



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

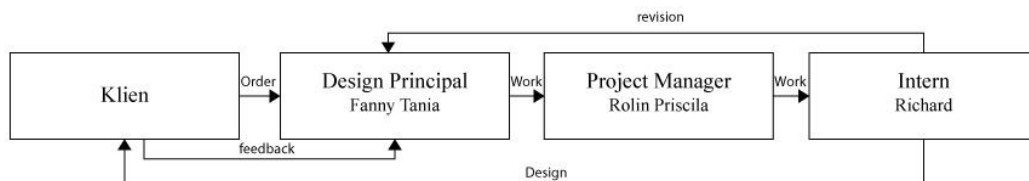
Berikut penulis menjelaskan kedudukan dan pola koordinasi penulis selama praktik kerja magang di Titikgaris Design Agency.

1. Kedudukan

Penulis menduduki posisi *Junior Graphic Designer (intern)*. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis bertugas untuk merancang konsep hingga visualisasi karya. Penulis juga beberapa kali membantu *Senior Graphic Designer* bila dibutuhkan. Penulis bekerja dengan bimbingan dari *mentor* yakni Giuseppe Scalvado (*art director*) dan berada di bawah pengawasan Fanny Tania selaku *Design Principal*.

2. Koordinasi

Koordinasi dimulai dari saat klien melakukan permintaan jasa desain kepada Titikgaris melalui *Design Principal*. Pekerjaan kemudian akan diteruskan kepada *graphic designer* ke *intern* untuk dikerjakan secara saksama. Berikut penulis cantumkan bagan untuk keterangan lebih lanjut.



Gambar 3. 1. Alur Koordinasi Titikgaris
(Dokumen pribadi Titikgaris)

Penulis melakukan koordinasi dengan mentor. Sebelum memulai segala proses kreatif. Penulis diberikan *guidelines* dan arahan untuk mengerjakan setiap pekerjaan yang diberikan. Penulis, mentor, dan seorang *junior graphic designer*, bekerja dalam 1 tim kecil yang mengerjakan suatu proyek.

Adapun, Titikgaris memiliki sistem koordinasi yang dibagi dalam tim kecil yang bertugas untuk menyelesaikan proyek sesuai dengan spesialisasi desainer yang terkait. Misal, beberapa proyek memerlukan kemampuan ilustrasi yang tinggi, proyek lain memiliki fokus di fotografi dan pengembangan sosial media, dan lain sebagainya. Seluruh tim kecil akan bekerja di bawah arahan *Managing Director* dan *Design Principal* sebagai penanggung jawab dari seluruh proyek yang dikerjakan.

Setelah penulis menyelesaikan suatu karya, penulis akan meneruskan karya tersebut kepada *mentor* untuk proses asistensi awal. Setelah melaksanakan revisi, karya akan diteruskan ke *art director* untuk asistensi akhir sebelum akhirnya diteruskan ke klien dan melaksanakan revisi terakhir sesuai kebutuhan klien.

Meskipun sebagian besar proses kerja dilakukan secara mandiri antara penulis dengan *mentor*, namun ada saatnya penulis dan mentor melakukan rapat dengan desainer grafis lain atau *art director* untuk mendapat masukan dan mempelajari apa yang dapat ditingkatkan dari serangkaian proyek yang sudah dikerjakan secara saksama. Tahap ini krusial untuk menyamakan persepsi dan sudut pandang antar desainer dan mencapai suatu sinergi.

Rapat kecil juga dapat dilakukan untuk memperlancar koordinasi guna menciptakan suasana yang kondusif dan terhalang dari kendala yang mungkin muncul seperti kesalahpahaman dan perbedaan pandangan akan suatu karya desain.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Penulis mengerjakan beberapa proyek dengan berbagai kebutuhan visual selama melakukan praktik kerja magang. Mulai dari merancang kebutuhan visual sosial media, fotografi, hingga merancang *booth*. Berangkat dari system koordinasi yang jelas dan terarah, penulis berhasil melakukan setiap proyeknya dengan baik. Berikut penulis lampirkan tabel yang membantu menjelaskan proyek yang telah dikerjakan selama praktik kerja magang.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Penulis Selama Praktik Kerja Magang

Minggu ke-	Periode	Proyek	Keterangan
1	2 - 6 September 2019	Konten sosial media: 1. Extramarks 2. Arkamaya	1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook <i>feeds</i> Extramarks 2. Melakukan <i>photoshoot</i> dan pengambilan video untuk produk Arkamaya
2	9 – 13 September 2019	Konten sosial media: 1. Extramarks 2. Arkamaya	1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook <i>feeds</i> Extramarks 2. Mencari konten dan referensi untuk konten Instagram Arkamaya 3. Membantu pembentukan maskot Extramarks

3	16 – 20 September 2019	1. Extramarks	1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook Extramarks 2. Merancang desain <i>booth</i> untuk kebutuhan <i>promotional campaign</i> Extramarks
4	23 – 27 September 2019	1. Extramarks	1. Membuat desain desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook Extramarks 2. Merancang desain <i>booth</i> untuk kebutuhan <i>promotional campaign</i> Extramarks
5	30 September – 4 Oktober 2019	Konten sosial media: 1. Kelas Pintar 2. Yuzuki	1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook Kelas Pintar

			<ol style="list-style-type: none"> 2. Merancang desain <i>booth</i> untuk kebutuhan <i>promotional campaign</i> Kelas Pintar 3. Melakukan <i>photoshoot</i> untuk produk Yuzuki
6	7 – 11 Oktober 2019	1. Kelas Pintar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook Kelas Pintar 2. Membuat <i>template story</i> untuk Fitur TANYA dari Kelas Pintar
7	14 – 18 Oktober 2019	1. Kelas Pintar	1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook Kelas Pintar
8	21 – 25 Oktober 2019	<p>Konten sosial media:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelas Pintar 2. Yuzuki 3. Arkamaya 	1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook Kelas Pintar

