

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

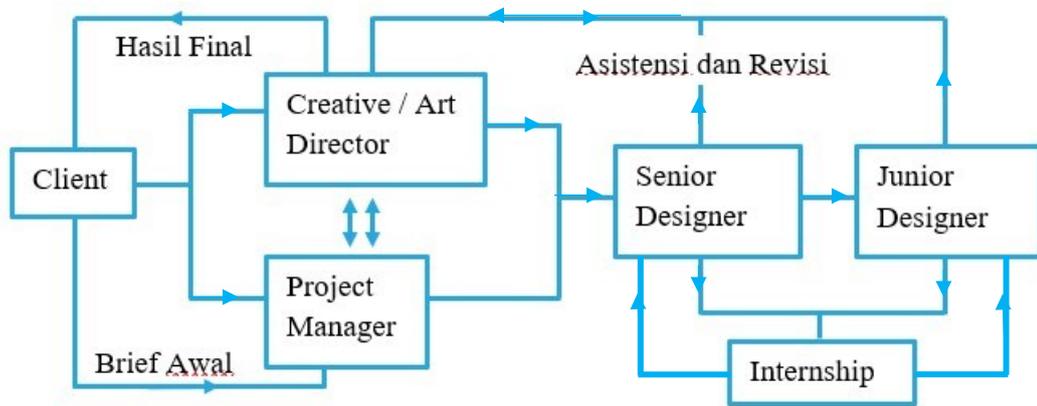
Penulis berada di posisi *internship*, dimana penulis menerima *brief* dari *junior brand designer*, atau dari *art director* dan *head designer* langsung. Penulis mengerjakan proyek sesuai *brief*.

1. Kedudukan

Kedudukan penulis berada di bagian *internship*, dimana penulis berada di bawah naungan *art director*, bisa dilihat di bagan gambar 2.1 di bab sebelumnya. *Art director* bertugas untuk menerima keinginan klien yang lalu segera disampaikan kepada *junior designer*, dan setelah itu dibagi kepada para *intern*. *Art director* sebagai pengamat yang juga mengawasi kerja para *intern* agar proyek tetap dikerjakan dengan tepat sesuai yang klien inginkan. *Intern* tidak berhubungan langsung dengan klien, melainkan konsep visual dan desain keinginan klien disampaikan melewati *art director* terlebih dahulu.

2. Koordinasi

Berdasarkan bagan alur koordinasi Dreambox Branding Consultant, *art director* menyalurkan instruksi konsep visual dan desain dari klien kepada *junior designer* yang lalu dilanjutkan ke *intern*, yaitu posisi sang penulis. Penulis melakukan proses desain sesuai dengan *brief* dari *art director* yang setelah itu dilanjutkan dengan asistensi dan diskusi dengan *art director*, bagaimana dengan hasil sementara dari penulis. Bila ada masukan dan beberapa kesalahan major maupun minor, penulis perlu melewati proses revisi desain sesuai yang sudah didiskusikan. Setelah penulis selesai melakukan revisi, penulis kembali menyerahkan hasil proyek kepada *art director* yang lalu segera dilanjutkan ke klien dan menunggu *feedback* dari klien. Berikut adalah bagan struktur koordinasi kerja di Dreambox Branding Consultant:



