

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan program kerja magang di kantor utama Wakaka Group selama 9 minggu, mulai dari tanggal 12 Februari 2021 hingga 15 April 2021. Penulis melakukan program magang dengan cara datang ke kantor atau Work from Office (WFH). Wakaka Group yang pada saat itu baru saja keluar dari masa *lockdown*, mengubah sementara jadwal karyawannya dengan cara menggilir divisi yang datang ke kantor utama.

Di minggu pertama, penulis yang berada di bawah tim Marketing masuk pada hari Jumat. Di minggu kedua, penulis masuk pada hari Senin, Selasa dan Rabu. Setelah penulis menyelesaikan minggu kedua magang, jadwal Wakaka Group kembali menjadi normal sehingga penulis datang setiap hari mulai dari pukul 09.00 hingga pulang pada pukul 18.00 WIB.

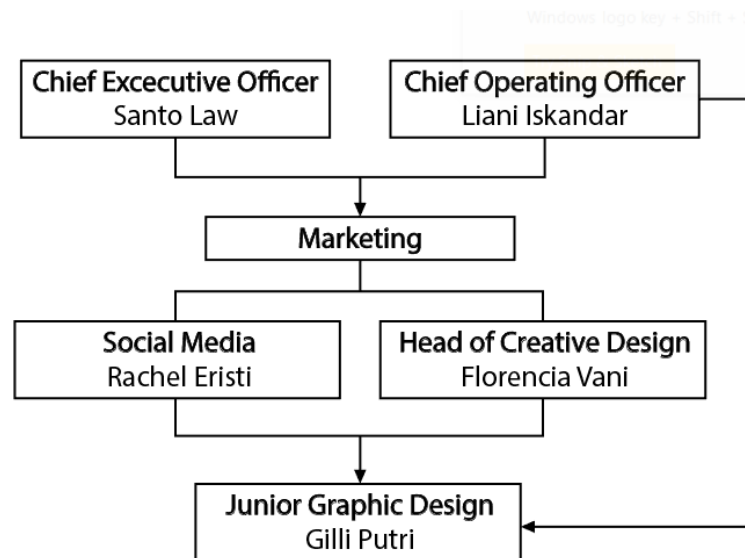
1. Kedudukan

Kedudukan penulis di Wakaka Group adalah sebagai *Junior Graphic Designer*. Penulis berada di sebuah tim kreatif yang menjadi bagian dari tim marketing Wakaka Group. Tim kreatif sendiri terdiri atas *Head of Creative Design*, *Junior Graphic Designer*, *Videographer* dan *Photographer* sedangkan tim marketing terdiri dari *Marketing Communication*, *Digital Marketing* dan *Social Media*.

2. Koordinasi

Selama melakukan program magang di Wakaka Group, penulis dikoordinasi oleh *Head of Creative Design* yang bertanggung jawab atas penulis. *Head of Creative Design* memberikan brief kepada penulis mengenai pekerjaan yang akan dilakukan. *Head of Creative Design* sendiri mendapatkan brief dan *Design Request (DR)* dari tim marketing atau pun langsung dari CEO dan kebutuhan Mitra. Ketika melakukan desain, penulis akan meminta pendapat *Head of Creative Design* dan divisi marcom untuk membantu penulis melakukan revisi. Setelah itu, pendapat CEO juga akan diminta sebagai penilaian final.

Berikut adalah struktur koordinasi pekerjaan selama penulis melakukan program kerja magang di Wakaka Group:



Gambar 3. 1 Struktur Koordinasi

Penulis mendapatkan arahan paling awal dari *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Operating Officer* (COO). Arahan awal tersebut diberikan kepada tim Marketing terutama kepada bagian *Social Media* dan *Head of Creative Design*. Sebagai *supervisor*, *Head of Creative Design* memberikan *brief* kepada penulis sebagai *Junior Graphic Design*. Selain dari CEO dan COO, bagian *Social Media* juga memberikan beberapa pekerjaan utama yang sudah dilakukan dari sebelum penulis melakukan program kerja magang di Wakaka Group seperti *Editorial Plan* (EP). Dalam keadaan tertentu, CEO dan COO kadang memberikan *brief* langsung kepada penulis untuk melakukan beberapa pekerjaan kecil.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tugas utama yang dilakukan oleh penulis selama program kerja magang adalah membuat konten media sosial Instagram untuk Wakaka Group, baik itu adalah Instagram Wakaka Group sendiri atau pun brand yang berada di bawah Wakaka Group.

