



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Pada kesempatan magang ini, penulis bekerja di PT Ruang Raya Indonesia, tepatnya di Ruangguru itu sendiri. Selama bekerja di Ruangguru, ada beberapa alur koordinasi yang harus dipatuhi dalam menjalankan tugas.

1. Kedudukan

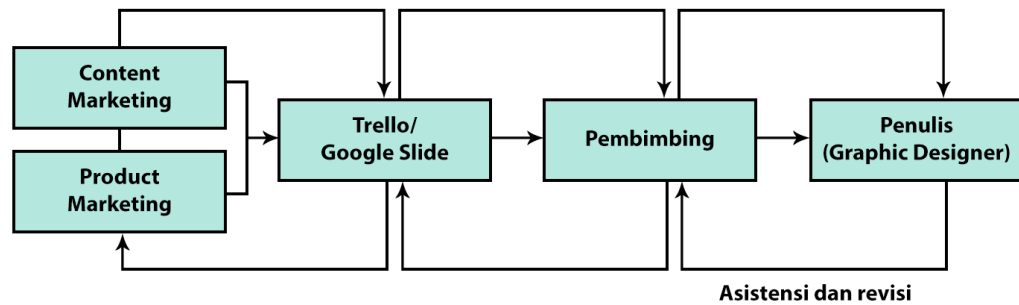
Penulis bekerja sebagai *graphic design intern* di divisi *creative marketing*. Jika dilihat dari bagan struktur organisasi, penulis berada di bawah tanggung jawab Achelia Setiani, selaku *graphic designer*. Sebagai *intern* di *creative marketing*, pekerjaan utama penulis adalah merancang konten reguler Ruangguru. Tim *creative marketing* yang memegang konten reguler hanya dua orang, yaitu penulis dan *supervisor* dari penulis. Selama magang, penulis diberi kesempatan untuk bertanggung jawab terhadap seluruh konten reguler Ruangguru dengan tetap melakukan asistensi kepada *supervisor*.

Meskipun sebagai *intern*, penulis juga beberapa kali diberi kesempatan untuk mengerjakan proyek-proyek yang cukup besar. Beberapa proyek besar tersebut adalah permintaan dari tim *product marketing*. Penulis juga pernah mengerjakan desain permintaan langsung dari CPO Ruangguru. Hal ini membuat penulis lebih bersemangat dan merasa dihargai dalam bekerja walau kedudukan penulis adalah sebagai *intern*.

2. Koordinasi

Sesuai dengan apa yang telah disampaikan sebelumnya, tugas utama penulis adalah mengerjakan desain konten reguler untuk media sosial, terutama Instagram. Konten reguler sendiri dikerjakan oleh dua tim, yaitu *content marketing* dan *creative marketing*. Oleh karena itu selama prosesnya, penulis selalu berkoordinasi dengan *supervisor* dan tim *content marketing*. Penulis juga berkoordinasi dengan tim *product marketing* untuk beberapa pekerjaan.

Selama penulis menjalani magang, alur koordinasi dalam menjalankan tugas yang diberikan adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

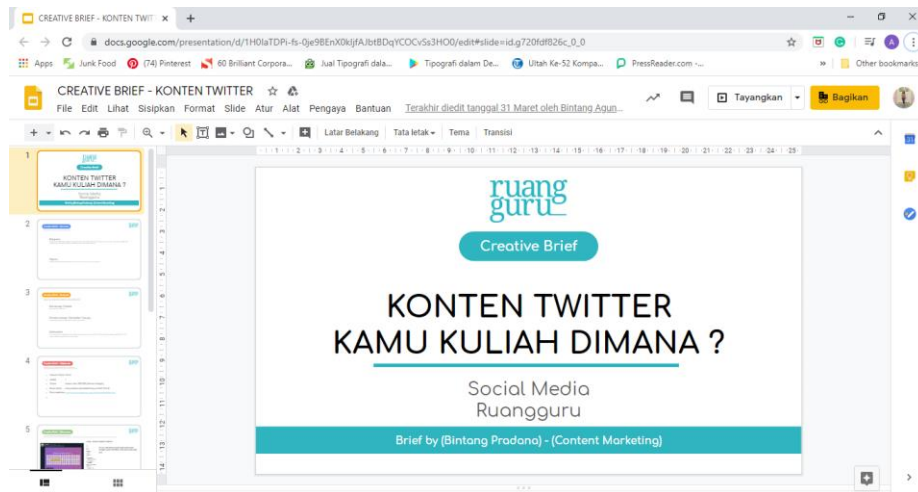
Ketika bekerja di Ruangguru, tim *content marketing* dan *product marketing* menjadi klien dari penulis. Komunikasi dan *brief* dari klien disampaikan melalui dua media utama. Kedua media itu adalah Trello dan Google Slide. Selain itu, ada beberapa media pendukung lainnya, seperti Whatsapp, Google Drive, dan juga Workplace.



Andreathena Bernadine Tantama
andreathenabernadine@ruangguru.com

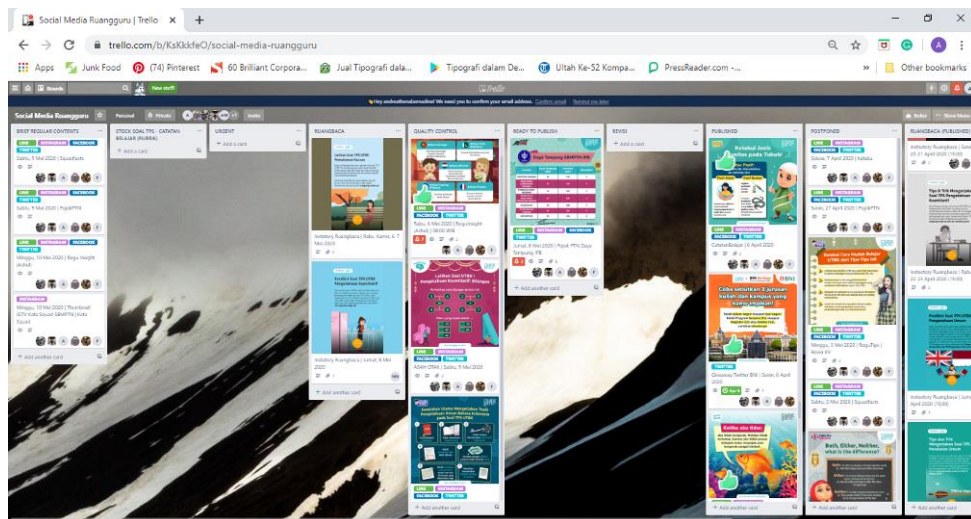
Gambar 3.2. Email Ruangguru

Pada awal masuk kerja penulis mendapatkan *email* Ruangguru. *Email* ini digunakan untuk mengirim informasi-informasi penting, terutama dari HR dan GA. Beberapa *brief* untuk permintaan khusus di luar konten reguler juga dikirimkan melalui *email* yang juga tersambung dengan Google Drive.



