

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

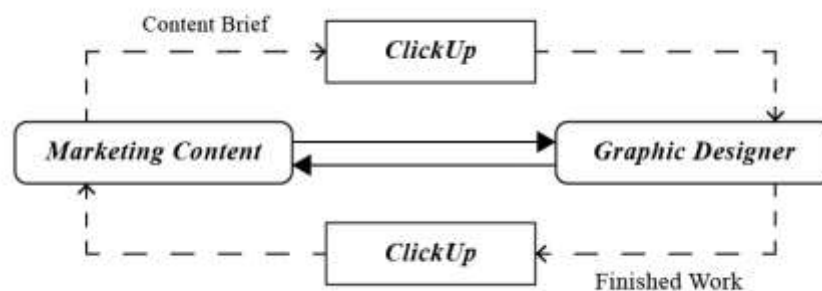
Mindlab merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan dengan produk suplemen herbal, mempunyai struktur organisasi untuk kepentingan perusahaan dalam menjalankan setiap visi misinya. Seluruh karyawan ditempatkan pada divisi yang sesuai dengan keahliannya masing-masing. Dalam melakukan pekerjaan, penulis berkoordinasi dengan Reda Adi Pratama sebagai *Head of Creative*.

##### 1. Kedudukan

Penulis diposisikan sebagai *Graphic Designer Intern*, ditempatkan pada divisi *Creative*. Tugas utama penulis yakni mendesain konten *Instagram Feeds* Mindlab. Pekerjaan lainnya adalah membuat *web banner*, *motion graphic*, dan *asset* untuk kepentingan desain Mindlab.

##### 2. Koordinasi

Alur koordinasi pekerjaan pada Mindlab dimulai dari divisi *Marketing Content* yang membuat content untuk media sosial Mindlab. *Marketing Content* kemudian memberikan *content brief* ke dalam aplikasi *ClickUp*. Kemudian *Graphic Designer* mengerjakan *design* sesuai dengan *content brief* yang telah diberikan oleh *Marketing Content*. Setelah *Graphic Designer* menyelesaikan pekerjaannya, hasil akhir dikirimkan kembali ke aplikasi *ClickUp*. Berikut bagan alur koordinasi penulis saat praktik kerja magang di Mindlab:



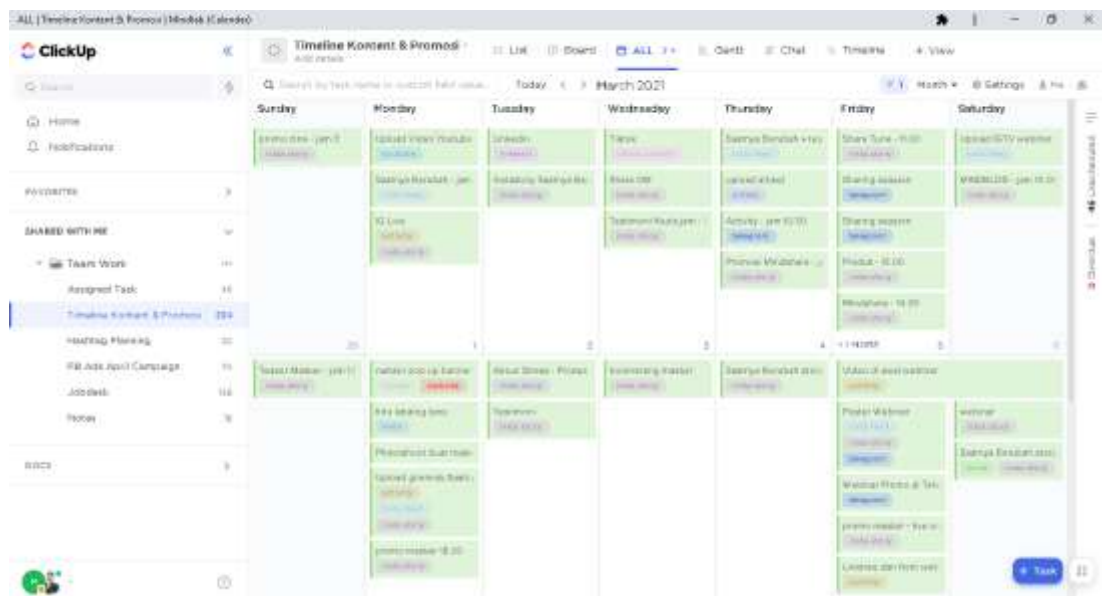
Gambar 3. 1. Bagan Workflow

Penulis dan karyawan diharuskan untuk membuat akun dengan menggunakan *email* pribadi. Pembuatan akun ini digunakan untuk mempermudah komunikasi pekerjaan melalui aplikasi *ClickUp*.