Tabel 3. 1. Tugas Selama Program Kerja Magang

No.	Tanggal	Proyek	Keterangan
1.	Week 1 12 Februari 2021 19 Februari 2021	Warung Wakaka Nasi Kulit PPK MahMieJong	- Merancang Story IG Warung Wakaka - Merancang EP (Editorial Plan) PPK - Membuat sketsa ilustrasi MMJ
2.	Week 2 22 Februari 2021 26 Februari 2021	MahMieJong	- Membuat sketsa ilustrasi MMJ - Membuat logo untuk MMJ - Membuat ekspresi muka nenek MMJ
3.	Week 3 1 Maret 2021 5 Maret 2021	MahMieJong	- Membuat ilustrasi untuk MMJ
4.	Week 4 8 Maret 2021 12 Maret 2021	MahMieJong	- Membuat ilustrasi untuk MMJ
5.	Week 5 15 Maret 2021 19 Maret 2021	MahMieJong Xiao La Guo Warung Wakaka	- Membuat ilustrasi untuk MMJ - Membuat ekspresi muka nenek MMJ - Membuat stamp Original Xiao La Guo - Membuat Story IG Warung Wakaka
6.	Week 6 22 Maret 2021 26 Maret 2021	Nasi Kulit PPK Mamam Xiao La Guo	- Membuat EP (Editorial Plan) PPK (30 feeds) - Membuat EP (Editorial Plan) Mamam (15 feeds) - Membuat EP (Editorial Plan) XLG (15 feeds)

7.	Week 7 29 Maret 2021 1 April 2021	Mamam Wakaka Group	- Menyelesaikan dan melakukan revisi EP (Editorial Plan) Mamam (15 feeds) - Membuat IG Story Good Friday untuk WG - Membuat IG Feeds Easter untuk WG
8.	Week 8 5 April 2021 9 April 2021	Wakaka Group Warung Wakaka	- Membuat IG Story Pray for NTT untuk WG - Membuat IG Feeds Puasa untuk WG - Membuat IG Feeds Hari Raya Idul Fitri untuk WG - Membuat Spanduk Spesial Ramadhan untuk WKK - Membuat Sticker Waka Polka untuk WKK
9.	Week 9 13 April 2021 15 April 2021	Warung Wakaka Wakaka Group	- Membuat IG Feeds Ramadhan untuk WKK - Melakukan revisi IG Feeds Idul Fitri untuk WG - Membuat EP (Editorial Plan) WKK (30 posts)

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Salah satu media promosi utama Wakaka Group adalah media sosial Instagram. Desain yang biasanya ada di dalam feeds Instagram adalah *Editorial Plan* (EP) dan desain untuk ucapan-ucapan hari raya. *Editorial Plan* (EP) sendiri memiliki arti yaitu sebuah perencanaan konten media sosial yang mulai dirancang kurang lebih satu bulan sebelum bulan dimana EP tersebut akan diterbitkan. Tujuan utama dari EP adalah untuk mempromosikan Wakaka Group dan brand yang menjadi bagian dari Wakaka Group. *Editorial Plan* dirancang untuk setiap brand yang menjadi bagian dari Wakaka Group. *Editorial Plan* setiap brand berbeda dan memiliki jumlah *Instagram feeds* yang berbeda. Setiap brand memiliki desain dan *style* masing-masing yang sangat mudah dibedakan.

Selain *Editorial Plan* (EP), penulis juga mendapatkan pekerjaan untuk membuat ilustrasi sebagai salah satu kebutuhan pembukaan MahMieJong. Ilustrasi yang dibuat oleh penulis adalah ilustrasi makanan MahMieJong yaitu mie dengan berbagai *topping* berbahan dasar babi dan *pork bun*. Penulis juga mendapatkan beberapa proyek tidak terduga yang biasanya diselesaikan di hari yang sama, seperti stamp digital original Xiao La Guo dan stiker Waka Polka.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Terdapat dua proyek besar yang penulis lakukan selama program kerja magang. Kedua proyek tersebut adalah Editorial Plan (EP) dan Ilustrasi untuk MahMieJong. Penulis juga mendapatkan proyek-proyek kecil yang tidak terduga di luar kedua proyek besar.


1. Editorial Plan (EP)

Editorial Plan terdiri atas desain, video, dan repost. Desain yang terdapat di dalam EP sendiri selalu berbeda. *Editorial Plan* biasanya dirancang kurang lebih satu bulan sebelum EP tersebut akan di post di Instagram. EP yang telah direncanakan oleh tim marketing biasanya direncanakan untuk desain media sosial selama satu bulan atau kurang lebih 30 hari.

EP setiap brand memiliki jumlah yang berbeda. Contohnya untuk Warung Wakaka dan Nasi Kulit PPK yang memiliki EP dengan 30 instagram *posts* sedangkan Xiao La Guo dan Mamam yang kurang lebih memiliki 15 Instagram *posts*.

Tim Marketing akan memberikan Editorial Plan dalam bentuk Microsoft Word kepada para graphic designer. Setelah *graphic designer* menerima file perancangan EP, *graphic designer* mulai mendesain EP pada program Adobe Illustrator.

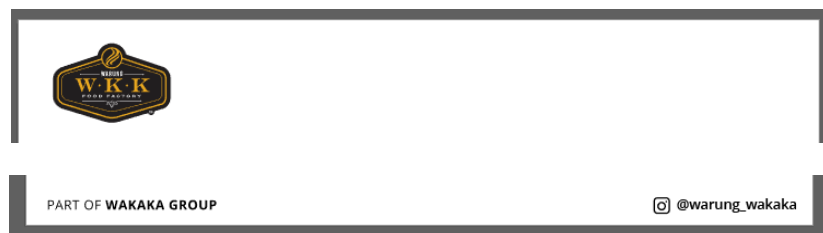
Untuk mendukung asset yang akan ditaruh di dalam EP, biasanya fotographer akan memberikan foto-foto yang ditaruh di server utama Wakaka Group, dimana graphic designer dapat mengambil foto-foto tersebut untuk ditaruh di dalam desain EP.

