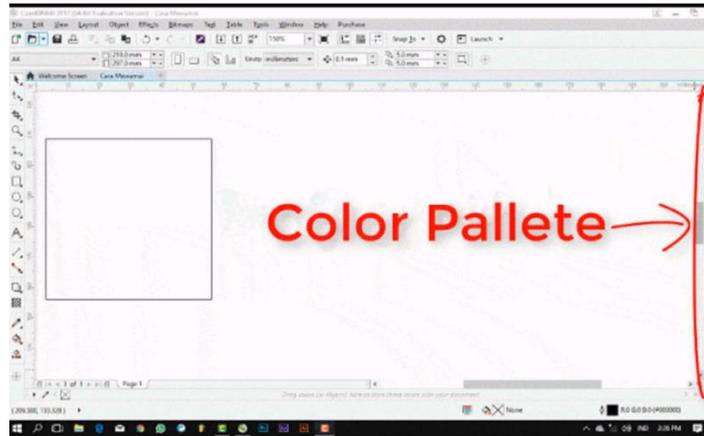
B.6.3.5. *Table Tool*: alat ini digunakan untuk membuat tabel dalam format persegi atau persegi panjang. Tabel ini tidak hanya dapat dimasukkan tulisan/teks, tetapi dapat juga dimasukkan gambar ke dalamnya. Alat ini bisa digunakan untuk membuat kartu pos, brosur, dan lain-lain.

B.6.4. Warna

Memberi warna pada objek di **CorelDraw** dapat dilakukan dengan berbagai cara, karena pada **CorelDraw** sendiri memiliki beberapa *tools* untuk memberi warna pada objek, yaitu:

B.6.4.1. *Colour Pallete*

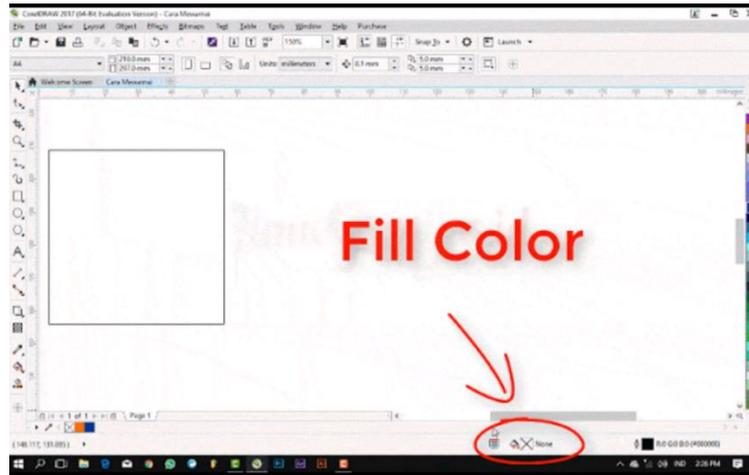
Colour Pallete berbentuk sebuah barisan warna, *Colour Pallete* sendiri bukan merupakan *tools*, melainkan sebuah jendela tampilan yang berisi warna-warna. *Colour Pallete* ini adalah alat yang paling mudah diakses untuk memberi warna pada objek karena tidak memunculkan jendela tampilan ataupun *property bar*. Namun *Colour Pallete* ini hanya menampilkan beberapa warna saja. *Colour Pallete* default biasanya terletak di samping sebelah kanan layar. Untuk mewarnai objek dengan *Colour Pallete* hanya dengan menyeleksi objek yang akan diwarnai kemudian klik warna yang di inginkan.



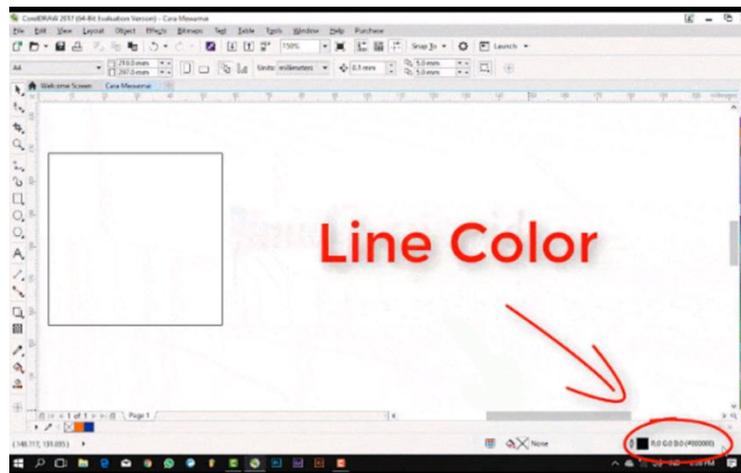
Gambar 1. Letak Colour Pallete

B.6.4.2. Fill Colour dan Line Colour

Fill Colour seperti namanya adalah *tool* untuk mewarnai bagian isi objek, dan *Line Colour* adalah untuk mewarnai garis. *Fill Colour* dan *Line Colour* terletak di sebelah kanan bawah layar. Di dalam *Fill Colour* tersedia semua warna, sehingga pengguna bisa memilih warna dengan lebih leluasa. Selain itu juga terdapat beberapa jenis pewarnaan yang bisa di aplikasikan dengan menggunakan *Fill Colour*, diantaranya: *Uniform Fill* (polos), *Fountain Fill* (gradasi warna), *Pattern Fill* (Pewarnaan dengan *pattern*), *Texture Fill* (pewarnaan dengan tekstur), dan *Bitmap Fill* (pewarnaan dengan *bitmap*). Untuk menggunakannya klik 2 kali pada *Fill Colour* atau *Line Colour*, kemudian akan muncul jendela tampilan untuk mengaturnya.



Gambar 2. Letak Fill Colour



Gambar 3. Letak Line Colour

B.6.4.3. Smart Fill Tool

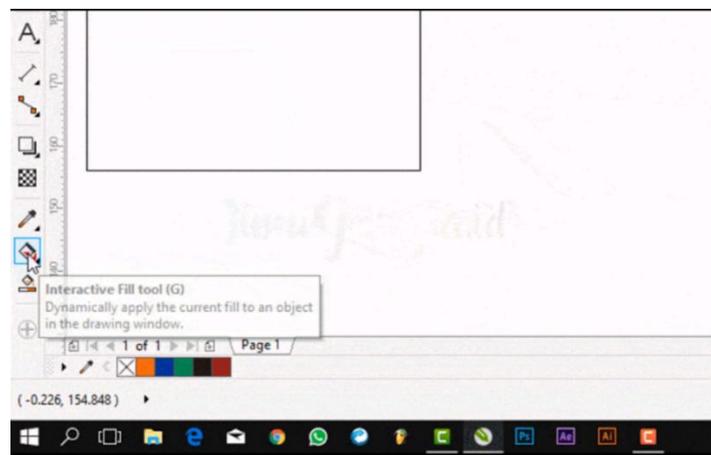
Smart Fill Tool juga merupakan alat untuk mewarnai objek, hanya saja bedanya *Smart Fill Tool* akan membentuk objek baru berupa warna yang terbentuk sesuai dengan objek yang dipilih.



Gambar 4. Letak Smart Fill Tool

B.6.4.4. Interactive Fill Tool

Interactive Fill Tool adalah alat untuk pewarnaan *non-solid* yang cepat, fungsinya hampir sama dengan *Fill Colour*, hanya saja dengan *Interactive Fill Colour* pengguna dapat lebih mudah dalam pewarnaan dengan menggunakan *Fountain Fill*, *Pattern*, atau *Texture* karena pengguna bisa langsung mengaturnya pada objek yang dipilih.

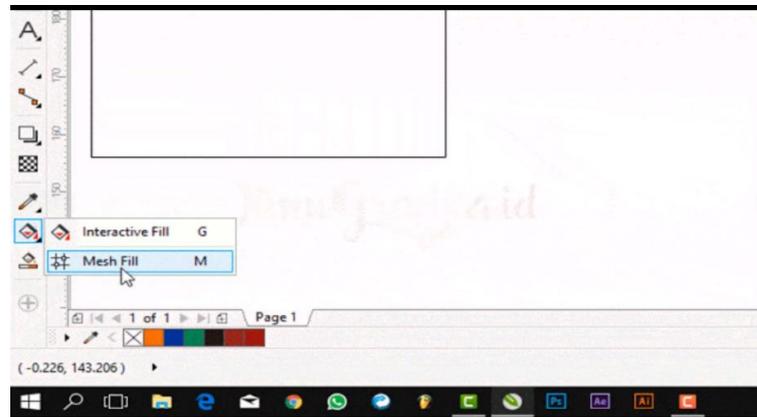


Gambar 5. Letak Interactive Fill Tool

B.6.4.5. Mesh Fill Tool

Mesh Fill Tool adalah alat untuk mewarnai objek dengan beberapa warna yang berbeda, *Mesh Fill Tool* akan membentuk *grid-grid* yang ada di dalam objek yang bisa pengguna atur jumlah baris dan kolomnya, dimana di dalam setiap *grid* bisa di aplikasikan warna

yang berbeda. Untuk mengatur arah warnanya tinggal mengubah bentuk *grid* dengan menggerakkan titik-titik *grid*.



Gambar 6. Letak Mesh Fill Tool

BAB III

DESKRIPSI OBJEK ATAU PERUSAHAAN

A. Deskripsi Perusahaan

Maesindo Indonesia adalah produsen & eksportir berbagai macam produk makanan dan produk kebersihan, yang didirikan lebih dari 24 tahun yang lalu yaitu sejak 27 Juli 1993. Kantor pabrik & kantor pusatnya berlokasi di Yogyakarta, Indonesia. Karena Indonesia adalah negara terbesar keempat di dunia yang memiliki sumber tenaga dan tenaga kerja yang sangat bagus untuk mendukung daya saing dan produk berkualitas tinggi.



