



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

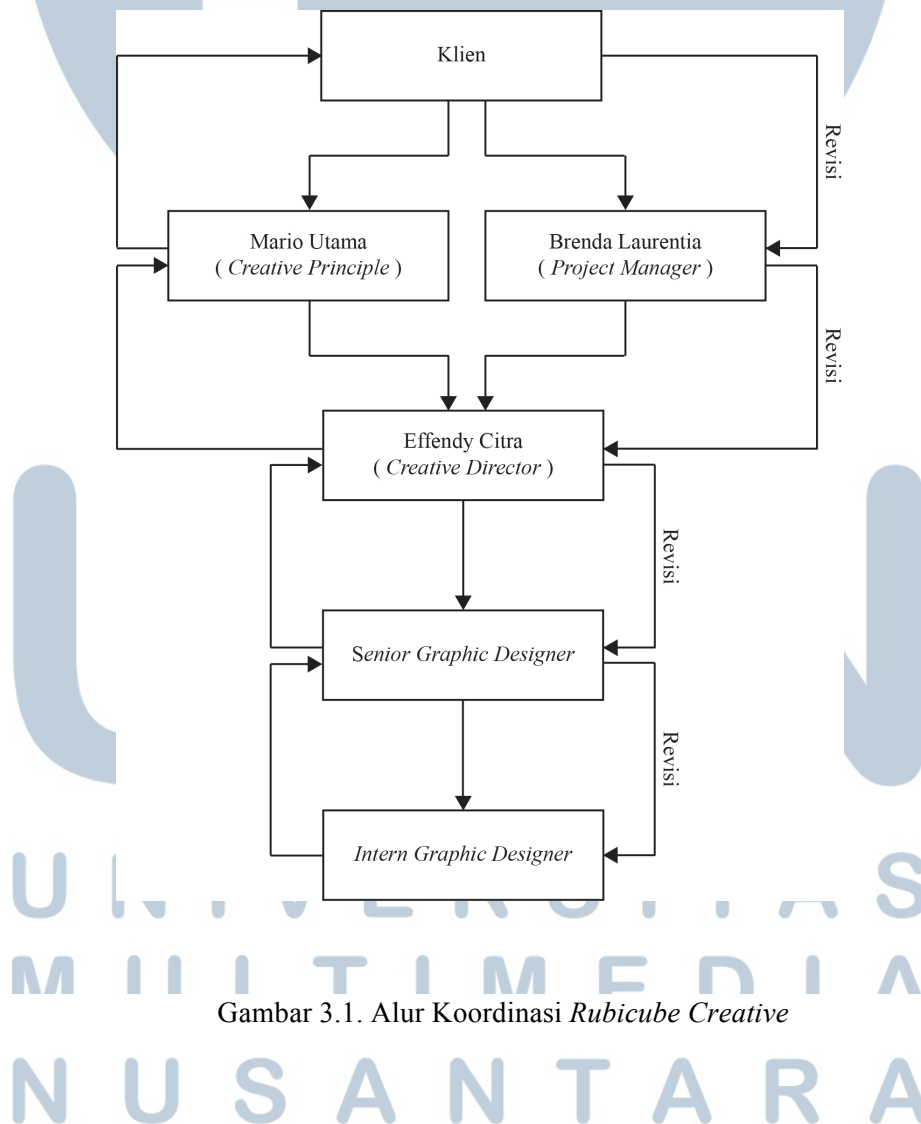
1. Kedudukan

Selama menjalani kerja magang atau *internship* di Rubicube Creative, penulis diposisikan sebagai salah satu *intern graphic design* yang dibimbing dan diawasi oleh *Creative Director*, bapak Effendy Citra serta para *graphic designer* tetap. Penulis mendapatkan berbagai macam pekerjaan yang diberikan oleh *graphic designer* tetap, bapak Effendy Citra sendiri serta *Creative Principle* yaitu bapak Mario Utama. Selama mengerjakan setelah melakukan *brief*, penulis mendapat bimbingan dan banyak diberi ilmu baru dari bapak Mario Utama dan bapak Effendy Citra, sehingga semua tugas dapat terselesaikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