29	27	25
 <p>IMG 017 +tulisan golden soup</p>	 <p>DSC 00167 +Outlet Gading Serpong</p>	 <p>Repost @anorakresno</p>
23	21	19
Video Aesthetic Malaxiangguo	<p>Design Pengolahan jagung manis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dikukus 2. Dessert (pudding jagung/ 3. Direbus dengan sayuran 4. Ditumis dengan bumbu mala 	<p>Design Share your moment with Xiaolaguo and tag us</p>
17	15	13
<p>Repost @mingcun72</p> 	<p>Video Pemesanan di Gofood</p> 	 <p>DSC IMG-11 >> Folder Design graphic > foto video > EP > 2021 > MEI > XLG > Graded +tulisan 培根</p>
11	9	7

Gambar 3. 2 Contoh Editorial Plan (Xiao La Guo)

Selama program kerja magang, penulis merancang desain untuk EP Nasi Kulit PPK, Mamam, Xiao La Guo, dan Warung Wakaka. Selain membuat desain salah satu hal penting yang selalu ada di setiap post dan desain adalah logo brand dan tulisan ‘part of Wakaka Group’, serta tag Instagram brand tersebut.

Logo biasanya berada di bagian atas kiri desain post, namun posisi tersebut dapat berubah dan bergantung pada penempatan elemen-elemen desain. Part of Wakaka Group dan tag brand berada pada bagian bawah post.



Gambar 3. 3 Logo dan Part of Wakaka Group

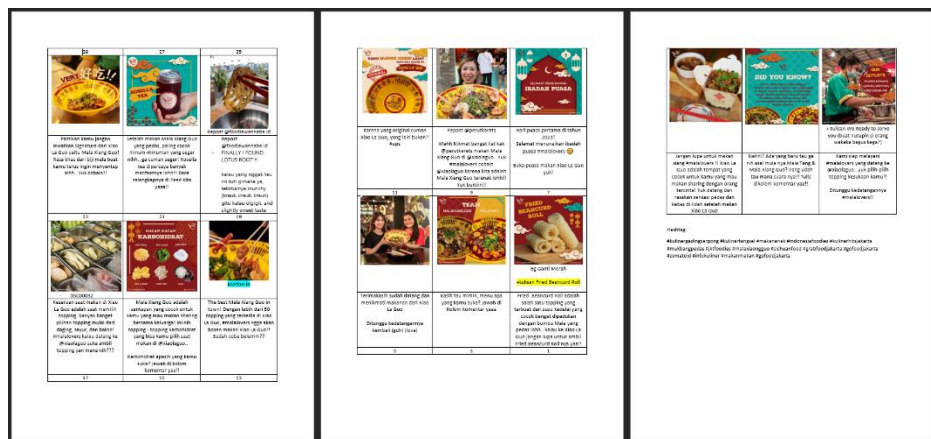
Setelah penulis selesai merancang desain EP selama satu bulan atau sekitar 15 hingga 30 Instagram posts, penulis akan mengirimkan screenshots kepada tim marketing dan kepada Head of Creative Design untuk dicek dan jika ada yang belum pas, tim marketing dan Head of Creative Design akan memberikan input serta revisi.

Ketika revisi sudah dilakukan dan tim marketing serta Head of Creative Design sudah menerima hasil akhir, Editorial Plan akan di export dari Adobe Illustrator dan dijadikan JPEG lalu dimasukkan ke dalam server Wakaka Group, dimana tim marketing akan menaruh hasil desain yang sudah ada ke dalam microsoft word dan menaruh gambar-gambar tersebut di kolom-kolom sesuai dengan tanggal ketika gambar tersebut akan di post disertakan dengan deskripsinya (*caption*).



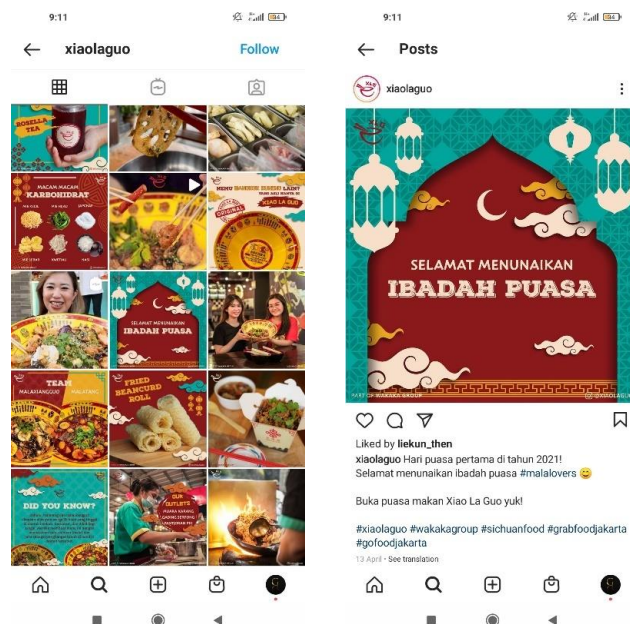
Gambar 3. 4 Desain EP Xia La Guo April

File Microsoft Word akan diberikan kepada CEO untuk di cek untuk terakhir kalinya. Jika CEO masih tidak menyukai desain yang telah dibuat, penulis diminta untuk melakukan revisi kembali dan proses ini akan terus berulang sampai CEO menyukai hasil akhir dari keseluruhan desain.



