



### **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**

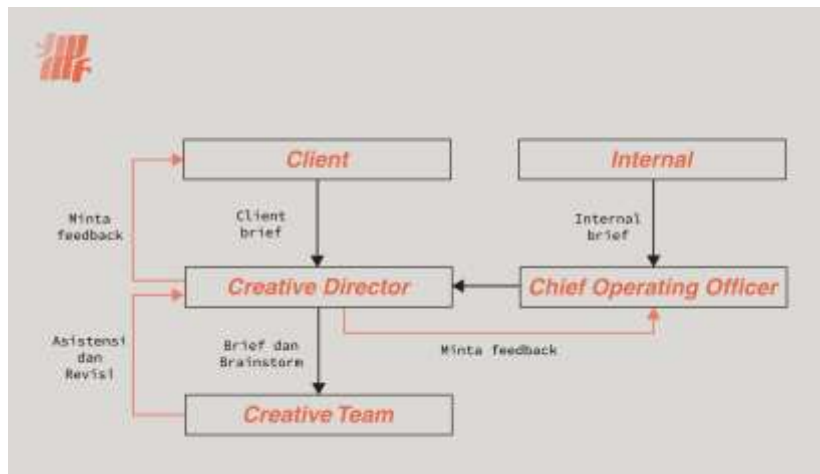
Seperti yang sudah diuraikan sebelumnya, penulis yang menjabat sebagai *Internship Graphic Designer* tergabung dalam divisi kreatif yang dipimpin oleh *Creative Director*. Dalam koordinasi produksi divisi kreatif, anggota divisi mendapatkan *brief* dari *Creative Director*, melakukan *brainstorming* dan diskusi untuk pembagian tugas masing-masing. Setelah desain melalui proses asistensi dan reivisi, desain final dikirimkan sesuai format yang dibutuhkan untuk publikasi.

##### **3.1.1. Kedudukan**

Selama kerja magang, penulis dibimbing oleh Ario Wibowo selaku *Creative Director* dan dibantu dengan anggota divisi kreatif lainnya. *Creative Director* berperan mengawasi dan membimbing keseluruhan divisi kreatif terutama *Internship Graphic Designer* untuk melakukan proses produksi grafis sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh klien atau *Chief Operating Officer*. Sebagai *Internship Graphic Designer* penulis dan anggota tim dibebaskan untuk memberikan ide, berpendapat, dan berkreasi sebebaskan mungkin berdasarkan *brief* yang diberikan.

##### **3.1.2. Koordinasi**

Prosedur kerja divisi kreatif di YWMF yaitu dimulai dari pemberian *brief* dari klien ke *Creative Director* yang kemudian disampaikan ke tim divisi kreatif. *Brief* yang didapatkan bisa berasal dari klien langsung ataupun dari *Chief Operating Officer*. Jika proyek didapatkan dari *Chief Operating Officer*, berarti proyek bersifat internal dan *Chief* dapat memberikan *feedback* terhadap desain yang dirancang. Sedangkan proyek dari klien langsung, berarti *Creative Director* akan mendapatkan *brief* dan *feedback* secara personal dengan klien.



Gambar 3. 1 Prosedur Kerja Divisi Kreatif di YWMF

Setelah divisi kreatif mendapatkan informasi *brief*, dilakukan *brainstorming* bersama sehingga masing-masing anggota dapat menyampaikan ide atau pendapat. *Creative Director* akan memberikan persetujuan atau revisi ide dan mengarahkan tugas masing-masing anggota. Barulah penulis mencari referensi dan merancang desain berdasarkan bimbingan *Creative Director*. Selama perancangan desain, penulis mendapatkan saran dan revisi hingga menghasilkan desain final yang disetujui *Creative Director*. Dari desain final tersebut, penulis mengirimkan *file* melalui email untuk dipublikasi atau dikirim oleh *Creative Director* ke klien atau *Chief Operating Officer*.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama praktik kerja magang, penulis mendapatkan beberapa proyek kerja di YWMF seperti membuat ilustrasi, promosi media sosial, desain *merchandise*, dan sebagainya. Berikut ini table proyek yang dilakukan oleh penulis:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1	Promo album “Sungguh Rindu” oleh Mario Ginanjar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain <i>background</i> Instastory 3 seri</li> <li>- Desain dan <i>motion graphic</i></li> </ul>

			<p>untuk Feeds dan Story Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain <i>banner</i> Youtube, Spotify, dan Facebook</li> </ul>
2.	1	Kampanye Audy Dental	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Brainstorming</i> kampanye Audy Dental</li> <li>- Membuat <i>storyboard</i> iklan Audy Dental</li> </ul>
3.	1	Video lirik lagu “Sungguh Rindu”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Brainstorming</i> video lirik.</li> <li>- Membuat aset ilustrasi untuk video lirik</li> </ul>
4.	1	Cover album lagu “You and I” oleh Sherine Bahar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Brainstorming</i> tema album</li> <li>- Desain <i>cover</i> album</li> </ul>
5.	2	T-shirt dan sertifikat Yovie Music School	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain sertifikat</li> <li>- Desain <i>t-shirt</i></li> </ul>
6.	2	Selebrasi 50 juta “Adu Rayu”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustrasi untuk <i>wallpaper</i> <i>smartphone</i> 3 seri</li> </ul>
7.	3	Merchandise “Adu Rayu” versi 1 dan 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustrasi untuk desain <i>t-shirt</i> 2 seri</li> </ul>
8.	3	Promo lagu “Melamarmu” Hedi Yunus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain <i>banner</i> Youtube, Facebook, dan Spotify</li> <li>- Desain dan <i>motion graphic</i> untuk Instastory <i>teaser</i> album 5 seri</li> <li>- Desain Feeds dan Instastory dengan <i>motion graphic</i> untuk promo</li> </ul>
9.	3	Promo lagu “You and I” oleh Sherine Bahar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Feeds dan Instastory</li> </ul>
10.	4	Vlog Ady Bedah Hati episode	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Editing</i> video dan audio</li> </ul>

		3	menjadi kesatuan <i>vlog</i>
11.	5	Promo acara televisi Hedi Yunus	- Desain dengan <i>motion graphic</i> untuk Feeds (3) dan Instastory (5)
12.	5	Promo lagu “Cerita Cinta” oleh Arsy Widianto	- Desain dengan <i>motion graphic</i> untuk Feeds dan Instastory
13.	5	<i>Wallpaper</i> gratis “Adu Rayu”	- Desain ilustrasi 2 seri - Buat versi dengan <i>motion graphic</i>
14.	6	Komik Cerita Cinta Arsy Widianto	- <i>Brainstorm</i> topik cerita - Membuat komik untuk Feeds Instagram 5 <i>slide</i>
15.	6	Kampanye “Nyanyi di Rumah”	- <i>Brainstorm</i> gaya visual - Aset ilustrasi Instastory
16.	7	Selebrasi 7,5 juta “Sejauh Dua Dunia”	- Membuat video untuk Feeds dan Instastory
17.	7	Selebrasi 7 juta “Rindu Dalam Hati”	- Membuat aset ilustrasi - Membuat video untuk Feeds dan Instastory
18.	8	Konten mingguan Yovie & Nuno (YN) dan Kahitna (KHN)	- <i>Brainstorm</i> untuk konten rutin mingguan - Instastory YN tema <i>quotes &amp; GIF</i> seri 1 - Instastory YN <i>Comic</i> seri 1 - Ilustrasi rekomendasi makanan YN seri 1 - Instastory <i>interactive form</i> seri 1 untuk KHN - Instastory Kata Kahitna seri 1 - Aset ilustrasi untuk Instastory

