

BAB III

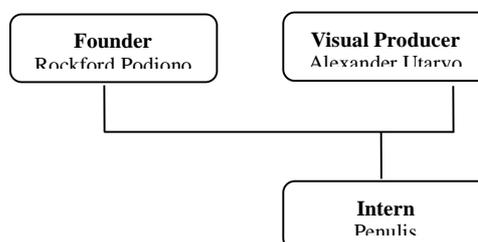
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis di *LugNutz Auto Junkie* adalah sebagai *Graphic Designer Intern* dalam melakukan kerja magang selama masa kontrak 10 minggu. Selama bekerja sebagai karyawan magang, penulis dibimbing oleh Alexander Utaryo selaku produser visual.

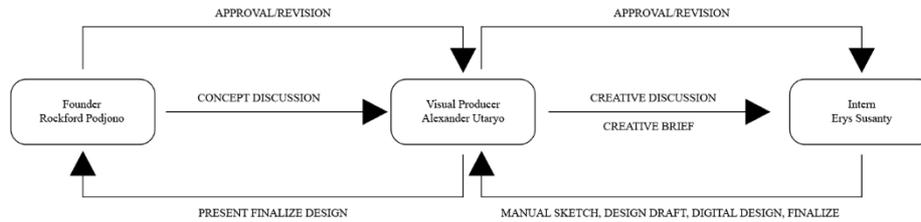
3.1.1. Kedudukan

Pada awalnya penulis diminta fokus menangani desain khususnya untuk *Instagram* yang akan digunakan dalam konten kolaborasi namun dikarenakan konten kolaborasi yang ditayangkan di *Instagram* tidak cukup banyak dan ada beberapa proyek kolaborasi yang ditunda karena *Covid-19* maka penulis diberikan tanggung jawab dan kesempatan untuk mendesain *merchandise* dan juga cap fisik *LugNutz Auto Junkie*. Penulis juga diajarkan alur *editing* video di *LugNutz Auto Junkie* dan mengikuti proses *shooting*. Penulis diberikan tugas dan *brief* secara garis besar oleh Rockford Podjono. Sedangkan ketika proses pengerjaan penulis dibimbing dan dibantu oleh Alexander Utaryo. Penulis diberikan kebebasan untuk mengeksplor dan berkreasi menciptakan desain yang dirasa cocok dengan tema yang ditetapkan sejak awal melalui diskusi antara Rockford Podjono dan Alexander Utaryo bersama *brand* kolaborasi. Pada beberapa kesempatan penulis juga diberikan kesempatan untuk ikut hadir dalam pertemuan antara *LugNutz Auto Junkie* dengan *brand* kolaborasi.



Gambar 3.1. Struktur Kedudukan Perusahaan

3.1.2 Koordinasi



Gambar 3.2. Bagan Alur Koordinasi

Pertama, penulis diberikan tugas secara lisan oleh Rockford Podjono. Biasanya, Rockford Podjono sudah terlebih dahulu berdiskusi dengan Alexander Utaryo mengenai konsep dari tugas yang diberikan. Kemudian penulis dan Alexander Utaryo mulai merancang *creative brief*, dan penulis diminta membuat *draft* desain sesuai dengan *creative brief* tersebut dalam bentuk sketsa manual. Selanjutnya penulis melakukan asistensi ke Alexander Utaryo untuk mendapat persetujuan. Apabila desain tersebut diterima oleh Alexander Utaryo, maka *draft* desain tersebut akan penulis lanjutkan proses desainnya sampai sudah siap digunakan. Setelah desain siap, penulis meminta persetujuan Alexander Utaryo akan hasil desain tersebut. Apabila disetujui maka hasil desain akan diberikan ke Rockford Podjono untuk kemudian mengetahui apakah ada yang perlu diperbaiki. Jika tidak memerlukan perbaikan maka hasil desain tersebut diberikan ke Alexander Utaryo dan penulis kembali diberikan tugas baru.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang di *LugNutz Auto Junkie*.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Pekerjaan yang Dilakukan
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perancangan cap kantor; 2. Kurasi foto dan data untuk edit video; 3. Mengedit bagian cinematic dari video <i>fun review</i>.

