



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:

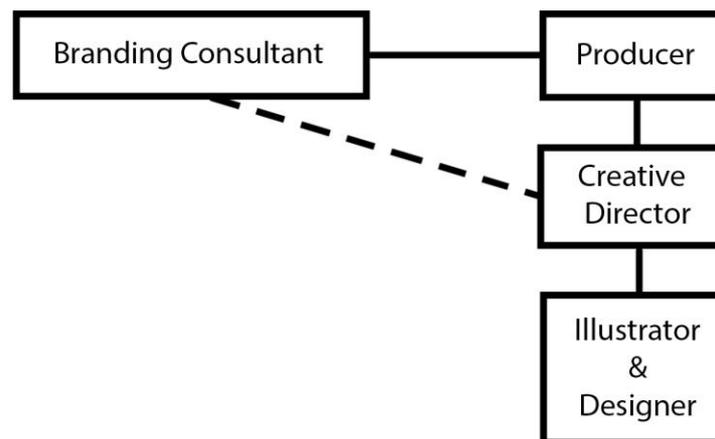
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1. Kedudukan

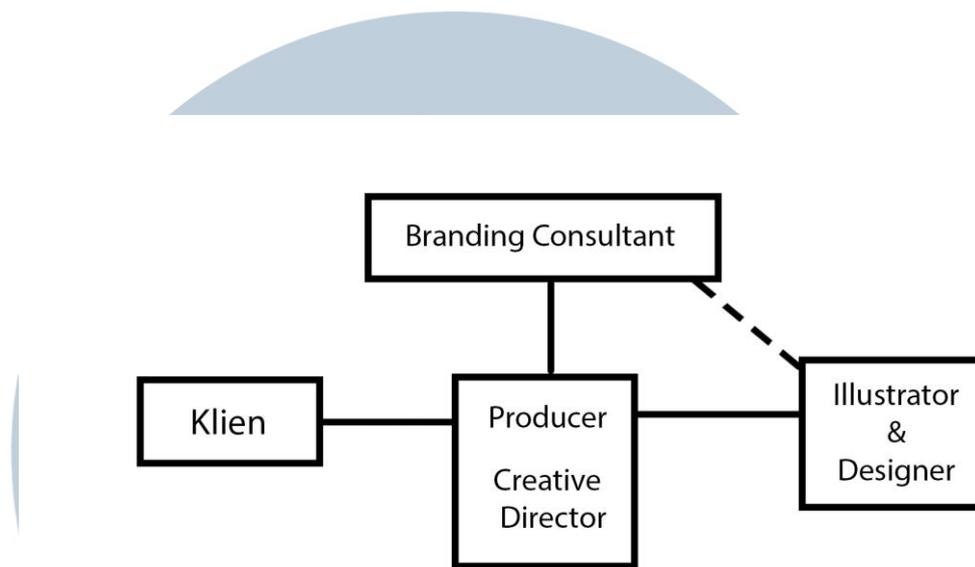
Posisi penulis dalam divisi kreatif di Nextframe Digital Studio adalah sebagai *illustrator* yang juga merangkap sebagai desainer dan *concept artist*. Dalam Nextframe Digital Studio, penulis yang berada di divisi kreatif di bawah bimbingan Raissa Theodosia Gulliano dan Shandy Pranoto selaku *supervisor*, direktur utama, dan *creative director*.



Gambar 3.1. Struktur Organisasi Divisi Kreatif

3.1.2. Koordinasi

Bagian ini berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di perusahaan magang. Alur koordinasi dapat digambarkan dengan bagan alur kerja seperti di bawah ini:



Gambar 3.2. Bagan Alur Koordinasi

Berikut adalah tahapan alur sebuah kerja suatu *project* di Nextframe Digital Studio, yang dituliskan di bawah ini adalah generalisasi alur kerja pembuatan suatu *project*:

1. Klien didapat dari bagian *marketing*, namun ketika memasuki tahap produksi, klien akan berhubungan langsung dengan *Producer*.
2. *Producer* akan memberitahukan keinginan klien kepada *Creative Director* dan *Branding Consultant* yang kemudian akan dibahas produk seperti apa yang akan dibuat.
3. Setelah sepakat *Creative Director* akan meminta acuan produk atau *script* pada *Producer*.
4. *Script* atau acuan produk yang telah selesai dibuat oleh *Producer* akan diberikan pada klien untuk diberikan masukan dari pihaknya.