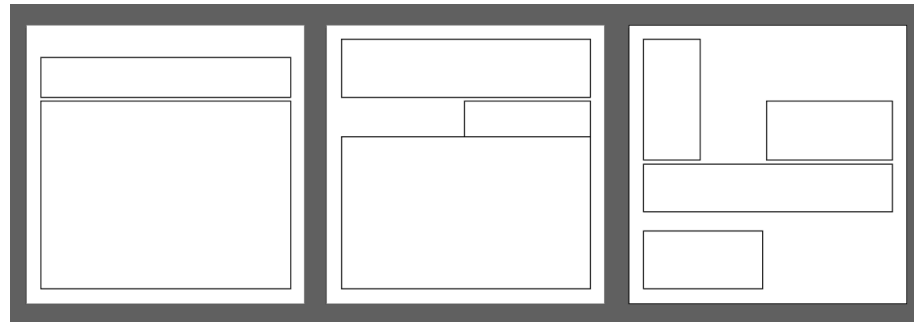
Gambar 3. 5 Hasil Akhir File Microsoft Word

Hal yang harus penulis perhatikan selama melakukan proses desain adalah kolateral desain yang berada diantara setiap post , seperti warna, font, elemen-elemen desain, foto yang digunakan, serta penempatan warna background setiap post. Penulis harus bekerja menggunakan skematik warna yang sudah ada untuk setiap brand, layout dan sifat setiap brand. Selain itu, selama membuat desain penulis banyak bekerja dengan menggunakan foto dan melakukan proses cropping foto, seperti menghilangkan background sebuah gambar.



Gambar 3. 6 Hasil Akhir Editorial Plan

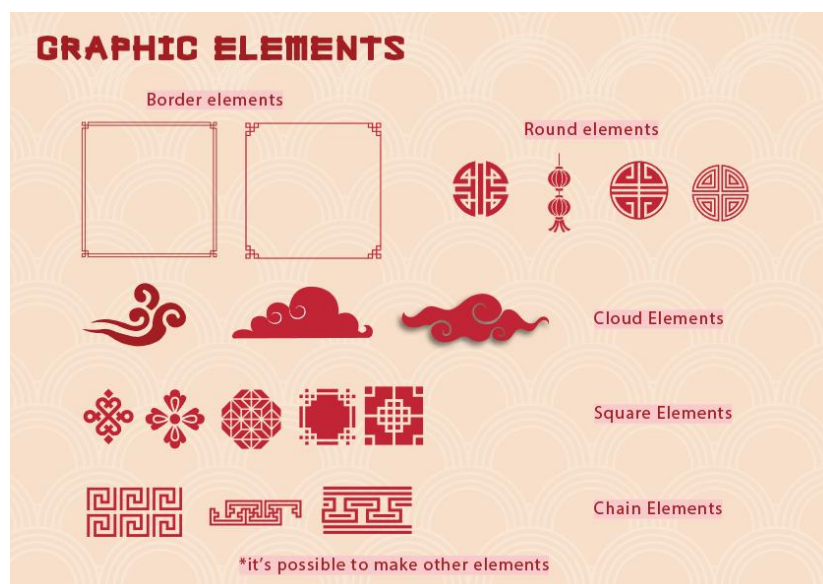
Sebagai contoh uraian dari *Editorial Plan* (EP), penulis akan menggunakan beberapa konten media sosial brand Xiao La Guo. Dengan banyaknya warna cerah yang berada di dalam *color palette* Xiao La Guo, dalam proses perancangan penulis memikirkan lokasi warna di setiap post Xiao La Guo bersamaan dengan tim marketing agar setiap konten yang bersebelahan tidak memiliki warna bertabrakan. Setelah itu penulis mulai menentukan layout dan penempatan teks serta foto setiap post.



Gambar 3. 7 Grid Konten Xiao La Guo

Penulis yang harus bisa beradaptasi dengan berbagai foto dan elemen desain yang sudah ditentukan oleh tim marketing memilih Hierarchical Grid sebagai layout dasar konten media sosial. Grid ini memungkinkan penulis untuk menaruh konten tanpa membuat konten itu kaku. *Alignment* peletakan teks Xiao La Guo disesuaikan dengan grid yaitu *center alignment*.

Penulis mengambil referensi konten media sosial dari konten-konten Xiao La Guo sebelum penulis melakukan program kerja magang di Wakaka Group. Dari referensi-referensi yang ada, penulis dapat melihat bahwa Xiao La Guo sering menggunakan elemen-elemen seperti robekan kertas, tekstur brush, dan elemen-elemen desain yang dimiliki oleh Xiao La Guo itu sendiri.



Gambar 3. 8 Elemen Desain Xiao La Guo

Setelah melihat elemen desain Xiao La Guo dan referensi-referensi konten media sosial Xiao La Guo, penulis menyadari bahwa ada beberapa elemen desain yang jarang digunakan sebelumnya. Maka dari itu penulis memutuskan untuk menggunakan elemen-elemen desain ini kembali. Penulis juga menggunakan font utama Xiao La Guo yaitu Nexa Rust dan Fry Pro. Penulis juga tidak melupakan *copywriting* Wakaka Group yang ada hampir di setiap konten media sosial Wakaka Group dengan font Open Sans.