Gambar 3.3. *Creative Brief* melalui Google Slide

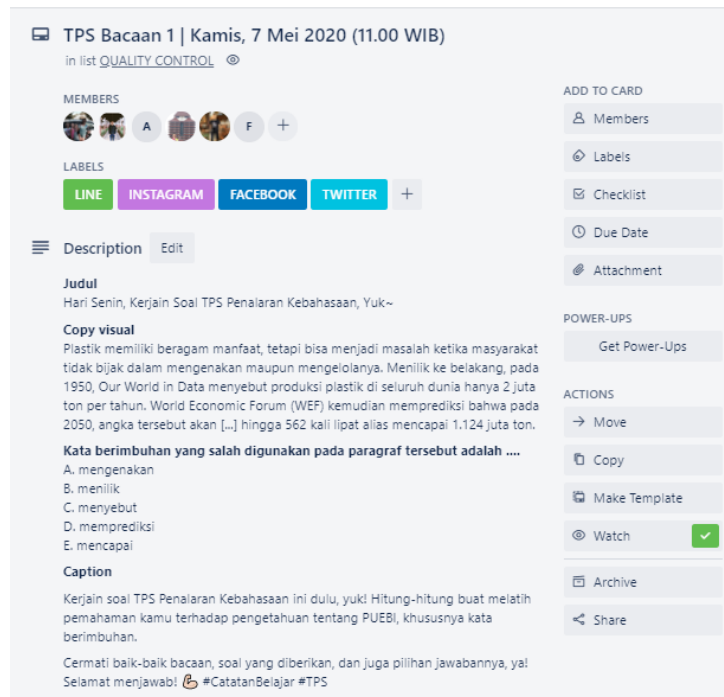
Brief diberikan melalui Google Slide. Setelah selesai dirancang, penulis diminta untuk memasukkan desain ke *slide* bagian *draft*. Selanjutnya klien akan memberikan revisi. Jika ada revisi, setiap progresnya harus dicantumkan kembali. Desain yang sudah selesai dirancang kemudian dimasukkan ke Google Drive. *File* Photoshop dimasukkan ke dalam kumpulan berkas *working files*, sedangkan *file* dengan format JPG dimasukkan ke dalam kumpulan berkas *output*.



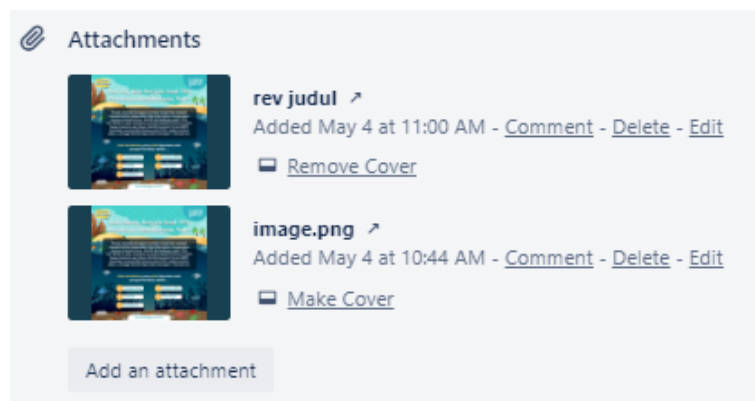
Gambar 3.4. Trello Media Sosial Ruangguru

Koordinasi dari tugas utama penulis, yaitu perancangan konten reguler, dilakukan melalui platform bernama Trello. Pada platform ini, mereka yang

tergabung dalam *boards* yang sama dapat menulis, mengedit konten, menambahkan gambar, dan lain sebagainya. Saat ini, Trello pada Ruangguru dibagi menjadi 12 *list* bagian. *List* yang utama adalah *brief* konten reguler, *urgent*, *quality control*, *ready to publish*, *revisi*, *published*, dan *postponed*.



Gambar 3.5. Kartu *Brief* Konten Reguler pada Trello Ruangguru



Gambar 3.6. Lampiran Pekerjaan pada Trello Ruangguru

Pada mulanya, tim *content marketing* akan membuat kartu baru pada *brief* konten reguler. Konten yang sifatnya mendesak dimasukkan ke bagian *urgent*. Biasanya konten dianggap mendesak ketika harus dipublikasikan

dalam waktu kurang dari satu hari. *Brief* diberikan dalam bentuk *copy visual* yang kemudian harus diimplementasikan ke dalam desain. Selain itu, terkadang tim *content marketing* memberikan catatan desain yang harus diikuti, atau terkadang menjadi *optional*. Setelah mendesain, penulis mengasistensikan desain kepada *supervisor*. Setelah mendapatkan persetujuan, dan mengunggahnya ke Trello dalam format .jpg, penulis kemudian memindahkan kartu ke *list* bagian *quality control*. Pada *list* itu, tim *content marketing* melakukan pengecekan kembali. Jika terdapat revisi, kartu *brief* akan dipindahkan ke *list* bagian revisi dan penulis akan merevisi desainnya. Selanjutnya, desain akan dimasukkan ke bagian *ready to publish*. Desain yang sudah dipublikasikan akan dimasukkan ke *list* bagian *published*, dan desain yang ditunda pengunggahannya akan dimasukkan ke bagian *postponed*.



Gambar 3.7. Kartu *Brief* Ruangbaca pada Trello Ruangguru

Selain konten reguler Ruangguru, ada juga *list* untuk Ruangbaca, salah satu produk dari Ruangguru. Sama seperti konten reguler, pada setiap kartu *brief* terdapat *copy visual*. Terdapat *copy writing* seperti *headline* dan *body text*, juga gambar yang harus dimasukkan. Setelah dipublikasikan, kartu *brief* akan dipindahkan ke dalam *list* bagian Ruangbaca (*published*).

Beberapa *list* terakhir yang ada pada Trello Ruangguru adalah stok soal TPS, ulang tahun, dan aset visual. Berhubung pada akhir bulan April hingga Mei adalah waktunya TPS, *list* stok soal TPS dibuat untuk meletakkan *brief* seputar bank soal TPS. *List* bagian ulang tahun dibuat untuk menaruh *brief* dan hasil desain dari ucapan ulang tahun untuk para *brand ambassador* Ruangguru. Terakhir, *list* aset visual digunakan untuk menaruh *link-link* aset visual agar memudahkan dalam membuat desain.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani magang di Ruangguru, penulis mendapatkan banyak pengalaman dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Berikut adalah pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama tiga bulan menjalani program magang:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan yang Dilakukan selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1	Ruangguru, Skill Academy	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten ucapan ulang tahun untuk BA Ruangguru • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang aset stiker Halo Ruangguru • Merancang KV Skill Academy Super Show
2.	2	Ruangguru	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • <i>Cropping</i> aset foto • Membuat properti untuk <i>photoshoot</i> • Merancang aset <i>motion graphic</i> untuk mengedukasi pengguna Ruangguru
3.	3	Ruangguru, Skill Academy Start Dee	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang aset filter Instagram Ruangguru • Merancang iklan Facebook Skill Academy • Merancang konten Indonesia Teacher Prize • Merancang alternative logo Start Dee
4.	4	Ruangguru, Ruangbaca	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca • <i>Photoshoot</i> Nissa Sabyan • Merancang <i>key visual</i> Maret
5.	5	Ruangguru, Ruangbaca	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca

			<ul style="list-style-type: none"> • Merancang <i>key visual</i> Sekolah Online • Merancang aset stiker Halo Ruangguru
6.	6	Ruangguru, Ruangbaca, Ruangles	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca • Merancang konten <i>urgent</i> UTBK • Merancang konten <i>inject</i> Ruangles • Merancang aset <i>motion graphic</i> Sangihe • Merancang aset stiker Halo Ruangguru
7.	7	Ruangguru, Ruangbaca, Iman dan Belva	<ul style="list-style-type: none"> • Mulai bekerja dari rumah (WFH) • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca • Merancang aset stiker Halo Ruangguru • Merancang infografis Sekolah Online RG • Revisi <i>key visual</i>
8.	8	Ruangguru, Ruangbaca	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca • Merancang konten <i>urgent</i> UN dibatalkan • Merancang konten Twitter SORG x BNI • Merancang aset <i>game</i> Twitter
9.	9	Ruangguru, Ruangbaca, Ruangles	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca • Merancang <i>game</i> Twitter RG x BRI Junio • Merancang konten <i>inject</i> Ruangles • Merancang <i>reminder</i> Live Quiz Halo RG • Merancang <i>key visual</i> April
10.	10	Ruangguru, Ruangbaca, Iman dan Belva	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca • Merancang konten Twitter RG x BNI • Merancang infografis WHD RG x Indofood • Merancang <i>greetings</i> untuk <i>Good Friday</i> (<i>feeds, story, dan push notification</i>)
11.	11	Ruangguru, Ruangbaca, Ruangbelajar Plus	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca • Merancang konten <i>inject</i> Ruangbelajar Plus • Merancang aset <i>mockup</i> HP (aplikasi Ruangguru) untuk <i>website</i>
12.	12	Ruangguru, Ruangbaca	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca

			<ul style="list-style-type: none"> • Merancang <i>thumbnail</i> IGTV Ruangguru • Merancang <i>greetings</i> untuk masa puasa (<i>feeds, story, push notif</i>)
13.	13	Ruangguru, Ruangbaca	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang konten reguler Ruangguru • Merancang Instagram Story Ruangbaca • Merancang <i>greetings</i> Hari Pendidikan Nasional (2 Mei)

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama tiga bulan menjalani magang, tugas utama penulis sebagai *creative content marketing* adalah merancang desain konten reguler untuk media sosial Ruangguru. Konten reguler adalah konten yang terjadwal dan secara teratur dipublikasikan di media sosial Ruangguru. Setiap harinya, penulis merancang dua sampai empat konten reguler. Secara keseluruhan konten reguler bersifat informatif dan mengedukasi. Konten reguler Ruangguru terbagi menjadi beberapa rubrik. Ada rubrik Catatan Belajar, Kataku, English Daily Dose, Asah Otak, Kata Squad, Pojok PTN, Rogu Insight, Rogu Update, Rogu Bijak, Rogu Tips, Sinemantap, Squad Facts, dan Meme. Penulis merancang konten ini di bawah bimbingan Achelia Setiani, serta Bintang Pradana dari tim *content marketing*.

Selanjutnya penulis juga mengerjakan desain untuk produk Ruangguru, yaitu Ruangbaca, Ruangles, Ruangbelajar Plus, dan Ruangbelajar. Selama mengerjakannya penulis berada di bawah bimbingan Achelia Setiani dan Eunike Marsino dari tim *product marketing*. Selain untuk produk Ruangguru, penulis juga mengerjakan promosi untuk kegiatan Indonesia Teacher Prize, *mini tryout* dan *tryout*. Penulis juga pernah membantu membuat desain untuk salah satu anak perusahaan Ruangguru, yaitu Skill Academy. Pengerjaannya berada di bawah bimbingan Karina Deagusta, salah satu desainer grafis di tim *creative* Ruangguru.

Sebagai tugas sekunder, penulis diberi kesempatan untuk mengikuti *photoshoot* dari salah satu *brand ambassador* Ruangguru, yaitu Nissa Sabyan. Penulis juga membuat aset untuk *motion* permainan, video Youtube, filter Instagram, *mockup* aplikasi Ruangguru untuk *website*, dan aset stiker untuk acara

Halo Ruangguru di Televisi. Pekerjaan-pekerjaan ini dilakukan di bawah pengawasan Achelia Setiani. Penulis juga pernah membuat alternatif logo untuk Start Dee, Ruangguru yang berada di Thailand.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Selama magang, pekerjaan utama penulis adalah merancang konten media sosial. Konten-konten tersebut bertujuan untuk memberikan informasi dan promosi. Dalam bekerja, setiap desain memiliki prosesnya masing-masing. Akan tetapi ada beberapa hal yang sama secara garis besar.



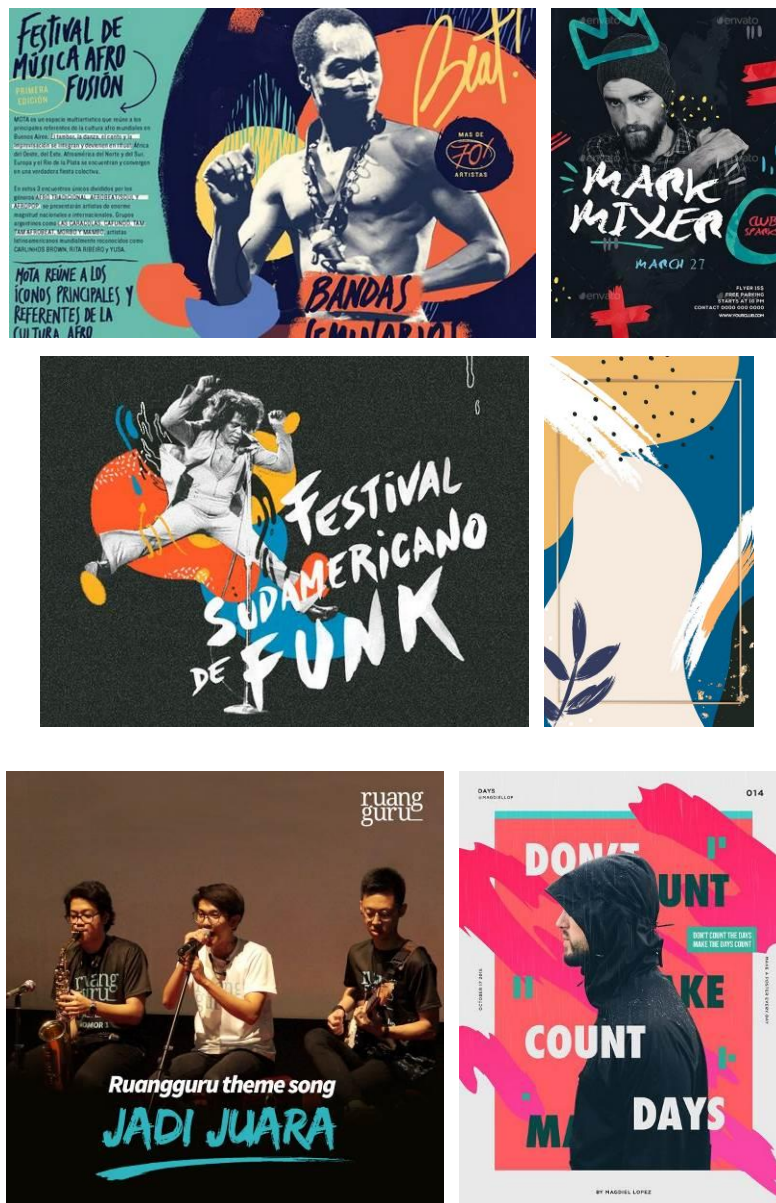
Gambar 3.8. Logo Konten Reguler Ruangguru