Gambar 3.1. Struktur Alur Kerja Dreambox Dreambox Branding Consultant

Alur kerja Dreambox Branding Consultant yaitu diawali dengan pertemuan atau *meeting* pertama dengan pihak klien dan dilakukannya *brief* untuk mengetahui dan mencatat semua keinginan klien. Setelah *brief* dengan pihak klien dilakukan, *project manager* dan *art director* bekerja sama dalam bertanggung jawab dan menemukan *problem solving* atas keinginan klien. Lalu *art director* membagi pekerjaan kepada para *senior designer* dan *junior designer* yang lalu diteruskan ke para *intern*. Terkadang *art director* langsung membagi pekerjaan langsung ke *intern*, tidak melalui *senior designer* dan *junior designer* terlebih dahulu.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan program magang, penulis telah menangani beberapa proyek. Berikut ini adalah tabel rincian proyek-proyek yang penulis lakukan selama praktik magang:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	<ul style="list-style-type: none">• Kompas Travel Fair• UFIT	<ul style="list-style-type: none">• Membuat gif Instagram story• Mendesain alternatif kartu nama
2	2	<ul style="list-style-type: none">• PT Easton Urban Capital	<ul style="list-style-type: none">• Mencari ide logo, <i>font</i>, dan gaya visual untuk proyek dari PT Easton Urban Capital
3	3	<ul style="list-style-type: none">• PT Easton Urban Capital• Kompas Travel Fair 2019	<ul style="list-style-type: none">• Mencari ide logo untuk proyek perumahan, membuat alternatif logo perumahan• Membuat <i>running text</i> KTF 2019
4	4	<ul style="list-style-type: none">• Kopi Chuseyo	<ul style="list-style-type: none">• Mendesain tembok kopi chuseyo, mendesain menu baru untuk TV Kopi Chuseyo

5	5	<ul style="list-style-type: none"> • Kompas Travel Fair 2019 • Kopi Chuseyo 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi Running Text, menaruh <i>thumbnail</i> video KTF 2019 • Mendesain stiker pintu masuk.
6	6	<ul style="list-style-type: none"> • APITEC • Kompas Travel Fair 2019 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendesain dan <i>mock up</i> <i>phone case</i>, poster, billboard, website, <i>banner</i> APITEC • Membuat 8 desain GDN, datang ke hari-H Kompas Travel Fair 2019 untuk menjadi panitia social media (instagram story @ktravelfair) pada tanggal 20-22 September 2019
7	7	<ul style="list-style-type: none"> • Bakmi GM 	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis desain instagram post Bakmi GM
8	8	<ul style="list-style-type: none"> • Bakmi GM • Kopi Chuseyo • Biotis • Modernland Cilejit 	<ul style="list-style-type: none"> • Riset desain Bakmi GM ke Bakmi GM Summarecon Mal Serpong • Revisi menu TV • Mendesain <i>stationery</i> (letterhead, id card, surat) • Mendesain social media post
9	9	<ul style="list-style-type: none"> • Modernland Cilejit 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi desain social media post

10	1 0	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi Chuseyo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendesain <i>sealer cup</i>
12	1 2	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi Chuseyo • UMN Masterclass 	<ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan desain <i>sealer cup</i> Kopi Chuseyo • Mendesain spanduk lorong naga UMN, TVC UMN, dan instagram story.
13	1 3	<ul style="list-style-type: none"> • UMN Masterclass • Kopi Chuseyo • Experia Travel Agent 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat spanduk lorong naga untuk masing-masing influencer, dan revisi • Mendesain poster untuk lift SDC • Membuat Instagram Story untuk diupload

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama proses magang berlangsung, penulis ikut serta dalam mendesain untuk beberapa klien milik perusahaan. Mulai dari mendesain GDN, menu TV untuk kafe Kopi Chuseyo, mendesain post media sosial milik klien, merancang dan mendesain PPT, hingga membuat *gif* Instagram dan *running text* untuk Kompas Travel Fair 2019. Penulis juga ikut serta dalam mendokumentasikan *rundown* dan hal-hal menarik yang sedang berlangsung di Kompas Travel Fair 2019 untuk Instagram story (@ktravelfair) selama tiga hari berturut-turut ditemani oleh para senior.