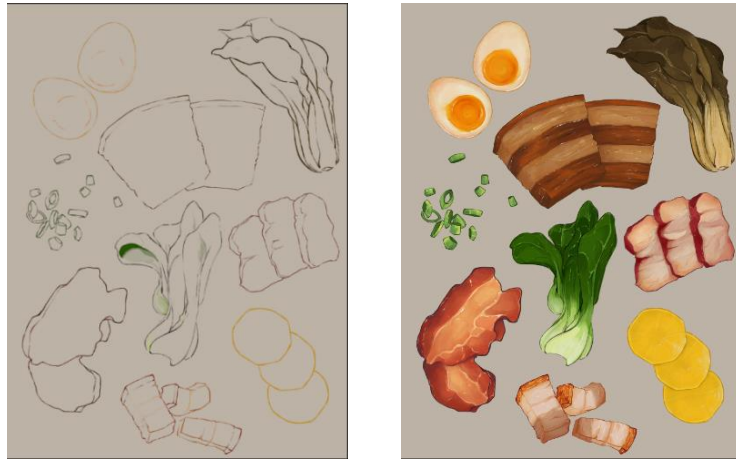


Gambar 3. 9 Konten Media Sosial

2. Ilustrasi MahMieJong

Penulis diberikan tugas untuk membuat ilustrasi untuk brand terbaru Wakaka Group yaitu MahMieJong. MahMieJong adalah brand yang menjual mie dan berbahan dasar babi. Ilustrasi yang dibuat oleh penulis adalah ilustrasi makanan dan ekspresi wajah seorang nenek.

Penulis memulai tugas dengan menggambar sketsa mie dan toppingnya. Namun karena penulis belum tahu apa saja topping yang akan ada di dalam mie, penulis mengubah rencana dengan menggambar sketsa masing-masing bahan secara terpisah. Sehingga ketika penulis sudah tahu bahan apa saja yang akan ada di dalam sebuah mangkuk mie, penulis hanya tinggal melakukan *mix and match*, yaitu menyatukan bahan-bahan yang sudah di ilustrasikan.



Gambar 3. 10 Sketsa dan Hasil Akhir Ilustrasi Topping
MahMieJong

Setelah menggambar sketsa, penulis memulai proses outline masing-masing ilustrasi, dilanjutkan dengan memberikan warna dan melakukan *detailing* pada ilustrasi. Selain bahan-bahan untuk mie, penulis meneruskan pekerjaan dengan menggambar sketsa mie di dalam mangkuk sebagai ilustrasi dasar untuk menaruh bahan-bahan yang lain. Penulis juga membuat ilustrasi untuk salah satu menu MahMieJong lainnya yaitu *pork bun*.



Gambar 3. 11 Ilustrasi Mie dan *Pork Bun* MahMieJong

Penulis juga membuat ilustrasi ekspresi muka nenek untuk MahMieJong yang terkesan karikatur. Ilustrasi muka nenek dibagi menjadi dua yaitu ilustrasi muka yang akan digunakan bersamaan dengan logo dan ilustrasi muka yang hanya akan digunakan sebagai asset pendukung. Referensi ilustrasi muka nenek diambil dari muka salah satu karyawan Wakaka Group. Penulis diberikan foto muka yang pada saat itu adalah karyawan Wakaka Group dan penulis mencoba untuk menggambar ulang ekspresi muka tersebut.



Gambar 3. 12 Ilustrasi Muka Nenek Utama

Seperti ilustrasi makanan, ekspresi muka nenek dimulai dengan sketsa. Penulis memberikan sketsa ekspresi muka nenek dengan beberapa *style* rambut yang berbeda. Setelah penulis berhasil menggambar sketsa muka, penulis memberikan tambahan kerutan di bagian wajah untuk memberikan kesan yang lebih tua dan menjadi seorang nenek.



Gambar 3. 13 Outline Nenek Utama

Sketsa ilustrasi pertama adalah sketsa yang pada akhirnya diterima karena berkesan paling sesuai dengan apa yang diinginkan. Namun, sumpit yang ada pada sanggul rambut nenek akhirnya dihilangkan. Selain sumpit, bentuk mangkok dan posisi mangkok juga diubah menjadi nenek yang sedang membuka mulut dan memakan mie. Dalam proses pewarnaan, nenek diberikan rambut berwarna abu-abu tua dengan garis abu-abu muda untuk menunjukkan nenek yang sudah berumur.

Ketika penulis sedang dalam proses pemberian warna, penulis memberikan empat warna mangkuk yang berbeda yaitu warna hijau, abu-abu muda, biru, dan merah. Setelah melakukan proses diskusi dan pengambilan suara (*voting*), warna mangkuk yang dipilih adalah warna hijau.