2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti proses <i>shooting</i>; 2. Mengikuti <i>meeting</i> dengan <i>Adira Finance</i>; 3. Merancang konsep kolaborasi dengan <i>Adira Finance (Momobil)</i>.
3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti proses <i>shooting</i>; 2. Finalisasi konsep konten <i>Instagram</i> untuk kolaborasi dengan <i>Adira Finance (Momobil)</i>; 3. Mengikuti <i>meeting</i> dengan <i>Aspros Auto</i>; 4. Perancangan konsep perayaan 300 ribu pengikut di <i>YouTube</i>.
4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti proses <i>shooting</i>; 2. Merancang konten <i>Instagram</i> untuk kolaborasi dengan <i>Adira Finance (Momobil)</i>; 3. Merancang konsep desain <i>merchandise</i> untuk merayakan 300 ribu pengikut di <i>YouTube</i>.
5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti proses <i>shooting</i>; 2. Merancang desain <i>merchandise</i> untuk merayakan 300 ribu pengikut di <i>YouTube</i>.

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melakukan praktek kerja magang di *LugNutz Auto Junkie*, penulis melakukan berbagai perancangan visual dan pekerjaan lain untuk memenuhi kebutuhan *LugNutz Auto Junkie* terutama pada *platform* media sosial *Instagram* dan *YouTube*. Media sosial *Instagram* milik *LugNutz Auto Junkie* dibuat bersamaan dengan akun *YouTube*-nya, yaitu tahun 2017. *Instagram LugNutz Auto Junkie* digunakan untuk menjalin hubungan dengan para pengikut di *YouTube* sekaligus mencari calon pengikut baru. Gaya konten yang diusung oleh akun *Instagram LugNutz Auto Junkie* adalah kasual dan terkesan *nyeleneh* dengan adanya konten meme dan foto atau video singkat seputar otomotif. Seringkali konten yang diunggah ke akun *LugNutz Auto Junkie* ditautkan dengan konten video yang baru

saja diunggah di *YouTube* atau ke akun lain untuk kemudian dapat diunggah kembali oleh akun bersangkutan.

Dikarenakan konten *Instagram LugNutz Auto Junkie* sudah memiliki konten utama foto maka penulis tidak banyak melakukan perancangan konten. Dalam mengelola akun *Instagram LugNutz Auto Junkie*, penulis diberikan kesempatan dan tanggung jawab menyusun *copywriting* untuk *caption* konten yang akan diunggah. Rockford Podjono meminta penulis untuk merancang desain untuk *Instagram* ketika ada konten kolaborasi antara *brand* dengan *LugNutz Auto Junkie* yang perlu diunggah ke *Instagram*. Selama penulis melakukan praktek kerja magang, baru ada satu *brand* yang melakukan kolaborasi melalui dua *platform* yaitu *YouTube* dan *Instagram* dengan *LugNutz Auto Junkie*.

Penulis diminta untuk membantu Alexander Utaryo dalam proses *editing* video selama tidak ada pekerjaan yang membutuhkan desain. Selanjutnya penulis juga diminta merancang *timeline* untuk setiap proyek yang dilakukan oleh *LugNutz Auto Junkie* sehingga tidak ada jadwal yang saling tumpang tindih atau pekerjaan yang diburu-buru pembuatannya. Hasil desain penulis diperlihatkan ke Alexander Utaryo untuk mendapat persetujuan baru ke Rockford Podjono untuk mendapatkan keputusan akhir. Apabila dianggap hasil desain yang penulis buat sudah baik maka penulis tidak perlu melakukan revisi.