5. Setelah acuan produk atau *script* disetujui oleh pihak klien. *Producer* memberikannya kepada *Creative director*.
6. *Creative Director* melakukan *break down script* atau acuan produk bersama dengan *illustrator* dan desainer.
7. Produk dibuat oleh *illustrator* atau desainer dengan pengawasan *Creative Director* yang dibantu dengan *Branding Consultant*.
8. Hasil awal dari *illustrator* dan desainer adalah berupa *mock-up* kasar yang lalu direvisi oleh *Creative Director* dan *Branding Consultant*.
9. Hasil yang telah direvisi diberikan kepada klien untuk diberikan masukan lebih lanjut. Kemudian direvisi kembali untuk penyesuaian klien.
10. Hasil setelah proses perevisian masuk ke tahap *finishing* setelah itu diberikan kepada klien melalui *Producer*.

3.2. Uraian Tugas Internship

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 & 2	<i>Character Design</i>	Klien : IG Events Penulis membuat sebuah desain karakter yang akan digunakan sebagai maskot pada. Klien meminta untuk membuat maskot yang unik, energik, <i>fun</i> , dan ke-Indonesia-an.
2	3	<i>Layout & website</i>	Klien: Credo Penulis membuat rancangan <i>layout</i>

			animasi sebuah tampilan <i>website</i> dan tampilan <i>website</i> .
3	4 & 5	Desain <i>booth</i> & seragam SPG Desain <i>website</i>	Klien: Livi Penulis membuat salah satu ide desain untuk <i>booth</i> dan beberapa alternatif seragam SPG. Untuk <i>booth</i> didesain menggunakan aplikasi 3D sedangkan seragam menggunakan <i>Photoshop</i> . Klien: Credo Penulis melanjutkan desain Credo pada minggu sebelumnya.
4	6	Desain <i>Sales Kit Online</i>	Klien: BNI (Bank Negara Indonesia) Penulis membuat sebuah tampilan <i>app</i> yang <i>simple</i> dan juga bagaimana <i>app</i> tersebut berinteraksi.
5	7	<i>Color Scheme</i> Jatim Park	Klien: Jawa Timur Park Penulis bertugas untuk mewarnai sebuah <i>scene</i> maskot Jatim Park sebagai ide awal pewarnaan. Warna yang dipilih harus mengandung unsur <i>family</i> dan <i>fun</i> .
6	8	<i>Motion Graphic</i> <i>Motion Graphic</i>	Klien: Total Indonesia Penulis membuat <i>asset motion graphic</i> yang berisikan company profile, proyek museum wayang bersama total, dan proyek Yayasan Total Indonesia kedepannya. Klien: - (Project Pribadi Nextframe) Penulis membuat <i>asset</i> dan <i>motion graphic</i> 17 Agustus 2017.

7	9	<i>Character Design</i>	<p>Klien: Disdik (Dinas Pendidikan)</p> <p>Penulis membuat beberapa <i>alternative</i> karakter desain yang akan dipakai sebagai <i>main character</i> untuk aplikasi pendidikan. Karakter yang didesain ditujukan untuk anak dengan bentang usia 6- 10 tahun.</p>
8	10	<i>Content Asset</i>	<p>Klien: Cari Perabot</p> <p>Penulis membuat <i>asset</i> yang akan digunakan sebagai <i>template</i> produk.</p>

3.2.1. Design Character untuk Maskot Pekan Raya Indonesia

1. Brief Supervisor

Supervisor, Bapak Shandy Pranoto meminta kepada semua *illustrator* yang ada di Nextframe Digital Studio untuk membuat konsep ilustrasi yang akan dijadikan maskot di Pekan Raya Indonesia yang mengindikasikan *family, fun, dan energetic*.