Di awal bekerja, penulis diberikan beberapa aset logo dari konten-konten reguler Ruangguru. Selain itu penulis juga mendapatkan aset foto *brand ambassador*, *master teacher*, dan maskot Ruangguru. Selain itu, di setiap akhir bulan, penulis dan Achelia Setiani, *supervisor penulis*, merancang *key visual* baru untuk diterapkan di bulan berikutnya. Setelah dirancang, penulis juga harus membuat contoh desain transisi dan implementasi dari *key visual* tersebut. Berikut adalah beberapa proses penulis dalam merancang desain:

3.3.1.1. Perancangan konten Ruangguru dan produk Ruangguru

Perancangan konten ini dilakukan dan akan dipublikasikan di bulan Maret. Pada akhir bulan Februari, penulis bersama dengan *supervisor* membuat *key visual* bulan Maret dengan mencari hari-hari besar yang bisa diangkat menjadi tema. Kami menemukan bahwa pada bulan Maret terdapat *Earth*

Hour Day, yaitu hari di mana listrik akan dipadamkan secara serempak. Kegiatan menyayangi bumi ini dikaitkan dengan sesuatu yang sifatnya natural dan tradisional. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk mengangkat tema “*Brushy Marchy*”. Pada bulan Maret, visual konten Reguler Ruangguru akan memiliki unsur *brushy* atau *painting*. Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah membuat *moodboard*.

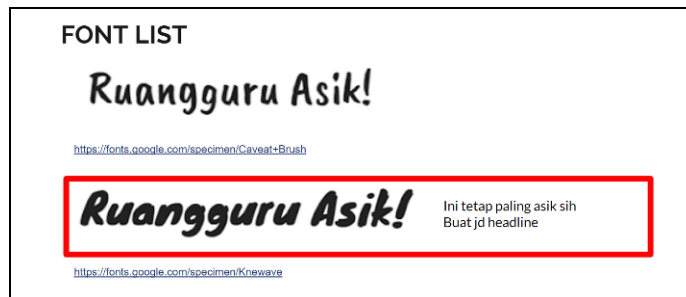


Gambar 3.9. “*Brushy Marchy*” Moodboard



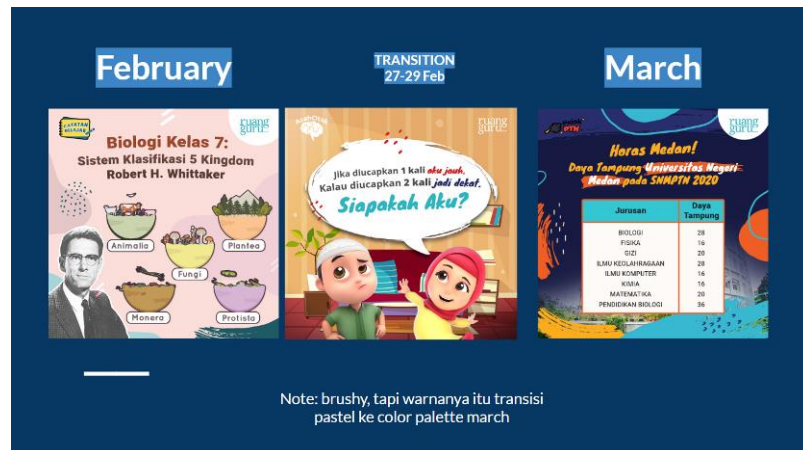
Gambar 3.10. Warna Bulan Maret

Penulis mencari hasil-hasil desain sesuai tema yang dapat dijadikan sebagai referensi selama mendesain. Berdasarkan *moodboard* tersebut, penulis menentukan beberapa warna yang akan digunakan dalam mendesain. Pada tema *Brushy Marchy*, warna yang dipilih beragam dan kontras. Hal ini menimbulkan kesan yang lebih ekspresif sehingga dapat menunjang identitas Ruangguru yang *festive*. Walaupun warna pada konten reguler Ruangguru beragam, setiap desain dari konten reguler Ruangguru harus mengandung warna #2eb5c0 sebagai salah satu identitas Ruangguru. Warna #2eb5c0 juga boleh digantikan dengan turunannya.



Gambar 3.11. Font Bulan Maret

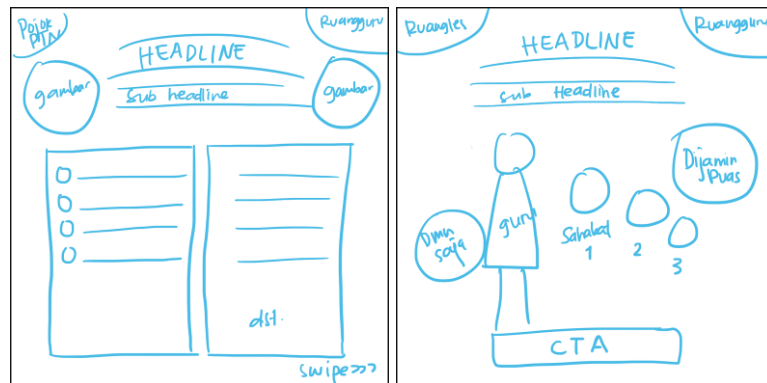
Font utama yang digunakan untuk *headline* adalah Knewave. Sesuai dengan tema dan *moodboard* yang telah ditentukan sebelumnya, font ini terkesan natural seperti goresan kuas. Bentuk hurufnya menampilkan kesan yang ekspresif. Selain Knewave, penulisan sub judul pada konten ini dapat menggunakan font Caveat Brush. Berkaitan dengan keterbacaan teks yang juga harus diperhatikan, penulisan *body text* pada desain konten reguler bulan Maret menggunakan Open Sans.



Gambar 3.12. Transisi Bulan Maret

Langkah selanjutnya yang penulis lakukan adalah merancang desain transisi dan contoh implementasi. Pada bulan sebelumnya, yaitu Februari, tema yang diangkat sebagai *key visual* adalah *Bubblegum Pastel*. Sesuai dengan temanya, warna yang digunakan saat bulan Februari adalah warna pastel. Pada masa transisi, *style* dan *font* yang digunakan adalah *brushy*, tetapi warna yang digunakan masih mengandung warna pastel. *Key visual* untuk masa transisi ini akan digunakan kurang lebih selama satu minggu di akhir bulan yang bersangkutan.

Pada perancangan konten reguler dan produk Ruanguru ini, salah satu *brief* yang penulis dapat adalah merancang konten dengan rubrik Pojok PTN dan Ruangles. Rubrik Pojok PTN memberikan informasi mengenai PTN, yang dalam *brief* ini adalah PTN dengan jurusan ilmu komunikasi berakreditasi A. Konten ini kemudian disisipi dengan konten Ruangles. Konten Ruangles ini merupakan *product knowledge* sekaligus promosi bahwa Ruangles sedang memiliki paket baru, yaitu Paket Sahabat. *Call to action*-nya adalah agar mereka yang melihat konten ini memesan Paket Sahabat. *Brief* mengenai konten Pojok PTN berikut dengan *copywriting*-nya diberikan oleh tim *content marketing*, sedangkan *brief* untuk produk Ruangles diberikan oleh tim *product marketing*.