Selain melakukan pekerjaan-pekerjaan tersebut, penulis juga seringkali ikut apabila *LugNutz Auto Junkie* melakukan pertemuan dengan pihak *brand* atau sesama kreator konten. Hal tersebut dilakukan di luar waktu untuk *shooting*, *editing* video, dan pekerjaan utama *LugNutz Auto Junkie* lainnya yang dikerjakan di dalam maupun di luar kantor. Hal ini menjelaskan jam kerja penulis yang panjang dan banyak lembur saat melakukan kerja praktek di *LugNutz Auto Junkie*.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Selama melakukan praktek kerja magang di *LugNutz Auto Junkie*, penulis mendapat tugas langsung dari *Founder* yaitu Rockfrod Podjono. Dalam pelaksanaan tugas penulis dibimbing oleh Alexander Utaryo. Seluruh tugas yang penulis kerjakan harus melewati tahap asisten oleh Alexander Utaryo dan Rockford Podjono sebelum desain tersebut boleh digunakan. Secara rinci berikut merupakan proses pengerjaan tugas yang dikerjakan penulis selama melakukan proses kerja magang.

3.3.1.1. Perancangan Cap *LugNutz Auto Junkie*

Tugas pertama yang penulis kerjakan di *LugNutz Auto Junkie* adalah merancang cap perusahaan. Hal ini dikarenakan *LugNutz Auto Junkie* belum memiliki cap fisik resmi. Selama ini *LugNutz Auto Junkie* hanya menggunakan *watermark* untuk setiap dokumen yang keluar dari kantornya, seperti surat peminjaman unit mobil pers ataupun katalog berisikan *portfolio* dan *rate card* *LugNutz Auto Junkie*. Maka dari itu, penulis diminta oleh Rockford Podjono merancang cap perusahaan dengan gaya lebih resmi namun tetap mempertahankan jiwa *LugNutz Auto Junkie* yang muda dan bergairah. Penulis menyusun konsep desain cap perusahaan dengan bimbingan Alexander Utaryo.

Penulis menggunakan program *Adobe Illustrator* dalam merancang cap *LugNutz Auto Junkie*. Menggunakan *color mode* RGB karena hasil desain walaupun akan dicetak secara fisik namun untuk proses asistensi akan tetap menggunakan layar perangkat elektronik. *Artboard* yang penulis gunakan berukuran 1080x1080 px atas saran dari Alexander Utaryo. Sebelum mendesain cap perusahaan di program *Adobe Illustrator*, penulis terlebih dahulu membuat beberapa alternatif desain cap untuk *LugNutz Auto Junkie* secara manual di atas kertas. Berikut sketsa alternatif desain yang penulis buat.



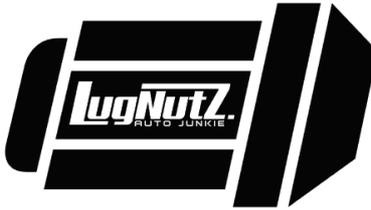
Gambar 3.3. Sketsa Desain Cap

Tujuan penulis membuat beberapa sketsa alternatif desain cap adalah untuk mendapatkan desain cap sesuai dengan konsep yang diberikan. Setelah melakukan asistensi dengan Alexander Utaryo, dipilih dua desain untuk kemudian masuk ke dalam proses digitalisasi.



Gambar 3.4. Alternatif Pertama

Dalam desain pertama yang Alexander Utaryo pilih, penulis menata ulang logo *LugNutz Auto Junkie*. Namun penambahan *plate* untuk memblokir latar dinilai tidak serasi dengan logo *LugNutz Auto Junkie*. Desain alternatif ini dirasa Alexander Utaryo kurang menonjolkan logo asli *LugNutz Auto Junkie* sehingga tidak dilanjutkan ke proses asistensi final ke Rockford Podjono.