3.3.1 Gif Instagram untuk Kompas Travel Fair 2019

Kompas Travel Fair 2019 adalah sebuah acara *travel exhibition* yang diselenggarakan oleh Kompas Group setiap satu tahun sekali. Kompas Travel Fair 2019 digelar di empat kota di waktu yang bersamaan pada tanggal 20 September sampai 22 September 2019, di kota Jakarta, Medan, Makassar, dan Surabaya. Kompas Travel Fair 2019 Jakarta digelar di Gedung Jakarta Convention Center (JCC) Hall B. Pihak Kompas Travel Fair 2019 mengajak kerja sama dengan

Dreambox Branding Consultant dalam mempersiapkan *event* tersebut.

Pada proyek tersebut, penulis berkontribusi dalam membuat dua *gif* Instagram, video *running text*, dan delapan desain GDN yang sesuai dengan *brief* dari klien, dan sudah disetujui oleh pihak Dreambox dan Kompas Travel Fair 2019. Penulis juga menjadi panitia *social media* pada saat hari-H *event*, yaitu dari tanggal 20 sampai 22 September 2019.

1. Brief

Penulis mendapatkan brief dari seorang *art director* bahwa Kompas Travel Fair 2019 butuh lebih banyak *gif* Instagram yang nantinya akan digunakan pada hari-h *event*. Setelah penulis paham dengan *brief* dari *art director*, penulis diberikan aset-aset yang digunakan untuk kedua *gif* tersebut.

2. Konsep



Gambar 3.2. *Color Palette Gif* Instagram

Berikut diatas adalah warna-warna yang digunakan dalam membuat *gif* Instagram. Pemilihan warna jingga #E35D27 hijau *tosca* #108692 biru *gradient* #00386B - #0071B6 - #0086C8 dan kuning #DFA828 sudah ditentukan oleh pihak klien. Untuk melihat animasi kedua *gif* secara *full*, dapat langsung dilihat di pilihan Instagram *gif*, dengan cara mengetik “KTF” lalu kedua *gif* tersebut akan muncul.



Gambar **Error! No text of specified style in document.**11. *Supergraphic Gif* Instagram "Sekarang Bisa"

Berikut ini adalah *liquid* yang digunakan untuk *gif* Instagram. *Liquid* berwarna jingga digunakan agar khas Kompas Travel Fair 2019 dengan *supergraphic liquid* di setiap desain tetap ada dan konsisten.

3. Proses Pengerjaan

Setelah penulis mendapatkan *brief* dan aset-aset yang akan digunakan untuk membuat *gif*, penulis segera mengerjakan kedua *gif* tersebut. *Gif* pertama yang dibuat oleh penulis yaitu *gif* yang bertuliskan *tagline* Kompas Travel Fair 2019 "Sekarang Bisa" yang dianimasikan dengan Adobe After Effects. Pertama, penulis membuat *gif* "Sekarang Bisa" dengan teks berwarna biru dengan animasi yang lebih sederhana. Setelah *gif* selesai dibuat, penulis menyerahkan hasil tersebut ke *art director*. Penulis pun mendapatkan *feedback* bahwa tulisan *gif* tersebut tidak terlalu terbaca, animasi yang dibuat masih terlalu sederhana, dan tulisan "Bisa" kurang terbaca dan jadi bertuliskan "isa".



Gambar 3.4. *Preview Gif* Instagram "Sekarang Bisa"

Penulis pun mencari solusi agar masalah-masalah visual tersebut dapat diperbaiki. Lalu penulis mendapatkan solusi yaitu dengan mengubah semua warna teks menjadi lebih terang, merapatkan posisi kata "isa" dengan angka 8 agar lebih terbaca "bisa". Penulis juga membuat huruf B pada "Sekarang Bisa" dibuat berputar dan berubah menjadi angka 8 agar animasi *gif* tersebut terlihat lebih menarik dan tidak flat. Setelah penulis selesai revisi, penulis menunjukkan hasil dari *preview gif* yang sudah direvisi kepada *art director*. *Art director* pun menyetujui hasil penulis. *Gif* final ditunjukkan dibawah tulisan ini.