Gambar 3.13. Sketsa Konten Reguler Ruangguru dan Ruangles

Mulanya, penulis merancang sketsa digital. Pada tahap ini, penulis sekaligus membuat *layout*. Daftar PTN pada konten Pojok PTN sangat banyak. Penulis membaginya ke dalam dua kolom agar cukup dalam satu gambar. Selanjutnya penulis memasukkan gambar-gambar dan tulisan ke dalam *layout*. Sesuai dengan tema besar dari konten yang dibawakan, yaitu jurusan ilmu komunikasi, penulis menggunakan gambar-gambar orang yang sedang berkomunikasi. Hal ini dapat terlihat dari adanya balon *chat*. Sembari *me-layout*, penulis juga mencoba memasukkan dan mencari warna yang tepat sesuai dengan *moodboard*.



Gambar 3.14. Hasil Perancangan Pojok PTN Ilmu Komunikasi

Secara keseluruhan, warna-warna yang digunakan pada konten Pojok PTN ini didominasi oleh warna biru. Kemudian warna ini disisipi dengan warna komplementernya, yaitu oranye. Penulis membuat *headline* terbagi menjadi dua warna karena ingin menegaskan perintah *stop scrolling*. Setelah itu penggunaan warnanya juga dibedakan dan dibuat lebih menonjol. Di sini penulis menggunakan warna oranye. Pada *sub headline*, penulis menggunakan warna lain, yaitu biru muda. Selain itu, sebagai ciri khas Ruangguru, warna #2eb5c0 digunakan pada aksens *brushy* agar identitas Ruangguru tidak hilang.



Gambar 3.15. Hasil Perancangan Paket Sahabat Ruangles

Konten pada *slide* kedua merupakan konten sisipan dari Ruangles. Warna-warna yang digunakan pada *slide* kedua ini disamakan dengan *slide* pertama agar ada kontinuitas. Aksens *brushy* yang digunakan pada *background* juga menyesuaikan aksens pada *slide* pertama. Konsep pada *slide* ini adalah menggunakan foto, di mana ada tiga sahabat yang sedang belajar bersama. Kemudian dua poin tambahan dalam konten ini dibuat dalam bentuk poin agar tidak bertele-tele. Kedua poin itu adalah belajar bersama Ruangles dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, juga dijamin puas dan lebih seru. Pada bagian paling bawah, dituliskan *call to*

action. Kata-kata Paket Sahabat ditulis besar agar ditangkap pembaca dalam tiga detik pertama.

Selain mengerjakan produk Ruangles, penulis juga beberapa kali mengerjakan desain untuk produk lainnya, seperti Ruangbelajar dan Ruangbelajar Plus. Melalui perancangan ini, penulis belajar bahwa setiap produk Ruangguru memiliki karakternya masing-masing yang terkadang tidak boleh dihilangkan. Penulis belajar untuk mengkombinasikan dengan *key visual* Ruangguru dan membuat desain yang berkesinambungan. Beberapa hasil perancangan desain konten yang mempromosikan produk Ruangguru antara lain adalah sebagai berikut:



Gambar 3.16. Hasil Perancangan Konten Reguler dan Ruangbelajar Plus



Gambar 3.17. Hasil Perancangan Konten Reguler dan Ruangles 2



Gambar 3.18. Hasil Perancangan Konten Ruangbelajar dan Ruangbelajar Plus

3.3.1.2. Perancangan konten Sekolah *Online* Ruangguru

Terkait dengan adanya virus Corona atau Covid-19, pemerintah meliburkan kegiatan belajar mengajar di sekolah. Ruangguru akhirnya membentuk Sekolah *Online* Ruangguru (SORG), yaitu program belajar *Live Teaching* yang akan diadakan selama jam pelajaran sekolah berlangsung. Program ini dapat diakses secara gratis. Untuk mewujudkan hal itu dengan cepat, penulis bersama tim *creative* Ruangguru membuat logo dan *key visual* baru khusus Sekolah Online Ruangguru.



Gambar 3.19. Logo dan *Key Visual* SORG Karya Penulis

Dalam merancang logo dan *key visual* Sekolah Online Ruangguru, penulis merancang agar *style* dan warna-warna yang digunakan bersifat *calm, caring, serious, no jokes* dan *no festive*. Hal ini dilakukan untuk mencerminkan sikap Ruangguru dalam menanggapi situasi pandemi Covid-19. Selain itu, logo juga diberi latar belakang agar mudah dibaca ketika diaplikasikan, baik pada desain yang statis seperti pada *feeds* Instagram, maupun dinamis seperti pada *Live Teaching* Ruangguru.



Gambar 3.20. Logo dan *Key Visual* Sekolah *Online* Ruangguru

Dari beberapa alternatif *logo* dan *key visual* yang dibuat oleh tim *creative* Ruangguru, akhirnya tercipta logo dan *key visual* seperti di atas. Terdapat beberapa ketentuan penggunaan. Penulisan *main headline* menggunakan warna *dark tosca*. Apabila ada hal yang perlu ditekankan, warna kata yang ditekankan dapat diubah menjadi oranye. Selain itu, penulisan *hashtag* menggunakan *rounded rectangle shape* berwarna oranye. Penulisan “GRATIS!” juga harus ditulis menggunakan warna oranye, dan pada konten reguler warna #2eb5c0 sebagai identitas Ruangguru tetap dapat digunakan untuk elemen pendukung. Penulisan setiap kata pada *key visual* Sekolah *Online* menggunakan *font* Montserrat.

Salah satu konten yang harus dirancang untuk Sekolah *Online* Ruangguru adalah infografis. Latar belakang dari dibuatnya konten ini adalah karena banyaknya respon positif dari pengguna selama lima hari

berjalannya Sekolah *Online* Ruangguru. Oleh karena itu, Ruangguru ingin meningkatkan *awareness* agar semakin banyak orang yang percaya dan menggunakan fasilitas sekolah *online* yang gratis ini.



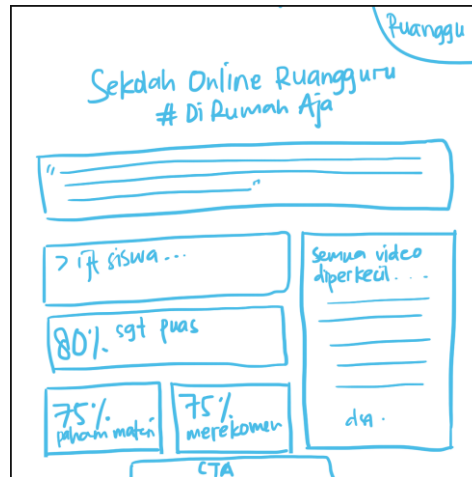
Gambar 3.21. *Creative Brief* Infografis Sekolah *Online* Ruangguru



Gambar 3.22. Referensi Infografis Sekolah *Online* Ruangguru

Konten ini merupakan permintaan dari CEO dan CPO Ruangguru langsung, dengan *copywriting* dan referensi yang sudah disiapkan oleh tim *content marketing*. Tantangan penulis dalam merancang konten ini dan beberapa konten lainnya adalah bagaimana mengolah teks yang banyak ke

dalam satu halaman *feeds* Instagram. Tantangan berikutnya adalah bagaimana mengolah konten yang memiliki banyak tulisan menjadi tetap mudah dimengerti dengan diterapkannya *hierarki* dan tidak membosankan.