2. Konsep dan Ide

Penulis mempunyai ide untuk membuat sebuah karakter anak muda yang memakai *backpack* dan menggunakan *skateboard* untuk menampilkan kesan *adventurous and energetic*. Warna yang digunakan adalah warna-warna cerah untuk menambah kesan *happy* dan *fun*. Dan untuk style maskot penulis menggunakan *style iconic*.

3. Proses perancangan

Hal pertama yang dilakukan penulis adalah mencari referensi karakter-karakter yang *iconic* dan *energetic*. Penulis mendapatkan banyak karakter yang *iconic* adalah karakter dengan warna yang tegas, mempunyai *outline*, dan mudah dikenali.

Dari referensi- referensi yang dikumpulkan, kemudian dibuat sketsa kasar di buku gambar dan kemudian diperbaiki serta diberi warna secara digital.



Gambar 3.3. Karakter yang Menjadi Referensi.



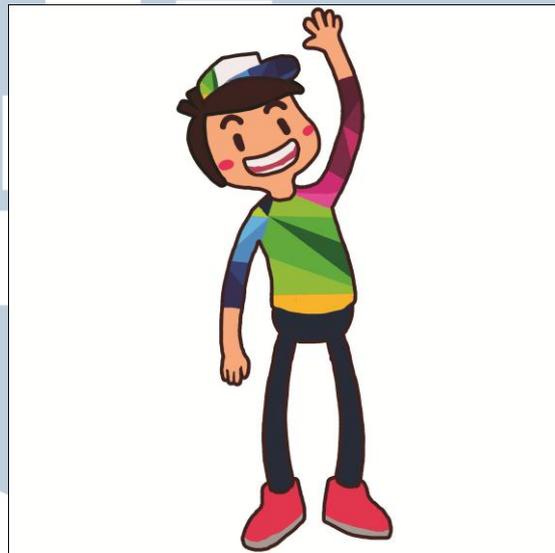
Gambar 3.4. Karakter Desain yang Telah Didigitalisasi.

Awalnya *outline* yang dibuat terang tetapi setelah revisi dengan *supervisor*, akhirnya *outline* dipergelap untuk menunjukkan kontras. Selain

itu karakter juga dibuat pose berdiri dan pada bagian tangan dibuat lima jari yang pada sebelumnya hanya tiga jari.

4. *Finishing*

Setelah revisi dari *supervisor*, karakter yang dibuat dimasukkan kedalam beberapa *mock-up* dan dicetak.



Gambar 3.5. Karakter yang Telah Direvisi



Gambar 3.6. Karakter dalam *Mock- up Tote Bag*.



Gambar 3.7. Pengaplikasian Karakter pada Poster

3.2.2. Pembuatan *Booth* Livi dan Seragam Sales Promotion Girl (SPG)

1. Brief Supervisor

Livi *tissue* ingin produknya dikenal oleh masyarakat luas. *Target market* Livi *tissue* adalah kelas menengah ke atas sehingga *booth*-nya harus terkesan elegan tetapi juga menggambarkan kelebihan produk Livi.

2. Pencarian Referensi

Sebelum dibuatnya *modeling booth*, penulis melakukan pencarian referensi dari *booth-booth* yang pernah ada dan *booth* tersebut ditujukan untuk masyarakat kalangan menengah ke atas.



