

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

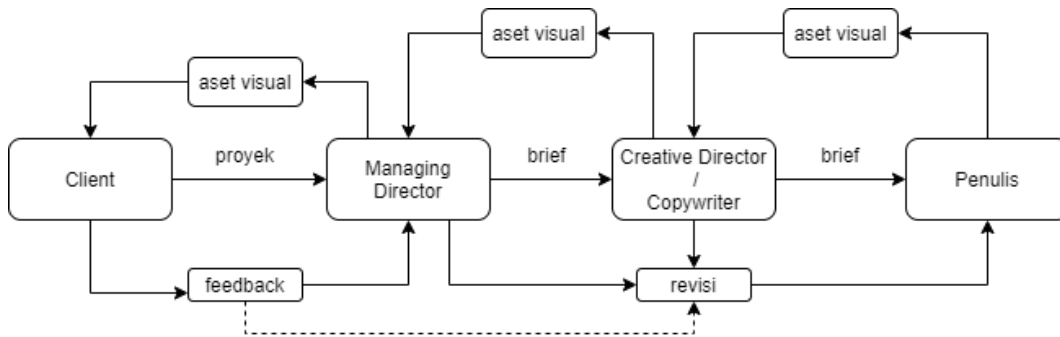
Penulis berperan sebagai *Junior Art Director* saat melaksanakan praktik magang di Rockstar Archer selama 2 bulan. Rockstar Archer sendiri dipimpin oleh Fino Pramudito dengan jabatan *Managing Director*. Koordinasi pekerjaan pun diturunkan oleh *Managing Director* kepada *Creative Director*, yang nantinya *Creative Director* akan memberikan arahan langsung kepada *Art Director* (senior dan junior) dan *copywriter*. Selama proses kerja magang penulis pun diarahkan oleh *Creative Director* dan *Senior Art Director* serta *copywriter*.

##### **3.2.1. Kedudukan**

*Junior Art Director* merupakan posisi yang dijalankan penulis selama durasi kerja magang di Rockstar Archer. Dalam kesehariannya, penulis bertugas untuk menyiapkan konsep yang akan digunakan untuk marketing *brand client* mulai dari desain *key visual*, konsep *storyboard*, dan konten yang akan digunakan untuk keperluan konsep marketing. Dalam pelaksanaannya, penulis memiliki tanggung jawab untuk menyiapkan konsep marketing atas *brand* sesuai dengan arahan narasi yang ditentukan oleh *Creative Director* dan *Copywriter*.

##### **3.2.2. Koordinasi**

Koordinasi yang dijalankan selama proses magang diawali dengan pitching proyek yang didapatkan dari klien. *Managing director* dan *creative director* lalu akan berdiskusi mengenai pengarahan dan ide kasar konten yang akan dibuat. Hasil diskusi tersebut akan diberitahukan oleh *creative director* kepada para desainer baik yang *fulltime* maupun intern melalui penjelasan atau *brief*. Setelah penjelasan disampaikan oleh *creative director*, penulis lalu bisa melanjutkan untuk pengerjaan media yang dibutuhkan. Apabila visual yang dibuat dirasa masih kurang berdasarkan dengan masukan yang diberikan oleh *creative director* ataupun *client*, penulis lalu akan melakukan proses revisi sesuai dengan kebutuhan dari proyek. Visual yang dianggap sudah cukup sesuai lalu akan diteruskan kepada *creative director* untuk selanjutnya diberikan kepada *client*.



Gambar 3.1 Bagan Koordinasi Proyek

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut uraian pekerjaan yang telah dilakukan penulis selama bekerja di Rockstar Archer:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Program Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	1. Cloud9 (13 November)	1. <i>Brainstorm</i> media marketing ( <i>game concept</i> )
2	2	1. Cloud9 (16 – 20 November)	1. Membuat <i>storyboard</i> untuk marketing concept 2. Membuat <i>mockup game concept</i> untuk keperluan presentasi
3	3	1. Cloud9 (23 – 27 November)	1. Membuat Key Visual 2. Membuat <i>storyboard</i>
4	4	1. Cloud9 2. Counterpain (30 November - 3 Desember)	1. Membuat revisi <i>storyboard</i> 2. Asistensi Key Visual 3. Revisi Key Visual 4. Shooting Counterpain
5	5	1. Cloud9 2. Counterpain	1. Asistensi Key Visual 2. Membuat Greeting Card