Gambar 3.5. Alternatif Kedua

Desain kedua sekaligus desain yang dipilih oleh Alexander Utaryo untuk diajukan ke Rockford Podjono memiliki konsep visual yang sama dengan alternatif pertama, penulis menata ulang logo *LugNutz Auto Junkie* dengan fokus pada logo *LugNutz Auto Junkie* di dalam *logogram* baut roda. Untuk meningkatkan kontras, penulis mendesain baut roda di belakang logo dengan warna solid penuh dan membiarkan logo *LugNutz Auto Junkie* yang berada di tengah latar menjadi *white space*. Ukuran logo yang tidak terlalu kecil juga dirasa Alexander Utaryo sudah layak menjadi desain cap fisik. Desain ini kemudian diteruskan ke Rockford Podjono untuk mendapatkan persetujuan akhir dan kemungkinan revisi. Desain yang penulis buat tidak mendapatkan revisi dan bisa langsung diproses. Berikut adalah hasil jadi *scan* cap fisik *LugNutz Auto Junkie*.



Gambar 3.6. Implementasi Desain Cap

3.3.1.2. Kolaborasi *Momobil* dengan *LugNutz Auto Junkie*

Pada awal Januari 2021, *LugNutz Auto Junkie* mendapatkan tawaran untuk melakukan kolaborasi oleh *Momobil*. *Momobil* adalah sebuah *sub-brand* dari PT Adira Dinamika Multi Finance atau lebih dikenal dengan sebutan *Adira Finance*, anak perusahaan *Bank Danamon* yang bergerak di bidang kredit kendaraan bermotor. Tidak hanya kolaborasi dalam bentuk konten *YouTube*, kolaborasi juga dilakukan melalui *platform Instagram*. Sehingga penulis diberikan tugas untuk merancang desain konten *Instagram* untuk kolaborasi antara *LugNutz Auto Junkie* dan *Momobil*.

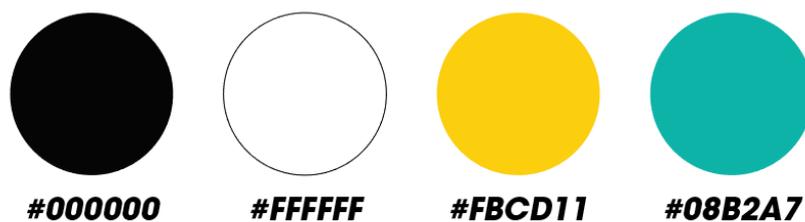


Gambar 3.7. Logo Momobil

Tahap pertama dari menjalankan tugas ini adalah melakukan riset dan penentuan konsep kolaborasi. Setelah melalui *meeting* bersama pihak *Momobil*, disepakati konsep yang digunakan adalah *soft-selling* dengan fokus personifikasi mobil menjadi karakter pengemudi dan penumpang. Pada awalnya, terdapat tiga persona yang ingin diangkat, yaitu persona keluarga muda, persona jiwa muda petualang dan sukses, dan persona anak remaja yang aktif. Namun belakangan ditambahkan satu persona lagi yang sayangnya belum diputuskan sehingga penulis diminta untuk mengerjakan tiga desain terlebih dahulu.

Design mandatory dalam desain konten ini adalah penggunaan warna *Momobil* dan *LugNutz Auto Junkie*, logo kedua belah pihak, dan penggunaan *tagline* dalam *caption* konten yang akan diunggah. Total warna yang akan digunakan ada empat, yaitu kuning khas *Momobil*, cyan khas *LugNutz Auto Junkie*, hitam, dan putih. Selain itu agar konten unggahan nanti tetap selaras dengan *feeds* awal, maka akan ada penggunaan foto yang digabung dengan elemen *vector*.

Penulis merancang desain konten kolaborasi ini menggunakan program *Adobe Photoshop* untuk mengolah foto dan *Adobe Illustrator* untuk menyatukan foto tersebut menjadi satu desain konten yang siap unggah. *Artboard* yang penulis gunakan berukuran 1080x1080 px dan menggunakan *color mode* RGB karena peruntukannya adalah untuk layar peralatan digital seperti *handphone* dan *desktop* komputer. Berikut adalah warna beserta kodenya yang akan digunakan dalam desain konten kolaborasi *Instagram*.