Gambar 3. 2. Akun *ClickUp* Penulis

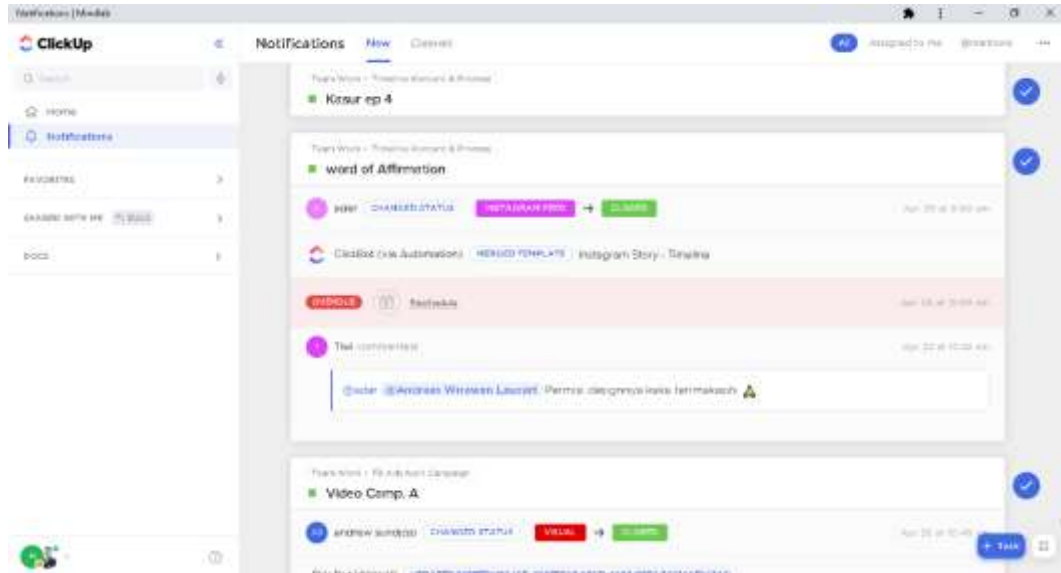
*ClickUp* merupakan sebuah aplikasi untuk mempermudah kolaborasi dalam menyelesaikan proyek yang berkolaborasi dengan individu yang berjumlah banyak. Penulis menggunakan *ClickUp* dalam hal pengerjaan konten dari *Marketing Communication, Content and Production, Social Media Specialist*, dan *Creative* yang sudah terhubung dengan akun pribadi *ClickUp*.



Gambar 3. 3. *ClickUp* Mindlab

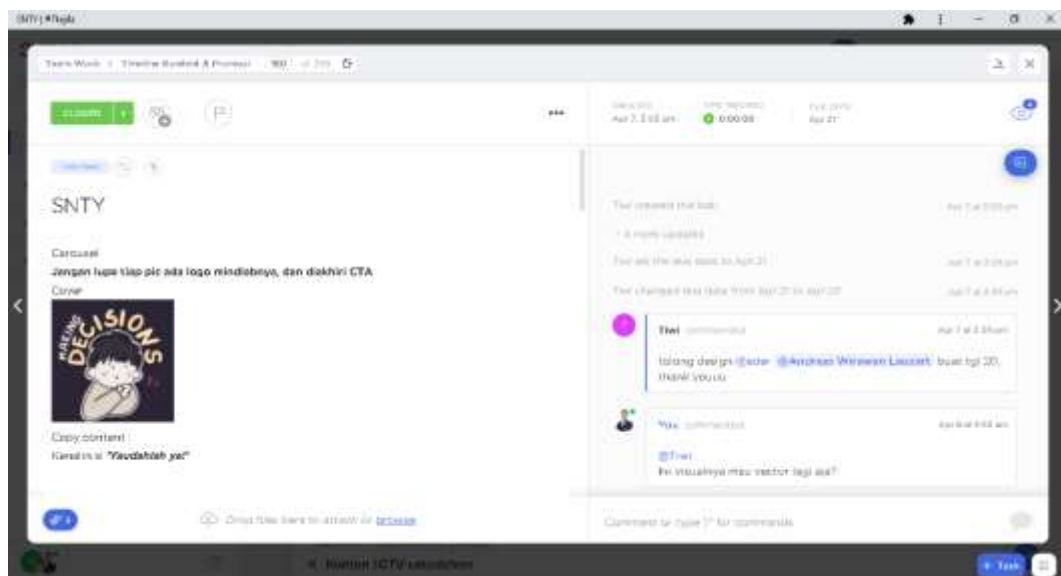
Pada aplikasi *ClickUp*, pemberian tugas oleh bagian *Marketing Communication, Content and Production*, dan *Social Media Specialist* diberikan melalui kolom notifikasi. Dalam kolom notifikasi, berisi kartu-kartu yang berisi