		3. Parcel card (7 – 11 Desember)	untuk parcel <i>client</i> 3. Post-production Counterpain 4. Recording VO Counterpain
6	6	1. Cloud9 2. Tempra (14 – 18 Desember)	1. Revisi key visual Cloud9 2. PPM Tempra
7	7	1. Tempra (21 Desember)	1. Final PPM Tempra
8	8	1. Tempra (5 – 7 Januari)	1. Shooting Tempra
9	9	1. Cloud9 (12 – 13 Januari)	2. Revisi Key Visual Cloud9

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

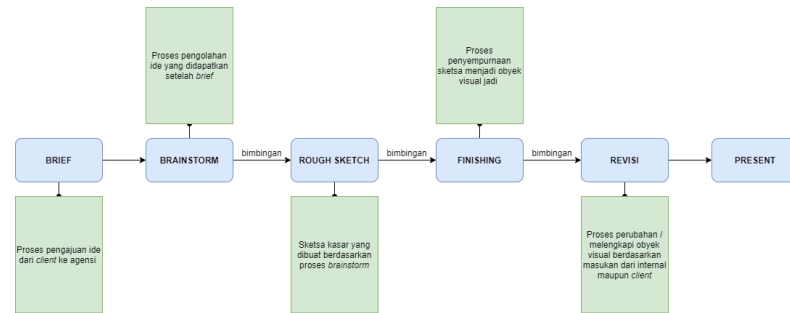
Penulis melakukan pekerjaan berupa proyek dari eksternal (*client*) dan internal (agensi) selama bekerja di Rockstar Archer. Pada kesehariannya, Rockstar Archer menerapkan jam masuk pukul 10:00 hingga 17:00 WIB. Walaupun agensi memiliki jam masuk yang fleksibel, penulis harus tetap memberitahukan pembimbing lapangan apabila berhalangan ataupun telat. Namun pada pelaksanaannya, tidak jarang penulis harus melakukan kerja lembur. Penulis pun mendapatkan subsidi uang transport selama melakukan program magang di Rockstar Archer.

#### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

Dalam proses kerja magang, penulis dibimbing dan diberi arahan oleh *creative director*, *copywriter* dan *senior art director*. Penulis mendapatkan *brief* arahan berupa skenario sebelum bisa mengerjakan proyek. Untuk asistensi sendiri dilakukan bersamaan dengan proses pengerjaan proyek yang diberikan. Selama melakukan program magang, penulis telah menghasilkan konten visual sebagai berikut:

### 3.3.1.1. Tim Kreatif untuk Cloud9

Cloud9 merupakan brand snack bar yang dikeluarkan oleh Jack n' Jill. Penulis bertanggung jawab untuk merancang konten visual berupa *storyboard*, key visual, serta *marketing concept* berupa game interaktif untuk keperluan *pitching* promosi Cloud9 dalam rangka perilisan kemasan varian baru.



Gambar 3.2 Alur Pembuatan Aset Cloud9

Proses pembuatan proyek ini dimulai dari pemberian *brief* dari *managing director* kepada tim kreatif. Setelah itu, tim kreatif akan memulai proses *brainstorm* untuk menentukan jenis-jenis visual apa saja yang dianggap sesuai dengan konteks *brief* yang diberikan. Dikarenakan melanjutkan *campaign* yang dilakukan pada proyek Cloud9 sebelumnya, tim kreatif memutuskan untuk mengembangkan *keyword* terbaru yaitu “GIGIT!” sebagai kata dasar untuk segala visual yang akan dibuat. *Creative director* serta *copywriter* pun menetapkan 3 jenis visual yang harus penulis rancang. 3 visual itu adalah *storyboard*, *key visual* dan konsep *marketing offline* dengan tema interaktif. Proses ini lalu dilanjutkan dengan *rough sketch* dimana penulis memulai membuat sketsa dasar atas *brief* yang diberikan. Penulis lalu melakukan bimbingan terhadap sketsa yang telah dibuat. Jika sketsa dianggap sudah sesuai, maka penulis akan melanjutkan ke proses *finishing*. Pada proses *finishing*, penulis melakukan proses digitalisasi sketsa menjadi visual yang lebih rapih dilengkapi dengan pemberian warna dan *line art*. Setelah selesai melakukan *finishing*, penulis melakukan bimbingan lagi

kepada *creative director*. Apabila visual sudah mencukupi kebutuhan *client*, penulis menyerahkan visual kepada tim kreatif untuk nantinya bisa dipresentasikan kepada *client*. Jika tidak, penulis harus melakukan revisi ulang dengan arahan *creative director*.

Untuk keperluan *storyboard*, penulis membuat panel atau komik pendek berdasarkan narasi yang diberikan oleh *copywriter*. Penulis juga mengerjakan key visual dan marketing concept sesuai dengan arahan dari *creative director* dengan menggunakan stok foto dari internet (Adobe Stock, dll) serta aset yang diberikan oleh klien. Penggunaan warna dan jenis font dibuat berdasarkan gaya visual yang telah ditetapkan di kampanye yang telah dilakukan sebelumnya. Jenis typeface yang digunakan untuk keperluan *pitching* promosi Cloud9 adalah DK Grumpy Tiger. *Color palette* yang digunakan pun menyesuaikan dengan warna kemasan yang nantinya akan dipromosikan.



Gambar 3.3 *Typeface* DK Grumpy Tiger

Berikut ini adalah desain *storyboard* yang telah dibuat oleh penulis berdasarkan narasi yang diberikan. Isi *storyboard* pada umumnya harus mencakup informasi seperti target *marketing* (keluarga dengan anak berusia 8-13 tahun), *product placement* dan *tagline*. Selama durasi proyek, penulis telah membuat setidaknya 7 ide *storyboard*. *Copywriter* mengusulkan 4 ide cerita utama dan 3 cerita pendek untuk keperluan *pitching* promosi marketing kemasan varian baru Cloud9. Dalam perancangan tiap *storyboard*, penulis berkonsultasi dengan *copywriter* juga dengan *creative director*.



Gambar 3.4 Bentuk Proses *Rough Sketch*

Proses pembuatan *storyboard* dimulai dengan tahap *rough sketch*, dimana penulis membuat sketsa kasar atas *prompt* atau naskah yang diberikan, yang lalu akan diasistensikan dengan *copywriter* dan/atau *creative director*. Setelah dianggap sudah sesuai dengan *prompt*, penulis baru bisa akan melanjutkan ke tahap *finishing*.



Gambar 3.5 Proses transformasi *rough sketch*

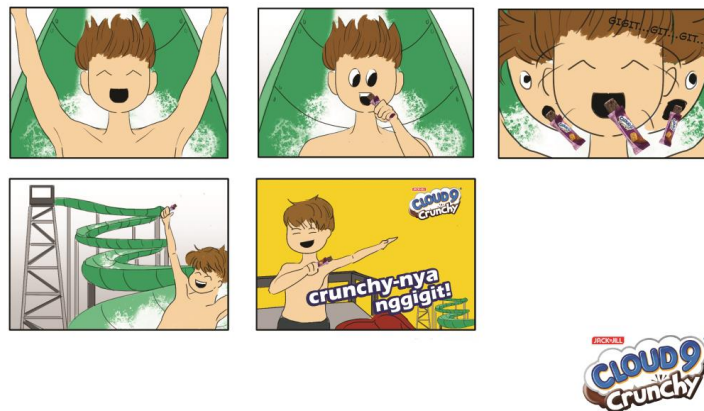
Proses *finishing* merupakan penyempurnaan sketsa dengan memberikan warna dan merapihkan visual (*line art*) menjadi visual jadi, yang nantinya juga dilanjutkan dengan revisi melalui proses bimbingan sebelum diberikan kepada klien.



Gambar 3.6 *Storyboard* “Mini Market”

Gambar yang terlampir merupakan *storyboard* dengan tema mini market. Pada awalnya, penulis diminta untuk menggambarkan situasi antusiasme anak-anak untuk mendapatkan snack bar Cloud9 di sebuah mini market. Dengan usulan dari *client*, penulis diminta untuk merubah lingkungan mini market menjadi warung yang biasa sering ditemukan di daerah kampung. Hal ini dikarenakan *client* ingin menunjukkan bahwa produk Cloud9 dapat diperoleh dimana saja, bahkan sampai strata penjual terkecil sekalipun. *Client* juga beralasan ingin mempromosikan bahwa Cloud9 memiliki rasa yang tidak kalah dengan kompetitor dengan harga yang sangat terjangkau.

*Storyboard* menggambarkan sebuah cerita perjuangan seorang anak laki-laki untuk mendapatkan *snack* favorit kesukaannya yaitu snack Cloud9. Namun, dikarenakan snack Cloud9 kesukaan banyak anak-anak, anak laki-laki ini kecolongan tidak dapat mendapatkan snack tersebut. Untungnya, ibu penjual masih memiliki stok sehingga anak tersebut memborong dan membuat teman-temannya iri karena dirinya memiliki banyak stok snack Cloud9. Cerita ini juga ingin memberi kesan kepada konsumen untuk membeli stok Cloud9 sebelum kehabisan.



Gambar 3.7 *Storyboard* “Adrenalin”

Gambar diatas merupakan *storyboard* bertemakan adrenalin. Penulis diminta untuk menggambarkan situasi dimana seorang anak laki-laki yang bisa menaklukan tantangan wahana terseram manapun dengan ditemani snack Cloud9 agar mereka lebih berani. Berdasarkan ide dari *creative director*, penulis diminta untuk tidak langsung melakukan *product placement* dari awal narasi *storyboard* untuk membangun *build up* dan rasa ingin tahu konsumen dengan produk yang akan dikenalkan.



Gambar 3.8 *Storyboard* “Keluarga”

Berikut merupakan *storyboard* dengan tema keluarga. Dalam *storyboard* ini, penulis diminta untuk menggambarkan sebuah keluarga dengan kakak beradik yang sedang menjalankan aktifitas kesehariannya. *Copywriter* meminta penulis untuk menggambarkan dinamika sebuah

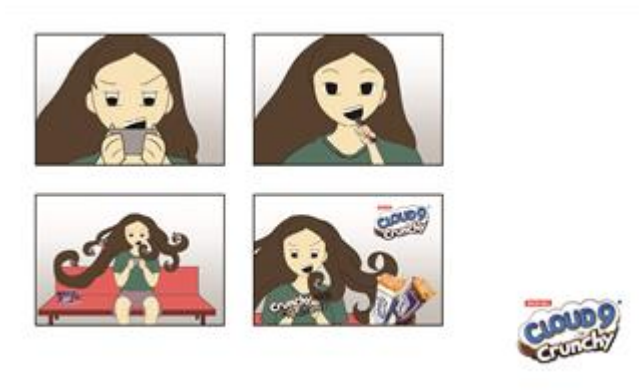


keluarga yang makin ceria dan seru ditemani dengan memakan snack Cloud9. Untuk menunjukkan dinamika serta keseruan yang dituju, *copywriter* menggunakan contoh dinamika kakak beradik yang kompetitif. Tema keluarga juga diangkat untuk mempromosikan target konsumen yang dituju oleh *client*.



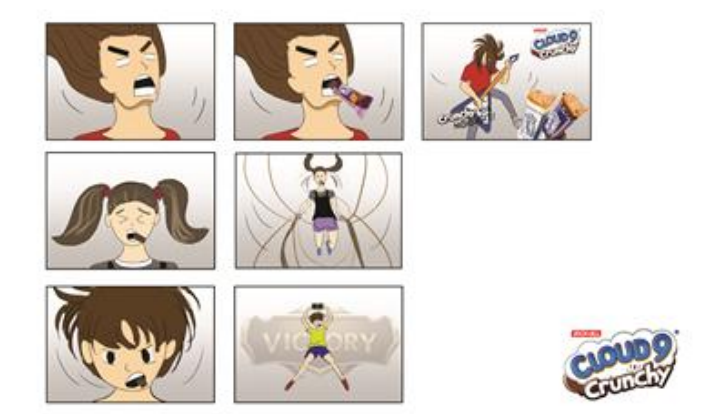
Gambar 3.9 *Storyboard* “Kereta”

Gambar terlampir merupakan *storyboard* bertemakan kereta. Penulis diminta untuk seorang anak laki-laki yang ketagihan dengan mengkonsumsi snack Cloud9. Pemilihan keyword “kereta” pun dilakukan oleh *copywriter* untuk menggambarkan senasi kenikmatan makan yang terus menurus dan tidak putus. Dalam ceritanya, penulis menggambarkan rasa penasaran anak terhadap snack bar. Setelah mencoba snack, anak tersebut lalu membayangkan rasa kenikmatan yang tidak putusnya dengan visual runtutan snack Cloud9 yang menyerupai gerbong kereta. Saking nikmatnya, anak tersebut tanpa sadar telah menghabiskan satu kotak penuh akan snack Cloud9 sehingga dirinya membuka kotak baru untuk melanjutkan rasa nikmatnya memakan snack Cloud9.