Gambar 3.8. Warna yang Digunakan

Penulis menggambar beberapa sketsa manual untuk menggambarkan konsep konten *Instagram* yang kemudian diasistensi oleh Alexander Utaryo sebelum diproses menjadi desain digital. Fokus utama penulis dalam menyusun desain adalah menempatkan Rockford Podjono dan Alexander Utaryo sebagai *car reviewer* yang sedang memberikan saran tentang pilihan mobil untuk tiga kategori di atas. *Tone* desain yang disepakati adalah kasual dan informatif khas *LugNutz Auto Junkie*. Berikut

merupakan sketsa manual berdasarkan ide-ide penulis dan bimbingan Alexander Utaryo.



Gambar 3.9. Sketsa Konten Momobil

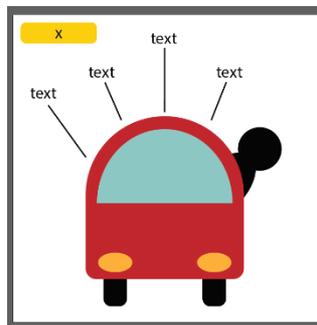
Dari sembilan sketsa yang penulis buat, terdapat tiga sketsa yang dipilih oleh Alexander Utaryo untuk dilanjutkan ke proses digitalisasi. Masing-masing desain mewakili satu persona mobil. Berikut adalah hasil sketsa digital yang penulis buat. Hasil dari sketsa digital ini akan diperlihatkan kembali ke Alexander Utaryo untuk mendapat masukan dan revisi apabila diperlukan.



Gambar 3.10. Sketsa Digital 1 Konten Momobil

Pada desain pertama penulis merancang konten dengan kategori mobil untuk anak remaja. Pendekatan emosional yang diambil adalah tentang bingungnya seorang anak remaja yang belum menghasilkan uang namun dituntut untuk aktif sehingga perlu memiliki kendaraan sendiri. Hal

ini mengakibatkan perlunya riset pasar untuk mendapatkan informasi tentang kendaraan yang *low-maintenance*, irit bahan bakar, berukuran *compact*, dan harga beli yang relatif murah dengan *safety* terjamin. Profil orang pada desain ini akan digantikan oleh foto Rockford Podjono sebagai ‘ahli’ dalam memberikan saran. Dan lingkaran di atas Rockford Podjono akan berisi foto mobil yang sesuai dengan kategori mobil untuk remaja.



Gambar 3.11. Sketsa Digital 2 Konten Momobil

Pada desain kedua, target desainnya adalah kalangan muda profesional yang membutuhkan mobil untuk menunjang gaya hidup dan kelas sosial. Selain itu, mobil yang diiklankan haruslah bisa digunakan untuk perjalanan jauh dan melewati berbagai medan. Untuk menunjang visualisasi tersebut maka fokus utama dalam konten ini adalah foto dari mobil dan di dalamnya ada Rockford Podjono sebagai contoh pemuda sukses yang memberikan informasi mengenai poin plus mobil tersebut.



Gambar 3.12. Sketsa Digital 3 Konten Momobil

Desain terakhir adalah desain untuk kategori mobil keluarga muda, sehingga pendekatan emosional yang bisa dilakukan oleh *LugNutz Auto Junkie* adalah pengandaian Alexander Utaryo sudah menikah dan memiliki keluarga. Alexander Utaryo dipilih sebagai tokoh dalam konten ini karena *image* dirinya yang dinilai pengikut dingin dan kaku, yang terkadang justru membawa kelucuan tersendiri. Konsep pengandaian diambil karena baik Rockford Podjono maupun Alexander Utaryo tidak ada yang sudah menikah. Siluet tiga orang akan dirubah menjadi Alexander Utaryo, didampingi karakter istri dan anak yang masih tetap dalam bentuk siluet. Kemudian terdapat foto-foto pilihan mobil yang membuat bingung tokoh karena semuanya bagus dengan kelebihan masing-masing.



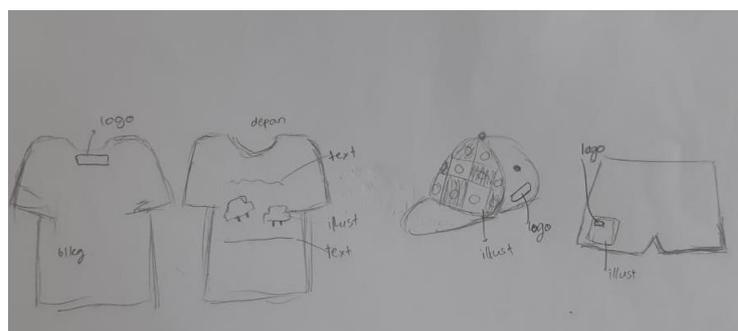
Gambar 3.13. Hasil Akhir Desain Konten Instagram

Setelah melakukan asistensi ulang, penulis mendapatkan revisi berupa pemilihan warna mobil dan teks yang diperlukan di konten visual. Setelahnya penulis melanjutkan proses pengerjaan yaitu finalisasi desain. Karena jadwal yang padat dari Rockford Podjono dan Alexander Utaryo, maka penulis menggunakan *asset* foto yang sudah ada dalam *database LugNutz Auto Junkie*. Hasil desain ini mendapatkan revisi. Yaitu menggunakan foto langsung dari mobil yang akan mereka *shoot* nantinya untuk konten kategori mobil profesional muda dan mengganti *asset* foto yang penulis gunakan dengan foto saat *review*. Revisi ini belum bisa dipenuhi karena *shooting review* mobil kolaborasi dengan *Momobil* dijadwalkan dimulai pada bulan Maret.

3.3.1.3. Perancangan *Merchandise LugNutz Auto Junkie*

Untuk meningkatkan loyalitas dan mendapatkan lebih banyak pengikut, *LugNutz Auto Junkie* berencana mengeluarkan *merchandise* dalam merayakan adanya 300 ribu pengikut di *YouTube*. Per tanggal 11 Februari 2021, pengikut *LugNutz Auto Junkie* di *YouTube* berjumlah 272 ribu akun. Dalam merancang *merchandise*, penulis dibimbing Alexander Utaryo menentukan jenis barang yang sebaiknya dijadikan *merchandise*. Karena mayoritas pengikut *LugNutz Auto Junkie* adalah laki-laki, maka penulis disarankan merancang desain untuk celana *boxer*, kaos, dan topi.

Tema dari desain ini diminta untuk tetap universal dan *design mandatory* yang diperlukan hanyalah logo *LugNutz Auto Junkie*. Penulis dan Alexander Utaryo memutuskan konsep desain *fun* dan modern lewat penggunaan *meme* otomotif dalam bentuk vector sebagai ilustrasi di kaos. Sedangkan untuk desain topi menggunakan elemen desain yang ada pada *YouTube banner LugNutz Auto Junkie*. Untuk *boxer* penulis disarankan menggunakan ilustrasi dengan konsep ‘*drive-thru*’ sebagai penggambaran kegiatan buang air kecil yang prosesnya berlangsung cepat, sama seperti *drive-thru* restoran. Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah warna-warna terang dan berani.



Gambar 3.14. Sketsa Visual *Merchandise*

Penulis membuat sketsa terlebih dahulu di atas kertas untuk mengukur kira-kira ukuran ilustrasi di kaos, topi, dan *boxer*. Setelah

mendapat persetujuan dari Alexander Utaryo, penulis melanjutkan proses desain ke digitalisasi ilustrasi. Berikut adalah hasil digital desain penulis.



Gambar 3.15. Ilustrasi untuk Kaos

Penulis menggunakan program *Adobe Illustrator* untuk mendesain ilustrasi kaos ini. Menggunakan *typeface* Bubble Bobble dengan tujuan menunjukkan kesan *fun*. Menempatkan logo *LugNutz Auto Junkie* di bagian plat nomor mobil sesuai dengan arahan untuk menunjukkan desain yang universal. Terdapat penambahan teks yaitu 'weeee' dan 'we are rally cars' yang menjelaskan konsep *meme* dalam ilustrasi tersebut. Penulis menggunakan warna merah sesuai dengan jargon yang sering diucapkan Rockford Podjono ketika melakukan video *review* yaitu 'merah itu *racing*' dan warna cyan khas *LugNutz Auto Junkie*.



Gambar 3.16. Ilustrasi untuk Topi

Penulis merancang desain pada topi *merchandise LugNutz Auto Junkie* mirip dengan *banner YouTube LugNutz Auto Junkie*, yaitu menggunakan latar kotak-kotak hitam putih dengan ilustrasi berupa *icom-part* sebuah mobil. Warna yang penulis gunakan selain hitam putih adalah warna cyan khas *LugNutz Auto Junkie*.



Gambar 3.17. Ilustrasi untuk *Boxer*

Terakhir, penulis mendesain *boxer* untuk salah satu *merchandise* dalam merayakan 300 ribu pengikut *LugNutz Auto Junkie*. Penulis merancang desain dengan konsep *fun* menggunakan analogi mobil di area *drive-thru* sebagai simbol kegiatan buang air. Berikut adalah *mockup* sebagai implementasi desain yang sudah penulis buat.



Gambar 3.18. Implementasi Desain dalam *Mockup*

Setelah mendapatkan *approval* untuk ilustrasi-ilustrasi tersebut, penulis melanjutkan desain dengan memasukkan ilustrasi tersebut ke dalam

mockup. Kemudian *mockup* ini kembali dipresentasikan ke Rockford Podjono dan Alexander Utaryo. Tidak terdapat revisi dan penulis dinyatakan telah selesai mengerjakan tugas ini.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan praktek kerja magang, tentu saja tidak semua hal berjalan sesuai rencana. Penulis menghadapi dan melewati beberapa kendala dalam melakukan praktek magang. Walaupun demikian, hal ini tidak menyurutkan semangat penulis untuk belajar dalam lingkungan kerja kreator konten yang serba cepat dan penuh dengan kolaborasi. Pemahaman akan otomotif yang minim dan tuntutan untuk dapat mengerjakan tugas dalam waktu bersamaan terkadang membuat penulis kesulitan menentukan prioritas pekerjaan.

Selain itu karena hanya dikelola oleh dua orang yang mengurus semua keperluan kantor, terkadang penulis bekerja di luar kantor mengikuti lokasi *shooting LugNutz Auto Junkie*. Tidak terlalu sulit apabila terdapat kafe atau *working space* di daerah lokasi *shooting*, namun apabila tidak ada tempat untuk penulis bekerja maka pilihannya adalah bekerja di dalam mobil atau mengikuti proses *shooting* yang berarti menunda *progress* kerja penulis.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut, penulis memutuskan untuk ikut lembur bersama Alexander Utaryo dan Rockford Podjono hampir setiap hari agar pekerjaan penulis dapat selesai tepat waktu dan penulis tidak perlu bekerja lagi di rumah. Selain itu penulis juga aktif bertanya dan meminta saran dalam setiap tahap pengerjaan agar apabila ada revisi yang ingin diberikan, penulis tidak perlu mengulang dari awal. Juga penulis banyak menghabiskan waktu untuk belajar tentang dunia otomotif agar tidak ada kesalahpahaman tentang tugas yang diberikan oleh Rockford Podjono kepada penulis.