*creative brief* yang dibuat oleh *Content and Production* dan *Social Media Specialist*.



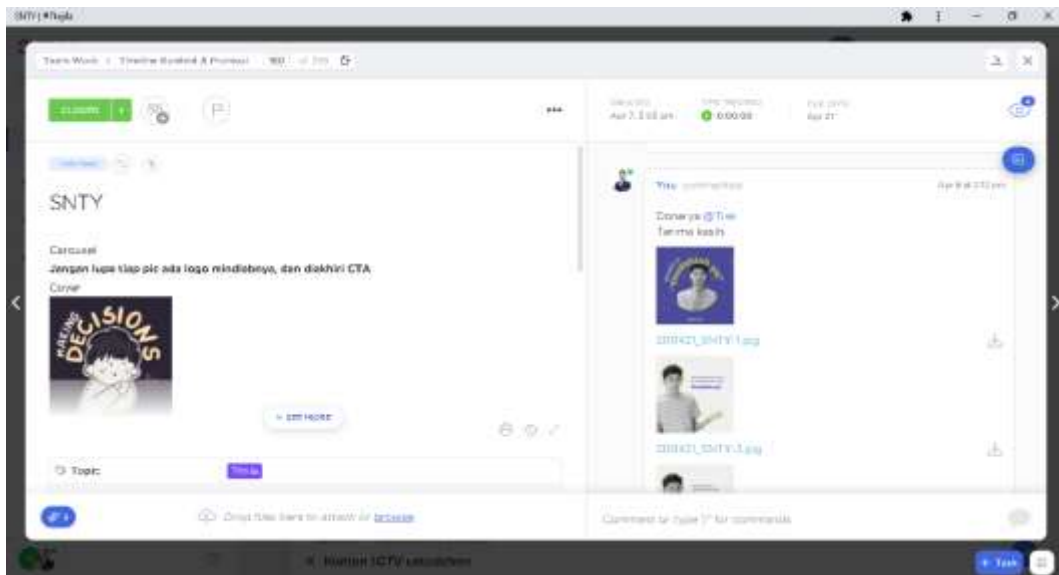
Gambar 3. 4. Kolom Notifikasi Pekerjaan

Dalam kartu ini terdapat konten, *copywriting*, *deadline* serta jenis media sosial yang akan digunakan untuk konten tersebut. Penulis mengerjakan pekerjaan yang diberikan oleh *Content and Production* dan *Social Media Specialist* pada saat penulis di-mention dan mengerjakan sesuai urutan waktu yang telah ditentukan.



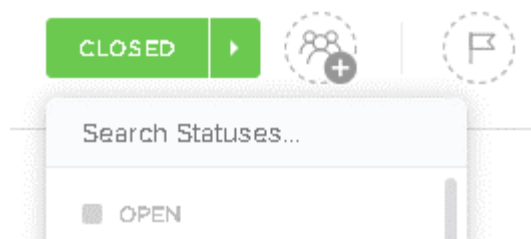
Gambar 3. 5. Tampilan Kartu *Creative Brief* Konten

Saat konten yang di-request oleh *Content and Production* dan *Social Media Specialist* telah selesai dikerjakan, penulis kemudian *upload* ke dalam kolom komentar dan *tag* kepada orang yang bersangkutan untuk memberikan informasi bahwa pekerjaan telah selesai dikerjakan.



Gambar 3. 6. Upload Hasil Akhir Konten

Jika ada revisi oleh *Content and Production* dan *Social Media Specialist*, bagian yang direvisi akan dikomentari melalui kolom komentar dan kemudian divisi *Creative* akan merevisi konten tersebut dan *reupload* hasil akhir konten ke kolom komentar kembali. Namun, jika konten tidak ada revisi, *Content and Production* atau *Social Media Specialist* akan menutup *task* tersebut dan mengubah status menjadi *closed*.



Gambar 3. 7. Status Task Closed

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di Mindlab selama 3 bulan, penulis diberikan tugas untuk membuat desain konten media sosial. Berikut tabel hal-hal yang penulis lakukan selama magang.

Tabel 3. 1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu-1	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, foto produk dan cropping foto CALM-AX.
2	Minggu-2	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, membuat <i>all media</i> webinar Mindlab.
3	Minggu-3	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, melanjutkan <i>all media</i> webinar Mindlab, membuat <i>wallpaper</i> Mindlab.
4	Minggu-4	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, <i>briefing</i> pekerjaan bulan Maret.
5	Minggu-5	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, membuat <i>storyboard</i> FB Ads Mindlab.
6	Minggu-6	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, melanjutkan <i>storyboard</i> FB Ads Mindlab.
7	Minggu-7	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, syuting FB Ads Mindlab, <i>editing</i> FB Ads Mindlab.
8	Minggu-8	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, syuting FB Ads Mindlab, <i>editing</i> FB Ads Mindlab.
9	Minggu-9	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, <i>editing</i> FB Ads Mindlab, <i>briefing</i> pekerjaan bulan April.
10	Minggu-10	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, membuat konten <i>Mindtalk Charity</i> .
11	Minggu-11	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab, <i>editing</i> FB Ads Mindlab, membuat sertifikat webinar Mindlab.
12	Minggu-12	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab.
13	Minggu-13	<i>Mindlab</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> Mindlab.

Pada laporan ini, penulis menjelaskan pekerjaan pada tabel sesuai dengan perjanjian kerja antara Mindlab dengan penulis yakni selama 3 bulan atau sama dengan 403 jam kerja. Penulis telah memenuhi syarat dari Universitas Multimedia

Nusantara dengan melaksanakan praktik kerja magang minimal 320 jam kerja.

### **3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Mindlab, penulis bekerja *Graphic Designer* konten media sosial. Selain berfokus pada konten media sosial, penulis pun membuat *web banner* untuk keperluan *broadcast* kepada konsumen Mindlab.

#### **3.3.1. Proses Pelaksanaan**

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di Mindlab, penulis diberikan tugas untuk mengerjakan design konten media sosial Mindlab. Media sosial utama yang dipakai oleh Mindlab yakni Instagram. Target audiens yang ditargetkan dari Mindlab yaitu dewasa muda yang sedang mencari solusi dan informasi seputar langkah penanganan stress. Saat sebelum penulis melaksanakan praktik kerja magang di Mindlab, Head of Creative yang mengerjakan design konten media sosial.

Penulis kemudian mulai mengerjakan konten media sosial pada bulan Februari 2021, design yang penulis buat mengikuti key visual yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh Head of Creative. Typeface yang digunakan dalam konten media sosial yakni Proxima Nova untuk judul, heading serta body copy. Warna yang digunakan yakni Biru #2424B2, Hijau # DBDB4D serta warna pendukung Hitam dan Putih.

## Color Selection

MINDLAB.

Primary	R : 36 G : 36 B : 178	Second Primary	R : 219 G : 219 B : 77

Gambar 3. 8. *Color Guide* Mindlab

Penempatan logo Mindlab disesuaikan dari arahan Content and Production dan Social Media Specialist, biasanya lebih sering ditempatkan pada tengah atas artboard sesuai dengan guide yang telah ditentukan oleh Head of Creative.

Penulis ditugaskan untuk membuat ilustrasi vector atau digital imaging sesuai dengan isi daripada konten yang diberikan. Waktu pemberian pengerjaan konten yang diberikan kepada penulis bervariasi yakni 1-2 hari sebelumnya atau terkadang pada hari itu juga harus segera diselesaikan. Berikut 3 proyek utama yang penulis kerjakan:

### 3.3.1.1 Konten *Instastory* Mindlab

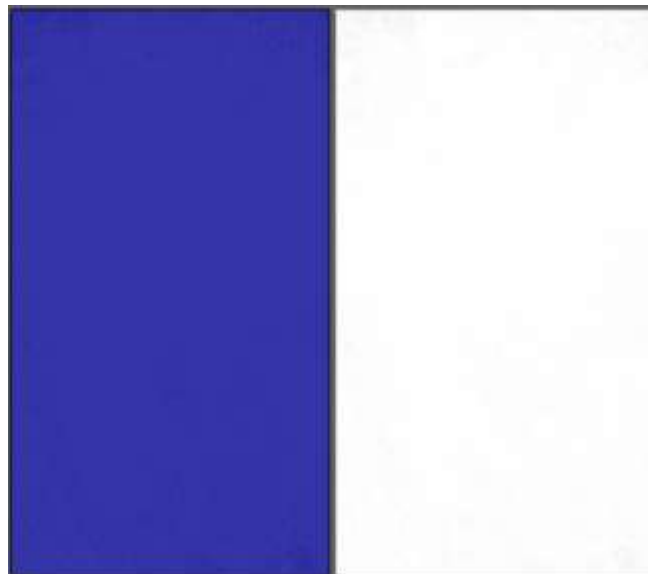
Dalam pembuatan konten, penulis mengikuti *key visual* yang telah ditetapkan oleh *Head of Creative* yakni penggunaan tekstur pada *background* serta *halftone*. Dalam pembuatan konten, penulis perlu untuk mempelajari konten yang akan dibuat. Contohnya, penulis membuat *instastory* tentang fakta-fakta tanaman *ashwagandha*. Penulis diharuskan untuk mengabungkan konsep infografis *simple* dengan *key visual* yang telah ditetapkan oleh *Head of Creative*.

Pertama, penulis mengunduh *asset* visual yang akan digunakan dalam konten. *Asset* yang sudah diunduh selanjutnya dihilangkan *background* serta objek yang tidak penting sehingga hanya menyisakan objek yang akan dipakai dalam visual konten. Ada juga *asset visual* yang sudah siap pakai untuk dalam konten.



Gambar 3. 9. *Asset* Sebelum Dan Sesudah *Cropping*

Kemudian , penulis membuat *artboard* pada aplikasi *adobe illustrator* berukuran 1920pixel x 1080pixel 150ppi. *Background* diberikan warna biru dan putih dengan pemberian tekstur *grunge*.



Gambar 3. 10. Variasi Warna *Background* Biru Dan Putih



Selanjutnya, penulis memasukkan logo Mindlab dengan posisi atas rata tengah berukuran *height* 1cm dengan *lock aspect ratio*, sehingga tidak terjadi distorsi pada logo. Penulisan judul konten berukuran 60 point, *font Proxima Nova Regular* dan *Bold* pada bagian yang ada penekanan, dan *tracking* sebesar 25.



Gambar 3. 11. Memasukkan Logo Dan Judul

Bagian terakhir yakni memasukkan *asset visual* yang sebelumnya sudah *dicroping*. Penulis menambahkan *drop shadow* pada bagian bawah objek sehingga terlihat lebih realistis dan menyatu dengan *background*. Pembuatan *drop shadow* dilakukan dengan menggunakan *elipse tool*, buat dengan menyesuaikan bentuk objek. Objek ditambahkan *effect Blur > Gaussian Blur* dengan nilai 30. Kemudian objek diberikan *hard shadow*. Pembuatan *hard shadow* menggunakan *path* dari *clipping mask* objek yang *diduplicate*, setelah itu *difill* warna Hijau # DBDB4D dengan penambahan *effect noise* bernilai 3.



Gambar 3. 12. Penambahan *Asset* Sebagai Langkah Akhir



Gambar 3. 13. Tugas Pertama Penulis

Tugas yang diberikan kepada penulis memiliki *creative brief* yang bermacam-macam, seperti info, fakta dan saran-saran. Saran tentang aktivitas yang dapat dilakukan untuk mengurangi *stress*. Penulis diberikan tugas untuk membuat konten aktivitas yang dapat dilakukan di rumah pada hari minggu. Agar informasi dapat terfokus setiap kegiatannya, penulis membagi 3 aktivitas ke dalam 3 *instastory*.