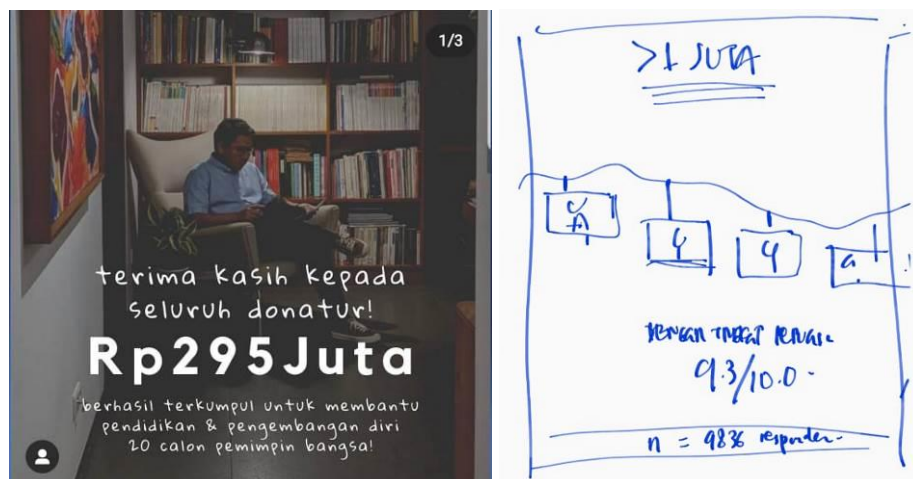
Gambar 3.23. Sketsa Infografis Sekolah *Online* Ruangguru

Copywriting yang telah diberikan tersebut kemudian penulis olah ke dalam bentuk visual. Penulis memulainya dari memuat sketsa digital sekaligus membuat *layout* secara garis besar. Setelah itu penulis memulai memasukkan teks, memberikan warna, dan menambahkan beberapa gambar. Warna-warna dan jenis teks serta pewarnaannya disesuaikan dengan *key visual* yang telah ditentukan sebelumnya.



Gambar 3.24. Hasil Desain Infografis SORG Pertama

Setelah penulis selesai merancang desain *draft* yang pertama, penulis mencoba untuk mengasistensikannya ke *supervisor*, tim *content marketing*, dan kemudian diteruskan ke CEO Ruangguru. Berdasarkan hasil dari asistensi tersebut, terjadi beberapa perubahan berupa konten data. Setelah mengalami beberapa kali revisi, *copywriting* yang begitu banyak ini kemudian diputuskan untuk dipersingkat. Tim *content marketing* bersama CEO Ruangguru memutuskan untuk hanya menggunakan data sebagai berikut: > 1 juta pelajar memanfaatkan Sekolah *Online* Ruangguru Gratis pada hari pertama belajar dialihkan ke rumah. Berdasarkan hasil *survey* pengguna Ruangguru yang dilakukan pada tanggal 16-20 Maret 2020, tingkat kepuasannya adalah 9,3 dari 10.



Gambar 3.25. Referensi dan Sketsa Infografis SORG Kedua dan Ketiga

Dengan referensi dan sketsa baru, penulis merancang alternatif desain kedua dan ketiga. Pengurangan *copywriting* membuat desain dapat dirancang dengan lebih terkesan *clean* dan dewasa. Pada alternatif desain kedua, penulis membuat desain dengan menggunakan foto salah satu *brand ambassador* Ruangguru sebagai latar belakang. Foto tersebut kemudian ditimpa dengan warna biru Sekolah *Online* Ruangguru dan diberi teks di atasnya. Pada alternatif desain ketiga, penulis merancang desain dengan memberikan gambar foto *brand ambassador* Ruangguru

yang digantung-gantung ala anak kekinian. Pada foto tersebut terlihat mereka sedang belajar menggunakan Sekolah *Online* Ruangguru.

Pada akhirnya, desain ketiga inilah yang terpilih karena lebih sesuai dengan apa yang digemari oleh audiens saat ini. Selain itu, desain ketiga juga lebih mudah untuk dibaca dan lebih *eye catching*. Setelah mendesain *feeds* Instagram dan disetujui oleh CEO Ruangguru, penulis kemudian juga merancang desain *push notification* aplikasi Ruangguru. *Layout* pada desain ini sama, hanya ada perubahan ukuran media.



Gambar 3.26. Hasil Desain Infografis SORG Kedua dan Ketiga



Gambar 3.27. *Push Notification* Infografis SORG untuk Aplikasi Ruangguru

Penulis tidak hanya menggunakan *key visual* Sekolah *Online* Ruangguru untuk pembuatan infografis saja. *Key visual* ini juga digunakan pada konten reguler Ruangguru. *Key visual* ini diterapkan selama sekolah

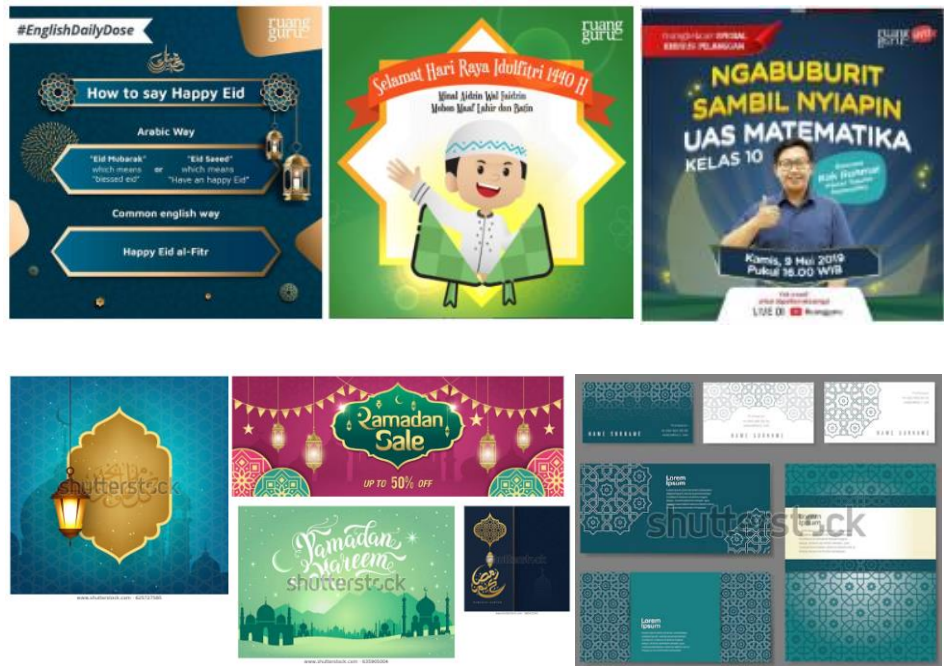
online berlangsung. Berikut adalah beberapa hasil dari desain yang telah dirancang oleh penulis dengan *key visual* Sekolah Online Ruangguru:



Gambar 3.28. Hasil Konten Reguler dengan *Key Visual* SORG

3.3.1.3. Perancangan konten reguler tema Ramadan

Pada akhir bulan April, tepatnya tanggal 24 April 2020, umat muslim di dunia memulai puasa dan memasuki bulan suci Ramadan. Oleh karena itu, desain-desain untuk konten reguler media sosial Ruangguru juga ikut menyesuaikan. Ruangguru mengangkat tema “RaMAYdan”. Berhubungan dengan itu, dibuatlah *moodboard* sesuai dengan tema yang ingin diangkat. Seperti yang telah dilakukan di setiap akhir bulan, pembuatan *moodboard* dilakukan untuk menghasilkan desain-desain yang selaras.