Gambar 7
Logo Perusahaan

Maesindo Indonesia memproduksi dan menyediakan bahan baku sekali pakai (*Disposable*) dari bahan Polypropylene (PP) beserta aksesorisnya yang digunakan oleh industri kesehatan, rumah sakit, farmasi, industri makanan dan minuman seperti kantong kertas, doilies, baking cups dan produk *Integrated Food Services* lainnya. Perusahaan ini juga menjual barang-barang ini dengan merek mereka sendiri yaitu Grade, Majestic, dan Solida ke beberapa pasar. Maesindo menjamin produknya bersih dan higienis. Perusahaan ini mengikuti prosedur produksi yang ketat dan telah mendapatkan banyak sertifikasi seperti, HACCP, SGS, Kosher, BRC, sertifikat halal dan banyak lagi.

Untuk terus meningkatkan daya saing, anak perusahaan Maesindo yaitu Delta Presisi Industri (DPI) dan tim insinyurnya, membuat mesin unik untuk perusahaan induk sambil melakukan *upgrade* pada mesin yang ada. Maesindo Indonesia berusaha untuk meningkatkan daya saingnya tanpa mengorbankan kualitas dan menawarkan layanan terbaik kepada pelanggannya.

Untuk urusan pemasaran ekspor, Maesindo Indonesia memiliki kantor representatif di negara Paris, Perancis. Maesindo Indonesia memproduksi pakaian sekali pakai (*non-woven disposable clothes*) dan seragam juga perlengkapan sekali pakai untuk hotel, restoran, dan catering). Pasar utama Maesindo Indonesia adalah pasar ekspor terutama di wilayah Eropa, Amerika Utara, dan Timur Tengah. Saat ini Maesindo Indonesia telah memperluas area pemasarannya di Afrika, Amerika Latin, dan Asia sendiri. Maesindo Indonesia group kini mengembangkan sayap bisnis kearah *food services* sebagai unit bisnisnya, saat ini telah berkembang di Yogyakarta dan Bali. Sebagai basis perusahaan PMA Perancis, Maesindo Indonesia selalu memosisikan pada kualitas dan servis sebagai kunci posisi industrinya di persaingan dunia.

Mengingat PT. MAESINDO INDONESIA memiliki beberapa cabang di Indonesia, kantor yang berada di wilayah Yogyakarta merupakan kantor pusat sekaligus sebagai rumah produksi perusahaan yang menghasilkan seluruh produk perusahaan.

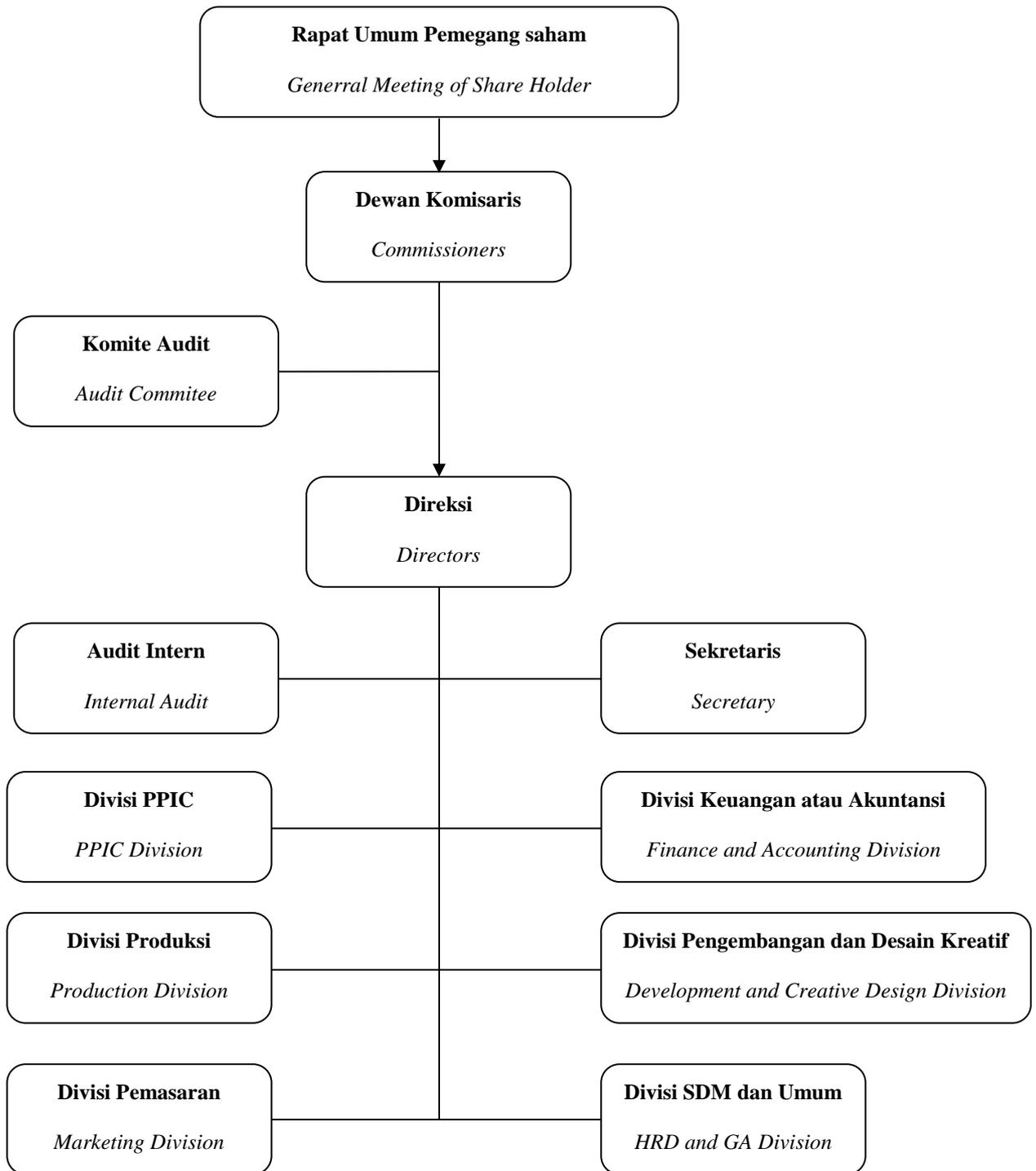
B. Visi Misi Perusahaan

Visi dan misi PT Maesindo adalah berusaha terus-menerus untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas perusahaan sehingga diharapkan dapat menjadi perusahaan yang lebih maju satu langkah dari perusahaan serupa yang lainnya.

Misi organisasi PT Maesindo adalah mengembangkan semua anak cabang perusahaannya serta usaha perusahaan lainnya dengan harapan dapat mengikuti jejak induk perusahaan. Dengan adanya visi dan misi yang sudah terencana dan terprogram maka diharapkan PT Maesindo dapat lebih berkembang dan terus dapat menjalin kerja sama dengan banyak perusahaan kliennya.

C. Struktur Organisasi

PT. MAESINDO INDONESIA merupakan perusahaan produksi yang besar dan mempunyai struktur organisasi yang sudah mantap. Hal ini terbukti dengan adanya pembagian-pembagian sistem organisasi sesuai dengan bidang masing-masing, dimana bagan dari struktur organisasinya sebagai berikut:



Gambar 8
Struktur Organisasi PT. MAESINDO INDONESIA

C.1. Rapat Umum Pemegang Saham

RUPS adalah organ perseroan terbatas yang memiliki kewenangan eksklusif yang tidak diberikan kepada direksi dan dewan komisaris. Kewenangan RUPS, bentuk dan luasannya, ditentukan dalam Undang-undang Perseroan Terbatas dan Anggaran Dasar Perseroan.

Dalam bentuk kongkretnya RUPS merupakan sebuah forum, dimana para pemegang saham memiliki kewenangan untuk memperoleh keterangan-keterangan mengenai perseroan, baik dari Direksi maupun dari Dewan Komisaris. Keterangan-keterangan itu merupakan landasan bagi RUPS untuk menentukan kebijakan dan langkah strategis Perseroan dalam mengambil keputusan sebagai sebuah badan hukum. Dalam forum RUPS, mekanisme penyampaian keterangan dan keputusan itu disusun secara teratur dan sistematis sesuai agendanya. Dalam forum RUPS, para peserta tidak dapat memberikan keterangan dan keputusan diluar agenda rapat kecuali RUPS itu dihadiri oleh semua pemegang saham dan mereka menyetujui pembahasan agenda rapat itu dengan surat bulat.

Sebagai sebuah forum, pada prinsipnya RUPS harus diselenggarakan di Indonesia. Penyelenggaraan itu dilakukan di tempat kedudukan Perseroan atau di tempat Perseroan melakukan kegiatan utamanya. Selain di tempat Perseroan, RUPS juga dapat diselenggarakan melalui media elektronik, misalnya media telekonferensi atau video konferensi. Semua RUPS yang diselenggarakan dengan media elektronik harus bisa saling melihat dan mendengar secara langsung serta berpartisipasi di dalam rapat. Meskipun sifatnya telekonferensi, RUPS itu juga harus dibuatkan risalah rapatnya dan di tandatangani oleh semua peserta rapat.

Jenis RUPS dapat terdiri dari RUPS Tahunan dan RUPS lainnya. RUPS tahunan wajib diselenggarakan direksi minimal 6 bulan setelah tahun buku Perseroan berakhir. Dalam RUPS tahunan, direksi mengajukan semua dokumen dari laporan tahunan Perseroan. RUPS lainnya dapat diadakan setiap waktu berdasarkan kebutuhan untuk kepentingan Perseroan.

C.2. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan organ perusahaan yang bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG pada seluruh tingkatan atau jenjang organisasi.

Dalam melaksanakan tugas, Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada RUPS. Pertanggung jawaban Dewan Komisaris kepada RUPS merupakan perwujudan akuntabilitas pengawasan atas pengelolaan perusahaan atas pengelolaan perusahaan dalam rangka pelaksanaan GCG. Kinerja Dewan Komisaris dievaluasi berdasarkan unsur-unsur penilaian kinerja yang disusun secara mandiri oleh Dewan Komisaris. Pelaksanaan penilaian dilakukan pada tiap akhir periode tutup buku. Hasil penilaian kinerja Dewan Komisaris disampaikan dalam RUPS.