Gambar 3. 14 Referensi Warna MahMieJong

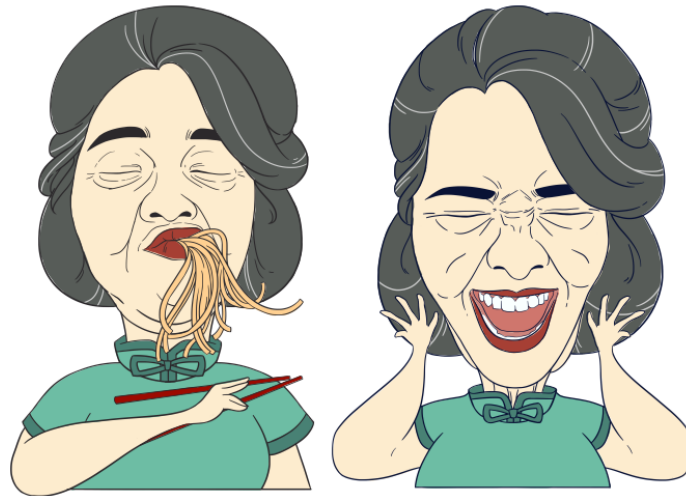


Gambar 3. 15 Hasil Akhir Ilustrasi Nenek Utama

Setelah membuat sketsa utama muka nenek, penulis kemudian memulai sketsa ilustrasi muka nenek pendukung. Sekali lagi, referensi ilustrasi pendukung menggunakan foto yang pada saat itu adalah salah satu karyawan Wakaka Group. Penulis lalu melanjutkan proses dengan membuat outline pada ilustrasi nenek pendukung dan dilanjutkan dengan memberikan warna.



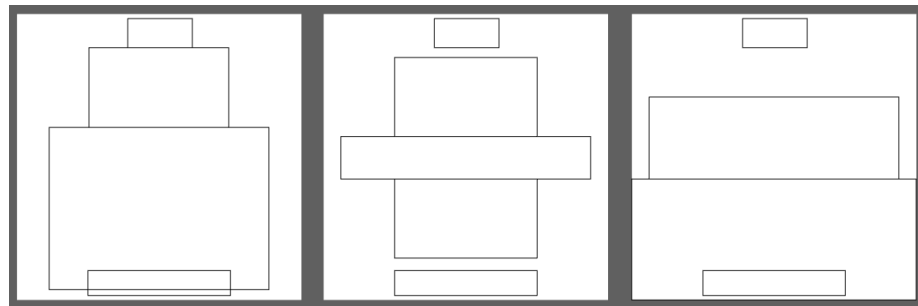
Gambar 3. 16 Sketsa Ilustrasi Ekspresi Pendukung



Gambar 3. 17 Outline dan Hasil Akhir Ekspresi Nenek Pendukung

3. Wakaka Group

Penulis mendapatkan tugas membuat desain media sosial Instagram untuk Wakaka Group. Konten desain media sosial Instagram Wakaka Group adalah Instagram posts dan Instagram story. Biasanya desain yang dibuat untuk Wakaka Group terdiri dari ucapan-ucapan hari raya dan jika ada suatu event atau kejadian penting yang sedang berlangsung. Penulis banyak menggunakan referensi dari Google Image dan Freepik dalam pembuatan konten media sosial Wakaka Group.



Gambar 3. 18 Layout Dasar Wakaka Group

Banyaknya ucapan hari raya yang berbeda membuat penulis untuk memilih *hierarchical grid* sebagai layout dasar untuk memudahkan penulis melakukan berbagai macam konten berbeda. *Hierarchical grid* memungkinkan penulis untuk menaruh *focal point* pada sebuah konten di tempat yang berbeda-beda dan memberikan kesan konten tidak stagnan dan kaku.



Gambar 3. 19 Konten Media Sosial Wakaka Group

Setiap hari raya terdiri atas tiga *posts/feeds*, dimana setiap konten memiliki kontennya masing-masing seperti *quotes* dan ucapan hari raya. Penulis memilih *alignment center* sebagai *alignment* teks untuk memberikan kesatuan di antara ketiga *posts/feeds* namun juga sebagai *focal point* di setiap *posts/feeds*. Warna yang digunakan penulis pada setiap konten media sosial Wakaka Group berdasarkan pada *color palette* Wakaka Group itu sendiri. Warna-warna ini terdiri atas warna hijau, merah, ungu dan kuning serta warna turunannya.



Gambar 3. 20 Color Palette Wakaka Group

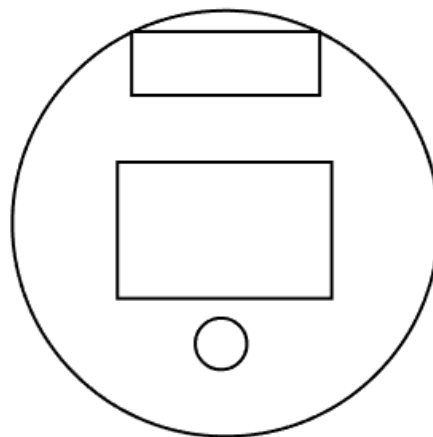
Selain *font* Open Sans pada *copywriting* “Part of Wakaka Group”, Wakaka Group tidak memiliki font utama lainnya. Sehingga penulis mencari *font type* yang sesuai dengan *event* atau hari raya yang sedang di desain. Pada hari raya Paskah, penulis menggunakan *font* Palmaton dan Beatster. Pada konten ucapan selamat puasa, *font* yang digunakan adalah Notera dan Gabriola. Pada hari raya Idul Fitri *font* yang digunakan adalah Ramadhan Mubarak Regular dan Gabriola.



