



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

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

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut penulis jabarkan mengenai kedudukan dan juga koordinasi kerja selama penulis melakukan praktik kerja magang di Kanoo Studio:

1. Kedudukan

Penulis memiliki kedudukan sebagai *Intern Graphic Designer* yang berada dibawah naungan tim *Graphic Designer*. Pembagian pekerjaan antara *Graphic Designer* maupun *Intern* tidak dibedakan dan memiliki porsi pekerjaan yang sama besar nya. *Graphic Designer* dan juga *Intern* bekerja secara langsung dibawah bimbingan *Creative Director* saat melakukan asistensi desain agar desain yang dibuat tetap memiliki standar yang ditentukan oleh Kanoo Studio.

2. Koordinasi

Dikarenakan munculnya pandemik *COVID-19* pada saat penulis memulai program kerja magang ini, maka perusahaan pun akhirnya memutuskan untuk mempekerjakan seluruh karyawan di rumah atau apa yang bisa disebut juga dengan *work from home*. Walaupun bekerja dari rumah, penulis tetap memiliki jam kerja yang sama dengan jam kerja kantor yaitu mulai dari jam 8 pagi hingga jam 5 sore. Sejak awal, Kanoo Studio memang menggunakan aplikasi *Trello* sebagai bagian dari alur kerja perusahaan. Aplikasi *Trello* digunakan untuk semua alur pembuatan pekerjaan seperti hal nya *brief* awal hingga semua asistensi dilakukan pada aplikasi *Trello*. Berikut bagan alur koordinasi perusahaan selama penulis melakukan praktek kerja magang di Kanoo Studio:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut tabel yang berisi berbagai detail pekerjaan yang penulis lakukan selama masa program kerja magang di Kanoo Studio:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	Minggu 1 16-20 Maret 2020	 Pesca Gelato Bar Social Media Content April 2020 	- Konten awal dan Revisi
2.	Minggu 2 23-27 Maret 2020	 Pesca Gelato Bar Social Media Content April 2020 Sarasa Social Media Content April 2020 	 Pesca Instagram feeds konten tambahan untuk produk frozen foods Sarasa desain konten instagram feeds awal
3.	Minggu 3 30 Maret – 3 April 2020	 Pesca Gelato Bar Social Media Content April 2020 Sarasa Social Media Content April 2020 	 - Pesca konten frozen foods revisi 1 - Sarasa Instagram feeds April revisi 1 & 2
4.	Minggu 4 6-9 April 2020	Pesca Gelato Bar Social Media Content April 2020	- Pesca konten frozen foods untuk Gorilla Flava (Instagram feeds dan story)

		•	Sarasa Social	- Sarasa revisi ke 2 dan persiapan
			Media Content	presentasi untuk klien
			April 2020	
		•	Pesca Gelato Bar	- Pesca konten tambahan untuk produk
	Minggu 5		Social Media	terbaru
			Content April	
5.			2020	
	April 2020	•	Sarasa Social	- Sarasa konten Ready to Heat menu
			Media Content	video editing (konten Instagram feeds)
			April 2020	
		•	Sarasa Social	- Sarasa konten untuk program reseller
	Minggu 6 20-24 April 2020		Media Content	(Instagram story)
			April 2020	
6.		•	Pesca Gelato Bar	- Edit foto hampers dan konten untuk
			Social Media	katalog serta <i>Instagram feeds</i> dan
			Content	story
	Minggu 7 27-30 April 2020	•	Sarasa Social	- Sarasa konten untuk program reseller
			Media Content	(Instagram story) revisi
7.		•	Pesca Gelato Bar	- Desain <i>slevees</i> untuk <i>hampers</i> besek,
/.			Social Media	konten Instagram untuk Gorilla Flava
			Content &	(Instagram feeds dan story)
			Hampers	
		•	Sarasa Social	- Sarasa konten Instagram bulan Mei
			Media Content	tahap awal
		Ì		
1	Minam 0		May 2020	
Q	Minggu 8	•	May 2020 Gorilla Flava	- Gorilla Flava konten <i>Instagram</i>
8.	4-8	•	•	- Gorilla Flava konten <i>Instagram</i> untuk lebaran <i>hampers</i> (<i>feeds</i> dan
8.		•	Gorilla Flava	
8.	4-8	•	Gorilla Flava	untuk lebaran <i>hampers</i> (feeds dan