			<p>Lagu Hari Ini seri 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyusun format <i>layout</i> untuk IG TV “Nanya Kahitna”</li> <li>- Desain Feeds untuk “Rekomendasi-9” KHN seri Mario Ginanjar</li> </ul>
19.	8	Promo Yovie Music School	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Feeds dan Instastory</li> </ul>
20.	9	Konten mingguan Yovie & Nuno (YN) dan Kahitna (KHN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instastory YN tema <i>quotes &amp; GIF</i> seri 2</li> <li>- Instastory YN <i>Comic</i> seri 2</li> <li>- Ilustrasi rekomendasi makanan YN seri 2</li> <li>- Instastory <i>interactive form</i> seri 2 untuk KHN</li> <li>- Instastory Kata Kahitna seri 2</li> <li>- Aset ilustrasi untuk Instastory Lagu Hari Ini seri 2</li> <li>- Desain Feeds untuk “Rekomendasi-9” KHN seri Dody Isnaini</li> </ul>
21.	9	Video lirik “Teguhkan Hati Indonesia”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat aset ilustrasi</li> </ul>
22.	10	Konten mingguan Yovie & Nuno (YN) dan Kahitna (KHN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instastory YN tema <i>quotes &amp; GIF</i> seri 3</li> <li>- Instastory YN <i>Comic</i> seri 3</li> <li>- Ilustrasi rekomendasi makanan YN seri 3</li> <li>- Instastory <i>interactive form</i> seri 3 untuk KHN</li> <li>- Instastory Kata Kahitna seri 3</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aset ilustrasi untuk Instastory Lagu Hari Ini seri 3</li> <li>- Desain Feeds untuk “Rekomendasi-9” KHN seri Hedi Yunus</li> </ul>
23.	11	Konten mingguan Yovie & Nuno (YN) dan Kahitna (KHN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instastory YN tema <i>quotes</i> &amp; GIF seri 4</li> <li>- Instastory YN <i>Comic</i> seri 4</li> <li>- Ilustrasi rekomendasi makanan YN seri 4</li> <li>- Instastory <i>interactive form</i> seri 4 untuk KHN</li> <li>- Instastory Kata Kahitna seri 4</li> <li>- Aset ilustrasi untuk Instastory Lagu Hari Ini seri 4</li> <li>- Desain Feeds untuk “Rekomendasi-9” KHN seri Andrie Bayuajie</li> </ul>
24.	11	Remake Album “Kita” oleh Syahravi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Background illustration</i></li> <li>- Promo album IGS dan Feeds</li> </ul>
25.	12	Konten mingguan Yovie & Nuno (YN) dan Kahitna (KHN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instastory YN tema <i>quotes</i> &amp; GIF seri 5</li> <li>- Instastory YN <i>Comic</i> seri 5</li> <li>- Ilustrasi rekomendasi makanan YN seri 5</li> <li>- Instastory Kata Kahitna seri 5</li> <li>- Desain Feeds untuk “Rekomendasi-9” KHN seri Harry Suhar</li> </ul>
26.	12	DUDU Kahitna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Feeds untuk KHN</li> </ul>

27.	13	Konten mingguan Yovie & Nuno (YN) dan Kahitna (KHN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instastory YN tema <i>quotes</i> &amp; GIF seri 6</li> <li>- Instastory YN <i>Comic</i> seri 6</li> <li>- Instastory Kata Kahitna seri 6</li> <li>- Desain Feeds untuk “Rekomendasi-9” KHN seri Bambang</li> </ul>
28	13	Live Kahitna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat format desain Live Kahitna</li> </ul>
29	14	Konten mingguan Yovie & Nuno (YN) dan Kahitna (KHN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instastory YN tema <i>quotes</i> &amp; GIF seri 7</li> <li>- Instastory YN <i>Comic</i> seri 7</li> <li>- Instastory Kata Kahitna seri 7</li> <li>- Desain Feeds untuk “Rekomendasi-9” KHN seri Carlo Saba</li> </ul>
30.	14	Kosmezing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>storyboard</i> TVC Kosmezing</li> </ul>
31.	14	Ulang tahun YWMF	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Feeds YWMF</li> </ul>

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama masa kerja magang, penulis banyak menangani perancangan desain dalam bentuk ilustrasi, *layout*, dan *motion graphic* untuk promosi, selebrasi, dan kampanye. Hasil karya penulis dipublikasi pada media sosial seperti Instagram (Story dan Feeds), Youtube, Facebook, dan Spotify. Berikut ini merupakan beberapa proyek yang paling banyak mendapatkan kontribusi dari penulis yaitu:

#### 3.3.1. Yovie & Nuno *Comic*

Proyek Yovie & Nuno *Comic* merupakan komik yang menggambarkan anggota Yovie & Nuno yaitu Dikta, Windura, Diat, dan Ady, dengan cerita singkat keseharian mereka. Proyek internal tersebut adalah salah satu *post* mingguan rutin



setiap hari Rabu dimulai dari akhir Maret hingga Mei melalui media Instagram Story (Instastory). Komik tersebut terdiri dari 1 *cover* dan 5 halaman Instastory dengan topik yang berbeda-beda setiap minggunya.

### 3.3.1.1. *Briefing*

Dalam proyek Yovie & Nuno *Comic*, penulis mendapatkan *brief* dari *Creative Director* melalui *conference call* bersama tim kreatif dikarenakan kondisi kerja WFH (*Work From Home*). Komik tersebut dibuat untuk menunjukkan partisipasi untuk menghimbau masyarakat mengenai hal-hal seputar Covid-19. Target komiknya merupakan dewasa muda yang aktif bekerja. *Creative Director* juga berpesan untuk menggunakan *motion graphic* di beberapa bagian komik untuk menekankan alur cerita dan menambah daya tarik. *Motion graphic* tersebut dikerjakan oleh rekan kerja penulis dalam tim kreatif, tetapi penulis yang merencanakan bagian mana yang perlu diberi *motion* dan seperti apa gerakannya. *Creative Director* memberikan brief cerita komik melalui *voice note*, sehingga penulis merangkumnya menjadi catatan sebagai berikut:

- **Flow cerita komik YN Seri 1 :**
- 1. Judul
- 2. Ada mas Windura mau mudik ada tas2 yang mau dimasukin ke mobil
- 3. Lalu kang Diat muncul bawa papan dengan tanda stop, Kang Diat bawa televisi dan muncul siaran berita yang dibawain sama kang Ady
- 4. Kang Ady jelasin bahwa kita bisa aja bawa virus pulang ke kampung. Muncul map dan mobil yang jalan dari satu titik ke titik lain.
- 5. Muncul mas Windura yang berkunjung ke rumah mas Dita bersalaman dan menyebarkan virus.
- 6. Rumah mas Dita di kasih police line. Dan muncul himbauan “jangan mudik dulu demi yang disayang” (ini misalnya bisa diperbaiki lagi wordingnya).
- **Bikin komik YN Seri 2 dengan topik bosan dirumah**
- Page 1: Dikta leleh diatas tempat tidur dgn posisi lucu, misalnya di sofa, muka bosan, bingung pesen makan apa udah bosan 3 kotak gausa dialog
- Page 2: akhirnya Dikta bilang “gak kuat lagi!” akhirnya ganti baju, lalu keluar rumah
- Page 3: gambarin Dikta lagi manggung dgn tulisan “kangen manggung sama YN”, dari panggung dia ngasih tangan ke penonton pegangan, gambarin keramaian dan ada YN yang lain, diangkat sama penonton
- Page 4: Mulai gambarin Dikta batuk, menggigil, demam
- Page 5: tiba2 sadar bangun ternyata mimpi, trus dia lega dan liat kucingnya jimbon, sambil ngelus bilang “kita emang masih harus dirumah aja ya, demi kebaikan bersama”

Gambar 3. 2 Brief 1-2 Yovie & Nuno *Comic*

- **Brief YN Comic week 3**
- Page 1: mas ady lagi jalan dimana gt tiba2 dia ga sengaja memegang tiang/sesuatu. ada efek lebay. Lalu langsung cuci tangan dengan lebay. emosi.
- Page 2: dikta mesti keluar rumah. siap2, naik motor klasik. ternyata dia naik motor pake APD kompli.
- Page 3: Windura lagi jalan ketemu temen "wei Windura!" lalu triak "jauh-jauh wei. jangan dekat-deket" terus ditunjukin mereka ngobrol jauh banget. Temennya ngomong "Win apa kabar lo? Kita ngobrol jauh banget" dan dibales "iya nih physical distancing"
- Page 4: Di recap lagi. ada mas ady cuci tgn sampe luka-luka. dia nangis. Dikta lagi dilampu merah pake APD orang2 pada liatin. Windura jauh-jauhan sama teymennya.
- Page 5: kang Diat muncul. lagi covid gini jangan panik jangan lebay. cuci tangan yang penting 20 detik pakai sabun yang bersih dan menyeluruh. Kalo darurat harus keluar rumah yang penting pake masker dan pakai sarung tangan plastik, dan physical distancing 1-2 meter sudah cukup. "kita tetap bisa bersosialisasi tetapi dengan jarak yang aman"
- **COMIC YN WEEK 4**
- Page 1: Dikta lagi kangen naik motor jalan2 sama jimbon pakai helm liat keramaian. dia berkhayal. Ada teks sedikit "kangen nih jalan2"
- Page 2: Windura lagi berkhayal lagi jalan2 di pasar. makanan. kaki lima.
- Page 3: ady. Kangen tur YN. Lagi dimobil Dempet2an. ada driver lagi ketawa2 sambil nyanyi
- Page 4: Kangen manggung. fokus utama ke kang diat lagi main gitar.
- Page 5: Tampilan HP kayak poster Nongkrong online. lagi video call, mereka semua ngomong. Ngobrol gitu.
  - **COMIC YN WEEK 5**
  - Page 1: dikta naik motor. beli gorengan ada abang2nya
  - Page 2: mas ady masak dirumah. dikasi tampilan udah jadinya
  - Page 3: kang diat liat aplikasi. beli makanan dari gojek
  - Page 4: windura ketiduran
  - Page 5: videocall bareng sambil makan.
- **Komik YN WEEK 6**
- Page 1: gambarin keadaan sekarang ojol gaada penumpang. toko tutup. ibu anak yang lapar.
- Page 2: Kang Ady lagi nntu tv ada berita, dampak covid 19 pengangguran naik. kang ady sedih.
- Page 3: mereka ber4 video call. Kang diat bilang. ngajak galang dana bersama.
- Page 4: dikta kasih caranya gimana sih mau donasi. dengan cara cari di kitabisa.com, cari penggalangan dana YMWF Berbagi. Tempel banner yg dibuat kak tresna.
- Page 5: balik lagi ke video call. penekanan ke windura bikin statement "berapapun yang kita kasih itu berharga. yang penting kesediaan kita untuk membantu"
- **Komik YN WEEK 7**
- Page 1: Dikta lagi main sama jimbon. lalu ketiduran.
- Page 2: Dikta bangun. liat kaca udah jadi kucing. Kaget panik terus liat jimbon. Jimbon pergi. Dikta ikutin.
- Page 3: Jimbon bawa dikta ke member lain yang jadi kucing juga. Lalu karna bingung panik mereka lari2 ngacak diruangan. Dan ada yg nginjak2 hp mau telepon.
- Page 4: karna kecapean. mereka pada tiduran dilantai. lalu liat makanan kucing dan laper. Muncul muka member yang ragu2 buat makan makanan kucing.
- Page 5: Dikta kebangun dan jimbon disebelahnya masih tidur. Lihat jam udah mau buka puasa.

Gambar 3. 3 Brief 3-7 Yovie & Nuno Comic

Topik komik didiskusikan bersama tim kreatif, sedangkan tahapan alur cerita diberikan oleh *Creative Director* dan terkadang penulis memberikan ide serta masukkan untuk plot cerita. Penulis diberikan alur

cerita antara sehari sebelum waktu tayang atau di hari waktu tayang. Oleh karena itu penulis disarankan untuk menggunakan gaya ilustrasi yang sederhana sehingga pesan dapat dimengerti di seluruh tingkat masyarakat dan mempersingkat waktu pengerjaan.

### 3.3.1.2. *Moodboard* dan Referensi

Hal pertama yang dilakukan penulis setelah mendapatkan *briefing* tersebut adalah mencari referensi untuk membuat karakter dari anggota Yovie & Nuno. Seperti pada *brief*, penulis mencari referensi karakter dengan gaya ilustrasi yang sederhana tetapi memiliki ciri khas warna yang konsisten, proporsi yang manusiawi, dan memberikan kesan humoris. Sehingga dapat disimpulkan kata kunci dari gaya komik adalah *simple*, *basic*, dan *fun*.



Gambar 3. 4 *Moodboard* Yovie & Nuno Comic

Dari *moodboard* tersebut, penulis membuat karakter dengan referensi foto anggota Yovie & Nuno. Masing-masing anggota memiliki ciri khas aksesoris yang digunakan seperti pada Diat selalu menggunakan



topi *fedora* dan kacamata persegi. Windura selalu menggunakan topi *fedora* atau *baseball*, Dikta selalu menggunakan kacamata lingkaran, dan Ady selalu menggunakan gelang di tangan kanannya.



Gambar 3. 5 Foto Anggota Yovie & Nuno  
(Sumber: <https://www.instagram.com/p/B85Ao4eFHcO/>)

### 3.3.1.3. Sketsa

Dengan konsep dan *moodboard* yang telah ditentukan, penulis membuat sketsa karakter dengan masing-masing ciri khas anggota. Penulis langsung membuat sketsa karakter dalam bentuk digital untuk memperjelas gambaran karakter sekaligus mempersingkat waktu. Dalam proses ini juga penulis menentukan jenis tipografi yang digunakan untuk komik. Penulis melakukan asistensi sketsa dengan *Creative Director* dan dilanjutkan ke finalisasi karakter.



Gambar 3. 6 Sketsa Karakter Yovie & Nuno

### 3.3.1.4. Digitalisasi dan Revisi

Dari sketsa yang telah disetujui, penulis melakukan finalisasi dengan memberikan warna dan merapikan detail ilustrasi. Penulis menggunakan dua warna utama yaitu merah dan biru yang diambil dari warna primer. Dari karakter komik utama yang telah tercipta, penulis membuat sketsa komik sesuai dengan *brief* alur cerita yang telah diberikan.



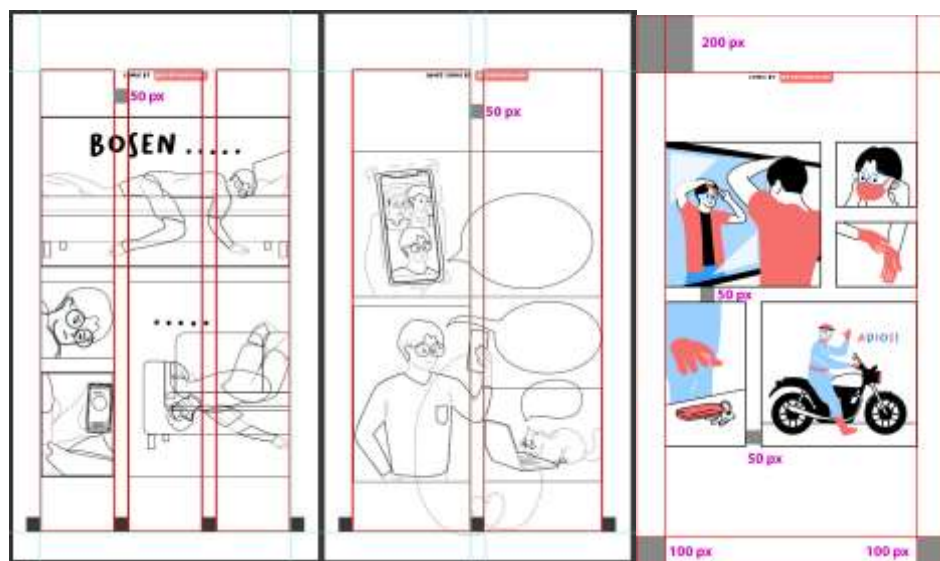
Gambar 3. 7 Karakter Yovie & Nuno



Gambar 3. 8 Tipografi dan Warna Komik Yovie & Nuno

Warna yang penulis gunakan yaitu merah dan biru yang diambil dari warna primer. Dan warna tersebut mencirikan warna yang netral tidak khusus untuk wanita ataupun pria. Tipografi yang digunakan adalah Bakso Sapi, karena tipografi tersebut menyerupai tulisan tangan dan mudah dibaca serta lisensi yang gratis. Sehingga bebas untuk digunakan dalam media sosial.

Setiap minggunya, penulis membuat satu seri komik Yovie & Nuno untuk dipublikasi setiap hari Rabu. Penulis mendapatkan *brief* alur cerita komik setiap hari Selasa atau Rabu siang yang kemudian harus penulis selesaikan maksimal Rabu sore. Maka itu, penulis mempersingkat waktu dengan langsung membuat halaman komik secara digital. Sehingga pada proses revisi dan finalisasi dapat dilakukan dengan lebih cepat.



Gambar 3. 9 Layout dan Margin Komik

Dalam penyusunan *layout* komik, penulis menggunakan sistem *grid* multikolom yaitu dengan tiga kolom dan dua kolom. Karena memiliki banyak padual kotak gambar dan tulisan, sistem *grid* tersebut dapat membuat pembagian panel komik menjadi lebih konsisten dan fleksibel. Model *grid* tersebut juga membuat proses informasi yang ditangkap pembaca lebih cepat dan efektif. Selain itu, digunakan *margin* atas sebesar 200 px (pixel) dan margin bawah, kiri, serta kanan 100 px. *Margin* atas lebih besar agar tulisan “Comic by @yovieandnuno” tidak terganggu oleh profil Instagram yang muncul di Instastory (Graver dan Jura, 2012).



Gambar 3. 10 Sketsa Digital Seri 1

Pada Yovie & Nuno *Comic* seri 1, komik bertema himbuan kepada masyarakat untuk tidak pergi mudik dan bahayanya Covid-19 yang dapat menular ke keluarga. Cerita komik dengan judul “Mudik Jangan Nih?” diawali dengan Windura yang bersiap-siap ingin mudik dari pada berdiam di rumah saja. Lalu Diat dan Ady melakukan *video call* dan menasehati tentang bahayanya Covid-19. Dan di halaman terakhir, diberikan kesan humoris dengan menggambarkan Dikta dengan kucing peliharaannya yaitu Jimbon sedang melakukan *video call*. Pada *brief* awal, penulis belum diberikan dialog yang pasti untuk setiap halaman komik, maka penulis memberikan ruang berupa balon teks kosong.



Gambar 3. 11 Sketsa Digital Seri 2



Lalu di seri ke-2, komik menceritakan tentang anggota Yovie & Nuno yang bosan di rumah dengan judul “Bosen di Rumah Aja!”. Cerita diawali dengan Dikta yang bosan di rumah dan berangkat konser bersama anggota Yovie & Nuno. Saat pulang, Dikta mulai mengalami demam dan batuk yang ternyata hanya mimpi. Cerita diakhiri dengan menggambarkan Dikta terbangun dan mengelus kucingnya Jimbon. Penulis juga memberikan keterangan *motion graphic* yang perlu ditambahkan pada beberapa bagian komik.



Gambar 3. 12 Sketsa Digital Seri 3

Pada seri ke-3, komik bercerita untuk menghimbau masyarakat agar tidak berlebihan dalam berhadapan dengan Covid-19 sehingga diberikan judul seri “No Lebay, No Cry”. Cerita diawali dengan Ady yang sedang berjalan dan memegang tiang lalu panik dan cepat-cepat cuci tangan secara berlebihan. Lalu terlihat Dikta yang keluar rumah mengendarai motor dengan menggunakan APD (Alat Pelindung Diri). Sedangkan Windura yang bertemu dengan temannya tetapi berusaha menjaga jarak sejauh sepuluh meter. Cerita diakhiri dengan Diat yang memberikan saran-saran yang masuk akal agar tidak berlebihan dalam menghindari Covid-19.



Gambar 3. 13 Sketsa Digital Seri 4

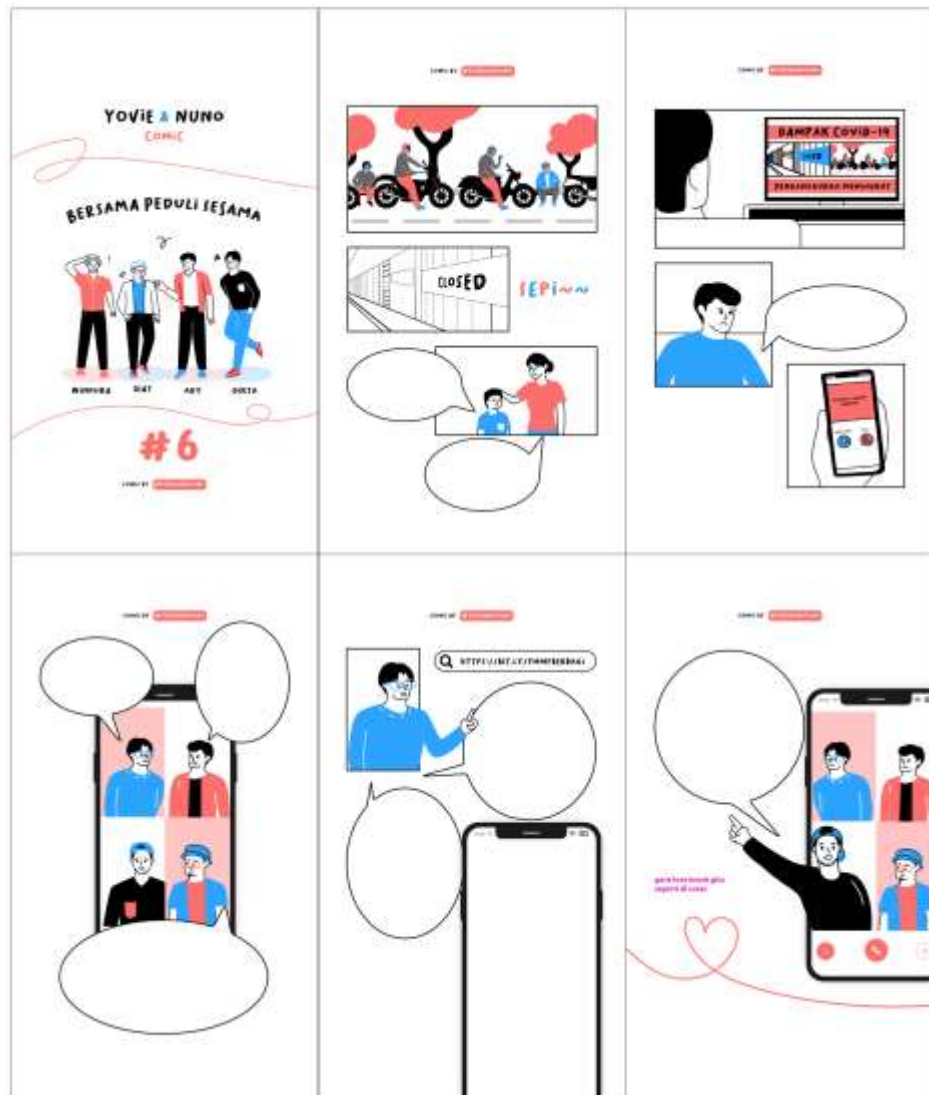
Seri ke-4 komik Yovie & Nuno bercerita tentang rasa rindu masing-masing anggota. Dikta yang rindu dengan keramaian orang, Ady rindu dengan suasana tur bersama dengan anggota Yovie & Nuno, Windura rindu dengan suasana dan makanan kaki lima, dan Diat rindu tampil konser dengan Yovie & Nuno. Cerita diakhiri dengan anggota yang saling menyampaikan salam melalui *video call* dan menyambut bulan puasa.



Gambar 3. 14 Sketsa Digital Seri 5

Komik Yovie & Nuno seri ke-5 menceritakan tentang Dikta, Ady, Windura, dan Diat yang buka puasa bersama melalui *video call*. Dikta

pergi membeli makanan yaitu gorengan, Ady masak sendiri di rumah, Diat memesan makanan, dan Windura yang tertidur sehingga hanya dapat memasak mie instan. Komik diakhiri dengan gambar mereka berempat makan melakukan *video call* sambil menunjukkan menu makanan mereka.



Gambar 3. 15 Sketsa Digital Seri 6

Seri ke-6 mengajak pembaca untuk ikut menyumbang melalui acara sosial yang diadakan oleh Yovie Widiyanto Music Factory (YWMF). Cerita diawali dengan menggambarkan kondisi saat ini yaitu banyak orang yang tidak dapat bekerja dan kesulitan menghasilkan uang, melihat hal

tersebut anggota Yovie & Nuno memberikan inisiatif untuk membantu hal tersebut. Mereka melakukan aksi galang dana secara online kolaborasi dengan KitaBisa.com.



Gambar 3. 16 Sketsa Digital Seri 7

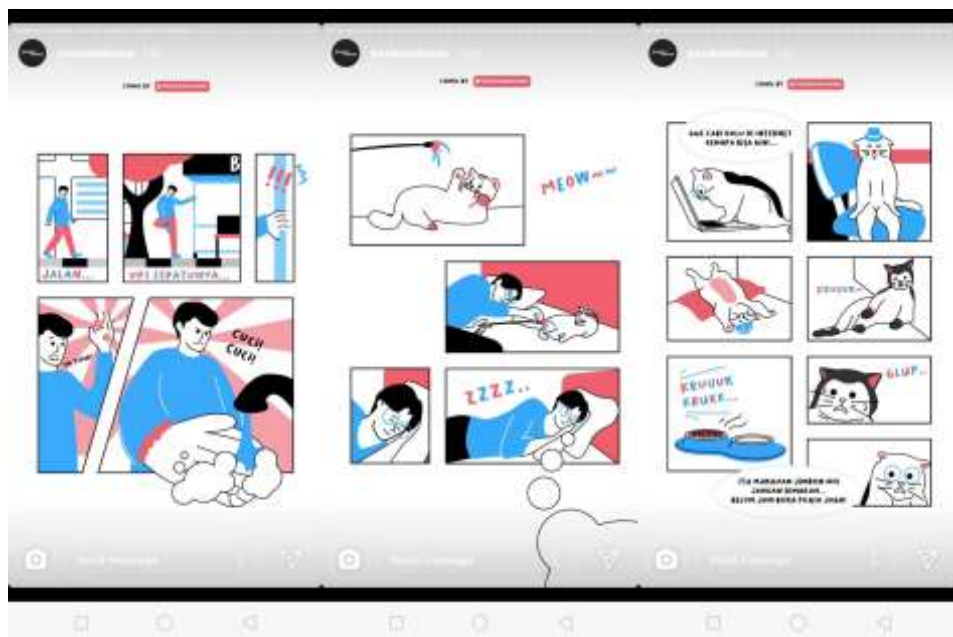
Seri ke-7 menceritakan tentang mimpi Dikta dengan kucingnya yaitu Jimbon. Cerita diawali dengan Dikta yang sedang bermain dengan Jimbon lalu tertidur. Saat bangun tidur, Dikta mendapati tubuhnya menjadi kucing dan kebingungan. Lalu Dikta juga bertemu dengan Ady, Windura, dan Diat yang juga menjadi kucing. Panik mereka berlari-lari dan kelelahan, Ady lapar dan melirik makanan Jimbon. Tiba-tiba Dikta terbangun dari mimpinya dan mendapati waktu sudah mau buka puasa.



Komik tersebut lebih menceritakan fiksi yang ringan tanpa arti yang mendalam.

### 3.3.1.5. Final dan Implementasi

Proses sketsa digital yang disetujui oleh *Creative Director* penulis dilanjutkan dengan detail warna dan dialog pada balon teks. Setelah finalisasi komik telah di setujui oleh *Creative Director*, penulis memberikan semua aset kepada *Motion Designer* yaitu Bayu untuk ditambahkan *motion graphic* seperti yang telah direncanakan oleh penulis. Setelah selesai diberikan *motion*, barulah komik dipublikasi di Instagram Yovie & Nuno.



Gambar 3. 17 Publikasi Komik Yovie & Nuno

Junika dari tim kreatif YWMF yang bertanggungjawab dalam memegang akun Instagram Yovie & Nuno membuat laporan pencapaian media sosial dari konten yang dipublikasi. Berdasarkan laporan tersebut, Instastory dari publikasi komik Yovie & Nuno memiliki tingkat *reach* 17.090 dan impersi sejumlah 19.645. Publikasi tersebut juga memiliki 9 balasan dan dibagikan 2 kali. Jumlah tersebut telah ditotal dari 5 halaman

komik pencapaian tersebut dinilai cukup tinggi dibandingkan dengan publikasi lainnya.



Gambar 3. 18 Yovie & Nuno Comic Seri 1



Gambar 3. 19 Yovie & Nuno Comic Seri 2

Publikasi komik Yovie & Nuno seri 2 memiliki *reach* 71.677 dan impresi sejumlah 81.583. Publikasi tersebut juga memiliki 7 balasan dan dibagikan 9 kali. Tingkat pencapaian tersebut bertambah banyak dibandingkan minggu sebelumnya. Sedangkan untuk komik Yovie & Nuno seri 3 memiliki tingkat *reach* 11.830, impresi sebanyak 13.891, 5 balasan, dan 1 kali dibagikan. Pada publikasi minggu ke tiga, tingkat pencapaiannya cukup menurun drastis dibandingkan publikasi sebelumnya.



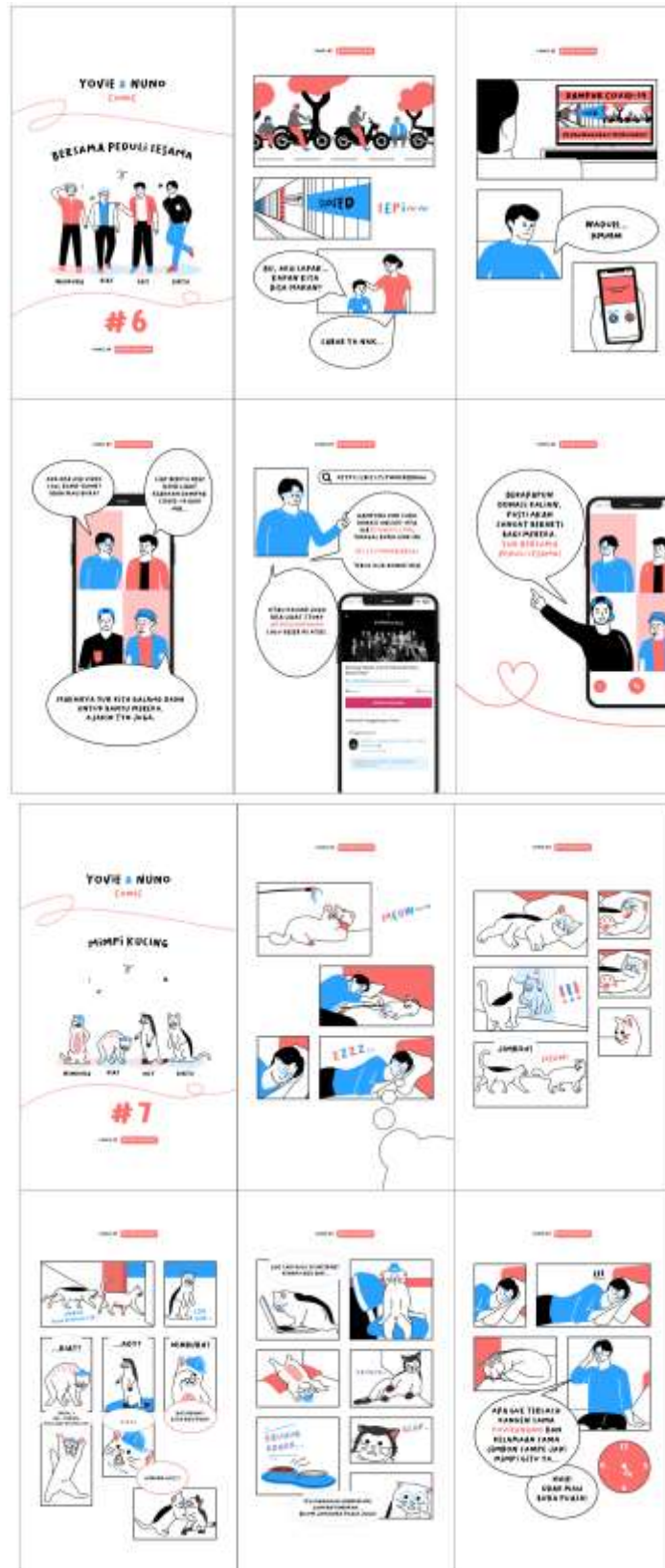


Gambar 3. 20 Yovie & Nuno Comic Seri 3

Publikasi komik Yovie & Nuno seri 4 memiliki *reach* 13.592 dan impresi sejumlah 16.403. Publikasi tersebut juga memiliki 15 balasan dan dibagikan 2 kali. Sedangkan komik Yovie & Nuno seri 5 memiliki *reach* 11.379, impresi 13.224, dibalas 7 kali, dan dibagikan 1 kali. Dari data laporan yang dibuat oleh Junika sebagai *Creative Staff* yang mengawasi akun Instagram Yovie & Nuno, dapat disimpulkan bahwa konten Yovie & Nuno *Comic* memiliki performa yang paling tinggi dalam kategori Instagram Story pada akun tersebut.



Gambar 3. 21 Yovie & Nuno Comic Seri 4 dan 5



Gambar 3. 22 Yovie & Nuno Comic Seri 6 dan 7

### **3.3.2. Selebrasi Adu Rayu**

Lagu “Adu Rayu” lagu kolaborasi oleh artis Tulus, Glenn Fredly, Yovie Widianto yang dirilis pada tahun 2019 dan mendapatkan penghargaan Anugerah Musik Indonesia 2019 (*AMI Awards*). Lagu tersebut menjadi salah satu lagu fenomenal dibawah naungan YWMF. Selain memiliki video lirik, lagu tersebut juga memiliki video musik yang dibintangi oleh Velove Vexia, Chicco Jerikho dan Nicholas Saputra.

#### **3.3.2.1. Briefing**

Proyek selebrasi Adu Rayu tersebut terdapat 2 kali dalam masa kerja magang penulis. Yang pertama dalam rangka perayaan 1 tahun rilis “Adu Rayu”, YWMF membagikan *wallpaper* yang dapat diunduh secara gratis. Dan yang ke-dua adalah selebrasi pemutaran lagu Adu Rayu yang mencapai 50 juta kali di Spotify. Penulis mendapatkan brief secara langsung dari *Creative Director*, dengan arahan untuk membuat ilustrasi yang dengan format 1.920 x 1.080 *pixel*. Ilustrasi tersebut menggambarkan visual dari video musik “Adu Rayu” yang telah dipublikasi sebelumnya.

#### **3.3.2.2. Moodboard dan Referensi**

Dari *brief* yang telah diberikan *Creative Director*, penulis mencari referensi dengan gaya ilustrasi yang variatif. Dari opsi-opsi tersebut penulis memberikan rekomendasi ilustrasi seperti nomor 3 dan 4 yang paling cocok untuk *wallpaper* Adu Rayu. Penulis memilih nomor 3 dan 4 karena gaya tersebut memiliki kesan yang ekspresif, natural, dan semi-realis. Sehingga cocok untuk mengekspresikan lagu Adu Rayu yang di dalam video musiknya terdapat kesan natural dan realistis.



Gambar 3. 23 Moodboard Ilustrasi Wallpaper

Pilihan gaya ilustrasi tersebut disetujui oleh *Creative Director*, dan penulis lanjutkan dengan memilih referensi visual pada video musik “Adu Rayu”. Pemilihan tersebut dilakukan setelah penulis mendengarkan dan menonton video musik untuk mendalami perasaan yang ada pada musik tersebut. Penulis memilih beberapa bagian dalam video musik tersebut dan mengajukan asistensi dengan *Creative Director*. Setelah *Creative Director* memilih visual yang telah diajukan, penulis melanjutkannya ke proses sketsa.

Untuk perayaan 1 tahun Adu Rayu, dipilih 3 visual yang dijadikan *wallpaper*. Visual yang dipilih yaitu suasana meja kerja Chicco Jerikho, pemandangan Nicholas Saputra dan Velove Vexia di jembatan, dan tangan Velove Vexia yang menyentuh cincinnya. Masing-masing visual tersebut menggambarkan karakter dari tokoh dalam video musik. Sedangkan untuk perayaan 50 juta *stream*, dipilih 2 visual untuk *wallpaper*. Visual tersebut menggambarkan tangan yang bergandengan dan meja dengan foto Chicco bersama Velove. Sehingga jika ditotalkan, penulis membuat 5 seri *wallpaper* untuk selebrasi lagu Adu Rayu.





Gambar 3. 24 Referensi Visual *Wallpaper*

(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=zi2dYEIwSkA>)

### 3.3.2.3. Sketsa

Penulis menggambar sketsa *wallpaper* secara digital untuk mempersingkat waktu. Sketsa digambar berdasarkan referensi visual dari video musik yang telah dipilih sebelumnya dengan sedikit modifikasi dan simplifikasi di beberapa bagian yang tertutup ataupun bagian yang terlalu detail. Dari sketsa yang telah disetujui *Creative Director*, penulis melanjutkannya ke proses digitalisasi.

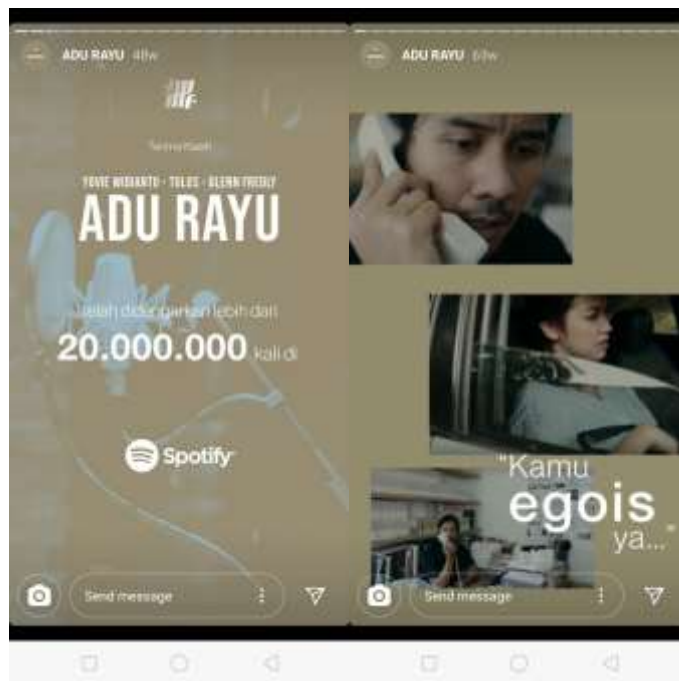


Gambar 3. 25 Sketsa *Wallpaper* Adu Rayu

### 3.3.2.4. Digitalisasi dan Revisi

Dalam proses digitalisasi, penulis mengalami beberapa kali revisi warna dan ilustrasi. Ilustrasi yang menggambarkan meja Chicco, mengalami perubahan dari sketsa awal karena dirasa kurang sesuai dengan meja asli

pada video musiknya. Sehingga penulis mengubah ilustrasi sehingga memiliki perspektif sesuai dengan visual pada video musik. Penulis juga mengubah warna dan kontras ilustrasi berkali-kali untuk mencari kesan yang paling sesuai untuk menjadi *wallpaper*.



Gambar 3. 26 Tipografi dan Warna Ilustrasi Adu Rayu

Warna yang digunakan adalah warna dengan *tone* hangat, dan memiliki *shade* kecoklatan. Warna tersebut diambil dari tone warna yang ada di video musik Adu Rayu dan unggahan tentang Adu Rayu sebelumnya. Tipografi yang digunakan juga merupakan tipografi yang telah digunakan sebelumnya yaitu Bebas Neue.



Gambar 3. 27 Revisi Ilustrasi Selebrasi 1 Tahun

Dalam proses menentukan *tone* warna yang sesuai, penulis dibantu oleh anggota tim kreatif dan *Creative Director*. Saran yang penulis dapatkan langsung penulis revisi sehingga mendapatkan hasil yang memuaskan. Dipilih *tone* warna yang cenderung kontras dan analogus sehingga memberi kesatuan pada ilustrasi. Setelah ilustrasi disetujui oleh *Creative Director*, penulis mengirimkan aset ilustrasi kepada Tresna untuk diberikan *copywriting* menjadi Instastory dan Feeds.

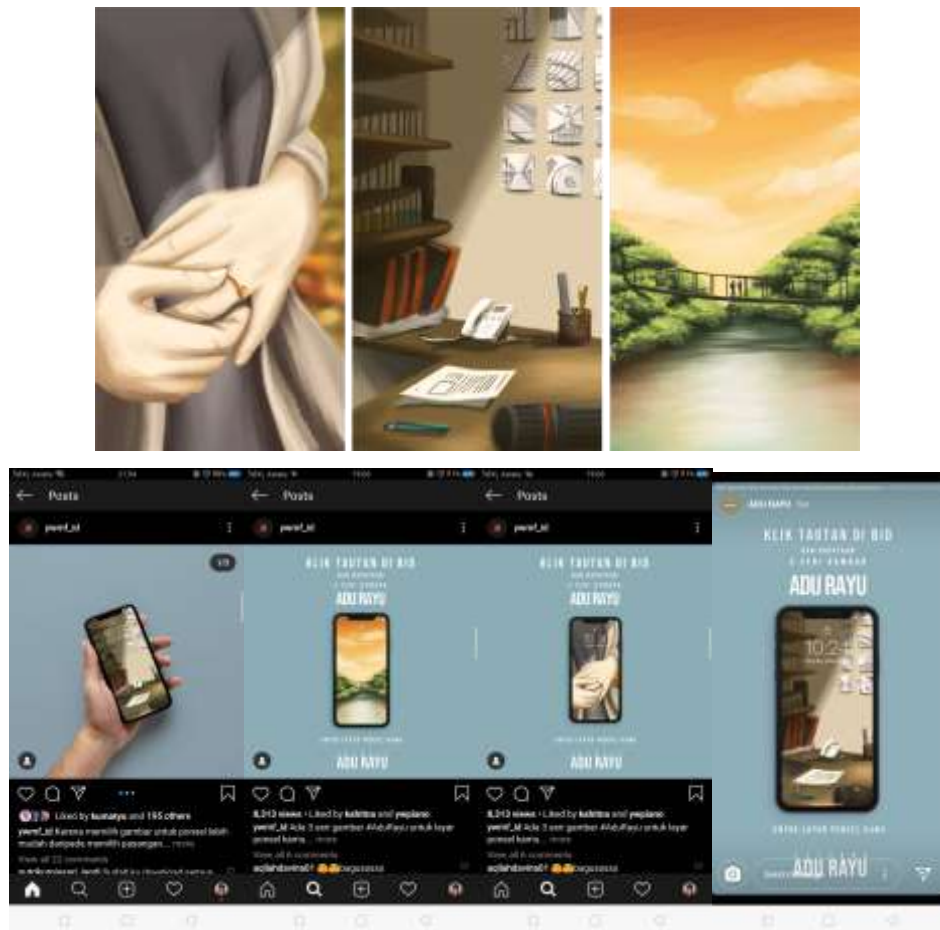


Gambar 3. 28 Digitalisasi Ilustrasi Selebrasi 50 Juta *Stream*



### 3.3.2.5. Final dan Implementasi

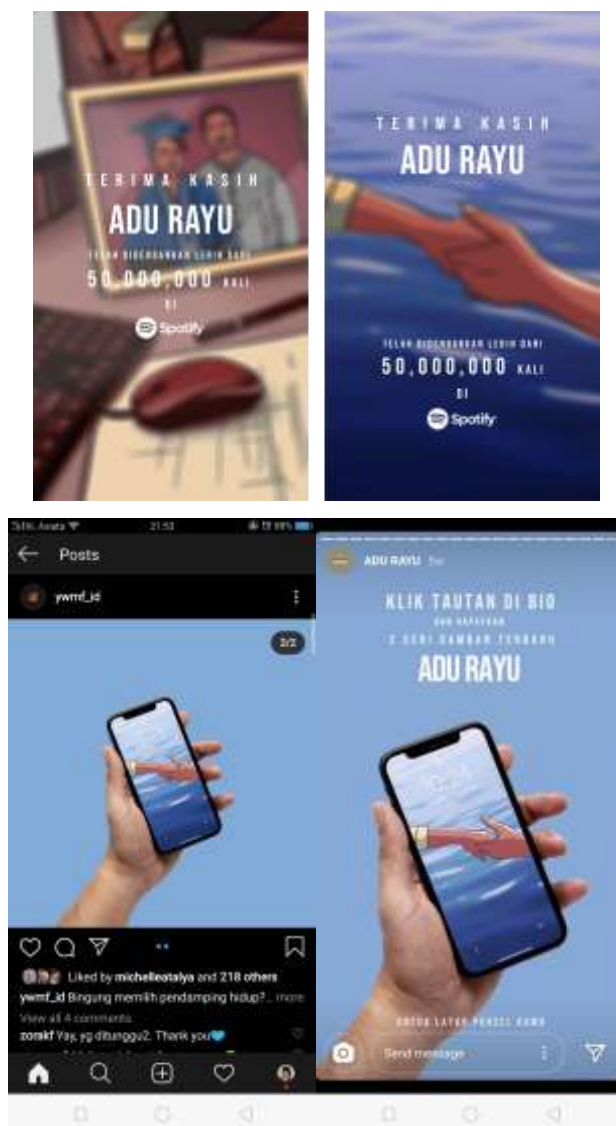
Final dari ilustrasi yang telah dibuat penulis diimplementasikan ke dalam *mockup* dan dipublikasi melalui Instastory dan Feeds di akun Instagram YWMF (@ywmf\_id). Media sosial tersebut digunakan untuk mempromosi *wallpaper* gratis. *Wallpaper* juga dicantumkan dalam situs yang ada di profil YWMF agar pengunjung Instagram dapat mengunduh *wallpaper* tersebut. Berdasarkan laporan Junika, terdapat sekitar 3000 lebih pengguna yang mengunduh *wallpaper* tersebut.



Gambar 3. 29 Publikasi *Wallpaper* Adu Rayu Seri 1, 2, dan 3

Sedangkan untuk finalisasi *wallpaper* selebrasi 50 juta *stream*, penulis perlu menambahkan *copywriting* yang telah diberikan oleh *Creative Director*. Tipografi yang digunakan adalah Bebas untuk

menyesuaikan desain sebelumnya. Penulis menyusun *layout* yang menyesuaikan masing-masing ilustrasi agar desain menjadi seimbang. Seperti pada ilustrasi meja dan bingkai foto, *copywriting* ditempatkan di tengah. Sedangkan pada ilustrasi tangan, *copywriting* ditempatkan secara terpisah atas dan bawah untuk memberikan ruang pada ilustrasi tangan. Penulis juga menambahkan efek blur pada ilustrasi agar tulisan mudah terbaca.



Gambar 3. 30 Publikasi *Wallpaper* Adu Rayu Seri 4 dan 5

### 3.3.3. Cover “You and I”

Proyek album lagu “You and I” merupakan proyek klien eksternal karena artis yang ditangani bukan termasuk dalam perusahaan YWMF. Album lagu “You and I” merupakan lagu perdana yang ditulis oleh Sherine Bahar dan dinyanyikan duet bersama dengan Angga Puradiredja. Album tersebut diproduksi oleh PujOrange yang dikemas dengan setuhan *pop dance* dan *electro*. Lagu tersebut memiliki irama yang cepat dan bertema cerita cinta. Lagu yang liriknya menggambarkan perasaan orang yang salah tingkah, rindu, dan pernyataan saling cinta.

#### 3.3.3.1. Briefing

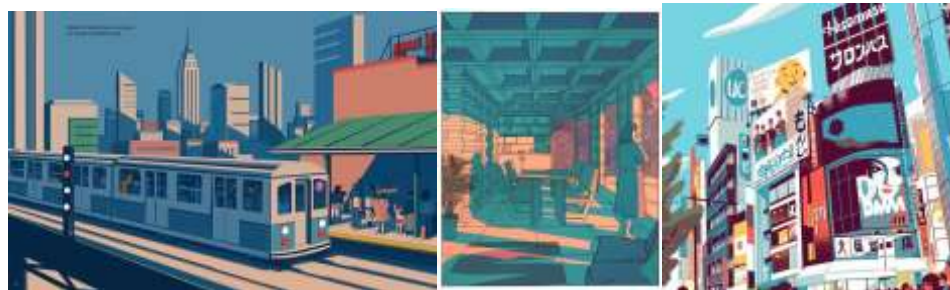
Penulis mendapatkan *brief* mengenai album lagu “You and I” melalui email dikarenakan pada saat itu *Creative Director* sedang berada di luar negeri untuk bertemu klien. Pada *brief* tersebut juga dicantumkan satu foto untuk diolah menjadi *cover* album. Penulis juga menerima lagunya melalui Whatsapp yang kemudian penulis dengarkan untuk mendapatkan perasaan dan kesan dalam lagu tersebut. Dari *brief* yang telah diberikan dan lagu yang telah didengarkan penulis, penulis menyimpulkan terdapat 2 kata kunci yang sesuai yaitu *electro* dan *urban*. Dari kata kunci tersebut, penulis mencari referensi visual yang sesuai.



Gambar 3. 31 Briefing Cover Album “You and I”

### 3.3.3.2. Moodboard dan Referensi

Dari kata kunci *electro* dan *urban*, penulis menyusun visual yang menggambarkan kota, malam hari, dan gedung. Dengan warna yang memiliki *tone* dingin yaitu biru, ungu, dan hijau. Penulis menyusun *moodboard* dibantu dengan *Creative Director* yang mengirim referensi ilustrasi melalui Whatsapp. *Moodboard* tersebut penulis diskusikan dengan Tresna sebagai *graphic designer* di YWMF yang memiliki pengalaman dalam membuat *cover* album.



Gambar 3. 32 Moodboard Cover Album

Setelah berdiskusi dengan tim kreatif, penulis memutuskan untuk menggunakan paduan antara foto dengan ilustrasi. Foto Sherine dan Angga akan dipotong latar belakangnya dan dipadukan dengan latar belakang ilustrasi yang menggambarkan gedung perkotaan. Oleh karena itu, penulis juga menyusun referensi gedung sebagai latar belakang *cover* album.



Gambar 3. 33 Referensi Cover Album

### 3.3.3.3. Sketsa

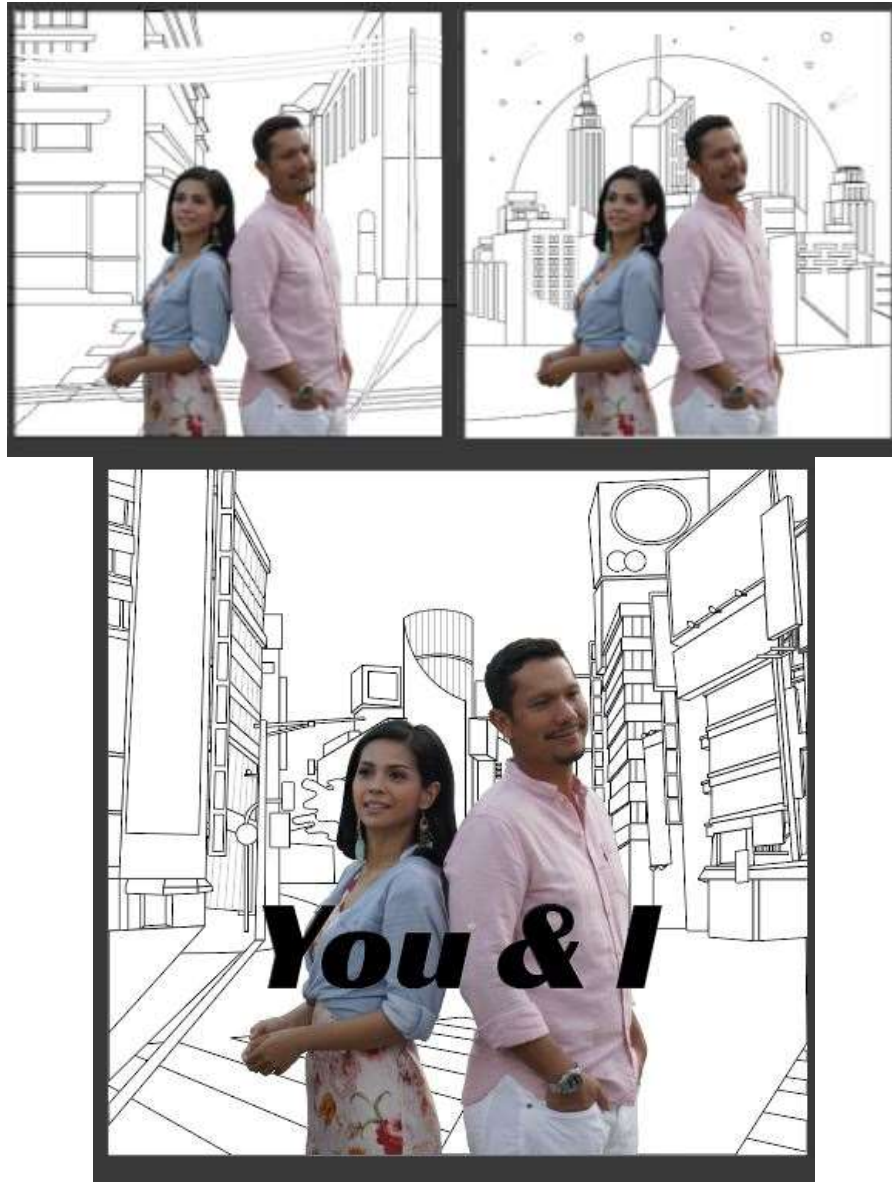
Pada proses sketsa, penulis mengalami 2 kali revisi karena dinilai kurang menggambarkan kota. Pertama penulis menggambarkan gedung seperti pada aset foto yang diberikan. Selanjutnya penulis menggambarkan gedung dari jarak jauh, dengan visual tersebut *Creative Director* menilai kurang sesuai karena antara latar dan objek utama kurang memiliki kesatuan. Lalu penulis menggambarkan gedung dari jarak dekat, dengan objek seperti berada di tengah gedung-gedung yang ada. Barulah *Creative Director* setuju dengan sketsa tersebut yang terasa lebih alami dan lebih berkesan urbanisasi.