Gambar 3. 21 Font Hari Raya Wakaka Group

4. Waka Polka

Waka Polka adalah salah satu kolaborasi antara Warung Wakaka dengan Polka Cosmetics. Polka Cosmetics sendiri adalah sebuah brand kosmetik yang sudah tersebar di Indonesia, Malaysia, Australia dan Amerika. Bentuk kolaborasi Waka Polka adalah minuman dengan dua varian rasa yaitu Cookies and Cream dan Red Velvet.



Gambar 3. 22 Layout Sticker Waka Polka

Stiker Waka Polka adalah salah satu proyek tidak terduga yang diberikan kepada penulis secara tiba-tiba. Stiker Waka Polka sendiri akan ditempelkan di bagian atas *cup* minuman kolaborasi Waka Polka. Bentuk stiker Waka Polka adalah lingkaran dengan ukuran diameter 6.5cm.



Gambar 3. 23 Sticker Waka Polka

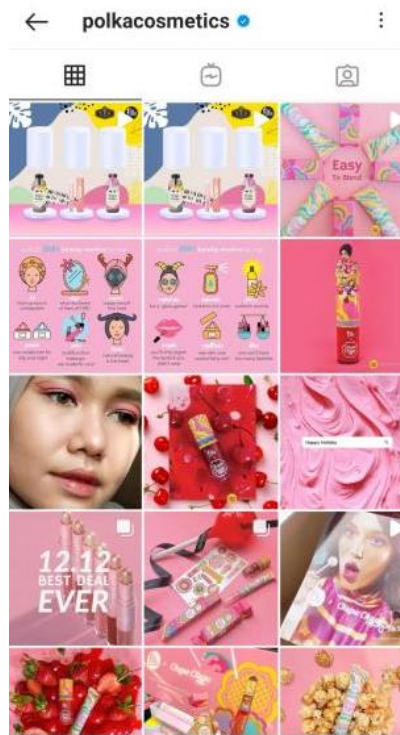
Terdapat dua pilihan stiker Waka Polka. Hal-hal yang harus ada di dalam stiker adalah elemen desain, logo Warung Wakaka dan Polka Cosmetics, serta tulisan Waka Polka. Penulis hanya tinggal mengikuti elemen desain yang ada pada stiker berdasarkan elemen desain yang sudah ada begitu juga dengan font untuk tulisan 'Waka Polka'. Pada stiker kedua penulis menambahkan ilustrasi bibir yang merepresentasikan brand Polka Cosmetics. Penulis menaruh lingkaran dibagian tengah bibir sebagai lokasi dimana konsumen dapat menaruh sedotan yang mereka gunakan. Pada akhirnya stiker kedua adalah stiker yang dipilih.

Penulis menggunakan alignment center untuk menjadikan tulisan 'Waka Polka' sebagai focal point stiker tersebut. Logo Warung Wakaka dan Polka Cosmetics juga memiliki alignment center, sehingga walaupun logo-logo ini berukuran kecil, konsumen tetap akan melihat logo tersebut.



Gambar 3. 24 Logo Warung Wakaka x Polka Cosmetics

Selain stiker, penulis juga diminta untuk membuat sebuah post Instagram Giveaway Waka Polka. Di dalam desain post, penulis hanya tinggal menambahkan elemen desain yang dapat menyatukan Warung Wakaka dan Polka Cosmetics.



Gambar 3. 25 Referensi Polka Cosmetics

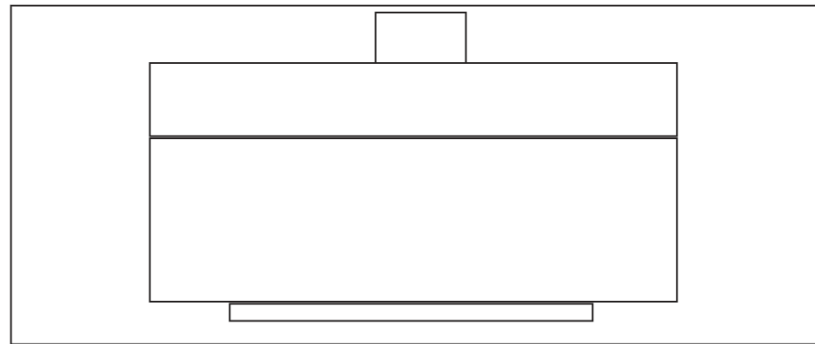
Penulis melihat konten media sosial Instagram Polka Cosmetics dan penulis melihat banyaknya warna serta pola yang bisa dilihat seperti pola bunga-bunga. Dari referensi ini, penulis merancang pola-pola geometris yang merepresentasikan Warung Wakaka dengan warna-warna cerah Polka Cosmetics. Perpaduan ini menghasilkan sebuah konten media sosial yang terkesan ramai namun tidak berantakan.



Gambar 3. 26 Instagram Post Giveaway Waka Polka

5. Spanduk Spesial Ramadhan Warung Wakaka

Penulis mendapat pekerjaan sampingan yaitu membuat spanduk Special Ramadhan Warung Wakaka. Pada proyek ini, penulis hanya tinggal mengikuti elemen desain yang sudah ada. Sebagai spanduk spesial Ramadhan, spanduk ini memiliki warna dasar hijau diikuti dengan elemen-elemen yang mendukung suasana Ramadhan.



Gambar 3. 27 Layout Spanduk Ramadhan Warung Wakaka

Spanduk spesial Ramadhan Warung Wakaka menggunakan layout *hierarchical grid* memudahkan penulis untuk menggunakan elemen desain spesial Ramadhan. Elemen desain pada spanduk ini adalah ilustrasi *vector* masjid, lentera, bulan dan bintang, serta bentuk-bentuk geometris yang khas dengan bulan Ramadhan



Gambar 3. 28 Spanduk Spesial Ramadhan Warung Wakaka

Warna-warna yang digunakan juga bukan hanya warna utama Warung Wakaka namun juga nuansa warna hijau untuk mendukung kesan Ramadhan. Font yang digunakan dalam pembuatan spanduk ini adalah Baloo dan Ramadhan Mubarak Regular. Font yang digunakan dalam *copywriting* pada pojok kanan dan kiri bawah adalah Open Sans.



Gambar 3. 29 Color Palette Spanduk Ramadhan Warung Wakaka

Berdasarkan warna-warna dan elemen-elemen desain yang sudah ada penulis kemudian mulai merancang spanduk. Agar warna kuning tidak terlalu mencolok dan tetap memiliki harmonisasi dengan warna hijau, penulis mengurangi *opacity* (tingkat transparansi) layer warna kuning dan menambahkan elemen-elemen desain berwarna hijau dibagian atas layer kuning.



Gambar 3. 30 Elemen Desain Spanduk Ramadhan Warung Wakaka

6. Stamp Digital Original Xiao La Guo

Penulis mendapatkan pekerjaan untuk merancang stamp digital ‘Original’ untuk brand Xiao La Guo. Stamp digital ini akan sering digunakan di dalam Instagram *post* yang berhubungan dengan mangkuk kuning Xiao La Guo. Mangkuk kuning ini sendiri adalah ciri khas Xiao La Guo yang membedakan brand ini dari brand lainnya.



Gambar 3. 31 Referensi Stamp Original

Penulis menggunakan tekstur *grunge* untuk memberikan kesan ‘stamp’ di *logo/icon* stamp digital original Xiao La Guo. Penulis mendapatkan tekstur *grunge* dari *Google Image* dan mengubah tekstur *grunge* tersebut menjadi *vector*. Kemudian penulis menggunakan *pathfinder divide* untuk menciptakan tekstur stamp di *logo/icon* original tersebut.



Gambar 3. 32 Stamp Digital Original Xiao La Guo

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Setelah penulis melakukan program kerja magang selama 320 jam, penulis menemukan beberapa kendala yang dialami ketika mengerjakan pekerjaan-pekerjaan yang diberikan. Berikut adalah kendala yang dialami oleh penulis:

1. Penulis hanya memiliki satu hari untuk menyelesaikan *Editorial Plan* (EP) brand Mamam dan Xiao La Guo (XLG) sehingga penulis harus melanjutkan pekerjaan di rumah pada akhir minggu.
2. *Editorial Plan* (EP) Nasi Kulit PPK membutuhkan banyak proses cropping, namun penulis tidak terlalu menguasai skill cropping di program mana pun.
3. Penulis bukanlah individu yang komunikatif pada saat melakukan program kerja magang, Penulis mengalami kesulitan untuk berkomunikasi dengan rekan kerja ketika sedang melakukan pekerjaan dimana penulis harus bertanya.
4. Selama program kerja magang, penulis belum membawa kendaraan sendiri. Sehingga penulis harus mengeluarkan uang yang jauh lebih banyak dibandingkan biaya transportasi yang diberikan oleh perusahaan.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Banyaknya kendala yang dialami oleh penulis masih bisa penulis temukan solusinya. Solusi-solusi ini memberikan dampak yang positif bagi penulis baik dalam skill maupun dalam bersikap. Berikut adalah solusi yang ditemukan oleh penulis:

1. *Editorial Plan* (EP) diselesaikan sebisa mungkin oleh penulis di hari libur, Penulis diberi kelonggaran dan ketika hari senin datang, penulis hanya tinggal menyelesaikan bagian-bagian yang kurang dan melakukan revisi (jika ada).

2. Penulis mulai belajar bagaimana cara melakukan cropping asset-asset yang akan digunakan di EP di Adobe Photoshop. Penulis berhasil memberikan hasil yang cukup bagus untuk ditaruh di dalam EP dan dilanjutkan.
3. Penulis belajar untuk bertanya dan berkomunikasi dengan rekan kerja yang penulis kenal dengan lebih baik. Penulis belajar berkomunikasi dan bertanya kepada rekan kerja ketika ruangan kerja sedang sepi.
4. Untuk mengurangi ongkos transportasi, penulis melakukan ujian untuk mendapatkan sim A. Ketika penulis telah mendapatkan sim A, penulis membawa kendaraan sendiri dari rumah, mengakibatkan penulis dapat menghemat lebih dari setengah ongkos perjalanan biasanya.