	Minggu 9	Sarasa Social	- Revisi ilustrasi konten Mei 2020,
9.	11-15	Media Content	membuat versi Instagram story dari
	Mei 2020	May 2020	feeds yang telah ada

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan program kerja magang yang penulis lakukan selama 3 bulan ini di Kanoo Studio berada dibawah pengawasan langsung oleh Antonius Prayudiaska sebagai *Creative Director* yang menentukan apakah desain yang penulis buat sudah dapat dipresentasikan kepada klien. Alur kerja yang berada di Kanoo Studio adalah bagaimana *Account Executive* dan bagian *Social Media Specialist* menyampaikan apa yang diinginkan oleh klien kepada bagian desainer grafis melalui sebuah *brief* yang berisi konten *wording* yang akan dipakai ataupun referensi visual yang sudah ada. Selanjutnya desainer mengolah *brief* tersebut menjadi sebuah produk visual yang kemudian diajukan terlebih dahulu kepada *Creative Director*. Berikut penulis uraikan beberapa hasil desain yang telah penulis buat selama program kerja magang ini berlangsung di Kanoo Studio.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Selama pelaksanaan program kerja magang di Kanoo Studio, penulis memegang dua perusahaan yang penulis kerjakan hingga masa akhir program kerja magang dalam kurun waktu 3 bulan ini. Hal ini dapat membuat penulis sebagai desainer mengembangkan kembali bagaimana visual untuk kedua *brand* ini setiap bulan nya. Setiap pekerjaan yang ada selalu diberikan secara sama rata serta tidak memandang desainer *full time* maupun desainer *intern*. Tanggung jawab yang diberikan pun juga tidak berbeda antara desainer *full time* dan *intern*. Dengan jam kerja yang dimulai pukul 08.00 pagi hingga pukul 17.00 sore, pekerjaan yang masih tersisa dapat dikerjakan di keesokan harinya ataupun dilanjutkan hingga selesai. Kanoo Studio juga biasa melakukan update tentang pekerjaan masingmasing karyawan di hari senin yang bertujuan untuk tetap tepat pada jangka waktu setiap pekerjaan.

Setiap pekerjaan yang penulis kerjakan pada tahap awalnya adalah dengan melihat brief yang diberikan oleh divisi social media specialist yang berisi referensi visual dan juga wording yang dibutuhkan dalam konten media sosial. Setelah menbuat visual, penulis harus menunjukan hasil visual terlebih dahulu ke creative director yang juga berlaku sebagai supervisi selama program kerja magang ini. Hal ini bertujuan agar hasil visual dapat sesuai dengan brief dan juga sesuai dengan standar dari Kanoo Studio. Setelah hasil visual mendapat persetujuan dari creative director, tugas penulis selanjutnya adalah untuk membuat presentasi singkat yang berisi hasil visual untuk diperlihatkan kepada klien secara formal. Jika hasil visual telah disetujui oleh klien, maka jika hasil visual tersebut berupa Instagram feeds yang harus penulis lakukan adalah mengubah bentuk menjadi Instagram stories. Namun, jika hasil visual merupakan untuk produk cetak, hal terakhir yang harus penulis lakukan adalah untuk membuat final artwork sebagai hasil akhirnya.

3.3.1.1. Sarasa

Sarasa adalah sebuah *brand* yang bergerak di bidang kuliner khususnya kuliner tradisional khas nusantara. Sarasa juga merupakan anak usaha dari *group* Gold Table yang juga bergerak di berbagai macam varian kuliner. Memiliki target konsumen perusahaan korporat dan juga dewasa muda, visual yang dibuat harus bersifat *fresh*, modern dan juga menggambarkan nilai berbagai masakan tradisional khas Nusantara. Dalam merancang visual untuk kebutuhan *feeds* dan *stories* sosial media Sarasa, penulis menggunakan *brand guideline book* yang sudah terdapat skema warna maupun pilihan *typeface* serta beberapa asset yang mana dalam bentuk ilustrasi yang dapat digunakan. Untuk asset lain seperti foto maupun asset desain lain nya, didapatkan melalui beberapa situs penyedia asset ini seperti hal nya *Shutter Stock*, *Unsplash* maupun *Freepik*. Namun, asset ini juga dapat didapatkan dengan melakukan sesi fotografi oleh Kanoo Studio maupun penulis buat sendiri asset grafis yang dibutuhkan.

Sarasa menggunakan 4 *shade* warna hijau, warna emas dan juga warna *broken white* sebagai *color palette* nya. Warna-warna ini bertujuan untuk

menggambarkan kesegaran bahan-bahan yang dipakai untuk membuat semua produk Sarasa. Selain itu, *color palette* ini juga bertujuan untuk menggambarkan kuliner lokal Nusantara. Sedangkan, jenis *typeface* yang digunakan adalah *typeface* Merriweather dan juga Open Sans.



Gambar 3.2. Typeface yang Digunakan Brand Sarasa



Gambar 3.3. Color Palette Sarasa

Penulis bertugas untuk membuat konten visual yang akan digunakan di akun *Instagram* dari Sarasa untuk satu bulan penuh. Berikut tampilan dari salah satu *feeds* yang penulis buat untuk konten *Instagram* Sarasa bulan April 2020.



Gambar 3.4. Konten Visual *Instagram* Sarasa April Sebelum dan Sesudah Revisi

Konten untuk *Instagram* bulan Maret ini dibuat dengan melihat referensi beberapa *post* yang sudah ada di akun sarasa yang di dominasi dengan penggunaan foto dari produk-produk Sarasa. Selain itu, penggunaan warna *solid* yang diatur sebagai *multiply* untuk menampilkan kesan transparan namun tetap menonjolkan bagian gelap dari foto yang berada dibelakangnya.



Gambar 3.5 Referensi Dari *Post Instagram* Sarasa Sebelumnya (Sumber: *Instagram* @sarasa.id)

Pada desain ini juga terdapat bentuk kotak yang menjadi sebuah *frame* dengan warna keemasan. Penempatan *frame* ini membantu untuk menampilkan kesan elegan dan juga premium karena target konsumen nya yang kebanyakan

adalah perusahaan korporat. Namun, karena perubahan keinginan desain yang sangat berbeda oleh klien di akhir maka pekerjaan konten bulan April ini diambil alih sementara oleh *Creative Director*.



Gambar 3.6 Konten Visual Instagram Sarasa April Sebagai Referensi Visual



Gambar 3.7 Konten Visual Instagram Sarasa Mei Sebelum dan Sesudah Revisi



Gambar 3.8 Konten Visual Instagram Sarasa Mei Row 1 Sebelum dan Sesudah Revisi

Penulis akhirnya melanjutkan membuat konten untuk *Instagram* Sarasa bulan Mei dengan menjadikan konten bulan April yang diambil alih untuk sementara oleh *Creative Director* sebagai referensi desain yang baru. Konten bulan Mei ini penulis kerjakan dengan tidak terpaku pada *post* lama yang terdapat di akun Sarasa. Permintaan dari klien untuk menjadikan satu *row* dalam *post Instagram* yang mereka punya untuk saling berkesinambungan satu sama lain. Namun penulis tetap menjadikan *brand guideline* sebagai acuan dalam memakai berbagai elemen desain yang ada.







Gambar 3.9 Referensi dari *Instagram Feeds* Sarasa untuk Konten Program *Reseller* (Sumber: *Instagram* Sarasa)



Gambar 3.10 Konten Program Reseller Instagram Sarasa Awal

Konten berikutnya yang penulis buat adalah visual sederhana yang berisi tentang informasi program baru dari Sarasa yaitu Program Reseller. Konten ini mengajak para konsumen untuk bergabung menjadi reseller dengan cara yang praktis. Pada awalnya, klien meminta konten ini untuk dibuat dalam format Instagram feeds yang berbentuk carrousell atau multiple post. Penulis pun membuat konten visual dengan menggunakan stok foto yang penulis dapatkan dari beberapa situs penyedia stok foto secara gratis. Penulis kemudian menggunakan warna brand Sarasa yaitu hijau solid dengan color preset multiply yang membuatnya seperti transparan namun tetap menonjolkan foto yang terdapat dibelakangnya. Warna keemasan penulis pilih sebagai warna dari wording dan juga icon sederhana yang menggambarkan kata kunci yang menjadi wording utama di setiap slide nya. Selain itu, penulis juga menambahkan foto produk yang menjadi produk untuk dijual kembali oleh peserta reseller yaitu varian Ready to Heat Meal dari Sarasa.





Gambar 3.11 Konten Program Reseller Instagram Sarasa Revisi Hingga Visual Final

Karena target yang diinginkan adalah dewasa muda, klien akhirnya memutuskan untuk mengubah secara keseluruhan desain dari konten *reseller* ini dengan *format Instagram story* yang juga akan menjadi *multiple post* serta menggunakan ilustrasi bukan foto. Penulis memilih gaya ilustrasi yang terkesan sederhana namun *modern* dan juga kekinian. Setelah konten visual diterima oleh klien, selanjutnya penulis membuat beberapa gambar ini menjadi sebuah *motion graphic* sederhana yang terlihat seperti *slideshow* dengan durasi 15 detik.

3.3.3.2. Pesca Gelato Bar

Pesca Gelato Bar adalah bisnis *gelato* yang sudah berdiri sejak tahun 1995 dan berlokasi di daerah Jakarta Barat serta Bandung. Pesca Gelato Bar menjual berbagai macam produk gelato based mulai dari gelato itu sendiri hingga berbagai macam cake dan pastry. Memiliki ciri visual yang sederhana dengan menampilkan tidak terlalu banyak asset grafis dan juga warna-warna yang cenderung *fun* namun tenang seperti warna biru muda, merah muda ataupun *tosca*. Namun warna-warna ini dapat menyesuaikan beberapa hal seperti hal nya konten untuk bulan puasa yang lebih memakai warna cokelat. Typeface utama yang digunakan yaitu Voster, terkesan playful dengan stroke nya yang sedikit tebal dengan ujung yang membulat. Selain itu terdapat typeface sekunder yang juga digunakan yaitu Museo yang lebih berbentuk kotak dengan beberapa varian ketebalan stroke untuk mengimbangi typeface utama yang membulat. Sedangkan untuk kebutuhan asset grafis lain nya seperti foto maupun ilustrasi sederhana, penulis mendapatkan berbagai asset ini dari sesi foto produk yang dilakukan oleh Kanoo Studio, dari website resmi Pesca Gelato Bar maupun dari website penyedia asset grafis seperti hal nya freepik ataupun penulis membuatnya sendiri.

VOSTER ABCDEFGHIJKLMN
TYPEFACE OPQRTSUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQ

RSTUVWXYZ 1234567890 !@#\$%^&*()

Museo ABCDEFGHIJKLMN 500 OPQRTSUVWXYZ

abcdefghijklmnopg

rstuvwxyz 1234567890 !@#\$%^&*()

Museo ABCDEFGHIJKLMN 700 OPQRTSUVWXYZ

abcdefghijklmnopq

rstuvwxyz 1234567890 !@#\$%^&*()

Gambar 3.12 Typeface yang Digunakan Brand Pesca Gelato Bar



Gambar 3.13 Color Palette Pesca Gelato Bar

Sama seperti hal nya pada Sarasa, tugas penulis secara garis besar adalah membuat konten visual perbulan yang terdiri dari *Instagram feeds* dan juga *stories*. Konten visual dari Pesca untuk bulan April yang pada mula nya terdiri dari beberapa foto produk dan juga permainan sederhana seperti mencari kata akhirnya diganti dengan konten *hardsell* berupa konten foto produk *frozen food* yaitu *frozen croissant* dan juga *garlic butter* yang baru dikeluarkan oleh Pesca di masa karantina akibat *COVID-19* ini.





Gambar 3.14 Konten Visual *Instagram* Pesca April Sebelum dan Sesudah Revisi

Penulis juga dapat mengerjakan beberapa tugas diluar kebutuhan konten visual untuk media sosial, seperti hal nya membuat konten *hampers* lebaran untuk katalog dan juga untuk kebutuhan konten sosial media tambahan. Konten *hampers* lebaran ini mencerminkan semarak Ramadan dengan menampilkan berbagai ornament khas Ramadan namun tetap memakai warna dari *color palette* pesca yaitu biru dengan *shade* yang lebih muda agar tidak terlihat terlalu ramai dan tetap menjaga visual sesuai dengan visual Pesca lain nya.



Gambar 3.15 Alternatif Konten Hampers Ramadan dan Desain yang Terpilih

Konten *hampers* yang menjadi pilihan adalah alternatif kedua yang dinilai lebih elegan secara visual. Selain elegan, konten grafis yang ada juga tidak mengganggu foto produk *hampers* yang menjadi visual utama.



Gambar 3.16 Konten Visual *Campaign* Gorilla Flava Sebagai Referensi Desain (Sumber: Dokumen Kanoo Studio)

Konten visual tambahan mengenai varian *frozen food* dari Pesca x Gorilla Flava ini menggunakan elemen grafis yaitu warna, *typeface* dan juga gaya grafis dari Gorilla Flava *Café*. Gorilla Flava itu sendiri merupakan usaha kedai ataupun *café* yang merupakan usaha lain dari pemilik Pesca Gelato Bar. Lain hal nya dengan Pesca yang menyediakan berbagai menu *dessert*, Gorilla Flava lebih berfokus pada penjualan makanan berat seperti olahan sayur, berbagai olahan ayam dan lain nya.



Gambar 3.17 Konten Visual *Instagram* Tambahan Pesca x Gorilla Flava Sebelum dan Sesudah Revisi

Dengan melihat referensi desain sebelumnya seperti gambar diatas, maka penulis menggabungkan visual foto produk dengan bentuk grafis yang bersifat sedikit kaku seperti bentuk segi enam untuk membuat tulisan nama produk yaitu frozen food dan juga logo dari Pesca serta Gorilla Flava lebih menonjol didalam visual yang ada. Selain itu, penulis juga memakai typeface yang sudah menjadi typeface brand Gorilla Flava untuk nama produk. Penulis juga memasukkan Voster typeface yang merupakan typeface dari Pesca Gelato Bar untuk menulis wording "Untuk persediaan #Dirumah Aja". Untuk warna yang digunakan penulis memilih untuk menggunakan brand warna dari Gorilla Flava yaitu warna electric blue dan juga neon pink karena produk yang tampilkan merupakan produk dari Gorilla Flava Café.



Gambar 3.18 Referensi Desain Untuk Pengerjaan Desain Sleeve Hampers Ramadan



Gambar 3.19 Alternatif Visual Untuk Sleeve Hampers Ramadan Gorilla Flava



Gambar 3.20 Mockup Alternatif Visual Untuk Sleeve Hampers Ramadan Gorilla Flava

Sleeve untuk hampers lebaran ini memakai warna hijau yang kuat hubungan nya dengan bulan Ramadan dan juga berbagai ornamen grafis seperti hal nya lentera gantung, bentuk bintang, bentuk kubah masjid, corak grafis khas timur tengah maupun bentuk bulan sabit. Untuk membuatnya lebih elegan, maka penulis memakai warna hijau dengan shade yang cenderung gelap sebagai warna latar dan memakai warna terang seperti warna gradasi emas dan rose gold agar ornamen grafis penghias terlihat kontras dengan warna latar namun tetap terlihat berkelas.





Gambar 3.21 Visual Terpilih Untuk Sleeve Hampers Ramadan Gorilla Flava

Dengan permintaan klien untuk membuat *sleeve* ini lebih bernuansa Ramadan dengan menggunakan warna hijau, maka terpilihlah dua desain yang kemudian diusulkan untuk digabungkan. Dengan grafis yang terdapat pada desain kedua, dan juga *shade* gradasi warna antara hijau tua dengan *shade* warna yang lebih tua lagi disekitarnya maka jadilah visual desain akhir seperti pada gambar diatas ini. Kombinasi antara grafis desain kedua dengan warna desain ketiga memang membuat desain *sleeve* ini terkesan elegan namun masih terlihat suasana Ramadan yang sangat kuat.



Gambar 3.22 Referensi Visual *Campaign Instagram Feeds* Gorilla Flava (Sumber: Dokumen Kanoo Studio)

Seperti hal nya desain pada konten visual untuk *feeds Instagram frozen food* dari Gorilla Flava, penulis juga menggunakan desain visual diatas sebagai acuan saat diminta untuk membuat konten *Instagram feeds* yang bertujuan untuk mempromosikan produk baru Gorilla Flava yaitu *hampers* lebaran *frozen food*. Konten *Instagram feeds* mengenai produk *hampersi* lebaran ini mengadaptasi bentuk seperti segi lima dan juga *layout* yang ada pada visual yang dijadikan referensi penulis.



Gambar 3.23 Konten Visual *Instagram* Tambahan Gorilla Flava Paket *Hampers* Sebelum dan Sesudah Revisi

Pada konten paket *hampers* untuk Gorilla Flava ini, penulis memilih *backround* yang berwarna gradasi biru dan hijau tua untuk dapat menyesuaikan warna *brand* Gorilla Flava yaitu warna *electric blue* dan juga *neon pink*. Konten ini juga harus terlihat elegan, maka dari itu penulis memilih *pattern* yang tidak terlalu berat dari sisi grafis dengan membuatnya besar serta memberikan *opacity* yang tidak terlalu tinggi. Ornamen grafis lain nya yang berupa lentera gantung serta ornament bintang penulis ambil dari desain *sleeve* untuk *hampers* yang sebelumnya penulis buat agar terlihat senada.



Gambar 3.24 Pamphlet Hampers Ramadan Gorilla Flava Ukuran A4

Desain *Instagram feeds* ini pun diminta oleh klien untuk dibuat menjadi format *Instagram story* serta dibuat desain turunan untuk menajdu *pamphlet* yang nantinya akan akan dicetak di kertas berukuran A4 untuk disebarkan kepada para *customer*.



Gambar 3.25 Desain Lama Katalog Digital Pesca

(Sumber: Dokumen Perusahaan)



Gambar 3.26 Alternatif Desain Katalog Digital Pesca

Desain katalog produk diatas merupakan hasil pengembangan penulis dari katalog lama yang hanya menampilkan beberapa foto produk sehingga konsumen masih sering bertanya mengenai harga maupun nama dari produk-produk Pesca. Penulis akhirnya memutuskan untuk memuat semua foto produk Pesca dan juga membuat nama maupun harga tertera dengan jelas agar konsumen lebih mudah dalam katalog ini. Warna yang digunakan masih sesuai dengan warna *brand* Pesca yaitu warna merah muda dan juga biru muda dengan warna *wording* putih yang bertujuan untuk membuat semua tulisan terlihat kontras dan mempermudah konsumen untuk membacanya.