Gambar 3. 14. *Instastory* Aktivitas Hari Minggu

Konten *instastory* lainnya yakni testimoni tentang konsumen yang telah menggunakan produk Mindlab yakni CALM-AX dan telah merasakan manfaatnya di kehidupan mereka. Konten testimony ini dimaksudkan agar calon pembeli yang masih ragu menjadi percaya bahwa produk dari Mindlab ini memiliki khasiat yang baik kepada tubuh konsumen dan segera membelinya. Pada konten ini terdapat 2 konsumen yang dimasukkan ke dalam konten testimoni.



Gambar 3. 15. *Instastory* Testimoni Konsumen

### 3.3.1.2 Konten *Instagram Feeds* Mindlab

Kemudian, penulis juga membuat konten untuk *feeds Instagram*. Jenis konten yang dibuat untuk *feeds* sama dengan *Instastory* yakni seputar info, promosi, fakta dan saran. Kali ini, penulis ditugaskan untuk membuat promosi *giveaway* dalam rangka *Happy International Day*. Konten ini dibuat agar *audience*

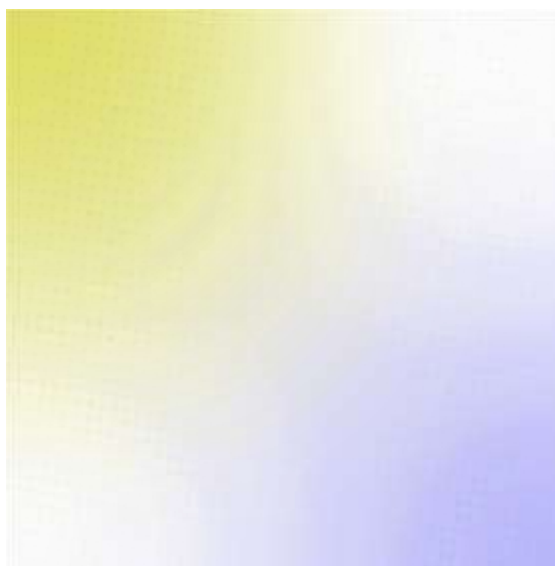
tertarik untuk mengikuti *giveaway* berhadiahkan *totebag*, *humidifier* dan CALM-AX.

Pertama, penulis mengunduh *asset* visual yang akan digunakan dalam konten. *Asset* yang sudah diunduh sudah siap pakai, sehingga penulis tidak perlu untuk *cropping asset*.



Gambar 3. 16. *Asset* Sudah Dicropping Dan Siap Pakai

Kemudian, penulis membuat *artboard* pada aplikasi *adobe illustrator* berukuran 1080pixel x 1080pixel 150ppi. *Background* dibuat dengan menggunakan *rectangle tool* yang kemudian diberikan *gradient* 3 warna yakni Biru #2424B2, Hijau # DBDB4D, dan Putih. Pemberian tekstur *halftone* dengan *opacity* 6% pada layer atas daripada *background*.



Gambar 3. 17. *Background Gradient* Dan Tekstur *Halftone*

Selanjutnya, penulis memasukkan logo Mindlab dengan posisi atas rata tengah berukuran *height* 1cm dengan *lock aspect ratio*, sehingga logo tidak terdistorsi. Penulisan judul "HAPPY" berukuran 90 points dan "INTERNATIONAL HAPPINESS DAY" berukuran 70 points dengan *alignment* rata kiri. Kalimat pada *body text* berukuran 45 point dan diberikan *underline* menggunakan *pen tool*. Penulisan judul menggunakan *font Proxima Nova Bold* dan *body text* menggunakan *font* yang sama dengan variasi *bold*. Judul dan *body text* memiliki *tracking* sebesar 25.