			<ol style="list-style-type: none"> 2. Membuat video tutorial pembuatan masakan untuk produk Arkamaya 3. Melakukan <i>photoshoot</i> dan pengambilan video untuk produk Yuzuki
9.	28 Oktober – 1 November 2019	<p>Konten sosial media:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelas Pintar 2. Yuzuki 3. Arkamaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook Kelas Pintar 2. Membuat video tutorial pembuatan masakan untuk produk Arkamaya 3. Membuat video tutorial pembuatan masakan untuk produk Arkamaya 4. Melakukan <i>photoshoot</i> dan pengambilan video untuk produk Yuzuki

10.	4 – 8 November 2019	Konten sosial media: 1. Kelas Pintar 2. Yuzuki	1. Membuat desain sosial media untuk Instagram <i>feeds</i> dan facebook Kelas Pintar 2. Melakukan pengeditan foto hasil dokumentasi produk Yuzuki dan menyusun dalam perancangan sosial media Instagram Yuzuki
11.	11 – 15 November 2019	Konten sosial media: 1. Lightology	1. Membuat desain sosial media untuk Instagram feeds Lightology

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama bekerja di Titikgaris, penulis mengerjakan proyek yang beragam, yakni; Kelas Pintar, Arkamaya, dan Yuzuki. Ketiga proyek ini memiliki fokus dan desain yang cukup berbeda. Penulis dibantu oleh *senior graphic designer* dalam menyelesaikan tiap proyek, karena butuh arahan dan *guidelines* yang sesuai untuk tiap proyeknya, sebelum akhirnya dieksekusi secara mandiri oleh penulis. Semua proyek penulis diketuai oleh Fanny Tania sebagai *Design Principal*. Setiap karya yang sudah dikerjakan penulis akan melalui beberapa proses revisi dan finalisasi sebelum akhirnya diteruskan ke klien

Hal ini dilakukan guna memberikan karya yang paling efektif guna memenuhi kebutuhan klien. Penulis bekerja selama 8 jam kerja sehari, namun guna memaksimalkan pekerjaan dan tidak menunggak di kemudian hari, penulis kerap kali bekerja lebih dari 8 jam bersama dengan *junior graphic designer* maupun *senior graphic designer* yang lainnya guna saling membantu dalam menyelesaikan pekerjaan sebagai sebuah tim yang sinergis dan solutif.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Sebelum memulai pengerjaan proyek, penulis menerima arahan dari mentor tentang gaya visual dan aturan terkait proyek yang akan dikerjakan, apalagi bila proyek sudah berjalan sejak lama. Penulis kemudian mencari referensi dari pekerjaan sebelumnya untuk mendapat gaya visual yang tepat dan hasil yang sesuai dengan *brief* dan kebutuhan klien. Tahap selanjutnya adalah mengikuti *copy on image* yang telah disiapkan oleh *copywriter* dan merancang visualisasi dari *copy* tersebut.

Pengumpulan data adalah proses penting yang perlu dilakukan oleh penulis untuk memulai proses desain. Tahap awal pembuatan karya adalah asistensi. Penulis akan membuat beberapa alternatif karya dan melakukan asistensi pada mentor. Setelah mentor memilih alternatif yang penulis berikan, barulah penulis memulai proses desain. Setelah desain selesai pun, penulis akan meneruskan ke mentor terlebih dahulu untuk diberikan komentar dan revisi beberapa hal yang dirasa masih kurang cocok dengan *brief* sebelum akhirnya diberikan kepada *art director* untuk revisi akhir sebelum karya desain diteruskan kepada klien untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Selama praktik kerja magang, penulis sudah mengerjakan berbagai proyek yang sangat membangun dan memacu penulis untuk terus belajar. Berikut penulis jabarkan beberapa proyek yang telah penulis kerjakan beserta dengan penjelasannya.

3.3.1.1. Perancangan Konten Digital Kelas Pintar

Kelas Pintar adalah salah satu *brand* yang dipegang oleh Titikgaris. *Brand* ini bergerak di bidang edukasi. Mengawali karirnya dengan nama Extramarks,

perusahaan asal India ini memberikan layanan edukasi berbasis digital dengan aplikasi yang mudah untuk digunakan. Titikgaris mengerjakan keseluruhan visual dari Kelas Pintar yang dimulai dari UI/UX *design*, *brand activation* melalui sosial media, serta media promosi lain termasuk kampanye dan pengembangan visual lainnya. Peran penulis dalam perancangan visual brand ini adalah manajemen sosial media Instagram dan Facebook Kelas Pintar. Seiring berjalannya waktu, penulis juga berkesempatan untuk merancang media promosi lain berupa *booth* dan membantu merancang visual pendukung saat pergantian nama *brand* dari Extramarks menjadi Kelas Pintar. Adapun karya desain yang dikerjakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

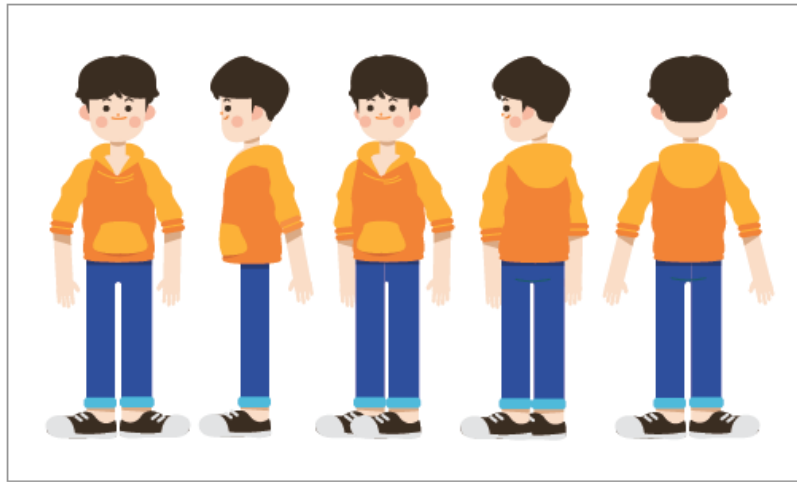
A. Perancangan Konten Ekstramarks – Instagram dan Facebook

Proyek ini adalah proyek pertama yang penulis kerjakan, sekaligus proyek utama dari penulis. Sebelum memulai segala proses desain, penulis diberi penjelasan tentang *guidelines* dan *mascot* yang sudah ada dan perlu penulis pelajari dan sesuaikan untuk digunakan sebagai acuan pembuatan karya.

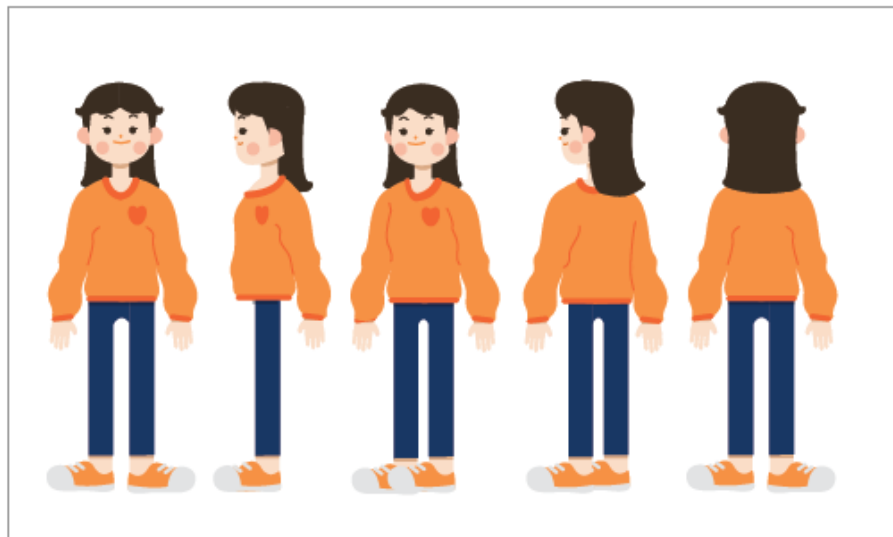


Gambar 3. 2. *Guidelines* Kelas Pintar

(Dokumen pribadi Titikgaris)



Gambar 3. 3. Character Design (Tara)



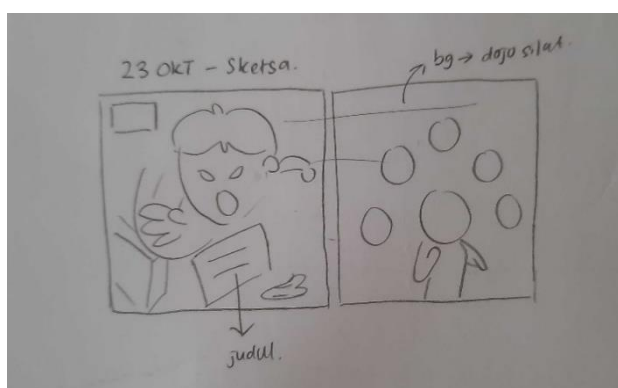
Gambar 3. 4. *Character Design* (Laras)

Berikut ini adalah data yang penulis dapatkan dari *mentor* penulis, setelah mendapatkan tugas untuk mengerjakan proyek ini. Penulis menggunakan arahan yang ada dan visual utama sebagai acuan, untuk membuat karya visual yang sesuai dengan kebutuhan klien. Penulis kemudian mencari referensi dari karya terdahulu yang sudah dikerjakan oleh *senior graphic designer*. Setelah semua referensi dirasa cukup untuk membuat visual secara mandiri, penulis kemudian mempelajari *copy on image* yang didapat dari *copywriter* dan mulai merancang sketsa untuk proses asistensi kepada *mentor*.

Tabel 3.2. *Copy* dari *copywriter* untuk pembuatan konten

Topic	FACEBOOK	Caption IG	Copy on Image
25-Oct	<p>Karya ilmiah adalah karya tulis yang bertujuan untuk menyajikan jawaban terhadap permasalahan yang berlandaskan teori dan metode-metode ilmiah. Karya ilmiah juga dipandang sebagai produk dari ilmu yang telah dipelajari semasa studi. Karena itu, karya ini tidak bisa ditulis sembarangan melainkan harus berbasis data dan fakta.</p> <p>Sebagai karya tulis, karya ilmiah memiliki strukturnya sendiri yang harus dipahami dan diikuti. Nah, untuk teman-teman yang mulai belajar menulis karya ilmiah, yuk kita kenali lebih dekat struktur penulisannya agar lebih mudah dalam proses penyusunan!</p> <p>https://www.extramarks.id/blog/tips-pintar/menelaah-struktur-karya-ilmiah-dari-awal-hingga-akhir-1752/</p> <p>#InfoBiarPintar #ExtramarksIndonesia #SahabatMurid #BimbinganBelajar #Bimbel #Edutech #bahasaIndonesia #Karyailmiah #belajar #belajardirumah #belajaronline #pendidikan #pendidikanIndonesia #pendidikanasional #pentingnyapendidikan</p>	<p>Ingin menaklukkan matematika? Coba simak tips-tips di atas deh. Siapa tau yang awalnya benci malah jadi cinta sama mapel yang satu ini ☺ Dan jangan ragu untuk bertanya di fitur Tanya dan Kelas Pintar jika kamu bingung dan tidak menemukan jawaban yang tepat!</p> <p>Kalau kamu sendiri, punya ngga trik biar bikin pelajaran matematika jadi lebih mudah dan ngga menyieramkan? Kalau ada, share yah di kolom komentar!</p> <p>#TipsKelasPintar #ExtramarksIndonesia #TanyaAja #LangsungTanya #LangsungDijawab #LangsungPintar #SahabatMurid #BimbinganBelajar #Bimbel #Edutech #belajar #belajardirumah #belajaronline #pendidikan #pendidikanIndonesia #pendidikanasional #pentingnyapendidikan</p>	<p>JURUS JITU MENGUASAI MATEMATIKA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ketahui rumus yang tepat dan pahami cara penyelesaiannya - Belajarnya ngga perlu lama-lama, asal konsisten - Rajin latihan soal! - Review sepulang sekolah, agar tak cepat lupa - Jangan ragu untuk bertanya <p>Kalau nanyanya di fitur terbaru Kelas Pintar, dijamin jawabannya 100% akurat! (ini bisa dimasukin ke thought bubble)</p>

Copywriter sudah menyusun konten dengan rapi ke dalam tabel dan penulis dapat mengakses untuk mempelajari *copy* yang sudah ada sebelum disesuaikan ke dalam *feeds* Instagram. *Copy* dapat berubah sewaktu-waktu atas permintaan desainer apabila ada kata-kata yang dianggap bertele-tele dan kurang dapat dimaknai dalam visual yang estetis atau malah membatasi ruang desainer untuk berkreasi. Tentunya hal ini dilakukan dalam diskusi terarah yang disepakati dengan baik sebelum perubahan dijalankan. Namun selain atas permintaan desainer, perubahan konten juga dapat terjadi apabila ada permintaan khusus dari klien. Misalnya menyesuaikan warna atau *copy*, dengan berbagai alasan. Salah satunya adalah apabila konten yang sudah siap diunggah di tanggal tertentu, mendadak harus diganti ke tanggal lain. Biasanya penulis akan merubah warna utama untuk menyelaraskan dengan visual lain di Instagram supaya mencapai keselarasan.



Gambar 3. 5. Sketsa *Feeds* Instagram Kelas Pintar

Setelah melakukan proses asistensi dengan *mentor* dan mendapat visual yang tepat, penulis kemudian melanjutkan proses desain ke digitalisasi sketsa menjadi suatu visual yang rampung.

Setelah melakukan proses asistensi dengan *mentor* dan mendapat visual yang tepat, penulis kemudian melanjutkan proses desain ke digitalisasi sketsa menjadi suatu visual yang rampung.



Gambar 3. 6. Digitalisasi Konten *Feeds* Kelas Pintar

Setelah menerima kritik dan saran dari *mentor*, Penulis kemudian merevisi karya dan meneruskan karya ke *art director* untuk menerima kritik dan saran final sebelum akhirnya diteruskan ke klien. Setelah seluruh proses telah dilaksanakan dengan baik, maka konten dapat diunggah ke akun Instagram Kelas Pintar.



Gambar 3. 7. *Feeds* Kelas Pintar

Konten yang penulis buat dapat diunggah ke dua sosial media dari Kelas Pintar yakni Facebook dan Instagram. Namun dalam proses mencari referensi, penulis kerap kali merujuk pada Instagram karena setelah melakukan riset dengan tim, dapat dibuktikan bahwa interaksi pengguna gawai lebih tinggi dilakukan pada sosial media Instagram. Melalui hal ini dapat disimpulkan bahwa penulis harus lebih memperhatikan tampilan visual yang terlihat di Instagram, namun tetap merancang desain multiguna yang efektif digunakan di dua sosial media tanpa mengurangi maksud dan nilai estetis yang terdapat pada karya visual penulis.

Selain merancang konten *feeds* penulis juga merancang konten *story* Instagram sebagai salah satu media komunikasi Kelas Pintar untuk menjangkau peminatnya. Sebagai media pembelajaran yang menghargai nilai-nilai luhur nasionalis, Kelas Pintar juga turut merayakan setiap hari besar dan isu nasional yang sedang marak dengan ikut memberikan dukungan atau ucapan selamat atas situasi yang sedang berlangsung. Sebagai contoh, pada tanggal 6 Oktober yang diperingati sebagai hari TNI, penulis merancang konten *story* untuk merayakannya.



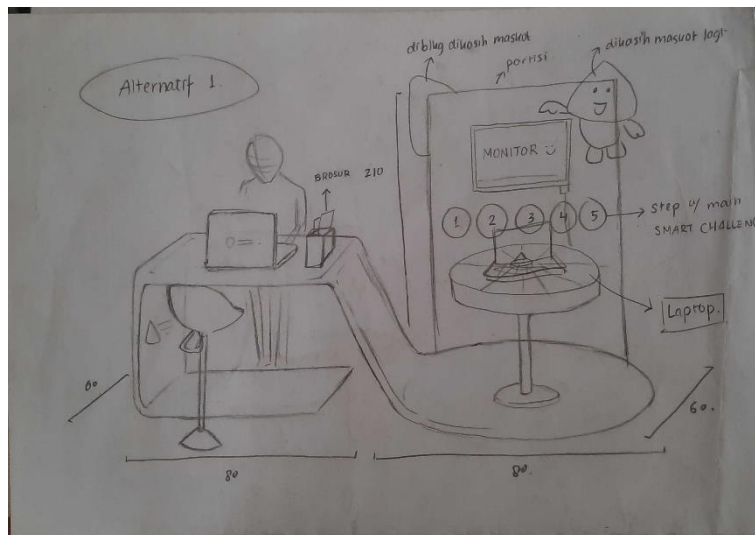
Gambar 3. 8. *Story* Kelas Pintar

Instagram adalah salah satu media promosi terbaik Kelas Pintar. Oleh karena itu, penulis menaruh detail terhadap setiap unggahannya. Bukan hanya itu, proses asistensi yang dilakukan secara bertahap oleh *mentor* penulis juga menunjukkan keseriusan tim Titikgaris dalam menangani *brand* ini.

B. Perancangan *booth* promosi Kelas Pintar

Menyadari bahwa tidak semua promosi dapat dilakukan secara online. Titikgaris bersama Kelas Pintar merancang sebuah gagasan untuk membuat *booth* di Gramedia untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan *brand* Kelas Pintar. Pada kampanye ini, penulis berkesempatan sebagai salah satu *booth designer* yang bertugas merancang alternatif *booth* yang akhirnya dapat direalisasikan dalam wujud nyata berukuran 100 x 60 cm.

Sama seperti proses desain yang dilakukan oleh penulis saat merancang konten Instagram untuk Kelas Pintar, penulis mengawali keseluruhan proses dengan sketsa alternatif yang kemudian dipilih langsung oleh *Design Principal* untuk dilanjutkan ke proses visualisasi digital.



Gambar 3. 9. Sketsa *Booth* Kelas Pintar

Proses digitalisasi memiliki tantangan tersendiri karena penulis perlu melakukan visualisasi yang presisi terhadap ukuran dari *booth* sehingga dapat dirancang dengan maksimal dan digunakan dengan baik.

**RANCANGAN
BOOTH EXTRAMARKS**



Gambar 3. 10. Digitalisasi *Booth* Kelas Pintar Tahap 1

Setelah proses digitalisasi tahap awal, penulis mempresentasikan hasil karya penulis kepada *Design Principal*. Pada kesempatan ini, penulis menjelaskan konsep dan material yang akan digunakan. Setelah melalui diskusi dan mendapat kritik dan saran dari Fanny Tania selaku *Design Principal* penulis melanjutkan proses digitalisasi selanjutnya dengan revisi yang disesuaikan dengan kebutuhan.

**RANCANGAN
BOOTH
EXTRAMARKS**



Gambar 3. 11. Digitalisasi *Booth* Kelas Pintar Tahap 2

Proses digitalisasi tahap dua berjalan lancar, dengan menyesuaikan keinginan klien dan saran dari *Design Principal*, penulis berhasil merancang rancangan *booth* dengan baik. Kendala selanjutnya adalah penulis perlu melakukan revisi lagi karena Kelas Pintar memperbaharui maskot perusahaannya, sehingga beberapa ukuran dan visual harus disesuaikan kembali. Penulis kemudian merevisi rancangan *booth* ke dalam digitalisasi *booth* Kelas Pintar Tahap ke-3.



Gambar 3. 12. Digitalisasi *Booth* Kelas Pintar Tahap 3

Setelah melakukan revisi tahap akhir, penulis berhasil mencapai hasil yang diinginkan. Penulis menambahkan detail ukuran dan mendiskusikan material bersama dengan *art director*. Hasil rancangan *booth* penulis akhirnya diteruskan ke seorang *senior graphic designer* untuk finalisasi dan penambahan detail sebelum akhirnya dipresentasikan kepada klien.

3.3.1.2. Dokumentasi Produk Arkamaya

Arkamaya adalah klien Titikgaris yang bergerak dalam bidang kuliner. Selain berdiri sebagai restoran yang menyediakan hidangan khas Indonesia, Arkamaya juga merupakan sebuah sekolah masak. Tujuan dari Arkamaya adalah meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa kuliner Nusantara juga tidak kalah saing dengan kuliner mancanegara. Hal ini diwujudkan dengan konsistensi

Arkamaya dalam menciptakan hidangan lezat khas Indonesia yang ditata secara apik dengan citarasa yang autentik.

Peran penulis dalam pembentukan media promosi Arkamaya adalah sebagai videografer dan fotografer. Penulis bertugas untuk mengambil gambar dan video untuk diolah menjadi *feeds* Instagram Arkamaya. Pada setiap kesempatan meliput produk Arkamaya, penulis dapat secara aktif berkomunikasi dengan koki dan tenaga pengajar di Arkamaya guna mendapat hasil foto dan video yang maksimal. Koki, tenaga pengajar, bahkan pemilik dari Arkamaya selalu hadir dan menjadi pribadi yang sangat kooperatif. Bukan hanya mengizinkan penulis untuk mengambil gambar, mereka juga mengizinkan penulis untuk dapat mengatur gaya dari koki untuk mendapat *angle* yang estetik dan pas. Proses kerja yang efektif dan anggota yang kooperatif, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi penulis dan tim Titikgaris sendiri. Berikut adalah beberapa hasil dokumentasi yang diambil oleh penulis dalam proses kerja.



Gambar 3. 13. Dory Sambal Matah Arkamaya

Penulis menyesuaikan dengan kebutuhan estetik yang diinginkan klien dan memperhatikan setiap detail guna menciptakan hasil foto yang baik. Dory Sambal Matah adalah salah satu hidangan unggulan Arkamaya yang dihidangkan dengan tampilan yang indah dan detail. Setelah melalui proses pemilihan foto, penulis

kemudian berdiskusi dengan *senior graphic designer* yang menjadi pemimpin proyek ini. Foto yang sudah diambil oleh penulis kemudian melalui proses *editing* sebelum kemudian diunggah ke akun Instagram Arkamaya.



Gambar 3. 14. *Feeds* Instagram Arkamaya

Selain mengambil foto, penulis juga diberi kesempatan untuk mengambil video produk Arkamaya. Berbeda dengan saat pemotretan, pengambilan video memerlukan waktu dan perhatian yang lebih khusus. Penulis merekam proses pembuatan masakan dan setiap prosesnya tidak dapat ada yang diulang. Oleh karena itu, penulis harus cekatan dalam bekerja dan sudah memikirkan *angle* yang pas terlebih dahulu sebelum melakukan pengambilan video. Penulis mengambil video untuk berbagai masakan mulai dari kue hingga olahan daging.

Dalam proses pengambilan gambar, penulis akan berdialog dengan koki yang memasak. Penulis dapat sesekali meminta koki untuk berhenti pada saat pembuatan masakan guna berganti posisi atau mencari *angle* yang tepat. Penulis juga perlu mengambil beberapa gambar detail terhadap produk untuk memperjelas perubahan tekstur atau perubahan tahap yang terjadi pada saat proses memasak. Gaya pengambilan video pun berbagai macam sesuai kebutuhan, penulis beberapa kali mengambil video *flatlay* dan detail supaya ada variasi yang menarik saat akhirnya dikumpulkan ke dalam video yang rampung dan siap diunggah di akun Instagram Arkamaya. Sebelum mengunggah foto dan video, penulis dan tim akan

melakukan diskusi dan *review* atas kinerja yang telah dilakukan. Setelah itu, foto dan video yang terpilih akan diolah sesuai dengan kebutuhan melalui proses *editing*. Dalam mengerjakan proyek ini, penulis akan dibimbing oleh seorang *Project Lead* yang bersama penulis membuat desain dengan hasil foto dan video yang telah penulis ambil.



Gambar 3. 15. *Feeds* Instagram Arkamaya (Video)

Setelah mempelajari *feedback* dari pengguna Instagram melalui fitur komentar, *like*, serta *engagement*, penulis dan tim Titikgaris bekerjasama mengatur strategi untuk pengambilan foto berikutnya, baik dari segi teknis maupun pengaturan konten secara keseluruhan. Kerja sama yang baik antara tim Titikgaris dan klien telah membangun sinergi yang baik dan berkesinambungan.

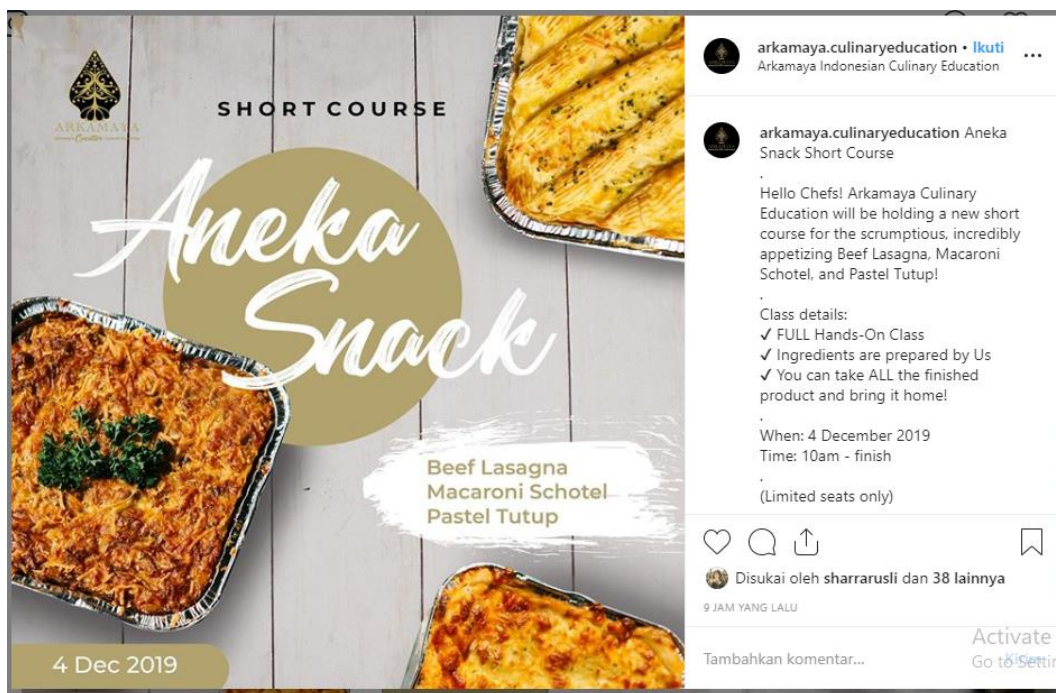
Selain memberikan foto dan video produk serta video cara memasak, Arkamaya juga menggunakan akun Instagramnya sebagai media informasi. Ada beberapa konten informatif yang diunggah ke Instagram Arkamaya, seperti jenis-jenis bahan masakan sampai informasi umum mengenai suatu hidangan. Selain itu, Arkamaya sebagai sekolah masak juga memberikan program *short course* atau kursus singkat. Pada program ini, Arkamaya memberikan kesempatan bagi

masyarakat untuk dapat berpartisipasi dalam belajar membuat salah satu hidangan Arkamaya. Konten ini adalah salah satu konten yang diunggah ke akun Instagram Arkamaya sebagai media promosi sekaligus informasi.

Penulis berkesempatan untuk membuat desain *short course* dalam bentuk *feeds* dan *story* Instagram. Dalam proses ini, penulis bekerja sama dengan *Head of Strategy*. Dalam proses desain media promosi *short course*, penulis tidak menggunakan sketsa melainkan langsung melakukan asistensi secara digital karena merupakan manipulasi foto dan Arkamaya tidak menggunakan banyak ornamen visual atau ilustrasi.



Gambar 3. 16. *Feeds* Short Course Instagram



Gambar 3. 17. *Feeds Short Course* Instagram Arkamaya

Penulis biasanya akan mulai proses desain dari *feeds* Instagram terlebih dahulu sebelum membuat *story* Instagram.



Gambar 3. 18. *Story Short Course* Instagram Arkamaya

Pada saat pembuatan *story* Instagram, penulis cukup menambah beberapa hal yang dirasa perlu, serta mengubah susunan tata letak dari visual yang ada di dalam desain. Setelah seluruh proses desain telah dijalankan, penulis akan melakukan asistensi ke *Head of Strategy* serta *Design Principal* sebelum melanjutkan ke proses pengunggahan ke akun Instagram.

3.3.1.3. Perancangan Media Promosi dan Fotografi Yuzuki

Yuzuki adalah salah satu klien Titikgaris Design Agency yang bergerak dalam bisnis *cheese tea*, *fruit tea*, beberapa minuman lainnya, serta roti manis. Titikgaris sudah memegang visual Yuzuki sejak awal Yuzuki dibentuk. Mulai dari merancang maskot, *visual identity*, sosial media Yuzuki, serta media promosi baik *online* dan *offline*. Dalam proyek ini, penulis memiliki tugas untuk melakukan *photoshoot* terhadap produk-produk Yuzuki untuk digunakan di sosial media serta kebutuhan promosi dan kebutuhan cetak. Sama dengan Arkamaya, penulis perlu langsung ke gerai Yuzuki untuk melakukan *photoshoot* terhadap produk, pelanggan, interior toko, serta suasana yang ada di sana. Yuzuki adalah salah satu brand yang memiliki *engagement* sosial media yang tinggi. Belajar dari pola pengguna Instagram dan mengatur strategi untuk meningkatkan pemasaran, Titikgaris mengatur strategi untuk mengundang beberapa model atau *influencer* untuk memberikan *review* dan melakukan *photoshoot* dengan produk Yuzuki guna meningkatkan kesadaran masyarakat atas produk-produk Yuzuki dan meningkatkan penjualan melalui media promosi digital Instagram.

Dalam praktiknya, penulis akan pergi bersama seorang *senior graphic designer* sebagai pembimbing, dan seorang *junior graphic designer* wanita yang bertugas sebagai model tambahan. Penulis akan melakukan *photoshoot* mulai dari proses awal pembuatan minuman, hingga minuman sampai ke tangan pembeli.



Gambar 3. 19. Proses Pembuatan Dirty Mango

Minuman yang telah dibuat akan penulis gunakan dalam sesi pemotretan. Biasanya satu minuman dapat digunakan dalam berbagai *setting* sehingga menghasilkan banyak variasi foto walau hanya menggunakan satu minuman. Tapi tak jarang penulis memadukan satu minuman dengan yang lainnya untuk mendapatkan warna atau visual yang lebih indah. Namun bila pada saat pemotretan sedang ada promosi terhadap suatu minuman tertentu, penulis akan fokus pada satu minuman yang dipromosikan. Mulai dari pembuatan hingga ke tangan konsumen, penulis harus mendokumentasikan secara rapi dengan visual yang baik. Biasanya secara teknis, penulis beberapa kali menggunakan mode tangkap berlanjut guna menangkap momen yang mudah terlewatkan.



Gambar 3. 20. *Photoshoot* Minuman Dirty Mango

Saat sesi *photoshoot*, penulis berpatokan pada *moodboard* yang telah disusun bersama dengan pembimbing. Hal ini memudahkan penulis dalam mengambil foto dan mencari *angle* yang pas. Hal pertama yang penulis lakukan saat *photoshoot* adalah mempelajari *moodboard* secara saksama. Penulis lalu mulai mengatur meja dan properti sembari pembimbing memesan makanan yang akan difoto. Setelah semua sudah siap, penulis akan mulai melakukan sesi foto. Sesi foto biasanya dilakukan di dalam ruangan dan luar ruangan. Hal ini dilakukan guna mendapat hasil foto yang variatif dengan mencakup berbagai suasana.

Salah satu tantangan terbesar penulis dalam sesi *photoshoot* adalah bekerja dengan model. Dalam melakukan *photoshoot* bersama model, penulis akan mengatur model berdasarkan *moodboard* dan keinginan penulis.



Gambar 3. 21. *Photoshoot* Dalam Ruangan

Sesi *indoor* membuat penulis dapat berkreasi dengan menggunakan interior gerai Yuzuki. Sehingga tidak hanya memperlihatkan produk yang dijual, penulis juga dapat memperlihatkan interior gerai Yuzuki yang bersih dan cantik. Namun kekurangannya adalah, penulis terbatas hanya mengambil sudut-sudut dalam gerai yang membuat penulis sulit berkreasi dalam melakukan eksplorasi terhadap suasana yang ada. Oleh karena itu, di setiap mal yang penulis dan tim kunjungi untuk melakukan sesi pemotretan terhadap Yuzuki, penulis dan tim selalu melakukan riset terhadap mal yang dituju. Hal ini supaya penulis sebagai fotografer dapat memanfaatkan keseluruhan tempat yang berpotensi untuk menjadi ranah eksplorasi penulis dan tim untuk melakukan sesi pemotretan. Biasanya setelah sesi dalam ruangan selesai, penulis dan tim akan melanjutkan ke sesi luar ruangan.



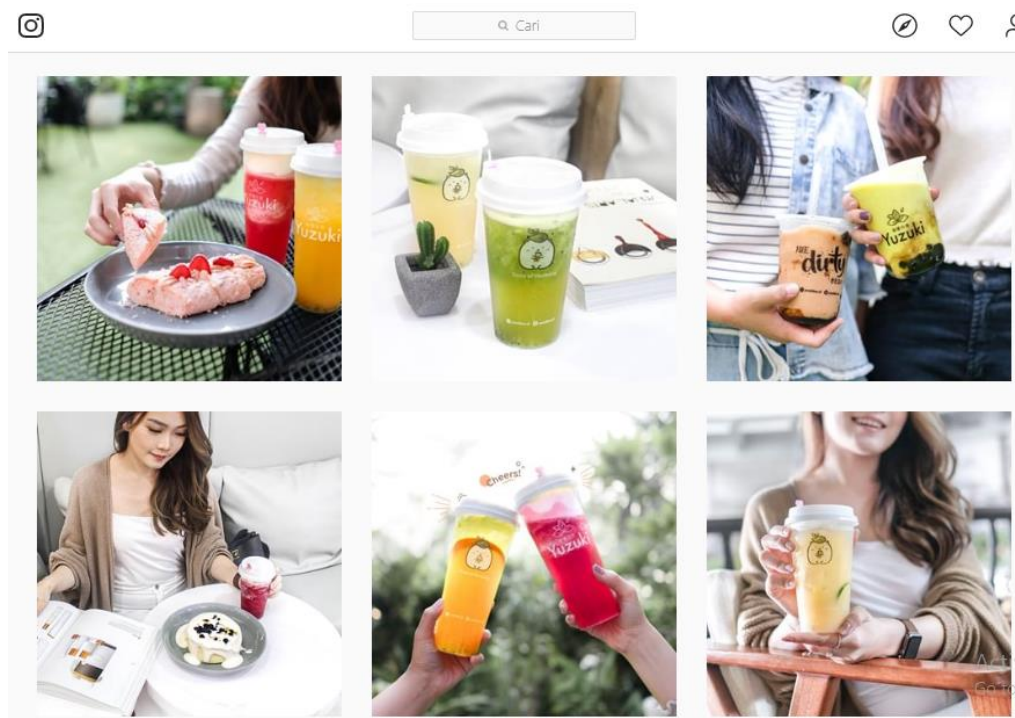
Gambar 3. 22. *Photoshoot* Luar Ruangan

Salah satu keunggulan foto luar ruangan adalah, penulis dapat menangkap gambar dengan cahaya alami dari matahari. Dengan cahaya alami, hasil foto juga semakin baik dan natural, sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh Yuzuki. Biasanya penulis akan lebih menekankan pada kesegaran yang ditawarkan oleh produk Yuzuki. Cuaca panas dan visual yang cerah akan membuat foto minuman dingin terasa lebih menggugah selera.

Dalam satu sesi *photoshoot*, penulis dapat bekerja dengan tiga model secara bergantian. Hal ini menjadi tantangan bagi penulis untuk mencari *angle* dan hasil foto produk yang dinamis dan variatif. Mengingat foto-foto yang diambil akan digunakan dalam promosi, penulis mengambil banyak foto dengan banyak variasi untuk dijadikan kebutuhan promosi yang akan diunggah di akun Instagram.

Pada saat selesai sesi pemotretan, penulis dan tim yang bertugas akan melakukan *review* di akhir sesi untuk membahas keseluruhan proyek yang dijalani pada hari itu. Selain melakukan evaluasi terhadap masing-masing anggota, penulis dan tim juga bersama-sama memilih hasil pemotretan untuk disatukan dan dipilih

lagi untuk finalisasi konten. Setelah terpilih beberapa foto terbaik, penulis dan tim akan menyusun foto ke dalam 9 unggahan Instagram. Dalam tahap ini, penulis dan tim memperhatikan segala aspek yang ada, mulai dari keselarasan warna, variasi foto yang digunakan, serta komposisi. Setelah mempertimbangkan segala factor pendukung, penulis dan tim melakukan asistensi akhir kepada *Design Principal* untuk mendapatkan kritik dan saran. Apabila kritik dan saran sudah dijalankan, penulis dan tim akan melanjutkan pekerjaan ke proses *editing*. Adapun dalam proses *editing* sendiri, penulis mendapatkan tugas untuk melakukan manipulasi warna dan manipulasi foto, untuk membuat tampilan foto semakin cantik dan menghilangkan kecacatan yang mengganggu estetika foto. Lalu penulis akan mengirimkan kepada *Project Lead* untuk proses finalisasi sebelum akhirnya diunggah ke dalam akun Instagram Yuzuki.