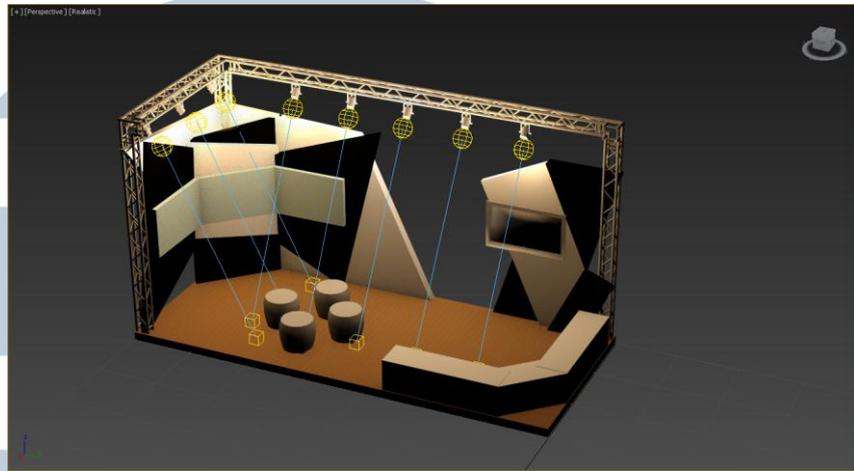
Gambar 3.8. Contoh *Booth* untuk *Target Market* Menengah ke Atas.

Setelah pencarian referensi, bentuk *booth* disesuaikan dengan *layout* perusahaan dan ciri khas perusahaan tersebut.

3. Proses perancangan

Hal pertama yang dilakukan adalah mendata keinginan klien sehubungan dengan gambaran kasar *booth*. Setelah itu bentuk kasar tersebut digambar untuk sekaligus menyesuaikan denah yang diberikan oleh klien. Klien juga menyebutkan *ornament- ornament* yang diinginkan.

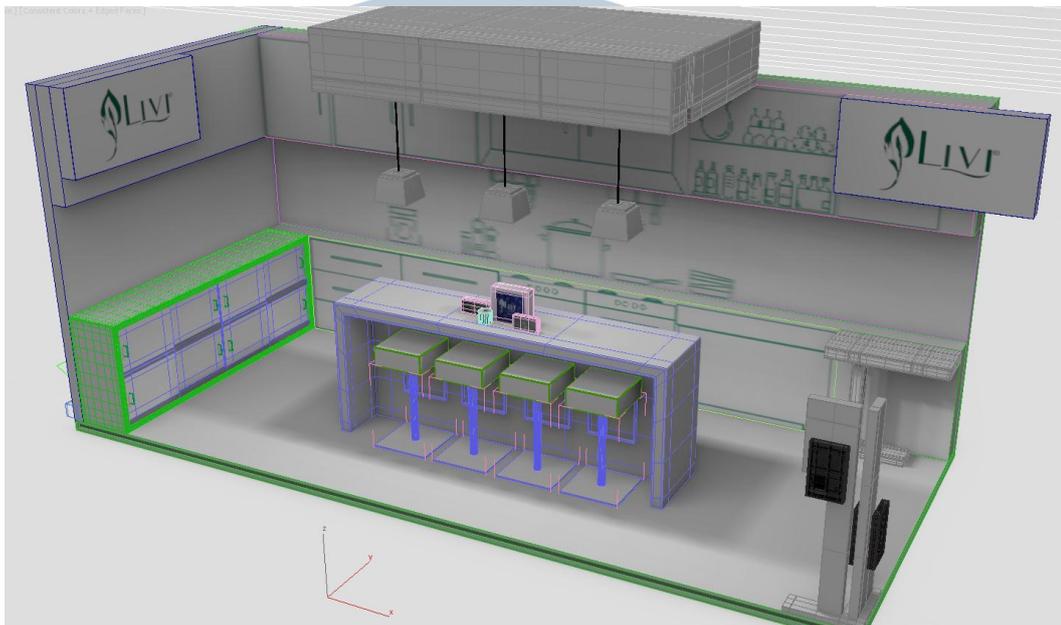
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.9. Gambaran Kasar *Booth*.

