

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

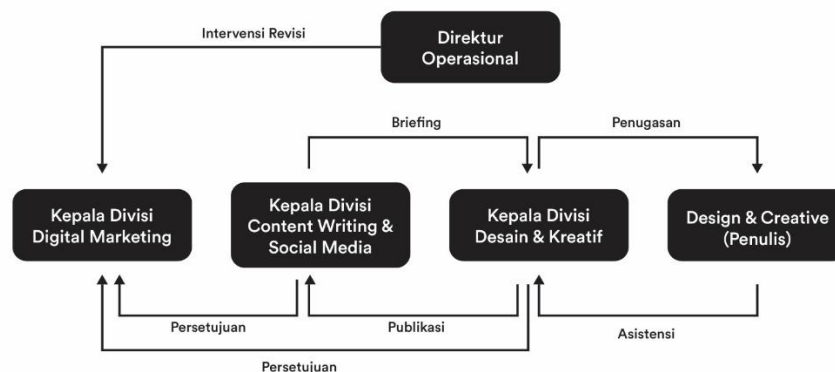
#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut ini adalah penjelasan mengenai kedudukan dan alur koordinasi penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang di divisi digital marketing, dengan sub-divisi Design and Creative sebagai *intern graphic designer*.

##### 1. Kedudukan

Pada saat melaksanakan praktik kerja magang, penulis berada dalam divisi Design and Creative yang merupakan sub-divisi dari Digital Marketing dengan posisi *intern graphic designer*. Tugas penulis selama proses magang adalah merancang desain konten media sosial Finfolk Money dan media sosial dari salah satu program Finfolk Academy, yaitu Bong Chandra Property School (BCPS). Selain itu penulis juga membuat segala keperluan asset visual yang dibutuhkan oleh perusahaan. Dalam melakukan tugas, penulis bekerja dibawah pengawasan pembimbing lapangan Yohana Putri Irene selaku *Head of Graphic Design*.

##### 2. Koordinasi



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi Design & Creative. Alur koordinasi kerja dimulai dari bagian divisi Content Writing & Social Media memberikan *briefing* tentang konten yang perlu

didesain pada hari tersebut kepada kepala divisi Design & Creative (Pembimbing lapangan). Setelah itu informasi tersebut diteruskan kepada penulis sebagai bentuk penugasan untuk merancang desain konten yang sudah didiskusikan sebelumnya. Ketika hasil desain sudah selesai dirancang, penulis melakukan tahap asistensi kepada pembimbing lapangan. Revisi akan dilakukan penulis hingga desain konten tersebut disetujui oleh supervisi dan diteruskan kepada divisi Content Writing & Social Media.

Sebelum dipublikasikan, isi konten dari divisi Content Writing & Social Media dan desain yang dirancang oleh penulis harus mendapatkan persetujuan kepala divisi Digital Marketing terlebih dahulu. Selain konten *carousel post*, penulis juga mendapat beragam tugas dalam bentuk konten lainnya seperti mendesain proposal, *thumbnail* video, *merchandise*, dan lain-lain. Dalam pelaksanaannya, direktur operasional dapat melakukan intervensi untuk memberikan ide konten, masukan, atau menuntut revisi maupun meminta untuk menurunkan konten dari media sosial Finfolk kepada kepala divisi Digital Marketing.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut ini merupakan tugas yang dilaksanakan penulis selama periode magang selama 3 bulan di PT Finfolk Media Nusantara:

Tabel 3. 1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 (14 – 20 Januari 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain cover highlight @finfolkmoney</li> <li>- Daily content feeds IG @realestatebeliever (Sumber Income)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain cover highlight Instagram Finfolk Money</li> <li>- 1 Instagram post BCPS berjumlah 3 slide (carousel)</li> </ul>
2	2 (21 – 27 Januari 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @realestatebeliever</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain quotes u/ konten IG dengan jumlah 2 post</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 Instagram post BCPS berjumlah 5 slide (carousel) tentang KPR Rumah</li> <li>- 1 Instagram post BCPS berjumlah 9 slide (carousel) tentang Leverage Properti</li> </ul>
3	3 (28 Januari – 4 Februari 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Desain feeds &amp; story publikasi Instagram Live @finfolkmoney</li> <li>- Concepting logo Finfolk Class</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menambahkan asset visual foto pada desain konten</li> <li>- Membuat desain digital poster mengenai publikasi untuk IG Live Saham</li> <li>- Merancang konsep logo bernama 'INSPYDER', salah satu Finfolk Class.</li> </ul>
4	4 (4 – 10 Februari 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Desain IG Story @finfolkmoney &amp; @realestatebeliever</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 Instagram post Finfolk berjumlah 7 slide (carousel)</li> <li>- Desain Ucapan CNY Instagram story dengan total jumlah 2 desain.</li> </ul>
5	5 (11 – 17 Februari 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 6 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 7, 7, 9, 9, 9 slide (total 41 slide)</li> </ul>
6	6 (18 – 24 Februari 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain proposal rate card @finfolkmoney</li> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Thumbnail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain proposal digital <i>rate card</i> (jumlah 23 halaman)</li> <li>- 4 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 3, 10, 8, 10, slide (total 31 slide)</li> <li>- Desain Thumbnail YT &amp; IGTV <i>Podcast</i> Finfolk</li> </ul>