Gambar 3. 23. Feeds Yuzuki



Gambar 3. 24. Detail *Feeds* Yuzuki

Selain mengunggah foto produk, konsumen, dan suasana gerai Yuzuki. Akun Instagram Yuzuki juga digunakan sebagai media informasi atas promo yang tengah Yuzuki lakukan. Biasanya promosi berupa beli satu gratis satu atau potongan harga dengan syarat tertentu. Titikgaris juga berperan dalam membentuk media promosi yang menarik bagi Yuzuki.

Dalam prosesnya, penulis berperan sebagai desainer untuk membuat desain media promosi secara *online* melalui akun Instagram. Penulis bekerja sama dengan *project lead* dalam mengerjakan proyek ini. *Project Lead* Yuzuki, yakni Rolin Priscila, sudah mempersiapkan aset berupa foto tiap produk yang siap pakai untuk kebutuhan promosi. Setelah mendapatkan arahan dan detail proyek dari *Project Lead*, penulis mulai proses asistensi sketsa terlebih dahulu setelah mempelajari gaya visual Yuzuki, dan mengikuti *copy* yang sudah disiapkan oleh *copywriter*. Setelah sudah ada sketsa yang dipilih, penulis melanjutkan proses kerja ke proses kreatif yakni proses desain. Penulis menggunakan beberapa aset yang sudah digunakan sebelumnya untuk menjaga visual yang dibuat supaya tetap memiliki

identitas Yuzuki. Penulis bertugas membuat media promosi yang akan diunggah di Instagram dalam satu baris dan memiliki konsep bersambung, yakni antar *posting* memiliki hubungan visual sehingga bila dilihat dalam satu baris, akan menciptakan suatu visual atau gambar yang utuh. Memperhatikan kebutuhan tersebut, penulis merancang desain dengan tema pemandangan.



Gambar 3. 25. Feeds Promo Yuzuki

Untuk meningkatkan promosi, penulis juga diminta untuk membuat versi *story* Instagram dari *feeds* yang sudah dibuat.



Gambar 3. 26. Story Promo Yuzuki

Setelah kedua media promosi selesai, penulis melakukan asistensi ke *Project Lead* yang akan meneruskan asistensi ke *Design Principal* untuk mendapat kritik dan saran sebelum akhirnya diunggah ke akun Instagram Yuzuki.

Dari interaksi pengguna Instagram terhadap akun Instagram Yuzuki, penulis dapat mempelajari selera unggahan yang diminati oleh pengguna Instagram. Hal ini berguna bagi *Head of Strategy* untuk mengatur konten apa yang sebaiknya dibuat dan membantu penulis dalam visualisasi konten supaya lebih menarik dengan penyampaian yang baik dan sesuai dengan target pasar.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Dalam menjalankan praktik kerja magang, penulis menghadapi beberapa kendala. Kendala pertama adalah penulis mengerjakan proyek yang sudah lama berjalan sebelum penulis masuk ke perusahaan. Hal ini membuat penulis cukup bingung menyeimbangkan antara kreativitas diri dengan aturan dan visual yang sudah berjalan. Meski proses penyesuaian diri berjalan lancar, namun penulis menemukan kendala selanjutnya, yaitu saat ada revisi mendadak saat konten akan diunggah. Sebelum membuat karya, penulis pasti melakukan asistensi kepada *mentor* dan melakukan serangkaian proses desain hingga menyelesaikan karya desain yang siap diunggah.

Namun terkadang ada perubahan visual yang harus dilakukan secara cepat karena kebutuhan klien atau perubahan tanggal unggahan. Hal ini yang kadang menjadi kendala bagi penulis untuk memberikan hasil yang maksimal karena cenderung dikejar waktu sehingga tidak dapat melakukan perubahan dan penyesuaian yang signifikan terhadap karya.

Selain itu, saat pergi untuk melakukan *photoshoot*, penulis merasa kesulitan bila model tidak kooperatif. Meskipun hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi penulis, namun tak dapat dipungkiri bahwa sikap model juga mempengaruhi kualitas foto yang dihasilkan. Penulis merasa kesulitan bekerja sama dengan model yang sulit diatur dan terlalu banyak bicara sehingga memecah fokus pada saat pengambilan gambar.

Kendala yang penulis alami tidak bersifat mayor dan masih dapat penulis tangani dengan baik, tentunya dengan bantuan tim yang baik di sekitar penulis dan pribadi penulis yang sadar akan hal yang perlu diubah dan berusaha untuk terus menyesuaikan diri atas kebutuhan. Adapun kendala yang sudah penulis cantumkan, tak luput dari pribadi penulis yang masih perlu banyak belajar.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Melalui segenap kendala yang penulis temukan pada saat proyek, penulis belajar untuk menemukan solusi terbaik guna mempertahankan kinerja dan konsistensi karya penulis. Pembelajaran yang dapat penulis petik lewat kendala selama bekerja, penulis rangkum dalam beberapa bentuk upaya yang penulis temukan sebagai solusi:

- a. Lebih sering memastikan jadwal unggahan dengan kebutuhan visual yang diinginkan. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi atas revisi yang datang secara mendadak dan mengharuskan adanya perubahan desain yang signifikan
- b. Rajin mencari referensi dan lebih aktif bertanya untuk mendapat *insight* baru guna menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif.
- c. Melakukan asistensi secara detail dengan mentor supaya mendapat hasil yang maksimal dengan kualitas yang baik.

Memperhatikan konsistensi karya secara berkesinambungan. Penulis belajar untuk tidak terburu-buru dan mengatur waktu, sehingga tiap karya yang penulis ciptakan memiliki kualitas yang konsisten.