Gambar 3. 34 Tipografi dan Warna Cover Album

Penulis juga mencoba berbagai pilihan tipografi yang menggambarkan kata kunci *electro* dan *urban*. Dari percobaan penulis, tipografi yang paling cocok adalah tipografi Racing Sans One. Tipografi tersebut dipilih karena sesuai dengan kata kunci *urban* yang artinya perkotaan atau bisa disetarakan dengan modern. Sehingga tipografi tersebut yang berupa Sans Serif dengan postur huruf yang sedikit miring

sesuai dengan penggambaran kata kunci awal. Warna yang dipilih adalah warna dengan saturasi rendah untuk memberikan kesan *vintage* sesuai dengan referensinya. Penggunaan warna juga disesuaikan dengan foto yang ada sehingga, latar tidak mendominasi foto penyanyi yang ada.



Gambar 3. 35 Sketsa Cover Album



#### 3.3.3.4. Digitalisasi dan Revisi

Dari hasil sketsa, penulis melanjutkannya dengan memberikan warna pada ilustrasi latar. Dalam menentukan warna, penulis membuat 2 opsi *tone* warna yaitu *tone* hangat dan dingin. Dan setelah asistensi dengan *Creative Director*, dipilih ilustrasi dengan *tone* dingin yang lebih menampilkan kesan *electro*. Sehingga penulis juga mengedit foto Sherine dan Angga agar memiliki tingkat kecerahan, kontras, dan *tone* warna yang menyatu dengan latar belakangnya.



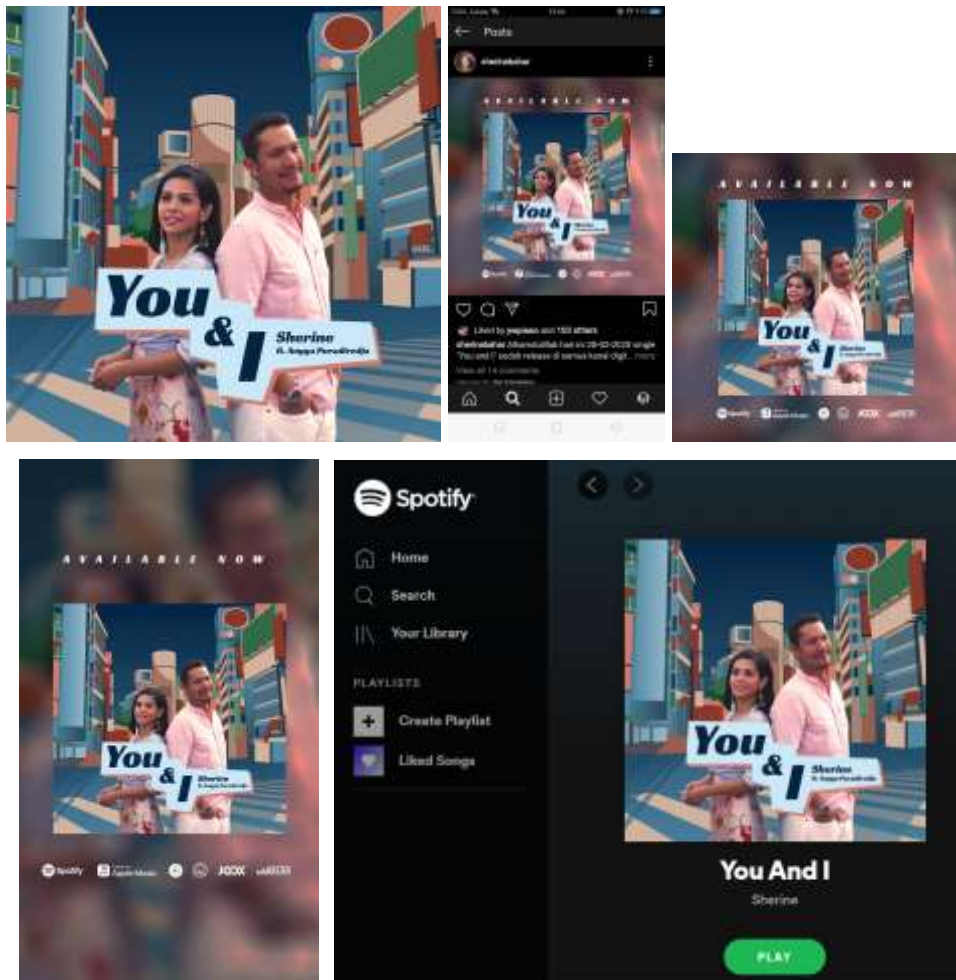
Gambar 3. 36 Digitalisasi *Cover* Album

Dalam proses pengaturan warna, penulis dibantu oleh Tresna untuk mendapatkan warna foto yang cerah dan sesuai dengan latar belakangnya. Selain itu penulis juga melakukan revisi kecil yang berupa penulisan dan ukuran nama. Awalnya penulis membuat nama “Sherine Bahar”, tetapi direvisi menjadi “Sherine” saja dengan ukuran yang lebih besar dari nama “Angga Puradiredja”.

#### 3.3.3.5. Final dan Implementasi

Dari hasil asistensi dan revisi, hasil akhir desain *cover* album “You and I” menggunakan latar belakang ilustrasi dengan *tone* dingin dan foto Sherine dan Angga yang memiliki *tone* hangat dan cerah untuk memberikan kesan hangatnya cinta. Desain final *cover* album “You and I” dikirim melalui

email ke Junika dan diteruskan ke klien untuk digunakan dalam publikasi rilisnya album. Penulis juga membuat desain Instastory dan Feeds yang digunakan dalam promosi rilisnya album melalui Instagram. Implementasi *cover* album yang telah dibuat penulis dapat dilihat dari *cover* album lagu “You and I” di Spotify.



Gambar 3. 37 Final dan Implementasi *Cover* Album

### 3.3.4. Kendala yang Ditemukan

Dalam menjalankan praktik magang di YWMF, tentunya penulis mengalami beberapa kendala yang tidak dapat dihindari yang meliputi waktu dan jarak. Pertama, beberapa proyek pekerjaan yang memiliki tenggang waktu yang pendek yang dapat menyebabkan karya kurang maksimal. Kedua, *brief* pekerjaan yang biasanya diberikan saat waktu menjelang siang ke sore yang menurut penulis



menjadikan waktu bekerja kurang efektif. Ketiga, jarak antara kantor dengan tempat tinggal penulis yang cukup jauh menyebabkan kondisi tubuh penulis lebih cepat letih dan kehilangan konsentrasi. Keempat, penulis terkadang kurang mengerti dengan gaya desain yang diinginkan sehingga membutuhkan referensi yang lebih spesifik. Dan yang terakhir, memburuknya kondisi lingkungan yaitu menyebarnya virus Covid-19 yang menyebabkan penulis harus bekerja dari rumah atau WFH.

### **3.3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Dari kendala yang telah disebutkan, penulis menanganinya dengan cara beradaptasi dengan kebiasaan kantor yang ada dan mendorong diri untuk menyelesaikan desain lebih cepat tanpa melewati *deadline*. Kendala waktu *deadline* yang sempit penulis tangani dengan membuat desain langsung secara digital dan menggunakan gaya sederhana tetapi sesuai dengan *brief* atau referensi untuk mempersingkat waktu. Kendala jarak penulis tangani dengan beradaptasi terhadap jadwal kereta dan jadwal istirahat yang tepat agar penulis dapat cukup beristirahat. Untuk kendala gaya desain, penulis mendapat bantuan dari anggota tim kreatif dan pendapat dari *Creative Director* sehingga dapat mengikuti gaya desain yang sesuai. Sedangkan untuk kendala wabah Covid-19, ditangani dengan komunikasi rutin yang dilakukan melalui Whatsapp, Zoom, ataupun Google Hangouts Meet.