C.3. Komite Audit

Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris. Yang berwenang membentuk komite adalah Dewan Komisaris. Haknya ada pada Dewan Komisaris. Sifatnya fakultif, yakni dapat dibentuk. Bukan bersifat imperatif. Terserah sepenuhnya kepada kebijakan dan pertimbangan Dewan Komisaris. Kan tetapi berbeda untuk Perseroan terbatas merupakan emiten atau perusahaan publik. Emiten atau perusahaan publik wajib memiliki Komite Audit.

C.4. Direksi

Direksi adalah organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.

Direksi wajib dengan itikad baik dan penuh tanggung jawab menjalankan tugas pengurusan Perseroan dengan tetap memperhatikan keseimbangan kepentingan seluruh pihak yang berkepentingan dengan aktifitas Perseroan.

Direksi wajib tunduk pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, anggaran dasar dan keputusan RUPS dan memastikan seluruh aktifitas Perseroan telah sesuai dengan ketentuan peraturan-peraturan perundang-undangan yang berlaku, anggaran dasar keputusan RUPS serta peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh Perseroan.

Direksi dalam memimpin dan mengurus Perseroan semata-mata hanya untuk kepentingan dan tujuan Perseroan dan senantiasa berusaha meningkatkan efisiensi dan efektifitas Perseroan.

Direksi senantiasa memelihara dan mengurus kekayaan Perseroan secara amanah dan transparan. Untuk itu direksi mengembangkan sistem pengendalian internal dan sistem manajemen resiko secara terstruktur dan komprehensif.

Direksi akan menghindari kondisi dimana tugas dan kepentingan Perseroan berbenturan dengan kepentingan pribadi.

C.5. Sekretaris

Sekretaris adalah orang, pegawai, atau karyawan yang diberikan tugas dan juga pekerjaan yang berhubungan dengan masalah rahasia perusahaan. Atau dapat dikatakan definisi sekretaris yaitu seseorang yang membantu seorang pemimpin atau badan pimpinan ataupun suatu perusahaan, terutama untuk penyelenggaraan kegiatan administratif yang akan menunjang kegiatan manajerial seorang pemimpin atau kegiatan operasional perusahaan.

C.6. Audit Internal

Audit internal adalah merupakan kegiatan pemeriksaan dan pengujian suatu pernyataan, pelaksanaan dari kegiatan yang dilakukan oleh pihak independen guna memberikan suatu pendapat. Pihak yang melaksanakan auditing disebut dengan auditor. Pengertian auditing semakin berkembang sesuai dengan kebutuhan yang meningkat akan hasil pelaksanaan auditing.

Unsur penting dalam pelaksanaan auditing adalah proses perolehan serta pengevaluasian bukti-bukti dan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Bukti-bukti yang diperoleh baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan digunakan sebagai bahan evaluasi sehingga hasil audit lebih objektif. Kriteria-kriteria yang ditetapkan digunakan sebagai tolak ukur auditor untuk memberikan pendapatnya yang kemudian dituangkan kedalam laporan audit. Laporan audit harus dapat memberi informasi kepada para pengguna akan tingkat kesesuaian dari informasi tersebut dengan kriteria-kriteria yang ditetapkan.

C.7. Divisi Keuangan atau Akuntansi

Akuntansi adalah suatu proses mencatat, mengklarifikasi dan menyajikan data transaksi serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Pengelolaan uang pada suatu perusahaan, biasanya diserahkan kepada divisi keuangan atau akuntansi. Aktifitasnya antara lain: mencatat arus kas masuk atau sumber-sumber pendapatan, yang bisa terdiri dari pendapatan operasional, serta pendapatan non operasional. Membuat perencanaan biaya operasional serta mengendalikannya, yaitu dengan mengalokasikan sejumlah modal yang dimiliki untuk menunjang keberlangsungan usaha, seperti produksi dan pemasaran dan kemudian membuat laporan keuangan.

C.8. Divisi PPIC

PPIC (Production Planning and Inventory Control) adalah suatu departemen atau sub departemen disebuah perusahaan, yang secara garis besar bertanggung jawab dalam meng-koordinasikan pengadaan barang atau jasa atau produk jadi dan mengontrol atau mengendalikan persediaan. PPIC umumnya berada dibawah departemen logistik atau manajemen material, atau lainnya tergantung dari struktur organisasi yang telah ditentukan oleh manajemen perusahaan.

Di perusahaan besar yang memiliki ratusan atau ribuan item persediaan, pimpinan departemen PPIC adalah seorang manajer, tetapi untuk perusahaan lebih kecil dipimpin oleh seorang supervisor atau bahkan section head. PPIC manajer atau PPIC supervisor bekerja sama dalam team yang terdiri dari 2-3 orang, tergantung pada banyak tidaknya jumlah item persediaan dan sistem PPIC yang masih manual atau sudah *computerized*.

Tugas utama PPIC adalah membuat rencana produksi dan pengendalian persediaan. Dalam melaksanakan tugasnya ada batasan-batasan yang harus dipenuhi, misalnya level persediaan tidak boleh melebihi 1 bulan stok, memaksimalkan kapasitas produksi untuk efisiensi dalam hal pemakaian listrik dan tenaga kerja, dan sebagainya.

C.9. Divisi Pengembangan dan Desain Kreatif

Desain produk dapat didefinisikan sebagai generasi ide, pengembangan konsep, pengujian dan pelaksanaan manufaktur (objek fisik) atau jasa. Desainer produk konsep dan mengevaluasi ide-ide, membuat mereka nyata melalui produk dalam pendekatan yang lebih sistematis. Peran seorang desainer produk meliputi berbagai karakteristik manajer pemasaran, manajer produk, industri dan perancang desain.

Desainer produk dilengkapi dengan keteampilan yang dibutuhkan untuk membawa produk dari konsepsi ke pasar. Mereka harus memiliki kemampuan untuk mengelola proyek desain, dan subkontrak daerah untuk sektor lain dalam industri desain. Estetika dianggap penting dalam desain produk tapi desainer juga menangani aspek-aspek penting termasuk teknologi, ergonomi, kegunaan, stretch bahan analisis dan rekayasa.

Seperti sebagian besar bidang desain ide untuk desain produk muncul dari suatu kebutuhan dan memiliki fungsi. Ini mengikuti metode tertentu dan terkadang dapat disebabkan oleh faktor-faktor yang lebih kompleks seperti asosiasi dan telesis. Juga digunakan untuk menggambarkan produk yang kompeten secara teknis perancang atau desainer industri.

Pengembangan produk merupakan serangkaian aktifitas yang dimulai dengan analisa persepsi dan peluang. Pengembangan produk merupakan aktifitas lintas disiplin yang membutuhkan kontribusi dari hampir semua fungsi yang ada di perusahaan, namun tiga fungsi yang selalu paling penting bagi proyek pengembangan produk adalah pemasaran, perancangan (desain), dan manufaktur.

Inti dari perencanaan desain adalah terletak pada pengembangan konsep. Crawford mengemukakan bahwa konsep desain adalah kombinasi antara lisan, tulisan, dan atau bentuk prototipe yang akan dilakukan perbaikan dan bagaimana pelanggan menunjukkan keuntungan atau kerugiannya.

C.10. Divisi Produksi

Fungsi produksi adalah suatu bagian fungsi yang ada pada suatu perusahaan yang bertugas untuk mengatur kegiatan-kegiatan yang diperlukan bagi terselenggaranya proses produksi. Dengan mengatur kegiatan itu maka diharapkan proses produksi akan berjalan lancar dan hasil produksi pun akan bermutu tinggi sehingga dapat diterima oleh masyarakat pemakainya. Bagian

produksi dalam menjalankan tugasnya tidaklah sendirian akan tetapi bersama-sama dengan bagian-bagian lain seperti bagian pemasaran, bagian keuangan dan akuntansi. Oleh karena itu haruslah diadakan koordinasi kerja agar semua bagian dapat berjalan seiring dan seirama dan dapat dihindarkan benturan-benturan kepentingan antar bagian dalam perusahaan. Tugas utama dari bagian produksi dalam kaitannya dengan pencapaian tujuan perusahaan secara umum adalah berusaha mencapai biaya produksi yang rendah, mutu produk yang tinggi, tanggapan yang cepat atas permintaan, dan fleksibilitas untuk membuat beragam barang yang sesuai dengan selera dan spesifikasi pelanggan.

C.11. Divisi SDM dan Umum

Dalam sebuah perusahaan terutama yang mempekerjakan ratusan hingga ribuan karyawan, manajer Sumber Daya Manusia (SDM) mempunyai peran yang penting. Manajer SDM ini berperan dalam merencanakan, mengarahkan dan mengkoordinasikan fungsi administrasi suatu organisasi.

Mereka mengawasi perekrutan, mewawancarai, dan mempekerjakan karyawan baru, melakukan konsultasi dengan pemimpin puncak mengenai rencana strategis, bertindak sebagai penghubung antara manajemen perusahaan dengan karyawannya.

Setiap perusahaan atau organisasi tentu ingin menarik, memotivasi dan menjaga karyawan yang berkualitas dan menempatkan mereka pada pekerjaan yang sesuai. Manajer SDM melakukan ini dengan mengarahkan fungsi administrasi departemen SDM.

Pekerjaan mereka melibatkan pengawasan relasi karyawan, tata tertib peraturan, dan layanan yang berhubungan dengan kepegawaian seperti penggajian, pelatihan, dan pemberian keuntungan. Mereka mengawasi departemen khusus dan memastikan kalau tugas diselesaikan secara akurat dan tepat waktu.

C.12. Divisi Pemasaran atau marketing

Dengan adanya marketing, para konsumen tidak perlu memenuhi kebutuhannya secara sendiri-sendiri. Karena dengan melakukan pertukaran dengan para pelaku marketing, konsumen dapat memenuhi kebutuhan maupun kepuasannya dengan mendapatkan produk ataupun jasa.

Bagi perusahaan, marketing memang merupakan kegiatan yang memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan maju-mundurnya perusahaan, karena marketing memiliki fungsi untuk menghasilkan pemasukan. Semakin besar pemasukan maka perusahaan akan semakin maju dan berkembang, sedangkan jika pemasukan kurang atau kecil maka perusahaan akan mengalami kemunduran.

D. Produk Perusahaan

Berikut adalah produk-produk yang dihasilkan oleh PT. MAESINDO INDONESIA:

D.1. Doilies, Papercup, Penutup dan alas kertas untuk gelas, dan lain sebagainya ini digunakan untuk penyajian makanan dan minuman. Produk dari Perusahaan yang satu ini cukup terkenal, dan dapat dengan mudah kita temukan di toko-toko perlengkapan kue, Perusahaan ini menggunakan merk “Grade” pada kemasannya.



Gambar 9
Doilies



Gambar 10
Kertas untuk Hot Dog



Gambar 11
Kertas Penutup Gelas



Gambar 12
Kertas Alas Gelas



Gambar 13
Papercup Berbagai Ukuran

D.2. Perusahaan ini juga memproduksi perlengkapan sekali pakai untuk perhotelan, restaurant, dan catering seperti *cotton cap*, *paper hat*, dan *long paper hat for cheff* dengan merk “Grade” dan dapat kita temukan juga di toko-toko perlengkapan kue.



Gambar 14
Cotton Cap



Gambar 15
Paper Hat



Gambar 16
Long Paper Hat For Cheff

D.3. Untuk perlengkapan kesehatan sekali pakai (*Non-Woven Product*), perusahaan ini menggunakan merk “Solida”.



Gambar 17
Mob Cap



Gambar 18
Gown



Gambar 19
Coverall



Gambar 20
Face Mask 1



Gambar 21
Face Mask 2



Gambar 22
Face Mask 3

BAB IV

KEGIATAN MAGANG DAN PEMBAHASAN

A. Kegiatan selama Magang

Penulis melaksanakan magang mulai tanggal 6 Februari sampai tanggal 5 Mei 2017 yang bertempat di PT. MAESINDO INDONESIA yang beralamat di Karangjati RT.07, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, DIY dengan baik dan lancar di bagian Divisi desain kreatif produk. Dalam pelaksanaannya penulis mendapatkan pengalaman dan pengetahuan yang sangat berharga. Pada saat melaksanakan magang penulis masuk aktif mulai dari hari senin sampai sabtu jam 08.00-16.00 WIB.

Dalam pelaksanaan magang, penulis melakukan berbagai kegiatan antara lain :

- A.1.** Mengikuti kegiatan magang sesuai jadwal yang telah ditentukan.
- A.2.** Mengikuti kegiatan magang dengan tertib dan disiplin dan penuh tanggung jawab.
- A.3.** Mengamati dan ikut membantu pekerjaan yang diberikan perusahaan.
- A.4.** Melaporkan laporan periodik magang kepada dosen pembimbing.
- A.5.** Berinteraksi dengan karyawan perusahaan untuk memperoleh informasi.

Dengan waktu yang cukup singkat, penulis di tuntut untuk dapat bersikap kooperatif dan lebih aktif dalam melaksanakan tugas yang diberikan oleh supervisor. Selama melaksanakan magang, penulis banyak dibantu dan diarahkan oleh supervisor maupun karyawan. Selain untuk bersosialisasi dan bergaul bersama karyawan karena pekerjaan, juga agar lebih mudah mendapatkan informasi data untuk tambahan dalam laporan magang serta menanyakan segala sesuatu yang belum dipahami.

A.1. Minggu pertama (6 Februari - 10 Februari 2017).

Pada hari pertama masuk magang, penulis belum diberikan tugas yang berat. Hanya berkenalan dengan karyawan, beradaptasi terhadap lingkungan kerja dan mengenal perangkat serta sistem kerja di PT. MAESINDO INDONESIA. kemudian pada hari ke dua dan seterusnya, penulis baru diberikan tugas oleh supervisor yaitu membuat desain doilies.

Hari & Tanggal	Kegiatan
Senin, 6 Februari 2017	Perkenalan Divisi – divisi, perkenalan produk perusahaan, perkenalan alat – alat produksi perusahaan oleh Ketua Divisi Kreatif dan Tim Marketing
Selasa, 7 Februari 2017	Pemberian Jobdesk (tugas desain doilies) kepada penulis oleh Ketua Divisi Kreatif
Rabu, 8 Februari 2017	Penulis berlatih mengerjakan desain doilies bersama tim desain kreatif lainnya
Kamis, 9 Februari 2017	Penulis mengerjakan desain doilies bertema bunga, Briefing divisi kreatif mengenai berapa hasil desain yang telah dikerjakan oleh tim, mempresentasikan hasil desain terpilih.
Jum'at, 10 Februari 2017	Penulis lanjut mengerjakan desain doilies, penulis diajak untuk melihat proses produksi doilies oleh ketua Divisi Desain Kreatif
Sabtu - Minggu	Libur

Tabel 1. Jadwal kegiatan minggu pertama

A.2. Minggu kedua (13 Februari - 17 Februari 2017)

Untuk minggu kedua ini, penulis diberikan kepercayaan lagi untuk membuat desain doilies. Selain itu, penulis juga diberikan tugas baru yaitu belajar dan mengamati pembuatan desain papercup yang dibuat oleh supervisor yang kemudian untuk dijadikan tugas desain baru kepada penulis di minggu yang akan datang.

Hari & Tanggal	Kegiatan
Senin, 13 Februari 2017	Penulis mengerjakan desain doilies baru bertema bintang
Selasa, 14 Februari 2017	Penulis menyerahkan beberapa hasil desain doilis kepada Ketua Divisi Kreatif, penulis lanjut mengerjakan desain doilis yang baru
Rabu, 15 Februari 2017	Libur
Kamis, 16 Februari 2017	Penulis menerima revisi desain doilis oleh Ketua Divisi Kreatif, desain direvisi karena menurut ketua Divisi konten bintang dianggap sensitif di luar negeri, penulis mengerjakan revisi desain doilies
Jum'at, 17 Februari 2017	Penulis lanjut mengerjakan desain doilies, menyerahkan seluruh desain doilies kepada Ketua Divisi Kreatif

Sabtu – Minggu	Libur
----------------	-------

Tabel 2. Jadwal Kegiatan Minggu Kedua

A.3. Minggu ketiga hingga masa berlaku magang telah selesai (20 Februari - 5 Mei 2017)

Pada minggu ketiga ini, penulis mendapatkan tugas yaitu membuat desain Papercup. Setelah tugas untuk membuat desain doilies dilaksanakan dengan baik, penulis kemudian diberikan kesempatan untuk membuat desain papercup sederhana. Tugas ini buat penulis cukup sulit karena penulis harus dapat menentukan motif, warna, gambar dan pesan yang tepat. Sebab, hasil desain yang penulis buat akan dikumpulkan bersamaan dengan hasil desain tim Divisi Kreatif yang lain untuk diseleksi yang mana desain yang akan di ambil oleh pimpinan perusahaan.

Hari & Tanggal	Kegiatan
Senin, 20 Februari 2017	Penulis diberikan Jobdesk baru oleh Ketua Divisi Kreatif membuat desain papercup, penulis mulai mengerjakan desain papercup bertema casual (desain pertama yang penulis buat berjudul “With Coffe We Can Talk”)
Selasa, 21 Februari 2017	Penulis lanjut mengerjakan desain papercup baru, penulis konsultasi dengan tim marketing mengenai contoh desain yang paling laris

Rabu, 22 Februari 2017 – Jum'at, 24 Februari 2017	Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “Horse Bring Coffee” dan “Coffee cup” juga beberapa desain lainnya
Sabtu – Minggu	Libur
Senin, 27 Februari 2017	Penulis lanjut mengerjakan desain papercup, penulis menyerahkan beberapa hasil desain papercup kepada Ketua Divisi Kreatif
Selasa, 28 Februari 2017	Penulis menerima revisi desain papercup oleh Ketua Divisi Kreatif, Penulis mengerjakan revisi desain papercup
Rabu, 1 Maret 2017	Briefing Divisi Kreatif mengenai kinerja tim, kendala tim, berapa banyak desain hasil tim yang telah dipilih oleh ketua Divisi untuk diserahkan kepada pimpinan perusahaan, presentasi desain terpilih.
Kamis, 2 Maret 2017 & Jum'at, 3 Maret 2017	Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “You can't buy happiness, but you can buy coffee” dan beberapa desain lainnya
Sabtu – Minggu	Libur

<p>Senin 6 Maret 2017 – Jum'at, 10 Maret 2017</p>	<p>Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “Smooth Chocolate” dan desain lainnya, berinteraksi dengan karyawan – karyawan perusahaan</p>
<p>Sabtu – Minggu</p>	<p>Libur</p>
<p>Senin, 13 Maret 2017</p>	<p>Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “Swag food” dan desain lainnya, briefing tim desain papercup mengenai kendala yang dialami tim dalam proses pembuatan desain</p>
<p>Selasa, 14 Maret 2017</p>	<p>Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “Fresh Juice”</p>
<p>Rabu, 15 Maret 2017</p>	<p>Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “Cute Fruit” dan desain lainnya, penulis membantu Divisi Marketing membuat desain iklan produk</p>

<p>Kamis, 16 Maret 2017 & Jum'at, 17 Maret 2017</p>	<p>Penulis mengerjakan desain papercup baru</p>
<p>Sabtu – Minggu</p>	<p>Libur</p>
<p>Senin, 20 Maret 2017 – Jum'at, 24 Maret 2017</p>	<p>Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “Milkshake” dan desain lainnya, berinteraksi dengan karyawan – karyawan perusahaan</p>
<p>Sabtu – Minggu</p>	<p>Libur</p>

Senin, 27 Maret 2017	Penulis mengerjakan desain papercup baru berjudul “Simple Font”, penulis menyerahkan beberapa desain papercup kepada Ketua Divisi Kreatif
Selasa, 28 Maret 2017	Libur
Rabu, 29 Maret 2017	Penulis menerima revisi desain papercup, penulis lanjut mengerjakan desain papercup
Kamis, 30 Maret 2017	Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “Biji Kopi” dan desain lainnya
Jum’at, 31 Maret 2017	Penulis mengerjakan desain papercup baru, penulis menyerahkan seluruh desain papercup kepada Ketua Divisi Kreatif
Sabtu – Minggu	Libur
Senin, 3 April 2017	Briefing Divisi Kreatif mengenai kinerja tim, kendala tim, berapa banyak desain hasil tim yang telah dipilih oleh ketua Divisi untuk diserahkan kepada pimpinan perusahaan, presentasi desain terpilih.

Selasa, 4 April 2017 – Jum'at, 7 April 2017	Penulis mengerjakan beberapa desain papercup baru dan berinteraksi dengan karyawan – karyawan perusahaan
Sabtu – Minggu	Libur
Senin, 10 April 2017 – Kamis, 13 April 2017	Penulis mengerjakan desain papercup baru yang berjudul “Hot Chocolate 2” dan beberapa desain lainnya, berinteraksi dengan karyawan – karyawan perusahaan
Jum'at, 14 April 2017	Libur
Sabtu – Minggu	Libur
Senin, 17 April 2017 – Jum'at, 21 April 2017	Penulis mengerjakan beberapa desain papercup baru dan berinteraksi dengan karyawan – karyawan perusahaan
Sabtu – Minggu	Libur
Senin, 24 April 2017	Libur
Selasa, 25 April 2017	Penulis lanjut mengerjakan desain papercup, penulis menyerahkan hasil desain kepada Ketua Divisi Kreatif

Rabu, 26 April 2017	Penulis menerima revisi desain dari Ketua Divisi Kreatif, penulis mengerjakan desain papercup
Kamis, 27 April 2017	Penulis mengerjakan beberapa desain papercup baru
Jum'at, 28 April 2017	Briefing Divisi Kreatif
Sabtu – Minggu	Libur
Senin, 1 Mei 2017 – Kamis, 4 Mei 2017	Penulis mengerjakan beberapa desain papercup baru
Jum'at, 5 Mei 2017	Perpisahan penulis

Tabel 3. Jadwal Kegiatan Minggu Ketiga Sampai Selesai Magang

B. Pembahasan

Analisa Sistem

Magang dilaksanakan penulis di :

Nama perusahaan : PT. MAESINDO INDONESIA

Divisi : Kreatif Desain Produk

Tempat : Karangjati RT.07, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, DIY

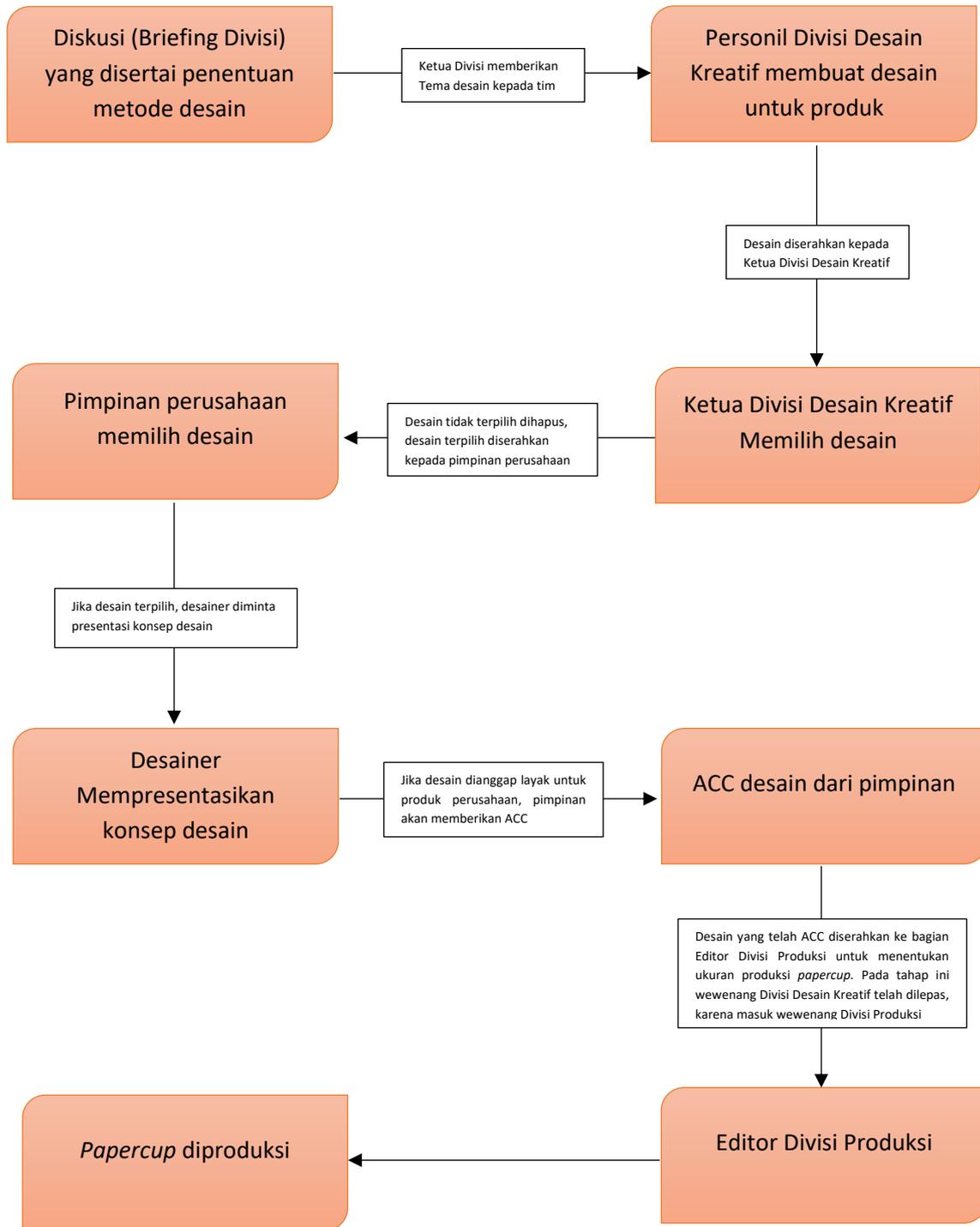
Kerja Praktik dilaksanakan oleh penulis selama tiga bulan, dimulai pada tanggal 6 Februari 2017, dan berakhir pada tanggal 5 Mei 2017, dengan alokasi waktu per minggu sebagai Berikut :

Senin - Sabtu : 08.00 – 16.00 WIB (Dengan Waktu Istirahat pukul 12.00 hingga pukul 13.00)

Pada pelaksanaan kerja Praktek, penulis diberi tugas atau pekerjaan yang berhubungan dengan Desain Produk. Dalam kesempatan ini penulis diberi kepercayaan untuk membuat desain produk papercup dengan tema casual.

Bagan

Proses dan Aktifitas Pembuatan Desain Produk Papercup



Gambar 24. Diagram Proses Kerja Divisi Kreatif

B.1. Diskusi Bersama

Pada tahap ini penulis melakukan diskusi dengan bapak Thomas Suji Antoro selaku Ketua Divisi Desain Kreatif Produk dan Mba Rika selaku tim marketing. Pokok bahasan yang pertama berupa penentuan tema untuk desain papercup yang menjadi keinginan pimpinan perusahaan. Kemudian di lanjutkan dengan membahas contoh desain yang masuk dalam kategori penjualan terbanyak dan yang paling banyak diminati oleh konsumen.

Dalam sebulan, masing-masing divisi melakukan briefing sebanyak 1 atau 2 kali untuk membahas hasil desain dari masing-masing tim (dalam Divisi Kreatif terdapat 2 tim yaitu tim desain papercup dan tim desain doilies). Tiap tim terdiri dari 2 orang desainer grafis, namun dengan bertambahnya penulis maka tim desain papercup menjadi beranggotakan 3 orang dan hal ini tentunya dapat membantu dalam peningkatan jumlah produksi desain papercup.

Briefing Divisi yang biasanya diadakan sebulan sekali ini guna membahas Tema desain baru yang akan ditentukan dan menyeleksi desain yang telah dikerjakan oleh tim untuk diambil dan diserahkan kepada pimpinan perusahaan. Apabila desain disetujui oleh pimpinan perusahaan maka desain akan dilanjutkan kepada Divisi Produksi untuk di produksi, namun bukan berarti setiap bulan selalu ada desain baru untuk diproduksi, biasanya briefing ini juga dihadiri oleh pimpinan perusahaan.

Sesi briefing ini jelas terdapat proses brainstorming, membahas tentang pemahaman akan produk dan target sasaran yang akan menjadi dasar tim untuk memunculkan ide-ide konsep yang dapat dikembangkan untuk desain-desain baru berikutnya. Tim dibebaskan untuk mengutarakan ide-ide yang beragam dan sebanyak-banyaknya bahkan untuk memunculkan ide-ide yang tidak masuk akal sekalipun. Briefing ini juga seolah menuntut tim untuk dapat menghasilkan ide dalam waktu singkat, sesi yang paling menyenangkan adalah ketika tidak satupun personil tim yang dibiarkan hanya diam dan mendengarkan namun diwajibkan untuk menciptakan dan mengutarakan idenya.

Sebab mengapa Divisi kreatif tetap terus ditugaskan untuk memproduksi desain meskipun tidak setiap desain yang disetujui oleh pimpinan perusahaan akan diproduksi karena pemilik perusahaan percaya bahwa kreatifitas seseorang akan terus berkembang dan selalu memunculkan ide-ide baru yang lebih kreatif dari sebelumnya.

B.2. Metode Desain

Dalam proses pembuatan desain papercup, digunakan metodologi desain sebagai berikut:

B.2.1. Menentukan Tema

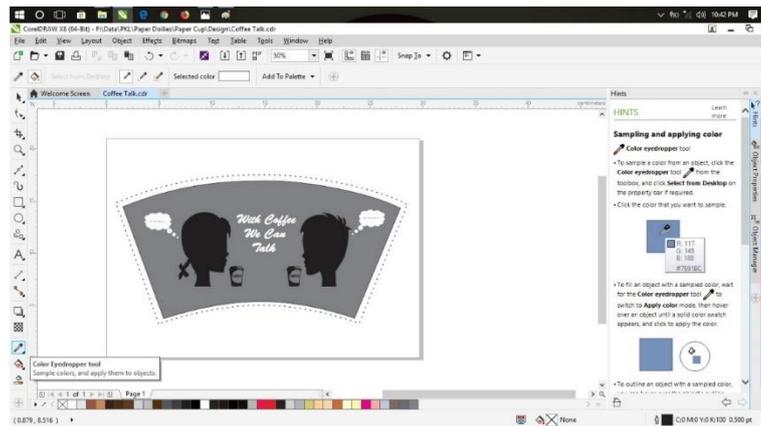
Pada tahap penentuan tema, karyawan Divisi desain kreatif produk masing-masing telah diberikan tema oleh ketua Divisi untuk dikerjakan dan kebetulan penulis mendapat tugas untuk membuat desain bertemakan “casual” yang bagi penulis cukup mudah untuk dikerjakan. Meskipun pada saat briefing bulanan ketua Divisi Kreatif selalu memberikan tema desain baru untuk anggotanya, penulis merupakan pengecualian dan tetap diberikan tugas oleh Ketua Divisi kreatif desain bertemakan “casual” agar penulis dapat membuat desain-desain yang lebih fleksibel dan dapat masuk ke dalam tema apapun.

B.2.2. Membuat Desain

Pada tahap ini penulis menggunakan aplikasi pengolah gambar CorelDraw.

B.2.3. Penentuan Warna

Setelah membuat desain menggunakan aplikasi CorelDraw, penulis kemudian mengkonsultasikan hasil desain yang masih berupa garis-garis kepada ketua Divisi sebelum melanjutkan ke tahap penentuan warna. Setelah mendapatkan revisi barulah tahap pewarnaan gambar dilakukan lagi dengan menggunakan aplikasi CorelDraw, dan tidak lupa untuk menambahkan “Interactive Fill Tool + Fountain Fill” yg ada pada aplikasi untuk menimbulkan efek shades (nuansa campuran warna dalam satu bentuk desain).



Gambar 23

Contoh Hasil akhir desain

B.2.4. Presentasi

Setelah membuat beberapa desain (biasanya ketua divisi meminta 5 desain dalam satu bulan), penulis kemudian mengumpulkannya pada ketua divisi untuk di ambil 2 dan di presentasikan kepada pimpinan perusahaan. Karena kebijakan dari perusahaan, 3 desain yang tidak lolos seleksi diharuskan untuk dihapus dengan tujuan agar tidak disalah gunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Desain-desain yang telah penulis buat dan yang telah dipilih oleh ketua divisi berikutnya akan penulis lampirkan pada pembahasan hasil desain.

B.2.5. ACC dan Produksi

Dari setiap karyawan Divisi Kreatif Desain Produk akan diambil 2 desain oleh ketua Divisi untuk dipresentasikan kepada pimpinan perusahaan. Setelah dilakukan presentasi desain akan diseleksi kembali untuk menentukan desain yang akan diambil dan kemudian di produksi.

B.2.6. Proses Desain Terpilih

Desain-desain yang telah penulis buat selama melaksanakan magang berjumlah 34 desain, namun semua desain yang penulis buat diseleksi kembali dan dipilih oleh ketua Divisi Kreatif. Hanya 11 desain yang lolos seleksi ketua Divisi dengan ketentuan perusahaan semua desain

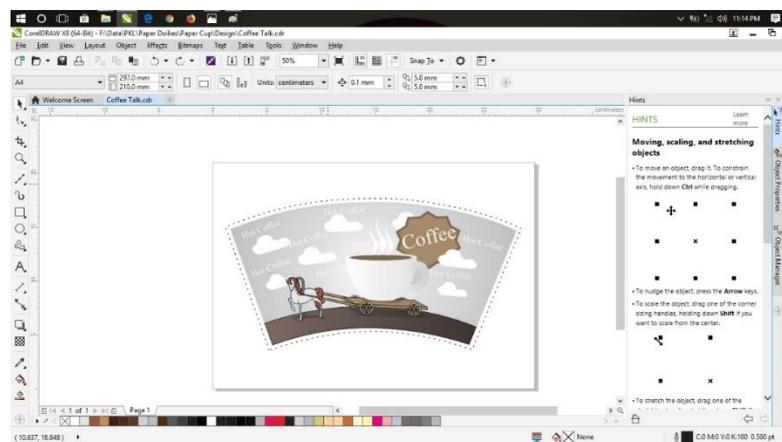
yang tidak lolos seleksi diwajibkan untuk dihapus agar tidak ada terjadinya plagiat dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

11 desain ini kemudian akan diserahkan oleh ketua Divisi kepada pimpinan perusahaan untuk diseleksi kembali. Apabila dari 11 desain ini ada yang terpilih maka penulis akan diminta untuk mempresentasikan konsep desain pada setiap briefing Divisi rutin kepada pimpinan perusahaan untuk dinilai layak atau tidaknya desain bisa ACC dan digunakan pada produk *papercup*. Sayangnya hanya 4 desain hasil penulis yang sampai ke tahap presentasi kepada pimpinan perusahaan dan belum ada desain yang sampai ke tahap ACC bahkan produksi.

B.3. Proses dan Aktifitas Pembuatan *Papercup*

B.3.1. Desain Papercup “Horse Bring Coffe”

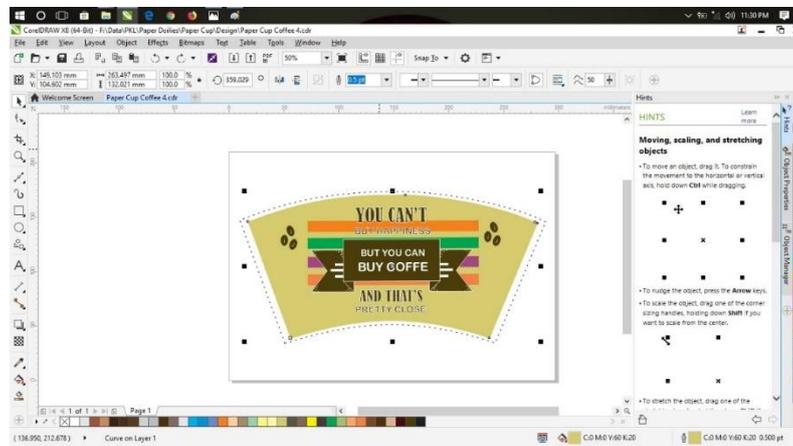
Penulis memilih gambar cangkir kopi, kereta dan seekor kuda sebagai konsep desain ini, kopi yang bermakna bahwa kehidupan itu seperti kopi, dimana cangkirnya adalah pekerjaan, jabatan, dan materi yang kita miliki. Sedangkan kuda bermakna kekuatan karena kuda merupakan hewan yang mempunyai sifat gagah, kuat, lincah, dan cepat. Selain itu kuda juga memiliki sifat yang setia dan peka. Dan gambar kereta hanya sebagai pelengkap dan perantara untuk seekor kuda agar dapat membawa cangkir kopi.



Gambar 25
Desain Papercup “Horse Bring Coffe”

B.3.2. Desain *Papercup* “Simple Font”

Tidak ada makna khusus pada konsep desain kali ini, namun penulis ingin menyampaikan melalui font desain dengan kata-kata “*You can’t buy happiness, but you can buy coffee, and that’s pretty close*” yang artinya “kamu tidak bisa membeli kebahagiaan tetapi kamu bisa membeli kopi dan bahkan sangat dekat”. Makna yang ingin penulis sampaikan dari kalimat itu adalah bahwa tidak ada manusia yang bisa membeli sebuah kebahagiaan, namun untuk mendapatkan kebahagiaan itu sangatlah mudah, dengan menggunakan kopi kebahagiaan pun akan semakin dekat.



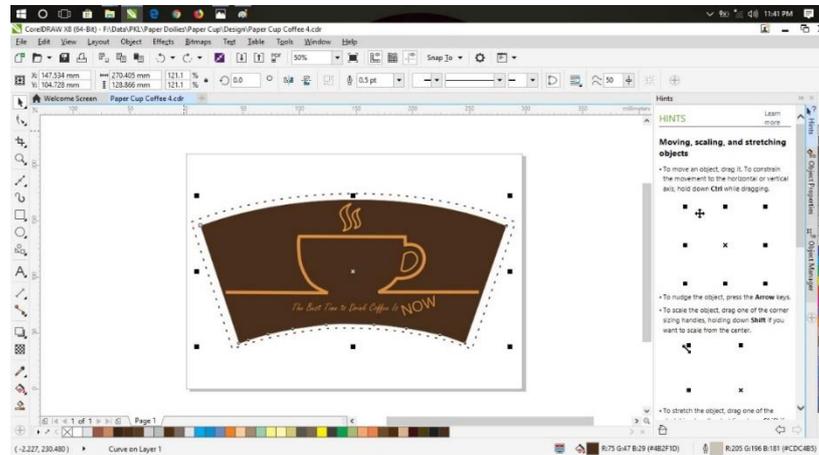
Gambar 26

Desain Papercup “Simple Font”

B.3.3. Desain papercup Hot Coffee

Desain kali ini memiliki konsep gambar berupa secangkir kopi yang masih panas, dengan selipan kalimat “*The best time to drink coffee is now*” yang artinya “waktu terbaik untuk menikmati kopi adalah sekarang” yang memiliki makna bahwa secangkir kopi yang mengibaratkan sebuah kehidupan, dan penulis mencoba untuk menyampaikan pesan bahwa untuk nikmatilah hidup mulai sekarang dan jangan sampai ada yang terlewatkan sekalipun itu moment yang menyedihkan seperti panasnya kopi yang jika telah dingin tidak dapat kembali panas lagi yang berarti moment yang terlewat tidak akan dapat kembali lagi.

Desain Hot Coffee ini merupakan salah satu dari 4 desain yang sampai pada tahap presentasi kepada pimpinan perusahaan.



Gambar 27

Desain Papercup “Hot Coffee”

B.3.4. Desain Papercup “Smooth Chocolate”

Tidak ada makna khusus pada desain ini, penulis hanya ingin membuat konsep *papercup* yang cocok untuk digunakan pada minuman milkshake atau minuman-minuman coklat lainnya.

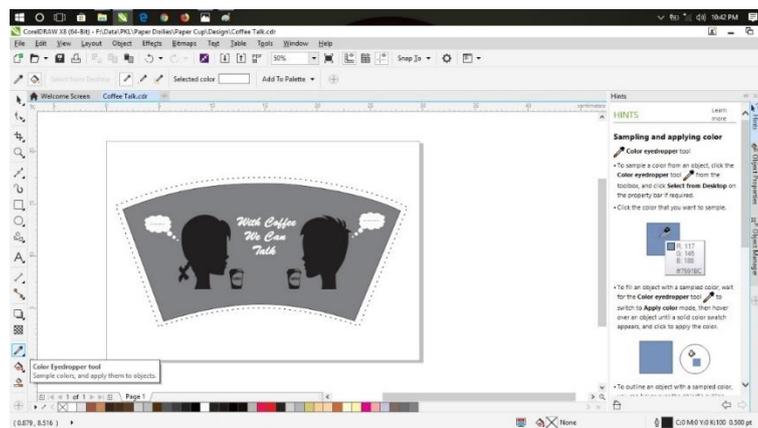


Gambar 30

Desain Papercup “Smooth Chocolate”

B.3.5. Desain *Papercup* “*With coffee we can talk*”

Dengan menggunakan konsep pria dan wanita yang sedang berbicara, dan selipan kalimat “*with coffee we can talk*” penulis mencoba untuk menyampaikan makna bahwa dengan kopi kita akan dapat memulai sebuah pembicaraan atau kopi adalah pemulai sebuah pengutaraan hal yang ingin disampaikan, seperti sepasang pria dan wanita yang sedang berbicara ini seolah mereka sedang mengutarakan perasaan atau asumsi mereka masing-masing.

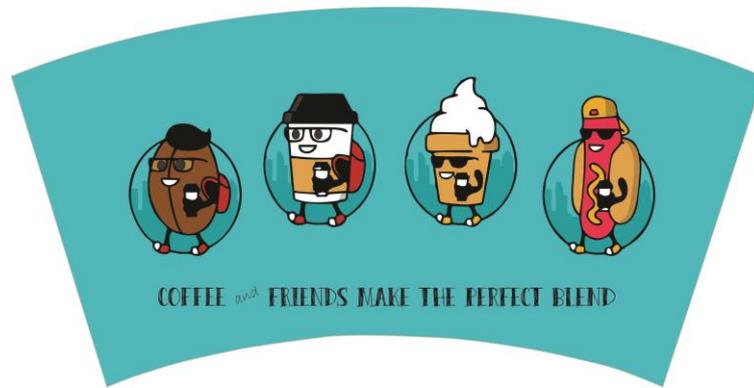


Gambar 31

Desain Papercup “With coffee we can talk”

B.3.6. Desain *papercup* “*Swag Food*”

Dengan menggunakan konsep kekinian, penulis mencoba untuk menarik perhatian kalangan usia muda dengan gambar yang menurut penulis cukup unik, lucu dan terlihat *swag*. Penulis memilih beberapa makanan yang merupakan favorit anak muda seperti kopi, es krim, dan hot dog, agar gambar makanan terlihat lebih hidup dan berkesan dapat bergerak penulis memberikan wajah, tangan dan kaki pada gambar makanan itu. Tidak ada makna khusus pada desain ini. Namun selipan kalimat “*coffee and friends make the perfect blend*” yang maksud penulis disini adalah, kopi dan teman-teman adalah sesuatu yang sempurna ketika mereka ada bersamaan.



Gambar 32
Desain Papercup “Swag Food”

B.3.7. Desain papercup “Fresh Juice”

Dengan menggunakan ikon buah-buahan dengan ekspresi yang riang, penulis mencoba membuat desain *papercup* yang cocok digunakan untuk jus atau minuman buah-buahan lainnya. Dengan pemilihan warna yang cerah seolah membuat desain ini terasa lebih segar bagi orang yang melihatnya. Desain ini juga merupakan salah satu desain yang telah penulis presentasikan kepada pimpinan perusahaan.



Gambar 33
Desain Papercup “Fresh Juice”

B.3.8. Desain papercup “Cute Fruite”

Menggunakan buah-buahan lagi sebagai konsep yang digunakan penulis, kali ini penulis mencoba untuk membuat desain *papercup* yang dapat digunakan untuk minuman anak-anak atau yang dapat digunakan saat pesta ulang tahun

anak-anak maupun acara anak-anak lainnya. Tidak ada makna khusus untuk desain ini, penulis hanya membuat gambar yang menarik bagi anak-anak.



Gambar 34
Desain Papercup “Cute Fruit”

B.3.9. Desain papercup “milkshake”

Desain kali ini penulis mencoba membuat konsep yang cocok untuk digunakan pada minuman-minuman *milkshake*, dengan menggunakan warna yang soft penulis rasa akan sangat cocok dengan kesan lembut rasa dari minuman *milkshake*. Tidak ada makna khusus dari desain ini. Dan desain ini adalah salah satu desain yang pernah penulis presentasikan kepada pimpinan perusahaan.



Gambar 35
Desain Papercup “Milkshake”

B.3.10. Desain *papercup* “Biji Kopi”

Menggunakan gambar biji kopi sebagai tema utama desain ini, penulis menyampaikan dengan jelas bahwa desain ini diperuntukkan *papercup* minuman kopi. Dengan selipan kalimat “*Time to drink coffee*” penulis mencoba untuk membuat siapa pun yang melihat desain ini agar tumbuh keinginan untuk mengambil secangkir kopi.



Gambar 36

Desain *Papercup* “Biji Kopi”

B.3.11. Desain *papercup* “Hot Chocolate”

Tidak ada makna khusus pada desain ini, penulis hanya coba membuat desain yang cocok untuk digunakan pada minuman coklat.



Gambar 37

Desain *Papercup* “Hot Chocolate”

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah penulis melaksanakan magang selama 3 bulan (mulai tanggal 6 Februari sampai tanggal 5 Mei 2017) di PT. MAESINDO INDONESIA yang beralamat di Karangjati RT.07, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, DIY. Penulis mendapatkan banyak pengalaman yang berharga. Dari pengalaman tersebut penulis mencoba menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Program magang yang diadakan oleh pihak kampus sangat bermanfaat bagi penulis dan membuat penulis menambah pengalaman serta ilmu yang didapat selama magang berlangsung. Dengan adanya kegiatan magang membuat mahasiswa menjadi lebih mengenal dunia kerja yang baik, sehingga di masa yang akan datang akan tercipta SDM yang handal dan berkualitas.
2. PT. MAESINDO INDONESIA adalah produsen & eksportir berbagai macam produk makanan dan produk kebersihan, yang didirikan lebih dari 24 tahun yang lalu yaitu sejak 27 Juli 1993. Kantor pabrik & kantor pusatnya berlokasi di Yogyakarta, Indonesia. Karena Indonesia adalah negara terbesar keempat di dunia yang memiliki sumber tenaga dan tenaga kerja yang sangat bagus untuk mendukung daya saing dan produk berkualitas tinggi.
3. Divisi Kreatif PT. MAESINDO INDONESIA memberikan banyak manfaat dan pengalaman, serta pengetahuan baru kepada penulis untuk menambah wawasan dalam hal seperti proses dunia desain produk dan strategi kreatif terutama bidang desain produk papercup.
4. Dalam proses dan aktivitas pembuatan desain papercup, yang paling penting untuk dilakukan adalah kerjasama tim karena personil dalam Divisi Kreatif merupakan satu kesatuan meskipun terbagi dengan bidang yang berbeda seperti tim desain doilies dan tim desain papercup.
5. Bagi penulis, peran desain grafis terhadap produk PT. MAESINDO INDONESIA sangatlah penting karena desain produk dapat mempengaruhi minat pelanggan. Peran desain grafis memang tidak diragukan lagi dalam sebuah perusahaan. Dalam sebuah *campaign* marketing, desain grafis memberikan peran besar untuk

menciptakan serta meningkatkan penjualan. Desain grafis dalam perusahaan memiliki andil untuk menciptakan *branding* perusahaan. Ibarat makanan, desain grafis merupakan cara penyajian. Banyak orang yang semula hanya tertarik kepada desain grafis suatu produk kemudian menjadi ingin tahu dimana untuk mendapatkan produk tersebut dan kemudian beralih menjadi customer. Dengan demikian, peran desain grafis dengan desain yang menarik merupakan sesuatu yang tidak bisa diabaikan dalam produk perusahaan PT. MAESINDO INDONESIA.

B. SARAN

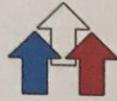
Setelah melaksanakan magang dan mengetahui kegiatan kerja Divisi Kreatif di PT. MAESINDO INDONESIA, maka penulis dapat memberikan saran yang mudah-mudahan dapat diterima sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk dapat meningkatkan Divisi Kreatif perusahaan.

1. Menurut penulis, Divisi Kreatif kurang mendapatkan perhatian dari perusahaan, terutama masalah anggaran. Seringkali kegiatan yang dilakukan oleh Divisi Kreatif tidak mendapatkan pendanaan sehingga kinerja karyawan divisi ini mengalami hambatan. Masalah anggaran pun berdampak pula pada beberapa bidang yang seharusnya dibutuhkan perekrutan karyawan baru namun justru diisi oleh karyawan yang sudah ada dan tidak sesuai dengan bidangnya.
2. Selama melaksanakan magang, penulis mengalami kesulitan yang disebabkan oleh pelayanan kampus. Mengingat kegiatan magang dan kegiatan kampus sama pentingnya bagi penulis maka tidak ada salah satu pun yang dapat penulis kesampingkan karena keduanya menyangkut dengan penilaian penulis sendiri. Untuk input pendaftaran semester baru, input SKS dan lain-lain hanya dapat dilakukan di kampus dengan jangka waktu yang terbatas sedangkan penulis sedang dalam kegiatan magang sehingga penulis mengalami beberapa kendala saat itu. Bagi penulis mungkin ada baiknya jika untuk input dapat diakses secara online dan dapat dibuka dimana saja oleh mahasiswa karena setahu penulis banyak kampus-kampus lain yang sudah menggunakan metode input seperti itu. Penulis sangat mengharapkan kampus AKINDO atau yang sekarang telah menjadi STIKOM Yogyakarta agar memiliki sistem input KRS melalui website resmi dan

menambah kebijakan pembayaran tidak hanya melalui Bank, namung juga dapat dilakukan pembayaran melalui ATM.

LAMPIRAN

Lampiran surat perjanjian Magang Kerja



Maesindo Indonesia Ltd. (p.t.)
Manufacturer of Food Packaging & Hygiene Products

PERJANJIAN MAGANG KERJA

PT. MAESINDO INDONESIA

NO : 003/ P-Mag/ Lgl/MI/ II/ 2017

Perjanjian Magang ini dibuat dan ditandatangani pada hari Senin tanggal 06 Februari 2017 antara:

- I. Y. Anita Puspa W. SH.,M. Hum, Warga Negara Indonesia, Pemegang Kartu Tanda Penduduk (KTP) No.09.5005.710761.0229, bertempat tinggal di Kronggahan Rt/Rw : 09/05 Trihanggo Gamping Sleman Yogyakarta, bertindak dalam kapasitasnya sebagai Migr. Personalia dari dan karenanya untuk dan atas nama PT. MAESINDO INDONESIA, Perusahaan yang didirikan berdasarkan dan tunduk pada hukum Negara Indonesia, berkedudukan di Dsn. Karang Jati Rt. 07, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul
Selanjutnya disebut sebagai "**Pihak Pertama**"
- II. Alprilianka, Warga Negara Indonesia, Pemegang Kartu Tanda Penduduk (KTP) No. 347 113 140 492 0001, Lahir di Kepahiang pada tanggal 14 april 1992, bertempat tinggal di Jl. Golo Gg. Trisula No. 36 Rt. 003 Rw. 001 Pandeyan Umbulharjo , bertindak untuk dan atas nama diri sendiri
Selanjutnya disebut sebagai "**Pihak Kedua**"

Untuk selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

Pihak Kesatu dan **Pihak Kedua** bersama-sama mengadakan Perjanjian Kerja Magang dan berjanji untuk menandatangani dan melaksanakan perjanjian menurut ketentuan dan persyaratan sebagaimana tercantum sebagai berikut :

Pasal 1 Ruang lingkup pekerjaan

Pihak Pertama memberikan tugas kepada **Pihak Kedua** untuk melaksanakan pekerjaan di bagian Design Grafis dan bersedia dipindahkan ke bagian lain sesuai dengan kebutuhan Perusahaan.

Pasal 2 Berlakunya Perjanjian

Berlakunya Perjanjian dimulai dari tanggal 06 Februari 2017 sampai dengan 05 Mei 2017

Pasal 3 Kompensasi

Pihak Pertama akan memberikan Uang makan & Transport kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp. 1.000.000,00 (Satu juta rupiah) per bulan

Pasal 4 Kode Etik

1. **Pihak Kedua** sepakat bahwa selama melakukan kerja magang di PT. Maesindo Indonesia akan mematuhi semua peraturan, yang tertuang secara tertulis dan tidak tertulis, yang berlaku di PT. Maesindo Indonesia & bersedia menerima konsekwensi apabila melanggar peraturan tersebut.

Paraf	Pihak I	Pihak II

Dusun Karangjati RT 07 Bangunjiwo, Kasihan, Bantul 55184
D. I. Yogyakarta, Indonesia
Phone : +62 274 413163 | Fax : +62 274 646 1281
E-mail : info@maesindo.com | www.maesindo.com

2. **Pihak Kedua** Sepakat berdasarkan atas itikat baik, etika dan pertimbangan tertentu, untuk tidak melakukan publikasi kepada pihak lain dalam bentuk apapun, disengaja ataupun tanpa disengaja, kecuali terkait dengan pertanggungjawaban kepada institusi pendidikan dimana Pihak Kedua menimba ilmu dan atau merupakan prasyarat untuk lulus dari **Pihak kedua**.
3. **Pihak Kedua** sepakat untuk menerima konsekwensi apabila dikemudian hari timbul masalah yang mungkin muncul karena tindakan yang tidak diperbolehkan dalam pasal 4 ayat 3.
4. **Pihak Kedua** Sepakat bahwa ketentuan yang diatur dalam pasal 4 ayat 2 dan ayat 3 dalam perjanjian ini akan tidak hanya berlaku selama **pihak kedua** terikat dengan perjanjian ini.

Pasal 5
Penyelesaian Masalah dan Hukum Yang Berlaku

1. **Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua** sepakat bahwa apabila di kemudian hari timbul masalah maka yang diutamakan adalah jalur Kekeluargaan melalui Musyawarah untuk Mufakat.
2. **Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua** sepakat bahwa perjanjian ini ditafsirkan menurut Hukum Republik Indonesia dan karenanya penyelesaian atas sengketa yang timbul akibat perjanjian ini juga akan diselesaikan menurut Hukum Republik Indonesia yang berlaku.

Pasal 6
Ketentuan lain

1. **Pihak Kedua** bersedia untuk melakukan kerja lembur apabila perusahaan menghendaki adanya lembur dengan tidak memperoleh kompensasi.
2. **Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua** sepakat bahwa semua peraturan, persyaratan dan atau ketentuan lainnya yang telah diberlakukan maupun yang baru akan diberlakukan di kemudian hari, merupakan pelengkap dan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini dan tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya.
3. PT. MAESINDO INDONESIA setiap saat berhak untuk merubah isi/materi Perjanjian ini dikemudian hari sesuai dengan kebijaksanaan Manajemen PT. MAESINDO INDONESIA dan Atas perubahan tersebut maka otomatis membatalkan Isi/materi Perjanjian. Perubahan akan beritahukan secara tertulis kepada **Pihak Kedua** dan atau diumumkan secara terbuka.

Perjanjian ini dibuat oleh kedua belah pihak diatas kertas yang bermeterai cukup serta mengikat secara sah setelah ditandatangani oleh kedua belah pihak yang berwenang pada hari dan tanggal sebagaimana tersebut pada bagian awal Pejanjian ini.

Yogyakarta, 06 Pebruari 2017

Pihak Pertama,
MAESINDO INDONESIA



Y. Anita Puspa W, SH. M.Hum
Dir. Personalia

Pihak Kedua,

(Handwritten signature)

Alprilianka

Lampiran Formulir Penilaian



FORMULIR PENILAIAN

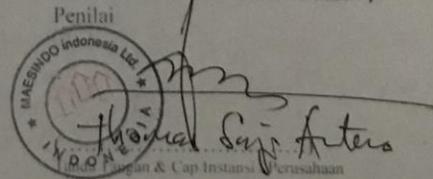
Nama Instansi / Perusahaan : PT. MAESINDO INDONESIA
 Nama Penilai : THOMAS SUJI ANTORO
 Jabatan : DIREKTUR BUSINESS DEVELOPMENT
 Alamat Kantor / Perusahaan : DUSUN KARANG JATI, BANGUNJIWO, BANTUL - YK
 Nomor Telepon : (0274) 413163
 Nama Mahasiswa yang dinilai : ALPRI LIANKA
 PKL/ Magang di bagian : BISNIS DEVELOPMENT
 Mulai PKL/ Magang Sejak :

Jenis Kemampuan	Tanggapan / Komentar Pihak Pengguna **				
	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
Komunikasi		✓			
Kerjasama		✓			
Kemandirian		✓			
Kreativitas		✓			
Kemampuan menggunakan alat modern		✓			

** Mohon diisi dengan tanda ✓ pada kolom isian diatas

Komentar lain / saran – saran :
 MOHON MENINGKATKAN FOKUS DALAM PEKERJAAN
 DAN KREATIVITAS.

YOGYAKARTA, 15 MEI 2017

Penilai

 MAESINDO Indonesia Ltd.
 & Cap Instansi Perusahaan

AKADEMI KOMUNIKASI INDONESIA
 Jl. Lakada Adisucipto Km 6,5 No. 279 Yogyakarta 55281 Telp. 0274-4533864, 484574 e-mail: humas@skindo.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Agustrijanto. 2002. *Copywriting*. Bandung: Rosda.
- Ahmadi, Abu. 1982. *Psikologi Sosial*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Azis, Alifudin. 2009. *Mendesain Kaos Distro dengan CorelDraw*. Jakarta: Mediakita
- Hendratman, Hendi. 2014. *Computer Graphic Desain*. Jakarta: Informatika.
- Hendratman, Hendi. 2014. *The Magic of CorelDraw*. Bandung: Informatika.
- MADCOMS. 2017. *CorelDraw X8 Untuk Pemula*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soeratno. 2000. *Ekonomi Mikro Pengantar Edisi ke-1*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sudarman, Ari. 1997. *Teori Ekonomi Mikro Buku 1 Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE UGM.

B. Internet

- Corpon Studio. 2018. "Corpon". (www.jagodesain.com), diakses tanggal 12 April 2018.
- Maesindo. 2015. "Maesindo Indonesia". (www.maesindo.com), diakses tanggal 21 November 2017.
- Templateism. 2014. "Go Papercup". (www.gopapercup.com), diakses tanggal 21 November 2017.