Gambar 3. 18. Penambahan Judul Dan *Body Text*

Tahap terakhir yakni penulis menambahkan *supergraphic vector smiley* dengan menambahkan *effects > gaussian blur* serta *opacity 30%*. *Supergraphic* bagian kiri bawah menggunakan warna Biru #2424B2, sedangkan *supergraphic* pada bagian belakang judul menggunakan warna Hijau # DBDB4D. Pada bagian kanan bawah, penulis menambahkan *call to action* yang dibuat dari *rectangle tool*, *pen tool*, serta *shape builder tool*. *CTA* menggunakan warna Biru #2424B2 dan teks menggunakan warna putih.



Gambar 3. 19. Hasil Akhir Proses Pembuatan *Instagram Feeds*



Gambar 3. 20. Konten *Feeds Giveaway International Happiness Day*

Selanjutnya, terdapat konten hiburan atau *games*. Penulis ditugaskan untuk membuat konten teka teki silang untuk diselipkan pada saat *ice breaking* webinar Mindlab. Terdapat 3 *slides* yang diberikan kepada peserta webinar yakni cara bermain, TTS Pemanasan, dan TTS sesungguhnya. TTS ini dibuat agar peserta webinar tidak jenuh pada saat mengikuti seluruh rangkaian webinar.



Gambar 3. 21. Konten Teka Teki Silang Webinar Mindtalk

Selanjutnya, terdapat konten informasi interaktif. Pada konten ini, penulis ditugaskan untuk membuat konten yang mengajak *audience* untuk mengenali perbedaan antara *stress* dan *depression*. *Audience* yang tertarik untuk membahas, dapat berkomentar lewat fitur *comment*.



Gambar 3. 22. Konten *Feeds* Informasi Interaktif *Stress* dan *Depresi*

Kali ini, Mindlab berkolaborasi dengan Yayasan Jamrud Biru untuk membantu individu-individu dengan disabilitas mental. Penulis ditugaskan untuk membuat konten yang dapat menggugah perasaan *audience* untuk menyalurkan tangannya dengan berdana kepada Yayasan Jamrud Biru dalam merawat individu dengan disabilitas mental.





Gambar 3. 23. Feeds Informasi Yayasan Jamrud Biru

### 3.3.1.3 Video FB Ads Mindlab

Proyek ini ditugaskan kepada penulis bersama *Head of Creative, Content and Production*, dan *Marketing Communication*. Proyek ini bertujuan untuk menaikkan *engagement* serta penjualan CALM-AX melalui sebuah video yang menampilkan 2 konsumen yang sudah menggunakan CALM-AX sehari-hari dan merasakan manfaat yang positif bagi tubuh mereka. Video ini diharapkan dapat menggugah perasaan *target audience* agar mereka percaya bahwa produk dari Mindlab terbuat dari bahan alami dan secara signifikan dapat membuat hidup penggunanya lebih positif dan semangat menjalani hidup.