4. Gambaran kasar tersebut menjadi salah satu alternatif *booth* dan diberikan pada *producer* untuk dikirim ke klien. Setelah beberapa hari klien membalas dengan beberapa masukan dan revisi serta berganti tema, yaitu: *kitchen*.
5. Setelah revisi dikirimkan tim langsung segera merevisi *modeling* sesuai dengan masukan klien. Sehingga *model booth* beracuan pada *modern kitchen*.
6. Karena adanya keterbatasan luas tempat, maka dibuatlah bentuk dapur kering yang beberapa mejanya hanyalah tempelan *sticker* pada dinding.
7. Setelah *modeling* selesai, model diberikan kepada *Creative Director* untuk dinilai. Dan *modeling* yang sudah selesai dikirimkan ke klien.

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 3.10. Screenshot dari Finalisasi Booth Tampak ¾.

3.2.3. Pembuatan Sales Kit Online Apps Bank Negara Indonesia

1. Brief Supervisor

Semua *digital artist* dikumpulkan mendapatkan *brief* dari *Creative Director* dan *Branding Consultant* berisikan bahwa Bank Negara Indonesia (BNI) ingin membuat sebuah *apps* untuk memudahkan *sales*-nya menjelaskan tentang produk dari BNI. Tampilan yang diinginkan adalah minimalis tetapi tetap mempertahankan konsep batik dari BNI itu sendiri. Warna yang digunakan tidak boleh menggunakan hitam pekat atau warna yang terlalu mencolok mata.

2. Konsep dan Ide

Penulis membuat konsep beracuan dari desain *Sales Kit Online* versi yang sedang digunakan. Dan mencoba *re-make*-nya agar ide tidak terlalu jauh dari *brief*.



Gambar 3.11. Screenshot dari Aplikasi *Sales Kit Online* yang Sedang Digunakan.

3. Proses perancangan

Penulis langsung membuat desain beracuan pada model Windows 10 dan BNI *Sales Kit Online* yang sedang digunakan. Setelah itu penulis mencari batik yang kira-kira bagus untuk digunakan sebagai *pattern* dan langsung dimasukan ke desain. Penulis juga memikirkan bagaimana animasi atau interaksi pada saat *thumbnail* di-*click*.

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 3.12. Desain Pertama yang Masih Beracuan pada Aplikasi *Sales* yang Digunakan.

Setelah menyelesaikan desain pertama, penulis membuat alternatif desain lainnya yang lebih modern. Beracuan pada usulan *Branding Consultant*, Pak Conrad Ren, yaitu desain dengan *endless scroll* dan menggunakan batik mega mendung.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.13. Desain Pertama Alternatif Kedua

Pada desain pertama alternatif kedua penulis menggunakan batik yang tidak sesuai ada usulan *Branding Consultant* sehingga penulis harus merevisi desain agar sesuai dengan batik mega mendung..



Gambar 3.14. Tampilan *Intro* dari Desain BNI Batik Mega Mendung.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.15. Desain Setelah Menggunakan Batik Mega Mendung.

4. Finishing

Setelah membuat dua alternatif, desain kemudian diberikan ke *Creative Director* bersama dengan desain *digital artist* lainnya. Setelah itu diambil empat desain yang paling baik dan desain tersebut dikirimkan ke klien.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.4. Pembuatan *Asset Story Board* untuk *Motion Graphic* Yayasan Total Indonesia

1. *Brief Supervisor*

Bapak Shandy Pranoto meminta kepada semua *digital artist* yang berada di Nextframe Digital Studio untuk membuat *asset* yang akan dijadikan *motion graphic* untuk acara Yayasan Total Indonesia. Untuk membuatnya, *motion graphic* tersebut dibagi menjadi beberapa *part* untuk dikerjakan. Penulis mengerjakan setengah *part 7* dan *part 8*.