Gambar 3.5. *Preview Gif* Instagram Final "Sekarang Bisa"



Gambar 3.6. *Preview Gif* Instagram "See You There"

Gif kedua yang penulis buat yaitu *gif* Instagram yang bertuliskan “see you there” dengan elemen visual yang lebih kekinian dan menarik. Pemilihan warna jingga #E35D27 hijau toska #108692 dan kuning #DFA828 sudah ditentukan oleh pihak klien, namun elemen grafis seperti bentuk telapak tangan dirancang sendiri oleh penulis agar *gif* terlihat lebih menarik. Untuk *gif* kedua, penulis tidak diberi *brief* khusus untuk kata-kata yang digunakan, melainkan penulis mencari kata-kata sendiri yang tepat dan cocok untuk Kompas Travel Fair 2019. Untuk melihat

animasi kedua *gif* secara *full*, dapat langsung dilihat di pilihan Instagram *gif*, dengan cara mengetik “KTF” lalu kedua *gif* tersebut akan muncul.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:; ' " (!?) +-*!/=

Gambar 3.7. *Typeface* Untuk "See You There!"

Berikut ini adalah *typeface* “budidaya” yang digunakan untuk *gif* kedua yang bertuliskan “See You There”. Penulis menggunakan *typeface* “budidaya” karena penulis ingin memberikan efek *lettering* supaya seperti para traveler yang biasa menggunakan *lettering brush* untuk menghias jurnal perjalanannya.

3.3.2 Running Text untuk Kompas Travel Fair 2019

1. Brief

Setelah penulis selesai membuat *gif* Instagram, penulis ditugaskan oleh *art director* untuk membuat *running text* yang akan digunakan pada hari-h Kompas Travel Fair 2019. Logo Kompas Travel Fair, logo CIMB Niaga, dan Logo Kompas harus ada pada *running text* tersebut dan ketiga logo harus dibuat berputar rotasi pada sumbunya. *Caption running text* “Kompas Travel Fair 2019, The Biggest Travel Fair ...” juga ditentukan oleh pihak klien. Informasi – informasi tersebut disampaikan oleh *project manager* langsung untuk penulis, karena *project manager* yang menyampaikan *brief* dan mengirimkan hasil jadi *running text* kepada pihak klien.

2. Konsep



Gambar 3.8. *Color Palette Running Text*

Berikut adalah warna-warna yang digunakan untuk pembuatan *running text* untuk Kompas Travel Fair 2019. Warna-warna tersebut digunakan untuk memberikan kesan *fun* namun tidak terlalu *feminine* atau *boyish* tetap fleksibel untuk anak muda dan dewasa, serta untuk laki-laki dan perempuan.



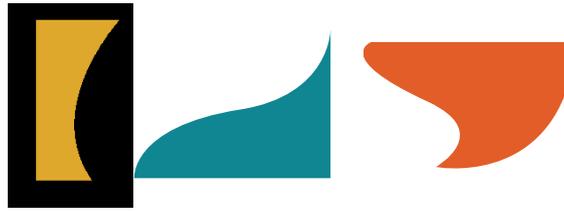
Gambar 3.9. Kumpulan Logo Yang Digunakan Untuk *Running Text*

Berikut adalah logo Kompas, logo Kompas Travel Fair, dan logo CIMB Niaga yang dijadikan aset untuk pembuatan *running text*. Penulis menyusun ketiga logo tersebut menjadi satu baris, lalu penulis membuat logo-logo tersebut seperti *globe* dan dibuat berotasi pada sumbunya.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,; ' " (!?) +-*/=

Gambar 3.10. *Typeface* untuk *Running Text*

Typeface yang digunakan pada *running text* yang dibuat bergerak dari kanan ke kiri yaitu Montserrat regular.

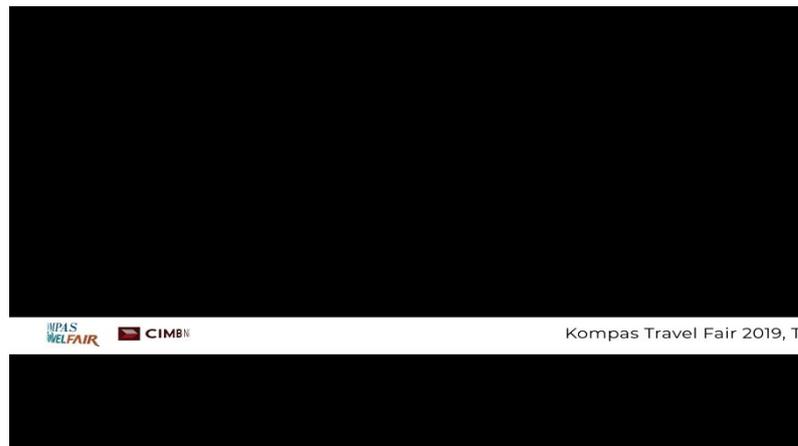


Gambar 3.11. *Supergraphic* Untuk *Running Text*

Berikut ini adalah supergrafis *liquid* yang digunakan untuk *running text*. Warna *liquid* pun disesuaikan dengan warna-warna pokok Kompas Travel Fair 2019. Penulis membuat animasi *running text* dengan software Adobe After Effects, untuk menggerakkan kalimat “Kompas Travel Fair 2019, The Biggest Travel Fair ...” dari kanan ke kiri, dan membuat logo Kompas Travel Fair 2019, CIMB Niaga, dan Kompas berotasi di sisi kiri *running text*. Background dibuat RGB + Alpha.

3. Proses Pengerjaan

Proses pembuatan *running text* diawali dengan *brief* dari *project manager*, beliau menyampaikan penulis keinginan klien seperti konsep animasi, warna, ukuran, dan logo-logo yang akan digunakan. Setelah penulis selesai membuat *running text*, penulis mengajukan desain *running text* ke *art director* terlebih dahulu untuk asistensi hasil *running text* dan mendapatkan persetujuan. Setelah penulis mendapatkan persetujuan dari *art director*, penulis mengajukan ke *project manager* agar segera diteruskan ke pihak klien. Namun penulis harus melewati beberapa revisi agar *running text* benar-benar sah.



Gambar 3.12. *Preview Running Text*

Gambar diatas merupakan hasil *running text* yang penulis buat. Namun menurut *art director*, *running text* ini butuh direvisi karena penulis lupa bahwa *running text* tersebut harus diberi supergrafis khas Kompas Travel Fair 2019, dan juga *caption* juga bergerak terlalu cepat dan butuh diperlambat agar *caption* mudah terbaca. Setelah penulis menjalankan revisi, penulis mendapatkan persetujuan dari *art director* lalu langsung mengajukan kepada *project manager* yang nantinya akan diteruskan ke pihak klien. Lalu *project manager* menyampaikan kepada penulis bahwa *caption* sebelumnya terlalu panjang sehingga *caption* masih terlihat bergerak terlalu cepat, dan klien meminta agar *background running text* dijadikan RGB + Alpha yaitu transparan. Maka dari itu pihak klien menngirimkan *caption* baru yang dipersingkat kepada *project manager* lalu diteruskan ke penulis. Penulis pun merevisi sesuai keinginan klien. Penulis pun berkonsultasi dengan *art director*, meminta saran dan menanyakan pendapat tentang revisi tersebut. Setelah penulis selesai revisi, penulis mendapatkan persetujuan oleh *art director* lalu penulis mengajukan hasil revisi ke *project manager*. Setelah itu, *running text* hasil penulis sudah disetujui oleh pihak klien. Berikut foto final *running text* ada di bawah ini.



Gambar 3.13. *Preview Running Text Final*

3.3.3 Menu TV Kopi Chuseyo

Kopi Chuseyo adalah sebuah bisnis kafe kopi dibawah PT Kopi Oppa, yang dibangun oleh direktur- direktur Dreambox, Kopi Chuseyo pada awalnya dibuka di

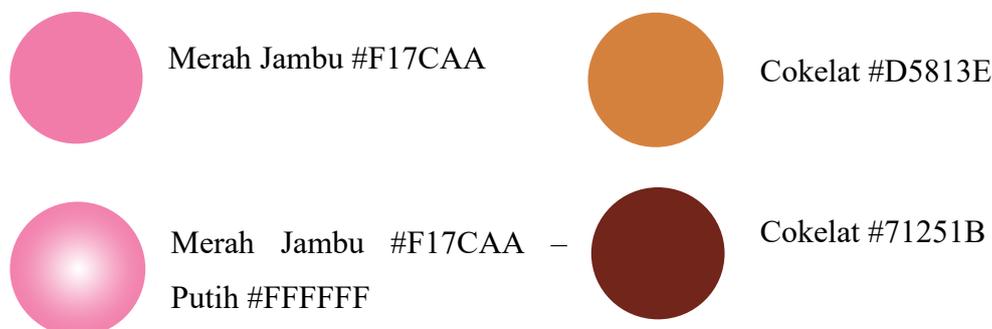
Scientia Square Park GV-03A, Jl. Scientia Boulevard, yaitu tepat di lantai bawah Dreambox Branding Consultant. Namun saat ini kopi chuseyo sudah membuka cabang baru di Lippo Utara, Universitas Bunda Mulia Ancol, dan saat ini sedang merencanakan untuk membuka cabang baru di Kelapa Gading.

Pada proyek *branding* Kopi Chuseyo ini, penulis berkontribusi dalam mendesain menu TV, mendesain *sealer cup* baru, mendesain dan menempel stiker tembok pada Kopi Chuseyo Gading Serpong, membuat *mock up* tembok Kopi Chuseyo dengan *wallpaper unfinished* lalu merealisasikannya, dan mendesain stiker untuk pintu masuk Kopi Chuseyo. Berikut ini penulis menjabarkan proses pengerjaan untuk menu TV Kopi Chuseyo.

1. Brief

Pertama, penulis dipanggil oleh *creative director* untuk menjadi anak magang yang memegang proyek *branding* Kopi Chuseyo ini, karena saat ini Kopi Chuseyo butuh *branding* agar bisnis milik para *director* Dreambox ini lebih mampu bersaing dengan para kompetitor dan tetap mendapatkan keuntungan sesuai yang diinginkan. Setelah penulis menyetujui untuk bertanggung jawab dalam *branding* Kopi Chuseyo, penulis diberi tugas dan *brief* oleh *creative director* untuk mendesain menu TV baru. Penulis juga berkontribusi dalam menyumbang ide *layout* untuk pembuatan menu TV.

2. Konsep



Gambar 3.14. *Color Palette* Untuk Menu Kopi Chuseyo

Warna-warna dan *supergraphic* yang digunakan dibuat sesuai dengan nuansa kafe tersebut, yaitu *fun*, jiwa anak muda, *outgoing*, kekinian, dan pecinta budaya Korea. Untuk foto-foto model menggunakan stok foto dari kantor, dan Kopi Chuseyo juga menambah variasi menu sehingga *list* menu butuh dilengkapi. Menu baru yang diupdate yaitu “Kopi Churum” dan menu non-kopi “Banana Uyu”.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.:; ' " (!?) +-*!/=

Gambar 3.15. *Typeface* Menu TV Kopi Chuseyo

Berikut ini adalah *typeface* yang digunakan untuk menu TV Kopi Chuseyo.

3. Proses Pengerjaan

Proses pengerjaannya yaitu diawali dengan sketsa konsep yang didiskusikan oleh penulis dengan ko Aland sang *creative director*. Penulis dan ko Aland berdiskusi tentang warna-warna, foto model, dan ilustrasi yang digunakan. Penulis mulai mendesain sesuai *brief* lalu melewati beberapa revisi.