Gambar 3.29. Moodboard “RaMAYdan”

Desain pada bulan Mei bernuansa Arab, baik dari segi ornamen maupun warna yang digunakan. Tidak semua hal yang berhubungan dengan Arab dan Islam dapat diaplikasikan pada semua konten, misalnya gambar Masjid. Beberapa ornamen yang lebih netral dan bisa diaplikasikan pada desain adalah penggunaan *pattern*, lampu Arab, bulan dan bintang, serta pengaplikasian warna gradasi emas atau perak yang membuat desain dapat terlihat lebih mewah atau *festive*.



Gambar 3.30. Font Bulan Mei



Gambar 3.31. Warna Bulan Mei

Berdasarkan *moodboard*, dipilih beberapa warna yang bernuansa Ramadan. Warna-warna tersebut adalah hijau, biru, ungu, kuning keemasan, dan abu-abu keperakan. Warna #2eb5c0 atau turunannya juga harus tetap ada pada setiap desain konten reguler Ruangguru. *Font* yang digunakan untuk penulisan adalah Ubuntu. *Font* tersebut dipilih karena memiliki bentuk yang tidak terlalu kaku dan cocok ketika disandingkan dengan ornamen atau nuansa Arab.



Gambar 3.32. Transisi Bulan Mei

Setelah dilakukan pembuatan *moodboard* dan *key visual*, penulis merancang desain transisi. Desain ini merupakan desain dengan menggunakan *key visual* Mei yang diberi sentuhan *outline*, bagian dari *key visual* bulan April. Setelah masa desain transisi selesai, barulah desain pada konten Reguler Ruangguru sepenuhnya dirancang sesuai dengan *key visual* yang ditentukan untuk bulan Mei.

Salah satu tugas penulis pada bulan ini adalah merancang konten *Greetings* Bulan Ramadan. Pada konten ini, penulis harus merancang konten untuk *feeds* Instagram yang nantinya juga akan dipublikasikan di Facebook, Twitter, dan Line. Selain itu penulis juga harus membuat konten versi *story* Instagram dan *push notification* aplikasi Ruangguru.



Gambar 3.33. Sketsa *Greetings* Bulan Ramadan

Perancangan dimulai dengan pembuatan sketsa digital. Dalam hal ini penulis hanya membuat sketsa untuk *feeds* Instagram saja. Perancangan *story* Instagram dan *push notification* dibuat sama agar tercapai keharmonisan dan kontinuitas. Setelah sketsa selesai, penulis memasukkan teks dan dilanjutkan dengan gambar pada *layout*. Penulis juga mencari warna yang tepat untuk digunakan pada konten ini.

Penulis pada akhirnya memutuskan untuk membuat desain dengan konsep desain yang mewah. Pembukaan bulan suci ini dimulai pada malam hari. Penulis ingin membawa suasana tersebut dengan memberikan gambar bulan, bintang, dan lampion. Ilustrasi *outline* membuat desain terkesan dewasa dan lebih mewah. Hal ini juga didukung dengan adanya efek pendaran cahaya. Penulis memutuskan untuk menggunakan warna

dominan hijau dan emas. Warna hijau merupakan warna yang mewakili bulan Ramadan. Warna emas digunakan untuk menghadirkan kesan pembukaan bulan Ramadan yang disambut dengan semarak.



Gambar 3.34. Desain Awal *Greetings* Bulan Ramadan

Pada mulanya penulis merancang desain dengan lampion berwarna ungu. Namun pada akhirnya warna lampion ini diganti menjadi warna #2eb5c0 sebagai warna ciri khas Ruangguru. Penulis juga mengajukan beberapa alternatif *layout* dan *copywriting* sesuai dengan yang diberikan oleh tim *content marketing*. Setelah berdiskusi dengan *supervisor* dan tim *content marketing*, akhirnya dipilihlah desain dengan *copywriting* seperti di bawah ini. Penulis juga merancang desain untuk *story* Instagram dan *push notification* pada aplikasi Ruangguru.



Gambar 3.35. Desain Konten *Greetings* Bulan Ramadan



Gambar 3.36. Desain *Story* Instagram *Greetings* Bulan Ramadan



Gambar 3.37. Push Notification Ucapan Bulan Ramadan

Key visual “RaMAYdan” digunakan pada bulan Mei hingga memasuki masa transisi pada akhir Mei. Selama itu, banyak konten reguler Ruangguru yang dirancang oleh penulis. Berikut adalah beberapa perwakilan desain yang telah dirancang dengan *key visual* “RaMAYdan”:



Gambar 3.38. Hasil Konten Reguler dengan Key Visual “RaMAYdan”

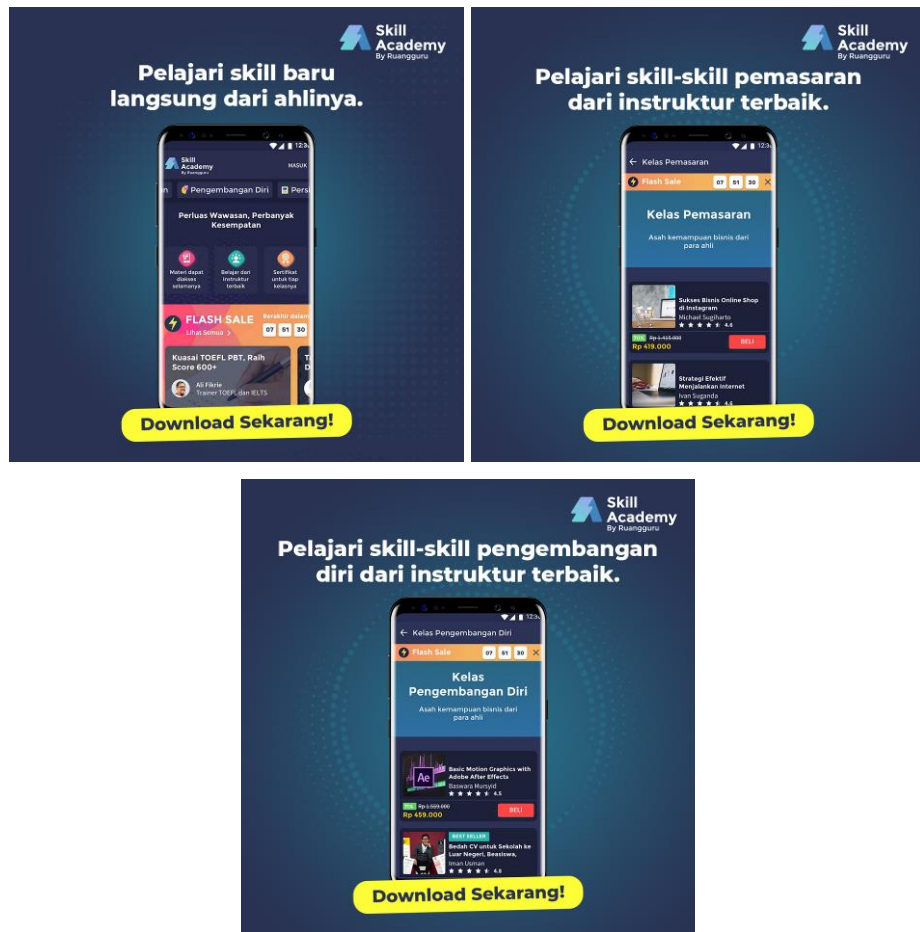
3.3.1.4. Hasil pekerjaan sekunder di Ruangguru

Selain tugas utama penulis sebagai desainer untuk konten reguler media sosial Ruangguru, penulis juga mendapatkan beberapa tugas tambahan. Tugas yang digolongkan sebagai tugas sekunder merupakan tugas dengan waktu pengerjaan singkat dan tidak dilakukan secara berkala. Selama magang, penulis sesekali juga diminta untuk membantu divisi lain.