Gambar 3.10 Storyboard “Multitasking”

Terlampir adalah *storyboard* dengan tema rambut/ *multi-tasking*. *Copywriter* memberikan skenario berupa. Sama seperti *storyboard* dengan tema adrenalin, penulis diminta untuk tidak langsung menunjukkan produk dari awal untuk membangun rasa penasaran. Pada pembuatannya, penulis diminta untuk menggambarkan seorang anak perempuan yang sedang asik fokus bermain ingin menambah rasa seru dalam permainannya dengan memakan snack Cloud9. Dikarenakan tangannya yang sedang sibuk fokus untuk bermain, anak tersebut menggunakan rambutnya untuk membuka dan memakan snack Cloud9 tanpa melepas tangannya dari permainannya. Dengan memakan snack Cloud9, anak tersebut merasakan keseruan yang lebih serta memenangkan permainan tersebut.



Gambar 3.11 Storyboard “mini-series”

Diatas merupakan *storyboard* untuk *mini series* yang dibawah tema *cliffhanger*. *Coywriter* meminta penulis untuk menggambarkan kekuatan snack Cloud9 untuk membawa situasi yang biasa saja menjadi lebih seru dalam *storyboard* tidak lebih dari 3 panel. Aktifitas yang digambarkan dalam *mini series* ini merupakan aktifitas yang pada umumnya dilakukan oleh anak-anak dalam jangka umur dari target konsumen yang ditetapkan oleh *client*.

Penulis diminta untuk membuat key visual untuk menggambarkan situasi *fun* dimana konsumen bisa menikmati *snack* bar dimana saja dan kapan saja. *Creative* dan *senior art director* pun memberikan ide rambut untuk dikembangkan dalam tema *key visual* ini.





Gambar 3.12 Draft Key Visual

*Key visual* dengan tema rambut (*multitasking*) pun mengalami beberapa perubahan mengikuti arahan revisi yang diberikan oleh *client* maupun internal. Pada desain sebelum revisi, pemilihan model dianggap kurang mewakili target pemasaran dari produk itu sendiri sehingga *client* meminta untuk mengubah model. *Client* dan internal juga memberi masukan untuk memperhalus tekstur dari rambut dikarenakan kurang rapi.

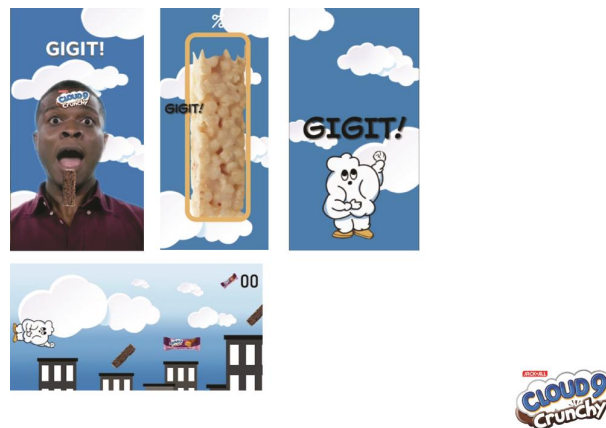


Gambar 3.13 Key Visual Final dengan Revisi

Berikut merupakan versi final *key visual* yang telah disetujui oleh *creative director*. *Client* meminta penulis untuk merubah tekstur akan rambut yang bet menjadi lebih lembut agar terlihat lebih rapi. *Creative director* pun juga memberi masukan untuk kembali menggunakan

komposisi seperti versi pertama dan mengganti model yang lebih mendekati umur target market yang telah ditetapkan. Penulis pun berinisiatif untuk menggambar ulang rambut dengan beberapa brush yang berbeda sehingga berbentuk seperti yang tertera di atas.

Key visual pun diuji kepada target konsumen dan dinilai melalui survei berupa kuisisioner yang disebar oleh *client*. Berdasarkan hasil survey, mayoritas memberikan masukan untuk tidak memegang produk dengan rambut. Maka dari itu, penulis merubah komposisi rambut untuk memegang produk yang identik dengan target konsumen (aktifitas yang biasa dilakukan seperti bermain) dan menggunakan tangan untuk memegang produk.



Gambar 3.14 Konsep *Game Interaktif*

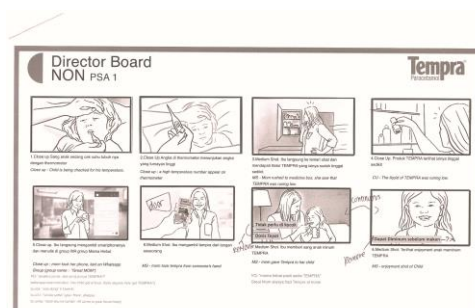
Gambar berikut merupakan konsep game interaktif yang akan di *pitch* untuk keperluan *marketing concept* dari Cloud9. Terdapat 3 jenis konsep yang dibuat berdasarkan brief yang diberikan oleh *creative director*. *Creative director* memberikan ide dengan *keyword* gigit, yang dimana merupakan tema utama dari promosi kemasan baru snack Cloud9 ini. Konsep dari permainan interaktif ini diharapkan dapat meningkatkan *engagement* konsumen terhadap ketertarikan untuk membeli produk Cloud9.

2 dari konsep permainan yang diajukan menggunakan konsep *voice recognition*, dimana konsumen diharuskan menggunakan suara mereka

untuk memenangkan hadiah yang telah ditetapkan. Permainan dengan konsep ini juga mempromosikan *tagline* dari produk, yaitu “sekali digigit, *crunchy*-nya selangit”. Pemain diharuskan untuk meneriakkan “GIGIT!” untuk menyelesaikan permainan. Selain itu, terdapat juga konsep permainan *2D Platform* dengan menggunakan konsep maskot dari snack Cloud9. Konsep ini sendiri diajukan untuk mempromosikan Cloud9 secara *offline*. Konsep berikutnya mengangkat konsep untuk permainan *online*. Penulis membuat konsep mini-game yang menggunakan AR filter, yang nantinya digunakan untuk keperluan promosi di media sosial *Instagram*.

### 3.3.1.2. Asisten Junior Kreatif untuk Produksi Iklan Counterpain dan Tempra

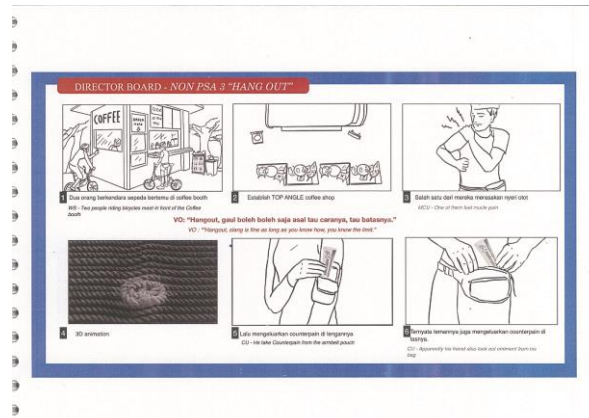
Counterpain dan Tempra merupakan produk keluaran perusahaan Taisho. Pada proyek ini, penulis diberi kesempatan untuk mengikuti dan berpartisipasi sebagai asisten junior kreatif dalam pembuatan iklan kedua produk tersebut. Dalam prosesnya, proyek iklan akan dimulai dengan *pre-production* dalam bentuk PPM dimana agensi akan berkolaborasi dengan *Production House* untuk menyiapkan kebutuhan produksi mulai dari persiapan pemilihan storyboard, talent, narasi, jenis pakaian, atribut, dan lain-lain. Pada tahap PPM juga terdapat negosiasi dengan *client* yaitu perusahaan Taisho dikarenakan adanya persyaratan dan aturan yang diberlakukan oleh BPOM mengenai pemilihan obyek (pada kasus untuk iklan ini adalah pantangan penggunaan obyek rumah sakit), super, narasi dan lain-lain.



Gambar 3.15 *Storyboard* Hasil Rapat PPM



Setelah disetujui oleh *client* dan BPOM, agensi dan PH lalu akan melanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu produksi atau *shooting*. *Shooting* sendiri pada tiap produk memakan waktu sebanyak masing-masing 2 hari. Proyek ini terdiri atas dua jenis iklan, yaitu PSA dan Non PSA. Iklan dengan jenis non-PSA mengutamakan promosi dan penggunaan dari produk yang diiklankan. Untuk iklan dengan jenis PSA sendiri berisikan tentang iklan layanan masyarakat yang tidak mempromosikan produk sama sekali. Untuk kedua produk ini, iklan jenis PSA digunakan untuk mempromosikan informasi seputar bahaya COVID-19 dan cara mencegahnya berdasarkan peraturan pemerintah. *Production House* pun membuat set dan melakukan *shooting* sesuai dengan *storyboard* dan alur cerita yang sudah disepakati.



Gambar 3.16 *Storyboard* versi Direktur

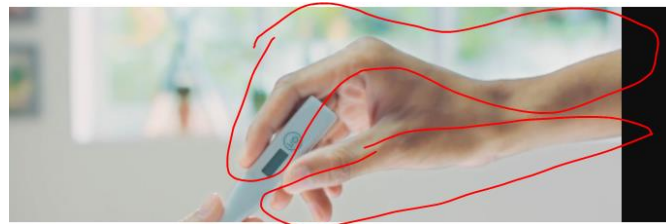
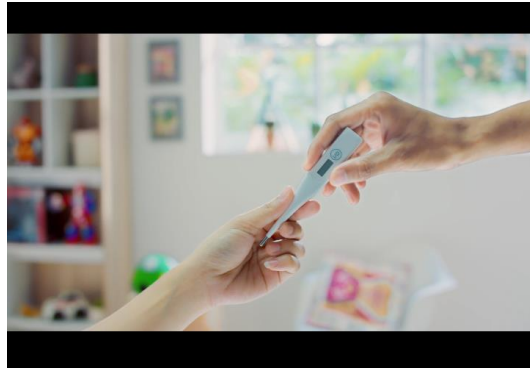


Gambar 3.17 Kegiatan *Shooting*

Langkah selanjutnya merupakan *post-production*, dimana agensi dan melakukan penyesuaian atau *editing* dan melengkapi hasil akhir dengan *grading coloring*, VO atau *Voice Over* dan lain-lain. Penulis berpartisipasi untuk membantu agensi memeriksa pemilihan VO agar sesuai dengan permintaan *client*. Selain itu, penulis juga membantu agensi dalam *skimming editing*, dimana penulis harus menganalisis hasil *editing* sebelum iklan nantinya diberikan kepada *client* untuk ditayangkan dalam media televisi. Untuk kasusnya, proyek Tempra lebih memakan banyak waktu dibandingkan dengan Counterpain sebelum bisa diajukan kepada *client* akibat tipe produk (*liquid*) yang membutuhkan *editing* tambahan serta penggunaan *green screen*.

Hasil analisis pada contohnya adalah ketidaksesuaian warna kulit akibat hasil *grading* yang berlebihan, sehingga harus ada penyesuaian *grading* tambahan, dimana pada satu frame terdapat perbedaan *lighting* yang mencolok sehingga kurang nyaman untuk dilihat.





Gambar 3.18 Hasil *Skimming*

### 3.3.1.3. Hampers Natal untuk Internal

Internal atau agensi memberikan tugas kepada penulis untuk merancang kartu ucapan parcel yang nantinya akan diberikan kepada *client*. Tema yang diberikan oleh agensi adalah natal. Pada tugas ini, penulis membuat dua desain kartu bertemakan obyek dengan topik natal. Agensi pun memilih desain dengan bentuk pohon natal sebagai desain yang akan dikirim ke *client*.



Gambar 3.19 Desain Kartu Ucapan Natal

### **3.3.2. Kendala yang Ditemukan**

Penulis pada proses magang tidak luput dari mengalami kendala. Kendala utama yang ditemui penulis selama kerja magang di Rockstar Archer adalah manajemen waktu, dimana penulis kewalahan membagi waktu untuk pekerjaan yang membuat hasil pekerjaan tidak maksimal. Penulis menghadapi kesulitan atas kurang jelas atau lengkapnya *brief* yang diberikan oleh *creative director / copywriter* dalam memberikan *prompt* visual terhadap penulis. Selain itu, penulis juga mengalami kendala software yang digunakan tidak berjalan dengan baik.

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

Solusi yang dijalankan penulis adalah dengan cara mengatur waktu lebih baik serta berusaha untuk mencicil pekerjaan hingga. Penulis juga berusaha untuk berkonsultasi lebih lagi dengan rekan kerja agar mempermudah pekerjaan penulis dalam membuat desain yang diminta. Untuk persoalan brief yang kurang mendorong penulis untuk meminta masukan dari *copywriter, creative director* dan *client* secara lebih lagi.