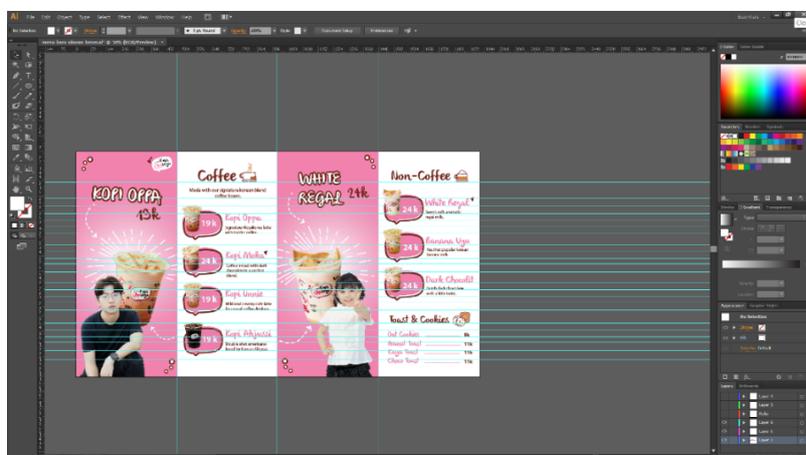


Gambar 3.16. Sketsa Menu TV Kopi Chuseyo



Gambar 3.17. Desain Menu TV Kopi Chuseyo Sebelum Revisi

Diatas adalah hasil pertama menu TV yang didesain oleh penulis. Pada awalnya penulis tidak menyadari bahwa ukuran menu yang dibuat tidak sesuai dengan ukuran LCD setelah penulis melakukan asistensi dengan *creative director*. Lalu penulis harus melalui proses revisi dan akhirnya penulis berhasil mendesain menu TV dengan ukuran LCD TV yaitu 1920 px x 1080 px. Untuk desain final menu TV ada di bawah ini.



Gambar 3.18. Grid Menu TV Kopi Chuseyo



Gambar 3.19. Final Menu TV Kopi Chuseyo



Gambar 3.20. Foto Menu TV Kopi Chuseyo

Setelah desain menu TV sudah selesai dan diajukan kepada *creative director*, penulis ditugaskan untuk segera memasang menu tv yang sudah dibuat ke tv Kopi huseyo melalui *flash disk* kantor agar pelanggan langsung dapat melihat menu baru yang didesain oleh penulis.

3.3.4. Kendala

Sudah pasti beberapa kendala dilalui oleh para anak magang, begitu juga dengan penulis. Kendala yang penulis temukan dalam melakukan proses magang yaitu dalam beradaptasi, dimana penulis kurang bisa membuka diri di lingkungan baru lebih cepat. Pada awalnya penulis juga bersikap sedikit kaku dalam mengurus dan menghadapi suatu proyek. Namun seiring berjalannya waktu dan juga disertakan dengan bimbingan dari *art director* dan teman-teman kantor, akhirnya penulis mulai terbiasa dengan lingkungan dan teman-teman baru disana, serta penulis lebih mampu menghadapi suatu proyek dengan lebih rileks.

3.3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Setiap ada kendala, pasti ada solusi, seperti penulis yang segera mencari solusi untuk kendala-kendala yang dihadapinya. Solusi yang penulis terapkan yaitu harus yakin bahwa penulis adalah pribadi yang lebih baik daripada yang dipikirkan sebelumnya, serta penulis mencoba untuk membuka diri dan lebih sering interaksi dengan teman-teman kantor sehingga penulis dapat lebih percaya diri dan lebih mampu mengutarakan pendapat penulis jika dilakukan diskusi dengan atasan. Maka dari itu penulis menikmati proses magang selama tiga bulan ini.