Penulis pernah mengerjakan konten untuk acara Ruangguru, yaitu Indonesia Teacher Prize. Penulis juga pernah membantu tim Skill Academy, salah satu anak perusahaan Ruangguru. Selain itu, penulis juga merancang aset untuk kemudian dianimasikan oleh tim *motion graphic*, membuat desain *story* Instagram Ruangguru, dan merancang alternatif logo Start Dee, Ruangguru yang berada di Thailand. Perancangan logo ini digolongkan dalam pekerjaan sekunder karena diminta untuk menyelesaikannya dalam waktu kurang lebih tiga jam. Ketika magang, penulis juga berkontribusi dalam *photoshoot* Nissa Sabyan, salah satu *brand ambassador* Ruangguru. Beberapa hasil desain yang merupakan tugas sekunder pilihan penulis adalah sebagai berikut:



Gambar 3.39. Hasil Perancangan Konten Indonesia Teacher Prize



Gambar 3.40. Hasil Perancangan Konten Facebook Skill Academy



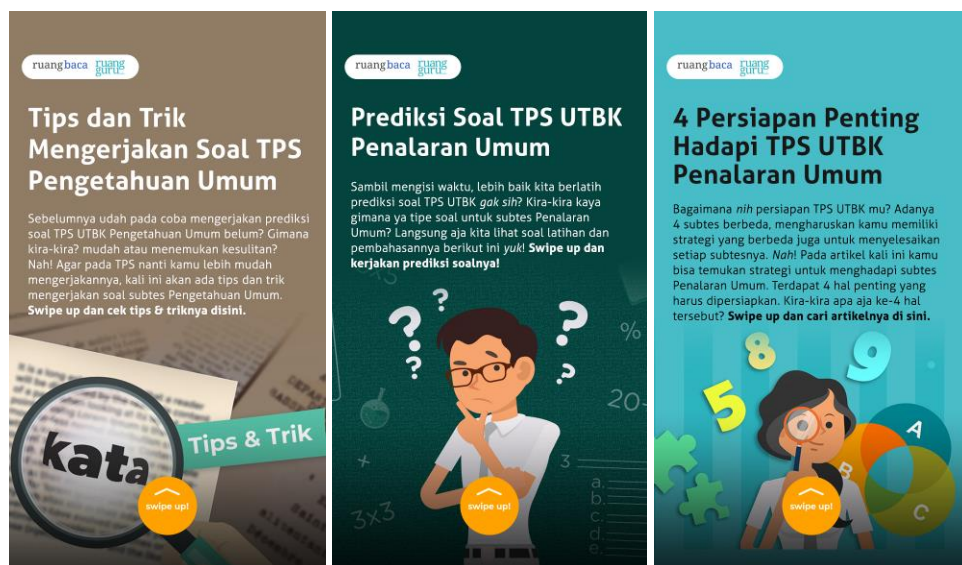
Gambar 3.41. Hasil Perancangan Aset Filter Instagram



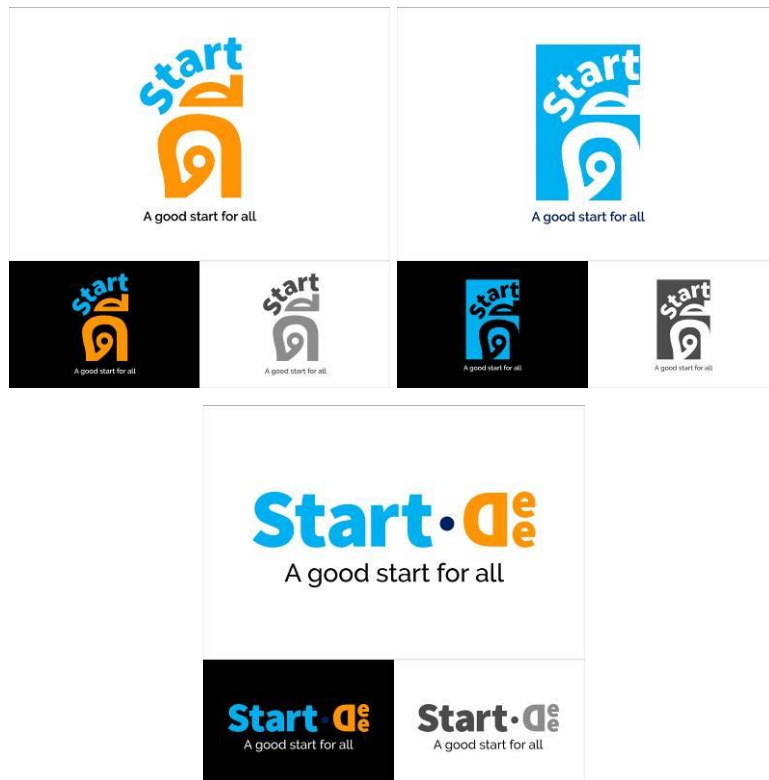
Gambar 3.42. Hasil Perancangan Aset *Motion Graphic* Sangihe



Gambar 3.43. Hasil Perancangan Aset Stiker *Live Teaching*



Gambar 3.44. Hasil Perancangan *Story* Instagram Ruangbaca



Gambar 3.45. Hasil Perancangan Logo Start Dee



Gambar 3.46. Pelaksanaan *Photoshoot* Nissa Sabyan

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Saat menjalani program kerja magang, penulis beberapa kali mengalami kendala yang antara lain sebagai berikut:

1. Kurangnya referensi desain dan banyaknya jumlah konten yang harus dirancang setiap harinya membuat penulis terkadang kehabisan ide baru.
2. Warna layar laptop penulis yang kurang mendukung karena lebih pucat.
3. Penulis magang di saat pandemi Covid-19 sehingga harus bekerja di rumah. Hal ini membuat kerja menjadi kurang efektif karena koordinasi tidak bisa dilakukan secara langsung, melainkan hanya melalui *chat*.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dalam mengatasi kendala yang ditemukan saat magang, penulis melakukan beberapa solusi yang antara lain sebagai berikut:

1. Mencari banyak referensi hasil desain konten media sosial di Instagram, terutama bagaimana mengolah desain dari konten yang memiliki banyak teks.
2. Selama di kantor, penulis mengirimkan hasil desain untuk dicek warnanya di laptop *supervisor*. Selama WFH, penulis melakukan pengecekan di HP.
3. Penulis menerapkan jam kerja dengan tepat dan sesegera mungkin menghubungi *supervisor* melalui *chat* apabila ada yang harus ditanyakan. Hal ini sedikit memakan waktu, tetapi harus dilakukan agar desain yang dirancang sesuai dengan *output* yang diinginkan.