2. Koordinasi

Selama kerja magang, penulis diberikan beberapa tugas yang harus diselesaikan sesuai *deadline*. Selain mendapatkan tugas langsung dari bapak Effendy Citra dan bapak Mario Utama, para *graphic designer* yang membutuhkan bantuan pun terkadang memberikan tugas kepada penulis. Setiap pekerjaan yang diberikan, bapak Effendy Citra, bapak Mario Utama maupun *graphic designer* melakukan *brief* terlebih dahulu secara langsung tentang apa yang harus penulis lakukan dan menyesuaikan dengan keinginan klien. Jika proyek yang didapatkan penulis harus dimulai dari nol, penulis diharapkan untuk mencari konsep dan melakukan *brainstorming* yang setelah itu harus di presentasikan terlebih dahulu kepada *Creative Director* atau *Creative Principle*. Setelah konsep disetujui, penulis baru bisa memulai untuk mensketsa desain sesuai konsep yang telah dibuat. Setelah mendapat banyak sketsa, penulis harus meminta pendapat kepada *Creative Director* atau *Creative Principle* tentang desain manakah yang sesuai dengan konsep dan keinginan klien. Sketsa desain yang telah dipilih dipindahkan kedalam

software untuk dibuatkan *digitalnya*. Setelah semua selesai, penulis harus membuat final presentasi yang berisi konsep dan hasil desain serta desain *optional* yang siap untuk dipresentasikan kepada klien. Jika proyek tersebut merupakan proyek lanjutan yang sudah pernah dikerjakan, penulis tidak perlu membuat konsep dan presentasi akhir. Setelah semua proyek telah diselesaikan dengan baik dan sempurna, *Creative Director* akan mengirimkan hasil kerja tersebut kepada *Project Manager* atau *Creative Principle* untuk diserahkan kepada klien.



Gambar 3.1. Alur Koordinasi *Rubicube Creative*

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Tugas Kerja Magang

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan mahasiswa
1	• Perkenalan <i>jobdesk</i> • <i>Briefing</i> untuk logo Karangdawa, Nusa Penida • Sketsa logo Karangdawa, Nusa Penida
2	• Asistensi logo Karangdawa, Nusa Penida • Membuat <i>digital</i> dari sketsa logo Karangdawa, Nusa Penida • <i>Training</i> tentang <i>art</i> dan <i>design</i> • Mencari referensi untuk <i>company profile</i> • Membuat konten untuk <i>instagram</i> • Membuat dan me-<i>layout design</i> untuk <i>instagram</i> • <i>Training test</i> tentang <i>art</i> dan <i>design</i>
3	• <i>Project update</i> dengan bapak Mario Utama • <i>Training</i> tentang <i>font</i> • Membuat konten untuk <i>company profile</i> Rubicube Creative • <i>Mock-up</i> portofolio Rubicube Creative untuk dimasukkan ke dalam website • <i>Training test</i> tentang <i>font</i>
4	• <i>Mock-up</i> portofolio Rubicube Creative tambahan untuk dimasukkan ke dalam website • Membantu mencari nama untuk restoran ayam • Membantu membuat logo SOLEIL
5	• Membuat <i>template</i> website untuk proyek bapak Mario Utama • <i>Training</i> lanjutan mengenai <i>font</i> • <i>Photoshoot</i> untuk portofolio FiftyMM Studio
6	• Membuat <i>digital imaging</i> untuk JUNO Hotel • Mengubah <i>banner</i> Fukuro Cafe sesuai dengan apa yang

	disuruh • Membuat <i>typography</i> untuk <i>banner</i> Fukuro Cafe • Mengubah konten sosial media Fukuro Cafe • <i>Outing</i> berolahraga bersama
7	• Membuat revisi <i>signage</i> untuk JUNO Hotel • Membuat revisi <i>signage</i> untuk ASHLEY Hotel
8	• Revisi <i>signage</i> ASHLEY Hotel • <i>Project update</i> bersama bapak Mario Utama • <i>Briefing</i> untuk membuat logo Luxe Beaute • Mencari konsep untuk logo Luxe Beaute • Asistensi konsep untuk logo Luxe Beaute • Sketsa logo Luxe Beaute • Membuat digital logo dari sketsa yang telah dibuat untuk Luxe Beaute • <i>Outing</i> ke FGD Expo
9	• Membuat presentasi akhir logo Luxe Beaute yang siap untuk diserahkan kepada klien • Membuat motif/<i>pattern</i> karpet untuk proyek CPC • <i>Briefing</i> untuk logo MAZZARO • Sketsa logo MAZZARO • <i>Training</i> tentang <i>printing</i>
10	• Membuat motif/<i>pattern</i> karpet untuk proyek CPC • <i>Mock-up</i> logo Lalla • Membantu <i>digital imaging</i> JUNO Hotel • <i>Briefing</i> untuk Petals City • <i>Brainstorming</i> bersama <i>team</i> untuk Petals City • <i>Animation</i> untuk undangan ulang tahun Jose, kerabat bapak Mario Utama
11	• <i>Final</i> video animasi untuk undangan ulang tahun Jose • <i>Briefing</i> untuk <i>grand opening</i> GOGOGO Restoran miliki

	bapak Mario Utama • Membuat aset untuk keperluan video <i>motion graphic</i>
12	• Membuat video <i>motion graphic menu</i> untuk <i>grand opening</i> GOGOGO Restoran • Asistensi video <i>motion graphic grand opening</i> GOGOGO Restoran • <i>Final</i> dan <i>rendering</i> video <i>motion graphic</i> untuk <i>grand opening</i> GOGOGO Restoran
13	• <i>Review</i> video <i>motion graphic</i> GOGOGO Restoran • Membantu mencari referensi gambar yang dibutuhkan <i>graphic designer</i> • Membantu sketsa logo Petals City

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama kerja magang, penulis diberikan beragam tugas yang sesuai dengan apa yang telah penulis pelajari pada masa perkuliahan. Walaupun begitu, banyak hal yang menyadarkan penulis bahwa apa yang telah dipelajari pada masa perkuliahan hanya merupakan ilmu dasar yang digunakan pada dunia kerja. Dengan diberikannya beberapa proyek nyata, penulis bisa mendapatkan pengalaman baru dan pelajaran yang sangat berguna.

3.3.1. Perancangan Logo Luxe Beaute

Luxe Beaute merupakan suatu *platform* yang berada di *instagram* yang menjual berbagai macam produk kecantikan yang eksklusif. Seperti yang banyak orang ketahui bahwa pada era ini, telah banyak *platform* yang menyediakan produk-produk kecantikan dengan harga yang beragam. Untuk membedakannya, logo adalah salah satu solusinya agar *platform* bisa lebih dikenal oleh orang banyak. Selain itu menurut Rustan (2009) logo juga berfungsi sebagai identitas yang mengandung citra produk dan perusahaannya agar bisa berhasil dipasarkan sesuai dengan target pasar.

Sebelumnya, penulis diberikan *brief* oleh bapak Mario Utama selaku *Creative Principle* bahwa Luxe Beaute menjual produk-produk kecantikan untuk kalangan menengah sampai menengah ke atas dengan harga yang lumayan mahal. Produk-produk yang dijual seperti ColourPop, Tarte, Anastasia Beverly Hill dan banyak lagi sehingga penulis memiliki gambaran mengenai *brand* yang ingin diciptakan. Permintaan klien yang tidak banyak membuat penulis lebih bebas untuk bereksplorasi untuk membuat logo Luxe Beaute. Ditambah lagi penulis tidak diberi *deadline* untuk mengerjakan logo tersebut sehingga penulis harus bisa menentukan sendiri *deadline*-nya. Setelah melakukan *briefing*, *Marketing Executive* mengirimkan file yang diberikan oleh Luxe Beaute yaitu berupa logo yang telah ada sebelumnya. Berikut adalah gambar logo Luxe Beaute sebelumnya:



Gambar 3.2. Logo Luxe Beaute sebelum di *redesign*

Menurut *team* dari Rubicube Creative dan menurut penulis, logo tersebut memang kurang sesuai dengan *brand* yang ingin dibangun oleh Luxe Beaute. Mulai dari jenis tulisan yang digunakan sudah terkesan *old* dan juga warnanya yang terkesan sangat mahal apalagi jenis warna yang dipakai ialah *blink-blink*.

Sebelum melakukan *redesign*, penulis dan partner mencari dan menciptakan *brand value* untuk Luxe Beaute yaitu *simplicity*, *sophisticated* dan *confidence*. *Brand value* ini berfungsi untuk menjadi parameter dalam mendesain. Penulis dan partner menentukan *brand value* ini karena yakin pasti semua orang mengetahui bahwa kosmetik berguna mempercantik fisik pribadi seseorang

sehingga penulis harus mengambil *brand value* yang lebih tersirat. Akhirnya penulis menentukan bahwa kecantikan seseorang tidak hanya dilihat dari luar, tetapi juga dari kepercayaan diri seseorang. Karena penulis ingin menyampaikan pesan bahwa jika berbelanja kosmetik di Luxe Beaute, konsumen akan lebih percaya diri karena produk yang dijual terjamin, *original*, dan berkualitas.

Setelah menentukan *brand value* dari Luxe Beaute, penulis mulai mencari konsep untuk membuat logo yang lebih spesifik. Akhirnya terciptalah konsep pertama yang dibuat oleh partner kerja penulis yaitu *Boldness in Beauty*. Konsep kedua diciptakan oleh penulis sendiri yaitu *Be Different* dengan kata kunci *Diverse*, *Humble* dan *Elegant*. Penulis ingin menyampaikan bahwa seseorang dilahirkan secara berbeda-beda. Walaupun begitu, seseorang bisa tampil cantik jika memiliki kepercayaan diri atas perbedaan yang dimiliki dirinya. Setelah mendapatkan konsep, penulis dan partner mulai melakukan sketsa logo di kertas maupun secara digital, dari menentukan font, warna, hingga tata letak.



Gambar 3.3. Sketsa logo Luxe Beaute dengan konsep 2 dan 3

Setelah asistensi dengan *Creative Director* dan *Creative Principle* dengan banyak argumentasi yang telah dilontarkan, ditentukanlah sketsa logo yang berpotensi untuk dieksplorasi lagi menjadi desain logo yang sebenarnya. Berikut adalah logo yang sesuai dengan konsep kedua:



Gambar 3.4. Logo Luxe Beaute dengan konsep 2

Font yang digunakan adalah *serif* dengan adanya perbedaan di huruf *ea* yang dibuat *italic* sehingga mencerminkan sensasi *elegant*. Dengan warna-warna dan posisi antar kata yang *humble* serta dua warna yang mencerminkan *diversity*. Penulis juga mencoba eksplorasi logo dengan menggunakan font *san serif* tetapi tetap menjaga kata kunci yang telah ditentukan pada konsep kedua. Akhirnya, penulis telah menyelesaikan logo Luxe Beaute yang mencerminkan konsep *Be Different*.



Gambar 3.5. Logo Eksplorasi Luxe Beaute dengan konsep 2

Selain membuat logo, penulis juga diminta untuk membuat aplikasi logo ke dalam tas belanja atau *packaging* Luxe Beaute. Dari pihak Luxe Beaute hanya ingin penulis menentukan dimana letak logo yang akan diletakkan nantinya diatas *packaging*. Penulis memberikan beberapa referensi *packaging* yang telah diaplikasikan logo Luxe Beaute tersebut.



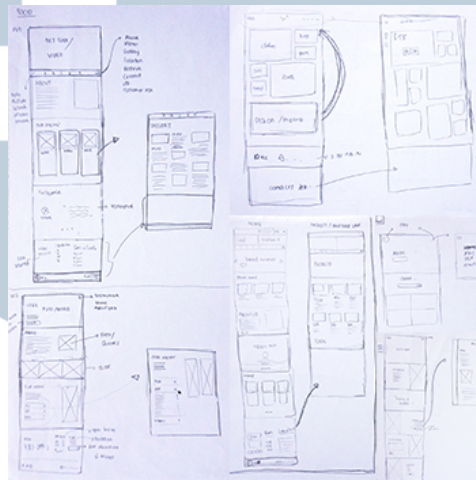
Gambar 3.6. Aplikasi logo ke dalam *packaging* dengan konsep 2

Setelah semua selesai, penulis diharuskan membuat presentasi yang siap untuk diserahkan kepada klien. Presentasi tersebut berisi logo lama sebelum di *redesign*, *brand value*, konsep, *moodboard*, logo yang telah di *redesign*, dan beberapa logo eksplorasi yang menjadi opsional. Setelah menyelesaikan presentasi dan menggabungkan presentasi dengan partner, penulis dan partner mengasistensi kembali kepada *Creative Director* dan *Creative Principle* sebelum dikirimkan kepada klien. Terakhir penulis dan partner merevisi apa yang telah diarahkan dan mengirimkan *file* tersebut kepada *Marketing Executive* untuk diserahkan kepada klien.

3.3.2. *Template Website Komersil*

Berawal dari bapak Mario Utama yang memiliki rencana untuk membuat sebuah bisnis yang menjual berbagai *template* website seperti website restoran, hotel, dan

banyak lagi. Rencana yang tertunda selama hampir 5 tahun ini akhirnya ingin dilanjutkan kembali dan penulis membantu dalam membuat beberapa *template* website. Bapak Mario Utama memberikan *brief* dan referensi *template* website yang berasal dari luar negeri untuk memudahkan penulis dalam membuat sebuah *template* yang *simple* tetapi tetap terlihat indah. Target pasar yang ingin dicapai bapak Mario Utama adalah kalangan menengah hingga ke atas sehingga *taste* dari desain *template* ini tidak boleh terlalu ramai dan penuh. Setelah melakukan *brief*, penulis memulai untuk sketsa *wireframe* pada kertas.



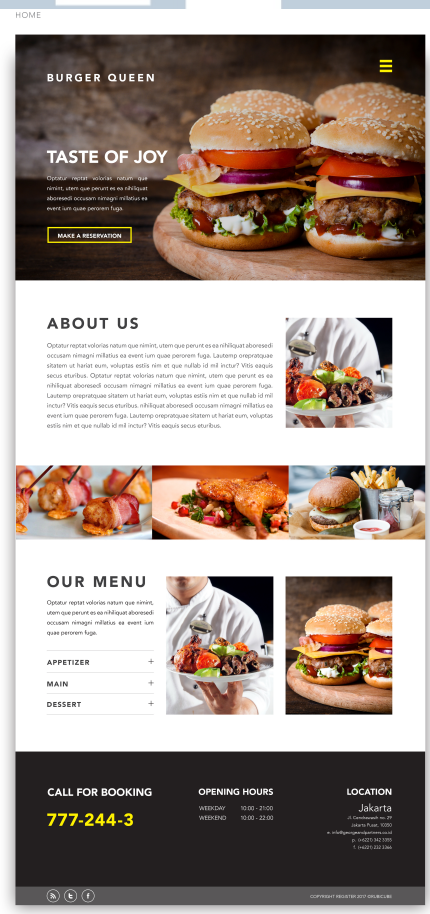
Gambar 3.7. Sketsa *wireframe template* website

Setelah melakukan sketsa *wireframe*, penulis langsung membuatnya dalam bentuk digital yang nanti akan diasistensi oleh *Creative Director*. Saat melakukan digitalisasi, penulis belum menggunakan ukuran yang spesifik, tetapi tetap memperhatikan kolom dan baris yang sesuai sehingga *layout* layak dipandang. *Typeface* yang digunakan sama dengan apa yang telah diarahkan oleh *Creative Director* yaitu font Avenir. Untuk ukuran, penulis menggunakan prinsip hirarki mulai dari 11pt untuk size menu, 12pt untuk *bodytext*, 40pt untuk headline, dsb. Warna yang dipakai juga berbeda-beda sesuai dengan isi konten *website* tersebut.

Untuk pengaturan grid, penulis menyesuaikan dengan website yang akan dibuat. Ada *template* yang dibuat dengan 2 grid, 3 grid, dan 4 grid. Grid yang

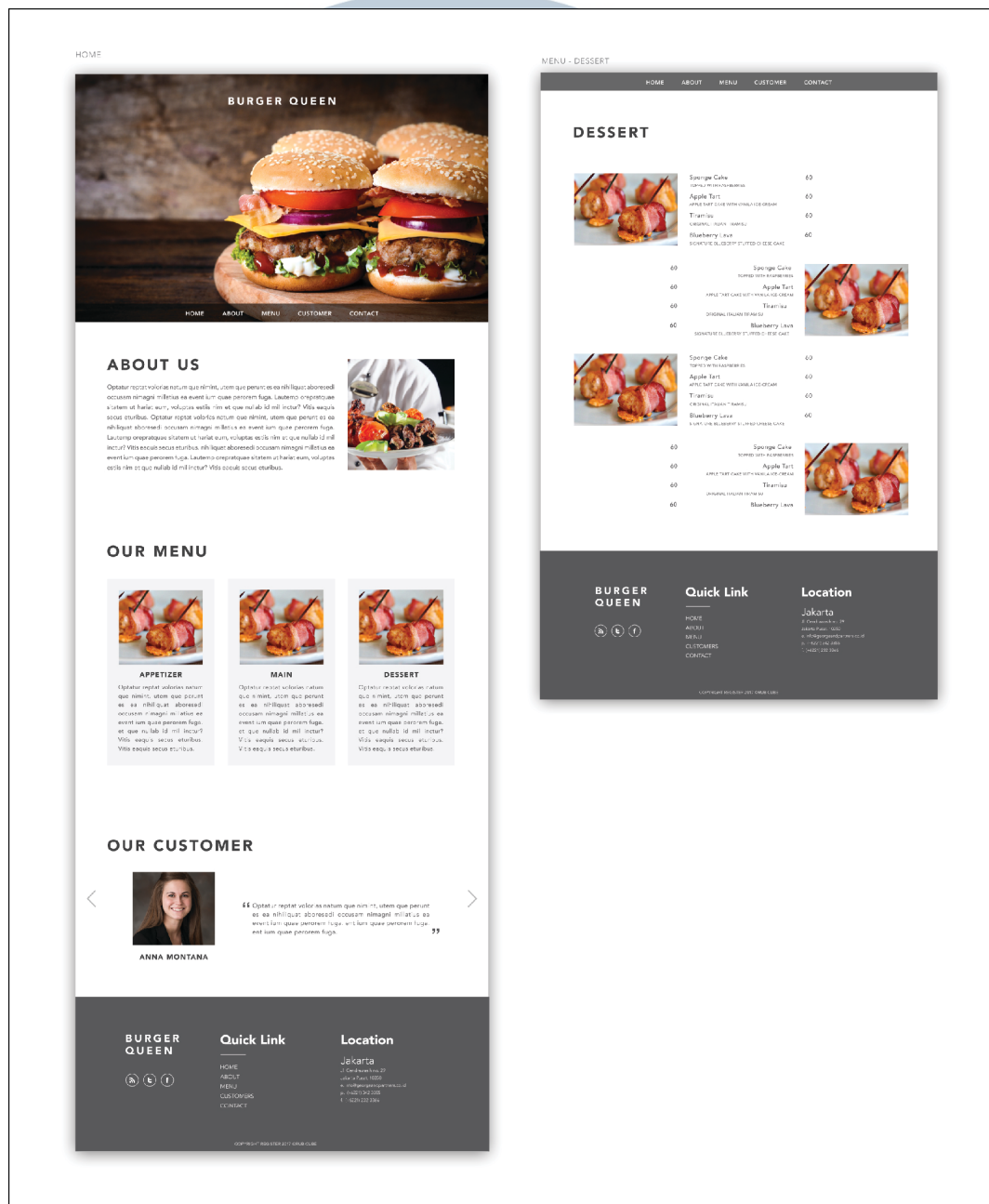
dipakai hanya 1 macam untuk 1 website agar terlihat lebih konsisten dan terlihat lebih rapi.

Penulis hanya membuat *template* sampai dalam bentuk digital yang nantinya akan diserahkan ke *Cranium* yang merupakan *team* IT PT. Royal Rubi Kubus Asia.



Gambar 3.8. Digitalisasi *template* website food 1

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

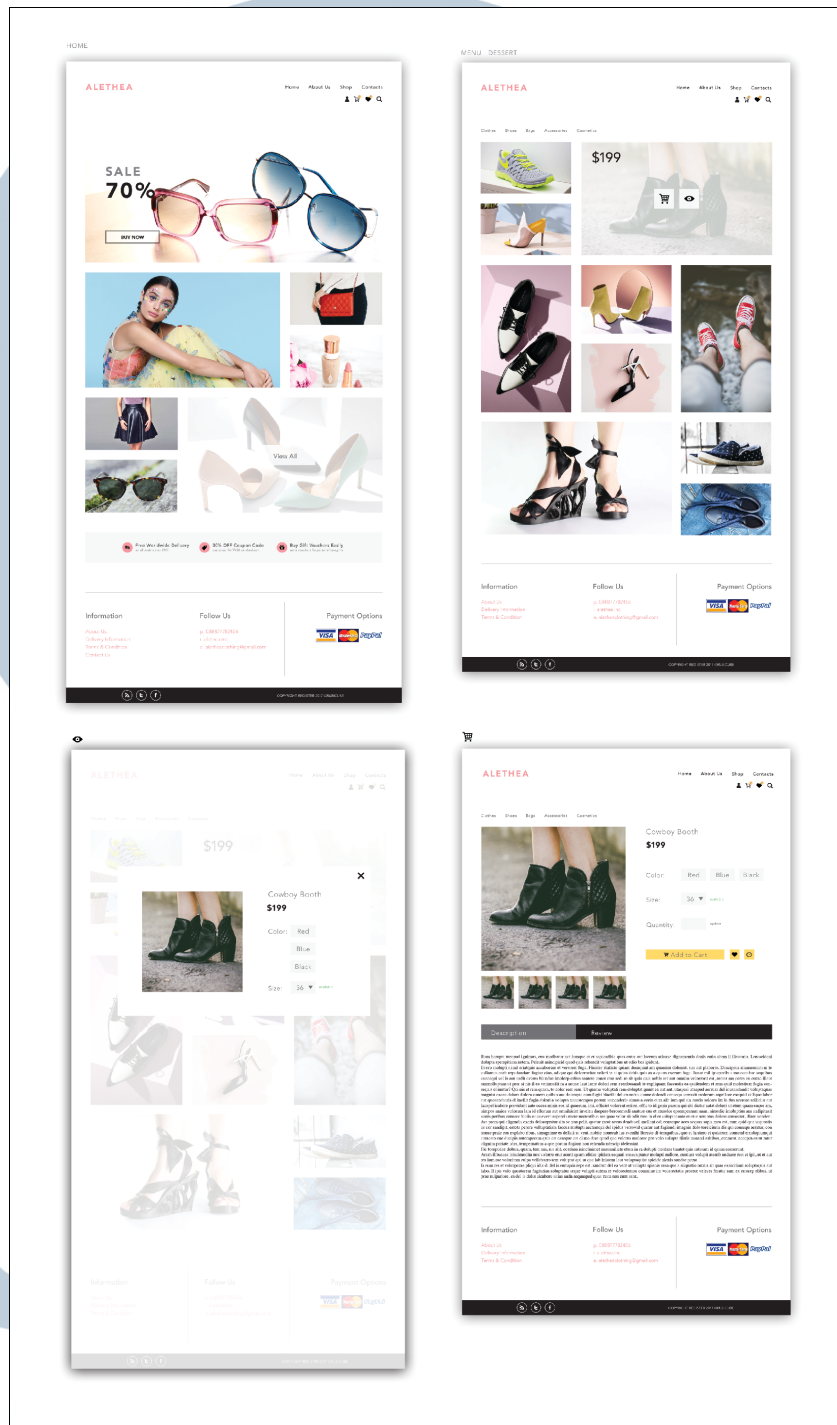


Gambar 3.9. Digitalisasi *template* website food 2

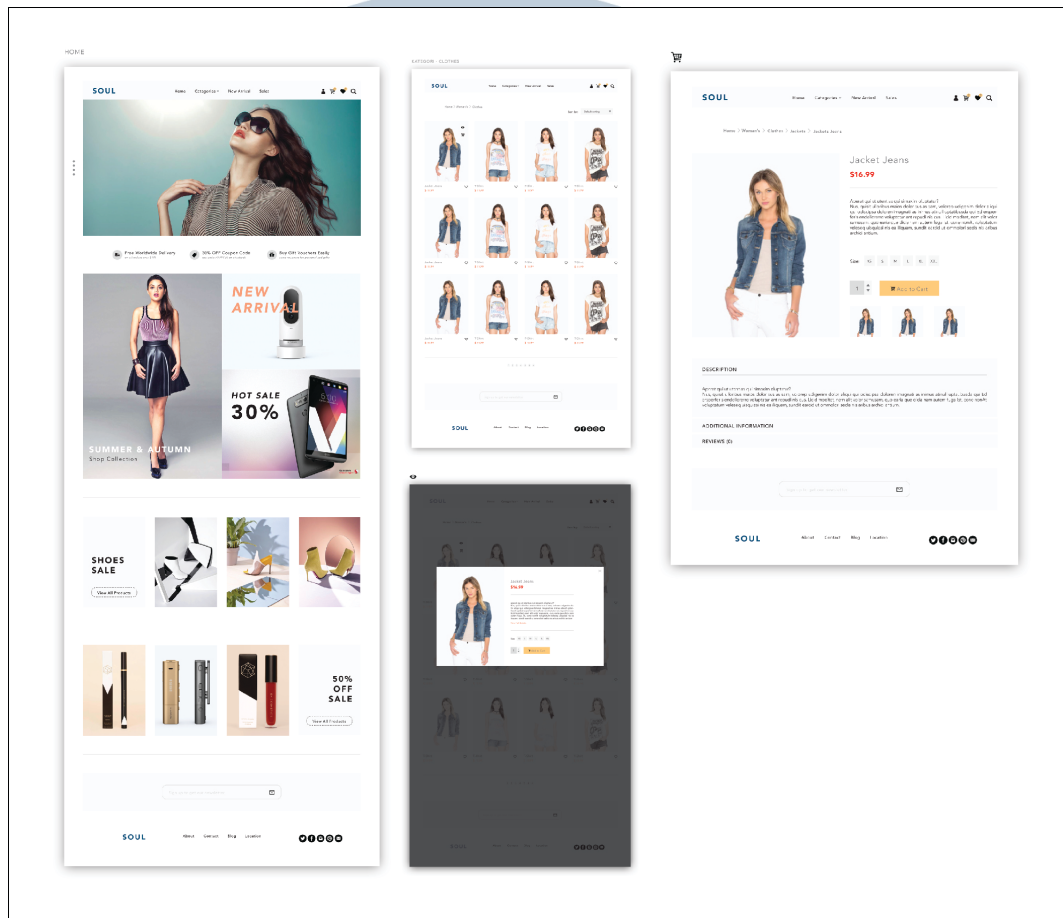
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.10. Digitalisasi *template* website komunitas



Gambar 3.11. Digitalisasi *template* website retail 1



Gambar 3.12. Digitalisasi *template* website retail 2

3.3.3. Video *motion graphic* menu GOGOGO Korean Street Food

GOGOGO Korean Street Food merupakan salah satu bagian dalam PT. Royal Rubi Kubus Asia yang merupakan milik bapak Mario Utama sekaligus *Creative Principle* Rubicube Creative. Restoran Korea yang berlokasi sama dengan Rubicube Creative ini baru mengadakan *grand opening* pada tanggal 25 September 2017. Bapak Mario Utama membutuhkan video yang berisi menu restoran sehingga penulis dan *partner* ditugaskan untuk membuatnya. Penulis tidak banyak diberikan *brief*, hanya ditugaskan untuk memindahkan isi menu dari bentuk cetak menjadi video *motion graphic*. Hal ini membuat penulis dan *partner* tidak perlu membuat aset desain yang dibutuhkan. Penulis dan *partner* hanya menggerakkan aset melalui *software Adobe After Effects* dan menyusun aset

menggunakan *software Adobe Illustrator*. Selain itu, penulis dan *partner* hanya menggunakan prinsip *layout* agar memiliki komposisi yang baik. Dalam membuat video *motion graphic* tersebut, penulis dan *partner* menggunakan elemen-elemen seperti *doodle* dan balon kata. Pengerjaan video *motion graphic* ini memakan waktu selama satu minggu lebih termasuk revisi. Setelah video *motion graphic* telah penulis dan *partner* selesaikan, diserahkan kepada *manager* GOGOGO Korean Street Food dan ditampilkan pada televisi yang berada di dalam restoran.



Gambar 3.13. *Screenshot video motion graphic* GOGOGO Korean Street Food

3.3.4. Kendala yang Ditemukan

Selama proses menjalani kerja magang selama 3 bulan, penulis menemukan beberapa kendala, antara lain:

1. *Brief* yang terkadang tidak jelas dan tidak lengkap sehingga penulis merasa kesulitan dan merasa terhambat dalam mengerjakan pekerjaan yang telah diberikan.
2. Pengetahuan mengenai *software* inDesign yang kurang dipahami oleh penulis.

3. Ketidakkonsistenan terhadap komunikasi yang telah disampaikan oleh *Creative Director* sehingga membuat penulis merasa kebingungan saat ingin asistensi atau menghadapi pekerjaan.
4. Suasana hati *Creative Director* yang mempengaruhi kinerja yang menjadikan penulis berat hati saat menjalani kerja magang di *Rubicube Creative*.
5. Kurangnya fasilitas seperti kursi sehingga penulis dan pekerja magang lainnya merasa tidak nyaman menggunakan kursi tanpa sandaran saat bekerja di *Rubicube Creative*.
6. Perbedaan laptop antar pekerja magang sehingga sulit untuk mengirimkan atau memindahkan *file* dari yang berbasis apple ke windows.
7. Suasana lingkungan yang kurang sesuai dengan pribadi penulis.



Gambar 3.14. Meja *designer* tetap

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.15. Meja *designer* kerja magang

3.3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari semua kendala yang dialami penulis, beberapa masih bisa diatasi dengan baik. Seperti masalah perbedaan laptop, penulis bisa mengatasi dengan menggunakan *flashdisk* dan email. Masalah mengenai *brief* yang tidak jelas dan lengkap juga bisa diatasi penulis dengan cara bertanya kembali secara *detail* mengenai pekerjaan yang akan dikerjakan. Untuk masalah kenyamanan saat bekerja karena kursi yang tidak memiliki sandaran pun bisa diatasi dengan memakai kursi balkon yang lebih nyaman dibandingkan dengan kursi yang sebelumnya dipakai. Senior-senior desainer dan juga *Creative Director* juga banyak memberikan pengajaran mengenai *software* *inDesign* sehingga penulis sudah bisa menggunakannya dan mampu menyelesaikan pekerjaan yang diberikan.

Kendala terhadap lingkungan kantor dan sifat yang dimiliki *Creative Director* menjadi kendala yang cukup signifikan. Kebiasaan yang dilakukan para pekerja dan sifat yang dimiliki oleh *Creative Director* sering membuat para pekerja lain maupun penulis merasa tidak nyaman berada di kantor. Solusi yang

dilakukan penulis adalah mencoba untuk lebih mengerti suasana hati *Creative Director* jika ingin melakukan sesuatu, tidak melakukan hal-hal yang mengganggu pekerja kantor, dan fokus untuk bekerja secara maksimal sebagai pekerja magang di Rubicube Creative.