Gambar 3.27 Desain Akhir Katalog Digital Pesca

Ukuran katalog seperti yang terdapat pada pilihan alternatif desain ternyata masih membuat konsumen sulit untuk membaca keterangan harga maupun deskripsi produk. Maka dari itu, desain penulis bagi menjadi dua bagian yaitu bagian yang memuat informasi mengenai produk *ice cream cake* dan katalog yang memuat informasi mengenai varian produk *petite ice cream*, produk *franzel* dan juga varian produk *patisserie* dari Pesca. Dengan dibagi nya katalog menjadi dua bagian, konsumen dapat membaca informasi yang terdapat pada katalog secara lebih jelas lagi walaupun melihat dari lahat *handphone*.



Gambar 3.28 Konten Visual Instagram Pesca Mei Sebelum dan Sesudah Revisi

Konten visual *Instagram* untuk bulan Mei di dominasi oleh produk *frozen* food yang berkolaborasi dengan Gorilla Flava café dan juga produk hampers Idul Fitri serta greeting card untuk perayaan kenaikan Isa Almasih dan juga Hari Raya Idul Fitri. Menyesuaikan dengan warna background foto maupun produk yang di dominasi warna cokelat dan emas namun masih terdapat warna brand Pesca yaitu merah muda. Penulis membuat grafis untuk konten greeting card dengan warna yang sesuai dengan post lain nya yaitu kombinasi merah muda dengan cokelat dan juga keemasan dengan warna cokelat.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis temukan selama program kerja magang ini bukanlah berasal dari perusahaan tempat melakukan magang yaitu Kanoo Studio, namun berasal dari kesalahan penulis sendiri. Beberapa kendala tersebut adalah:

- 1. *Laptop* yang penulis pakai beberapa kali mengalami *crash* dikarenakan ukuran *file* yang cukup besar sehingga dapat menambah waktu yang digunakan oleh penulis untuk mengerjakan pekerjaan yang ada.
- 2. Koneksi jaringan internet yang sering tidak stabil.
- 3. Penulis yang sering kali kesulitan dalam memahami *brief* yang ada sehingga proses revisi berjalan lebih panjang.
- 4. Perubahan materi konten yang sering kali diminta oleh pihak klien juga penulis dapati sebagai salah satu faktor yang juga mempengaruhi kecepatan kerja dari penulis.
- 5. Penulis akui bekerja dari rumah atau biasa disebut *work from home* seperti ini juga menjadi sebuah kendala karena segala sesuatu berjalan secara *online* sehingga saat ada pertanyaan, penulis membutuhkan waktu yang lebih lama untuk memahami maksud dari *brief* ataupun revisi yang ada.

Dengan sadar nya penulis akan kekurangan selama program kerja magang ini berlangsung, maka penulis akan berusaha sebaik mungkin untuk memperbaiki nya dikemudian hari.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dengan terdapat nya masalah yang penulis temui, maka penulis juga menemukan solusi atas kendala yang ada diantara nya adalah:

- 1. Dengan mempersiapkan segala sesuatunya sejak dini.
- 2. Melakukan *service laptop* sebelum melaksanakan program kerja magang agar performa laptop lebih maksimal dan meminimalisir terjadinya *crash* pada laptop.
- 3. Memilih *provider* internet yang lebih baik agar pelaksanaan kerja magang juga dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya kendala koneksi internet yang tidak lancar.

- 4. Lebih memahami *brief* yang diberikan oleh klien sehingga lebih dapat menangkap apa yang sebenarnya diinginkan dan juga apa yang dibutuhkan oleh klien itu sendiri.
- 5. Penulis juga harus memperbanyak referensi *trend* visual desain terkini yang baik untuk memperluas pengetahuan penulis mengenai dunia desain dan keinginan konsumen terhadap konten visual desain yang terkini.