2. Konsep dan Ide

Untuk *part 7*, penulis menggunakan *template* yang telah dibuat *digital artist* yang bertugas membuat bagian depan *part 7*. Sedangkan *part 8* penulis mempunyai ide untuk membuat *asset* gunung karena tema Yayasan Total Indonesia adalah wayang. Bagian Gunung digunakan untuk bagian keterangan, dan bagian acara Yayasan Total Indonesia penulis menggunakan *motion* seperti *roll film*.



Gambar 3.16. Hasil dari *Tracing* Gunung yang Akan Digunakan.

3. Proses perancangan

Pertama penulis mencari gunung dan melakukan *tracing* pada gunung tersebut. Untuk gambar penulis mengambilnya dari *page source* pada web Yayasan Total Indonesia.

Setelah mencari gambar penulis langsung menggabungkan *asset*. Gunung yang telah di *tracing* diletakan pada *page* pembuka dan diletakan pada sisi kanan dan kiri. Hal tersebut merefleksikan pentas pewayangan asli. Warna yang diberikan adalah warna coklat- krem. Pada sebelumnya telah diberikan warna coklat kemerahan tetapi Bapak Shandy Pranoto meminta untuk warna itu diganti karena terlalu mencolok mata.



Gambar 3.17. Salah Satu *Page* yang Menggunakan Gunungan.

Lalu untuk *page* misi penulis ditugaskan untuk membuatnya se-*simple* mungkin. agar mudah terbaca dalam jangka waktu terbatas. Oleh sebab itu penulis mengikuti acuan yang diberikan oleh rekan *digital artist* lain yang telah membuat *part* sebelumnya. Bagian misi ini berisikan melestarikan cagar budaya dan warisan budaya. Untuk itu warna *background* penulis menggunakan warna hijau karena identik dengan kehidupan.



Gambar 3.18. *Page* Bagian Misi dengan Warna Hijau.

Penulis juga membuat satu alternatif warna untuk menjembatani warna pada *page* sebelumnya menjadi warna coklat- oranye.



Gambar 3.19. *Page* Bagian Misi dengan Alternatif Warna.

Dan untuk *page on going programs* penulis membuatnya seperti *roll film* seperti yang telah dijelaskan diatas. Untuk itu penulis mengubah beberapa gambar menjadi sama tinggi agar mudah dalam penganimasiannya. Gambar- gambar itu langsung penulis susun berurutan sesuai keinginan klien. Dan untuk seluruh *page* walaupun ada tulisan, animasi tulisan hanyalah *fade-in* dan *fade- out*.



Establishment of a **conservatory** for
Dayak Handicraft



Annual **Melayu Kutai Traditional Dance & Music
(Jepen Dance) and Folklore Festival**
by **Tourism & Cultural Unit of Kutai Kartanegara District**



Yearly **Wayang Festival** by **Museum Wayang Jakarta,
The Sena Wangi Foundation and PEPADI**
since 2015

Gambar 3.20. *Page On Going Programs* dengan Gambar yang Nantinya Akan Dianimasikan Seperti *Roll Film*.

4. *Finishing*

File Photoshop setiap *asset* dibagi menjadi *per-page* per file lalu di-*save* menjadi *jpeg* dan seluruh *part* dikumpulkan dan disusun sesuai bagiannya. Setelah itu *asset* diberikan kepada bapak Frederikus untuk di animasikan. Setelah itu diberikan kepada *Creative Director* dan dikirimkan kepada klien

3.3. Kendala yang Ditemukan

1. Tidak adanya referensi untuk gambar- gambar tertentu selama pembuatan beberapa *project*.
2. Adanya kesalahan penyampaian informasi dari pihak tertentu.
3. Perbedaan pendapat antara beberapa pihak terkait dengan produk proyek.

3.4. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

1. Membuat *digital imagining* dari beberapa gambar untuk menjadi gambar referensi yang dibutuhkan walaupun akan memakan waktu lebih.
2. Perlunya pengertian terhadap proyek terkait oleh beberapa orang dan adanya kesepakatan tentang tema proyek.
3. Produk harus bisa dijelaskan secara logis dan ilmu dalam desain.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA