



### **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:**

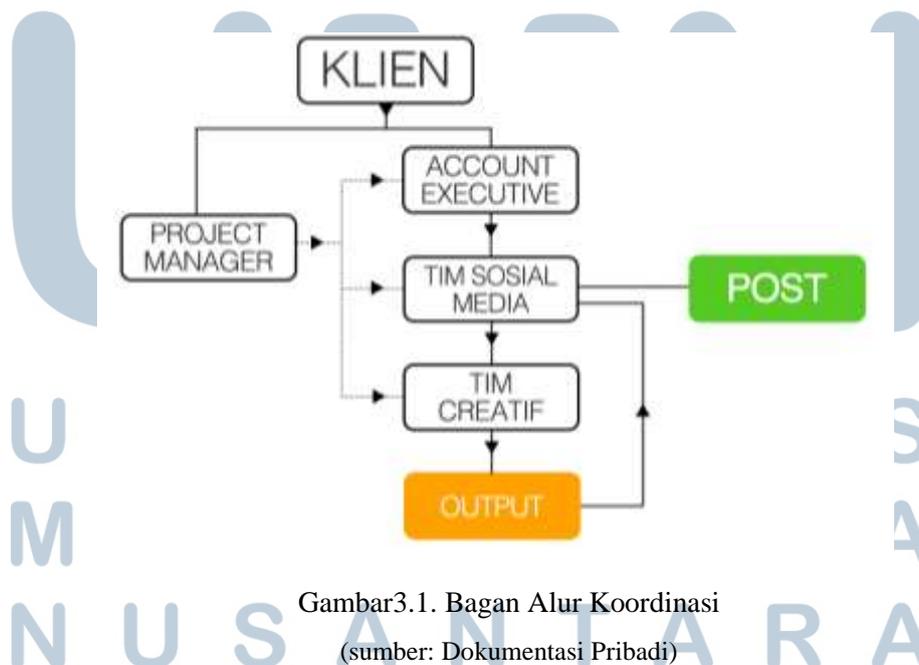
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis adalah pada tim kreatif. Ada beberapa jenis koordinasi yang dilakukan, tergantung dari proyek yang dikerjakan. Proyek yang baru atau *pitching*, tim kreatif banyak menerima koordinasi langsung dari *account executive* yang memegang proyek terkait. Proses seperti ini berlangsung hingga Dentsu *Digital* terpilih dan proyek tersebut menjadi proyek berkelanjutan.

Apabila sudah berkelanjutan yang lebih banyak bersinggungan langsung dengan tim kreatif adalah tim media sosial. Karena konten yang akan di *post* secara rutin sudah dipetakan oleh tim *social media* berdasarkan kesepakatan yang berlaku. Tim kreatif pun hanya mengolah bahan yang diberikan dan tidak melakukan *approval* langsung kepada klien, melainkan hanya memberi *output* yang sesuai permintaan kepada tim *social media* untuk di *post*.



Gambar3.1. Bagan Alur Koordinasi  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah rincian pekerjaan yang penulis lakukan selama 13 minggu di Dentsu Digital.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	I	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten Lenovo PC</li> <li>• Konten Lenovo Mobile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penulis mengolah bahan (foto model, foto produk, dan <i>copy</i>) yang disiapkan, untuk dijadikan SNS yang siap di unggah sesuai tanggal yang ditentukan.</li> </ul>
2.	II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sketsa <i>Big Idea</i> untuk Lenovo Yoga Y900</li> <li>• GDN Lenovo Ideapad 700</li> <li>• GDN Lenovo IC 900</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sketsa yang penulis buat adalah untuk pemilihan variasi ide untuk Lenovo Yoga <i>ads</i> yang akan dipresentasikan untuk pitching dengan klien.</li> <li>• GDN Lenovo Ideapad 700 dan IC 900 adalah iklan <i>web banner</i> yang berguna untuk <i>direct</i> target audiens langsung ke <i>website</i> resmi Lenovo untuk membelinya.</li> </ul>
3.	III	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materi Facebook “Intip Demit”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materi “Intip Demit” di Facebook adalah sebuah <i>event</i> yang dibuat oleh Lenovo dalam rangka mempromosikan VR (<i>Virtual</i></li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materi Facebook Eni Oil</li> </ul>	<p><i>Reality</i>) terbaru mereka.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materi Facebook Eni Oil adalah materi harian yang diunggah sesuai jadwal yang sudah ditetapkan.</li> </ul>
4.	IV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GDN Yamaha Vixion</li> <li>• Materi Bespoke Facebook Lotte Chocopie</li> <li>• Facebook Activity Lotte Chocopie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluncuran terbaru produk dari Yamaha, yaitu Yamaha Vixion yang membutuhkan media <i>web banner</i> sebagai media promosi mereka yang disebarluaskan ke <i>website-website</i> portal otomotif.</li> <li>• Materi <i>bespoke</i> Facebook Lotte Chocopie adalah sebuah ajakan untuk para ibu rumah tangga menyediakan cemilan menyenangkan untuk sang anak.</li> <li>• Materi Facebook Eni Oil adalah materi harian yang diunggah sesuai jadwal yang sudah ditetapkan.</li> </ul>
5.	V	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GDN Yamaha Mio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembuatan <i>web banner</i> dengan variasi berbagai macam <i>size</i> untuk diunggah ke beberapa <i>website</i> terkait dengan teknik <i>digital imaging</i> disetiap gambar</li> </ul>

			yang dihasilkan.
6.	VI & VII	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materi Facebook Lenovo Vibe P1 Turbo</li> <li>• CIMB Niaga Bespoke Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penulis <i>melayout</i> promosi Lenovo Vibe P1 Turbo dengan mengolah bahan (foto produk, dan <i>copy</i>) yang disiapkan untuk diunggah sesuai tanggal yang dijadwalkan.</li> <li>• <i>Bespoke</i> CIMB Niaga penulis buat untuk tetap aktif mengunggah <i>activity</i> di <i>social media</i> yang mereka miliki.</li> </ul>
7.	VIII	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram Activity CIMB Niaga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggunaan konten Instagram bagi CIMB Niaga adalah untuk menjadi <i>urban lifestyle role model</i> bagi para pengguna.</li> </ul>
8.	IX	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bespoke Facebook Moto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lenovo bekerja sama dengan Motorola (Moto) untuk peluncuran <i>gadget</i> terbaru Moto E<sup>3</sup> Power yang diluncurkan pada awal Oktober 2016, mulai dari sini mulai gencar pengenalan Motorola dari awal terbentuk.</li> </ul>

9.	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CIMB Niaga Instagram Activity</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggunaan konten Instagram bagi CIMB Niaga adalah untuk menjadi <i>urban lifestyle role model</i> bagi para pengguna, maka dari itu dibuatlah sebuah <i>posting</i> mingguan yang sudah ditetapkan jadwal pengunggahannya.</li> </ul>
10.	XI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Pitching</i> Dancow Batita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masuknya Dancow Batita pada Oktober 2016 akhir untuk menjadi <i>brand</i> baru yang ditangani Dentsu <i>Digital</i> membuat penulis selaku desainer yang berada dalam divisi <i>creative</i> dipercayai untuk melakukan <i>brainstorming key visual</i> untuk jenis komposisi layout yang akan digunakan pada saat naik ke media yang sudah ditentukan nantinya.</li> </ul>
11.	XII	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Pitching</i> Lakme Cosmetics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lakme <i>Cosmetics</i> adalah kosmetik asal India yang dibawa oleh Unilever untuk di distribusikan di industri kosmetik Indonesia. Pada saat itu Dentsu <i>Digital</i> memiliki kesempatan untuk memegang <i>brand</i> tersebut,</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• FB Cover Holiday Campaign Lenovo</li> <li>• Bespoke Eni Oil</li> </ul>	<p>disini penulis dipercayai kembali untuk membantu proses <i>pitching</i> tersebut dengan pembuatan <i>template ppt</i> dan <i>layout treatment</i> untuk penggunaan foto model yang akan digunakan ke dalam contoh konten <i>activitynya</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>FB Cover Holiday Campaign</i> Lenovo adalah bentuk sebuah ajakan undian untuk beberapa orang yang beruntung untuk menikmati liburan yang disponsori oleh Lenovo ke Wakatobi, Mandalika &amp; Labuan Bajo.</li> <li>• <i>Bespoke Eni Oil</i> adalah sebuah <i>posting</i> rutin yang dilakukan untuk kebutuhan konten Facebook. Penulis melakukan <i>digital imaging</i> untuk konten ini.</li> </ul>
12.	XIII	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lenovo Game League Cover for Facebook, Youtube, Twitter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Banner Cover</i> untuk facebook, youtube, dan twitter ini memiliki <i>size</i> yang berbeda-beda, konten <i>cover</i> ini berisi ajakan kompetisi</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten pemenang Eni Oil Facebook</li> </ul>	<p><i>Lenovo Gaming League ke-2</i> dengan keluaran laptop terbarunya Lenovo Ideapad Y900.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten pemenang Eni Oil yang diunggah ke facebook adalah jenis <i>layout</i> berbentuk kolom tabel yang berguna untuk <i>list</i> pemenang yang mendapatkan kesempatan <i>touring</i> ke Italia.</li> </ul>
--	--	--	---

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses magang di Dentsu Digital merupakan pekerjaan yang masih terjangkau oleh *software-software* yang penulis kuasai, yaitu menggunakan *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*. Dan semua *brief* yang penulis dapatkan hanya dapat diakses melalui [www.wrike.com](http://www.wrike.com). Wrike adalah sebuah platform kolaborasi *online* dimana membuat pekerjaan yang diberikan dapat dengan mudah diakses dengan dikelompokkannya sebuah *folder* berdasarkan projek-projek yang sedang dijalani. Setiap *folder* memiliki serangkaian tugas terkait yang berbeda. Tugas tersebut kemudian diberikan kepada sejumlah divisi terkait dengan rincian dan instruksi termasuk dalam deskripsi tugas dan tanggal jatuh tempo set tertentu.

#### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

Berikut adalah tiga karya terbaik yang pernah penulis buat selama dalam program magang di Dentsu Digital.

##### 1) Konten Instagram CIMB Niaga – *Your Type of Bank* (3 Oktober 2016)

*Account Executive* mendapat *brief* dari klien (CIMB Niaga) untuk membuat konten instagram dengan ketentuan penambahan *mock-up* CIMB Clicks dan jenis kartu ATM yang CIMB Niaga miliki. Dengan isi pesan yang disampaikan bahwa CIMB Niaga adalah bank yang melakukan inovasi untuk membantu nasabah dalam transaksi dimana pun dan kapan pun. Keberadaan konten ini diunggah setelah segala komposisi *layout* telah disetujui oleh *supervisor* penulis.

Proses pemberian *brief* ini berlangsung di dalam milis yang biasa digunakan di Dentsu *Digital*, yaitu [www.wrike.com](http://www.wrike.com). Setelah diterima oleh tim kreatif kemudian penulis mengerjakan sesuai *brief* yang ada. Penulis

diminta untuk membuat *post* dengan ketentuan “*your type of bank*”. Dengan ketentuan penambahan fitur-fitur terbaru dari CIMB Niaga. Ketentuan dari konten instagram tersebut memiliki ukuran kanvas 900 *pixel* X 900 *pixel* dengan format jpg.

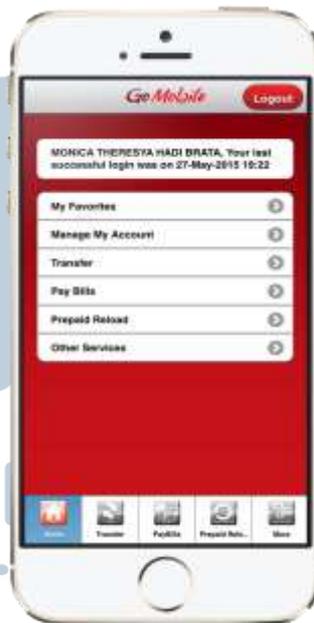


Gambar 3.3.1 *Mock-up* CIMB Clicks dalam PC  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

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 3.3.2. *Mock-up* Octo Pay dalam tablet  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.3.3. *Mock-up* CIMB Go Mobile dalam *smartphone*  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar3.3.4.Dua jenis kartu CIMB Niaga yang digunakan  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ketersediaan stok foto diatas hanya tersedia di CIMB Niaga *Bank Image*. Konten-konten foto seperti ini hanya dapat diakses oleh tim yang menangani CIMB Niaga. Maka dari itu di Dentsu *Digital*, yang dapat mengakses adalah tim media sosial karena mereka yang mengetahui konten apa yang harus diunggah.

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 3.3.5. Instagram SNS CIMB Niaga – “Your Type of Bank”  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil akhir konten instagram CIMB Niaga memang diwajibkan untuk menggunakan banyak dominasi *space* kosong (*long shot*) untuk kesan *clean* dan artistik disesuaikan dengan *audience behavior* yang ingin dituju oleh CIMB Niaga itu sendiri. Maka dari itu komposisi yang ditetapkan untuk membuat konten instagram CIMB Niaga harus selalu fokus kepada objek yang dituju, dominasi ruang kosong, dan *layout* yang beraturan (*rapi*). Tonal warna yang ditetapkan untuk pembuatan konten instagram harus selalu berkesan hangat (*warm*), cerah (*bright*), dan selalu memberikan sentuhan warna merah. Untuk aset gambar lain

penulis mengaksesnya melalui [www.123rf.com](http://www.123rf.com) untuk digabungkan dan *layout* dengan teknik *digital imaging* dalam software *Adobe Photoshop*.

## 2) ***Pitching Campaign Idea - Dancow Batita “Bantu Si Kecil Cepat Tanggap” (31 Oktober 2016)***

Akhir Oktober 2016 merupakan masa-masa kemunculan produk Dancow Batita untuk ditangani oleh Dentsu *Digital*. Sudah enam bulan belakangan produk kompetitor *head-to-head* nya dengan gencar melakukan promosi tentang keunggulan formula susu yang mereka miliki di media *digital*, sedangkan Dancow Batita belum melakukan hal yang sama. Maka dari itu tim media sosial dan media kreatif bekerja sama untuk memulai perjalanan secara digital dan mendapat perhatian dari para ibu sehingga mereka akan menggunakan Dancow Batita. *Brief* yang sudah matang terbentuk penulis dapatkan dari salah seorang *social media officer*. Penulis diminta untuk membuat tampilan Facebook *fanpage* yang Dancow Batita miliki tetapi dengan desain *key visual* yang baru. Penulis dipercaya untuk merancang elemen-elemen yang diperlukan untuk kebutuhan *key visual* setiap *bespoke* mereka kedepannya.

Pertama-tama, Dancow Batita tidak memiliki satu pun aset visual, maka dari itu penulis diminta untuk membuat ulang logo Dancow Batita, hasilnya adalah sebagai berikut.



Gambar 3.3.6. Hasil akhir logo Dancow Batita

(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Setelah pembuatan logo, dilanjutkan dengan perancangan *key visual mandatory* yang nantinya akan digunakan disetiap *posting activity* di *facebook fanpage* yang mereka miliki. Berikut *key visual* yang penulis rancang.

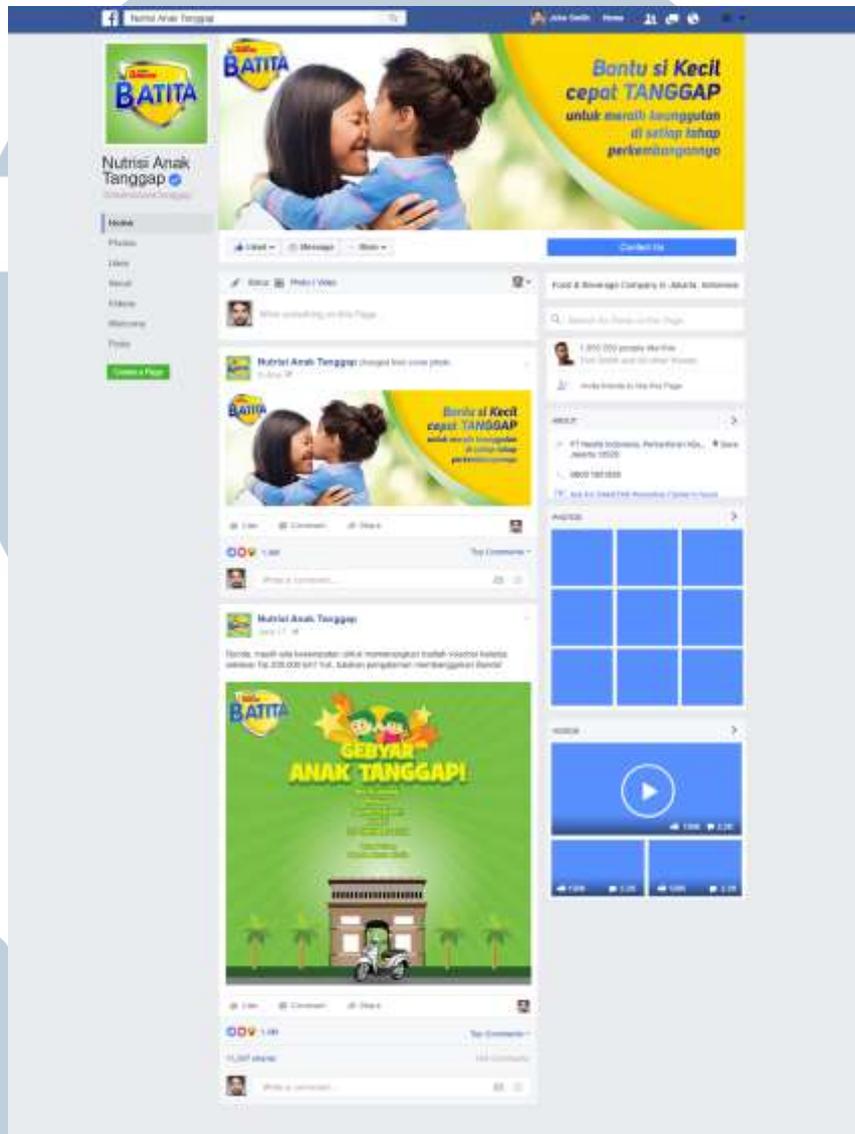
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.3.7. *Key Visual* di kanan bawah sebagai *mandatory* Dancow Batita (sumber: Dokumentasi Pribadi)

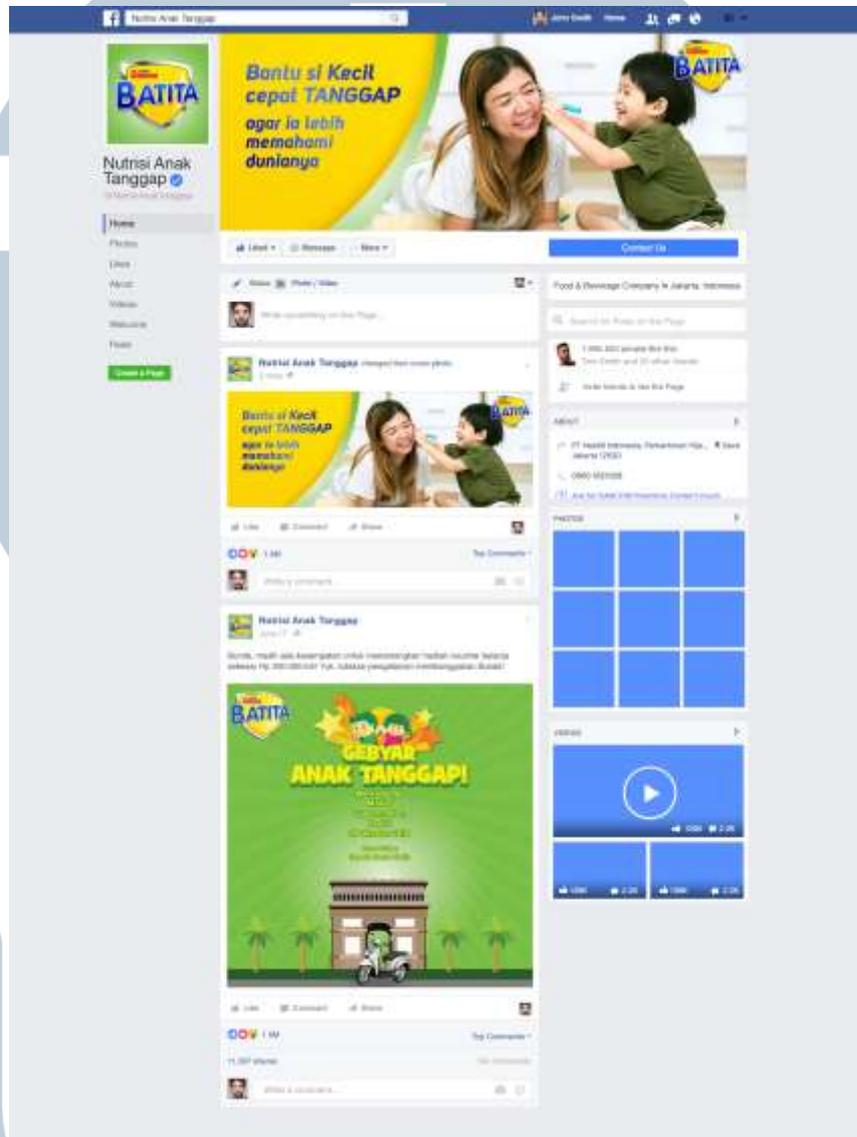
Penggunaan tonal warna yang penulis rancang lebih mengarah kepada warna kehijauan, sebagai bentuk representasi warna produk dari Dancow Batita tersebut. Penggunaan model di dalam gambar lebih mengarah kepada wajah Asia, karena produk ini tidak tersedia sampai luar Asia Tenggara. Aset model dan properti pendukung penulis dapatkan melalui *website* [www.123rf.com](http://www.123rf.com).

Tampilan *facebook fanpage* yang digunakan untuk keperluan *pitching* ini adalah perkiraan tampilan yang akan diluncurkan Dentsu Digital setelah *pitching* tersebut *goal* dengan klien (Dancow Batita). Berikut adalah tampilan *facebook fanpage*nya.



Gambar 3.3.8. Facebook Cover dengan letak Key Visual + Copy di kanan  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

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

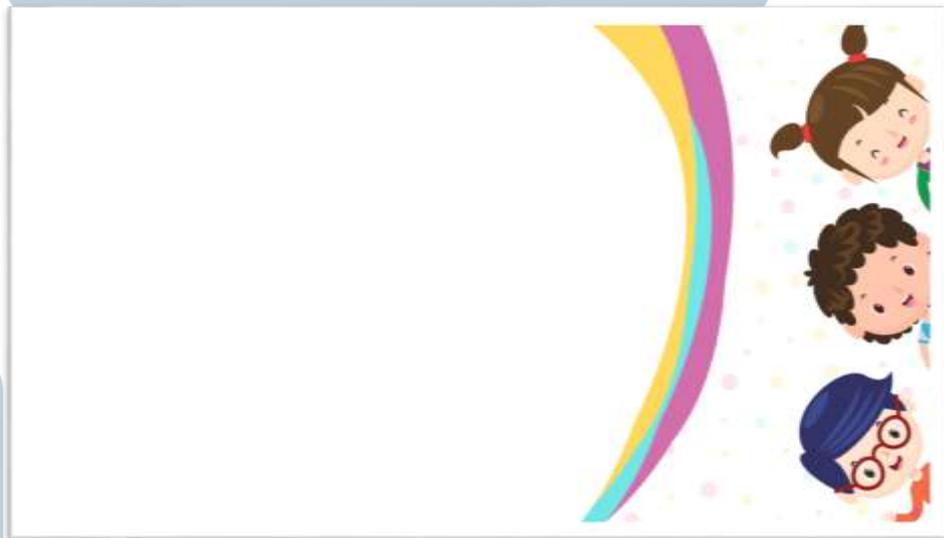


Gambar 3.3.9. Facebook Cover dengan letak Key Visual + Copy di kiri  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Penggunaan *key visual* di kanan dan kiri bersifat *optional*. Diperuntukkan untuk visual alternatif yang akan dipresentasikan saat *pitching* berlangsung.

Sebelum pembentukan *key visual* untuk *pitching*, penulis diberikan sebuah *brief* dari *Project Manager* untuk membuat sebuah *template* presentasi yang *playful* dan *colorful* untuk keperluan produk anak, keperluan *template* presentasi ini dikhususkan untuk presentasi Dancow Batita. Penulis menggunakan *vector* dalam *Adobe Illustrator* untuk membuat semua karakter yang ada dalam *template* presentasi tersebut.



Gambar 3.3.10. *Cover template* PPT untuk Dancow Batita  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

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 3.3.11. Opsi warna biru dan kuning untuk isi presentasi  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

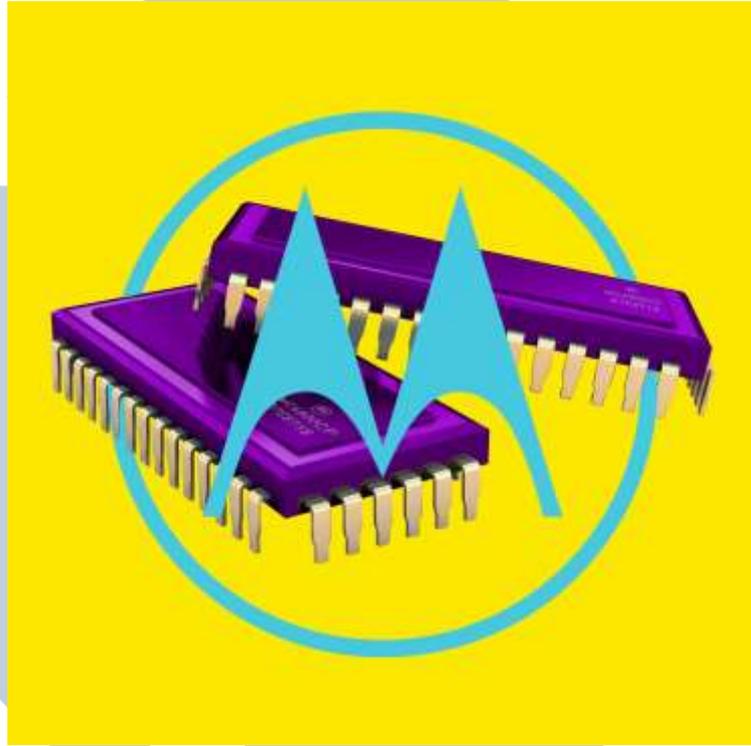


Gambar3.3.12. *Template* penutup presentasi  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

### 3) *Facebook Bespoke - MOTO Editorial Plan (13 Oktober 2016)*

*Gimmick* peluncuran *smartphone* terbaru dari Moto yaitu Moto E3 membuat Dentsu *Digital* harus mengunggah konten-konten bersifat ringan yang mengingatkan kembali kepada kejayaan Motorola sejak awal Motorola berdiri. Dimulai dari *microprocessor* pertama, *2 ways pager*, fitur *vibrate* di Motorola StarTAC, sampai pada akhirnya keluaran *smartphone* terbaru mereka yaitu Moto E3. Tujuan *editorial plan* ini yaitu untuk memperkenalkan *smartphone* terbarunya, yaitu Moto E3. Penulis diberi *brief* melalui [www.wrike.com](http://www.wrike.com) oleh *Account Executive* untuk membuat empat macam *bespoke* untuk diunggah ke dalam *facebook fanpage* mereka. Desain produk Moto dibuat dari elemen desain Merek Lenovo, karena Moto berada dalam naungan Lenovo. ‘*More is more*’ menggambarkan pendekatan desain Moto dan membantu membimbing bagaimana kita menggunakan elemen desain kita. Gaya desain visual Moto adalah gabungan fotografi, ilustrasi, warna dan grafis yang *sporty* digabungkan untuk menciptakan tampilan dan nuansa yang berani, khas dan percaya diri. Bidang warna yang luas menciptakan estetika mewah yang dianggap bebas dan dinamis. Berikut keempat visual dari *bespoke* tersebut.

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 3.3.13. . Konten #1 – Motorola *Microprocessor*  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

*Microprocessor* pertamanya Motorola berada di tahun 1974, dipercaya dan digunakan oleh berbagai perusahaan inovatif berteknologi tinggi seperti *Apple Macintosh*, HP, dan Atari. *Microprocessor* yang ada dalam konten #1 tersebut adalah gabungan dari *vector* dan *digital imaging* yang didesain dalam *Adobe Photoshop*. Kesulitan menemukan stok foto '*microprocessor*' membuat penulis harus membuat bentuknya dari awal dengan melihat referensi foto *microprocessor* yang asli.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.3.14. . Konten #2 – Motorola 2 Ways Pager

(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Motorola adalah perusahaan komunikasi yang pertama kali menemukan teknologi bertukar pesan via *handphone*. Berawal dari inovasi *pager*, lalu dikembangkan menjadi SMS (*Short Message Service*).

*Pager* diatas aslinya berwarna hitam, tetapi mengingat tonal warna yang digunakan Moto ialah warna-warna *vibrant*, maka dari itu penggunaan *digital imaging* untuk merubah *pager* tersebut menjadi warna *pink*.

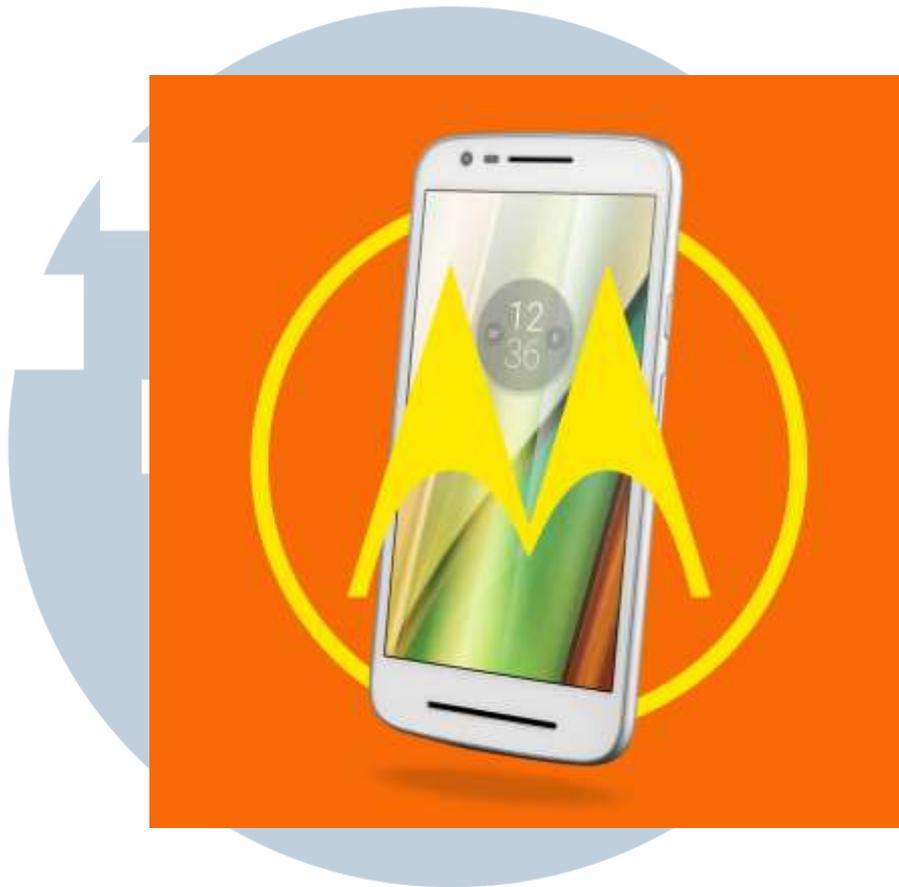


Gambar 3.3.15. Konten #3 – Motorola StarTAC

(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Salah satu terobosan inovatif dari Motorola yaitu penggunaan fitur *vibrate* pertama pada masanya, yaitu fitur yang ada dalam Motorola StarTAC, maka dari itu gaya visual yang digunakan menggambarkan sebuah guncangan yang disebabkan oleh vibrasi (getaran) tersebut. Penggunaan *digital imaging* dalam teknik ini membuat seolah-olah *handphone* tersebut bergetar tiada henti.

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 3.3.16. Konten #2 – Motorola E3

(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada konten keempat inilah adalah *emphasis* dari semua konten yang ada. Karena maksud dan tujuan *Editorial Plan* tersebut adalah mengenalkan produk terbaru Moto, yaitu Moto E3 dengan desain yang *slim* dan kekinian. Penggunaan *digital imaging* untuk mengubah warna *smartphone* hitam menjadi putih adalah teknik yang penulis gunakan untuk konten ini.