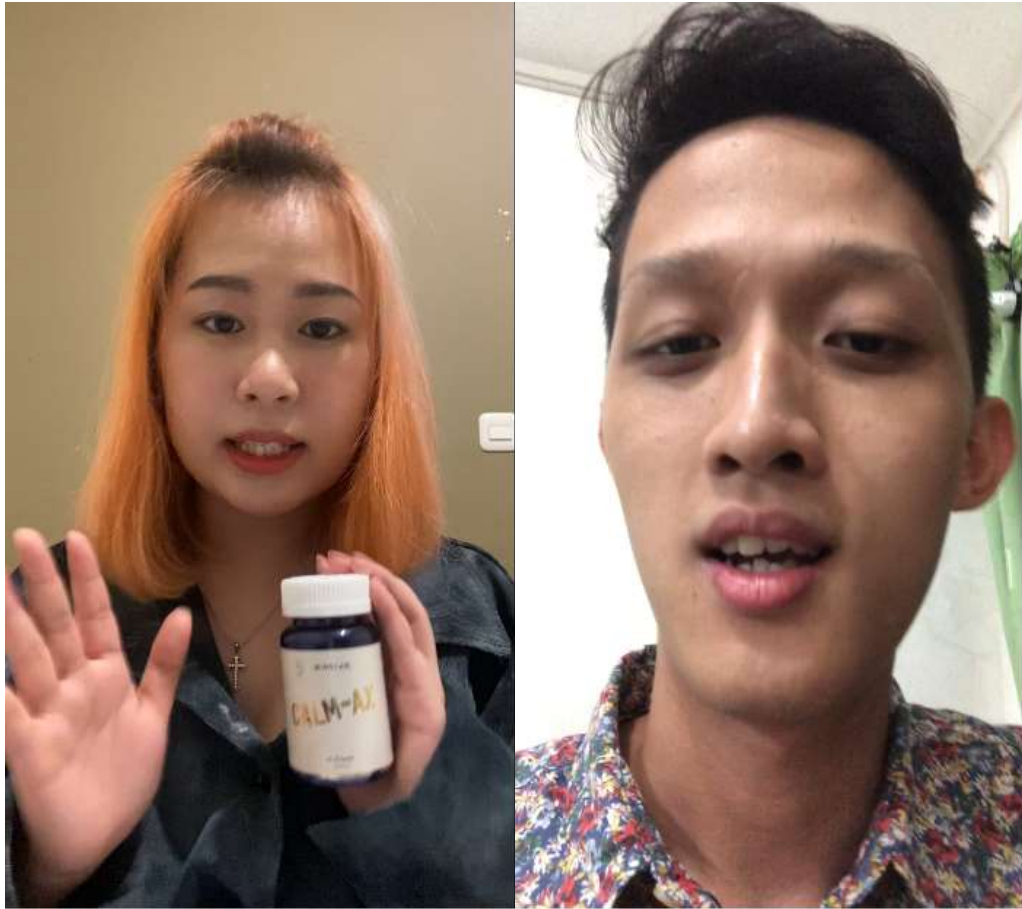
Langkah pertama yang dilakukan penulis yakni membuat *storyboard* sebagai tolak ukur alur pada saat syuting hingga finalisasi video FB Ads. Ide untuk adegan video sebelumnya sudah di kerjakan oleh *Marketing Communication* dan *Content and Production*. Saat gambaran kasar adegan sudah selesai beserta narasinya, kemudian penulis dan *Head of Creative* diajak berdiskusi mengenai adegan serta narasi yang telah dibuat. Adegan dan narasi sudah baik, kemudian *Head of Creative* memberikan tugas untuk membuat *storyboard* kepada penulis.





Gambar 3. 24. Storyboard FB Ads Mindlab

Setelah *storyboard* selesai dikerjakan oleh penulis, kemudian *Content and Production* memberikan *file asset* berupa video konsumen yang memberikan testimony tentang dampak positif yang dialami selama mengonsumsi produk CALM-AX dari Mindlab.



Gambar 3. 25. *Video Asset Testimoni Konsumen*

Setelah penulis mendapatkan *video asset* yang dibutuhkan, kemudian penulis menggabungkan seluruh *asset* sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat oleh *Content and Production*. Penulis kemudian mengedit, memotong, menyelaraskan video dengan audio *asset*, menambahkan *background music*, serta menambahkan *asset* tambahan berupa *subtitle* dan *background*. Berikut beberapa cuplikan hasil akhir video yang telah penulis kerjakan.



Gambar 3. 26. Cuplikan Video FB Ads Mindlab

### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di PT Alpha Nutrisi Indonesia (Mindlab), penulis dibantu dan dibimbing oleh *Head of Creative* serta karyawan Mindlab yang lain. Namun terkadang, penulis kesulitan mengatur waktu yang diberikan, dikarenakan keterbatasan waktu, pekerjaan yang banyak, serta revisi yang terkadang perlu diulang dari awal (revisi *Major*). Kemudian aplikasi *adobe* yang terkadang *not responding* yang diakibatkan kurangnya *virtual memory* untuk memproses *visual* dari *design* yang dikerjakan.

### 3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang ditemukan diatas, penulis mendapatkan solusi yakni:

1. Keterbatasan waktu yang diakibatkan pekerjaan yang banyak, penulis berinisiatif untuk mengerjakan pekerjaan dari tingkat kesulitan yang termudah kemudian yang tersulit.
2. Revisi *major* yang perlu diulang dari awal, penulis berinisiatif untuk

menanyakan *content brief* yang penulis kurang mengerti serta kekurangan detail yang tidak tertulis di dalam *content brief*.

3. Kekurangan *virtual memory* untuk memproses *visual*, penulis berinisiatif untuk meminimalisir penuhnya *virtual memory* dengan menutup aplikasi yang tidak diperlukan.