7	7 (25 Februari – 3 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain proposal rate card @finfolkmoney</li> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Thumbnail</li> <li>- Daily content feeds IG @realestatebeliever</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan desain proposal digital <i>rate card</i></li> <li>- 2 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 10 dan 5 slide (total 15 slide)</li> <li>- Desain Thumbnail YT &amp; IGTV <i>Podcast</i> Finfolk</li> <li>- 1 Instagram post BCPS berjumlah 9 slide (carousel) tentang Siklus Properti</li> </ul>
8	8 (4 – 10 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Merchandise Design Finfolk Class, Capital Market Playbook (CMP)</li> <li>- Merchandise Design Collaboration Finfolk x Bong Chandra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 7, 5, dan 10 slide (total 22 slide)</li> <li>- Mendesain Merchandise Kit (Totebag, Tumblr, Notebook, Flazz Card, Lanyard)</li> <li>- Mendesain Merchandise berupa tshirt dengan 4 alternatif desain</li> </ul>
9	9 (11 – 17 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Thumbnail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 7, 8 dan 9 slide (total 24 slide)</li> <li>- Desain Thumbnail YT &amp; IGTV <i>Podcast</i> Finfolk</li> </ul>
10	10 (18 – 24 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Thumbnail</li> <li>- Youtube Banner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 10 dan 9 slide (total 19 slide)</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @realestatebeliever</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Thumbnail YT &amp; IGTV <i>Podcast</i> Finfolk</li> <li>- Mendesain Youtube Banner Channel Finfolk Money</li> <li>- 1 Instagram post BCPS berjumlah 9 slide (carousel) tentang McDonald</li> </ul>
11	11 (25 Maret – 31 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Thumbnail</li> <li>- Daily content feeds IG @realestatebeliever</li> <li>- Desain IG Story @finfolkmoney &amp; @realestatebeliever</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 8 dan 9 slide (total 17 slide)</li> <li>- Desain Thumbnail YT &amp; IGTV <i>Podcast</i> Finfolk</li> <li>- 1 Instagram post BCPS berjumlah 8 slide (carousel) tentang Lahan Golf</li> <li>- Desain Ucapan Jumat Agung &amp; Hari Paskah IG story dengan total jumlah 4 desain.</li> </ul>
12	12 (1 - 7 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Thumbnail</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 7 dan 8 slide (total 15 slide)</li> <li>- Desain Thumbnail YT &amp; IGTV <i>Podcast</i> Finfolk dengan jumlah 2 Desain</li> </ul>
13	13 (8 - 14 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daily content feeds IG @realestatebeliever</li> <li>- Daily content feeds IG @finfolkmoney</li> <li>- Desain IG Story</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4 Instagram post Finfolk berjumlah masing-masing 10, 8, 7, dan 6 slide (total 31 slide)</li> </ul>

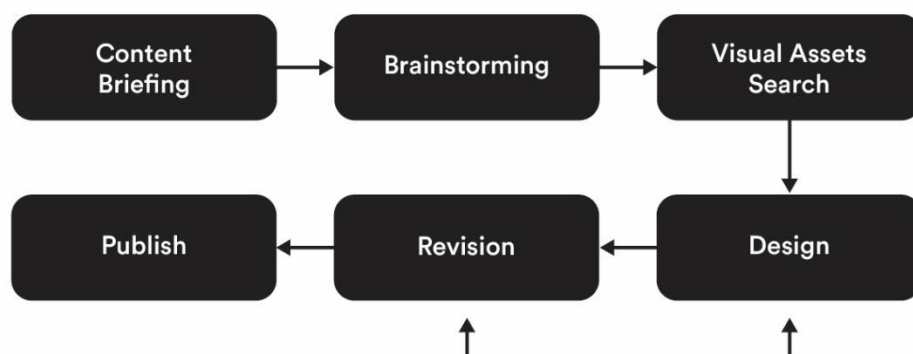
		@realestatebeliever	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 Instagram post BCPS berjumlah 9 slide (carousel) tentang Bitcoin</li> <li>- Desain Story Ucapan Ibadah Puasa</li> </ul>
--	--	---------------------	--

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama 3 bulan pelaksanaan kerja magang di PT Finfock Media Nusantara sebagai *graphic design intern*, penulis telah melakukan beragam pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan visual yang dibutuhkan perusahaan. Penulis memiliki tugas harian untuk mendesain konten sosial media antara lain konten sosial media Bong Chandra Property School (BCPS) dan Finfock Money. Adapun proyek lain yang dipilih penulis dalam laporan ini yaitu perancangan desain proposal digital *brand collaboration* Finfock dan perancangan desain *thumbnail* video Finfock Money.

#### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

Dalam mengerjakan setiap proyek desain, terdapat proses pelaksanaan yang dilalui. Alur pekerjaan penulis selama melakukan pelaksanaan magang di PT Finfock Media Nusantara adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2. Bagan Proses Pelaksanaan Proyek

Proses pelaksanaan dimulai dari pemberian *briefing* konten dari pembimbing lapangan kepada penulis. Setelah menerima *briefing*, penulis kemudian melakukan *brainstorming* agar mendapatkan ide desain untuk merancang konten yang telah diberikan. Karena kebutuhan tampilan visual PT Finfole Media Nusantara mayoritas menggunakan asset visual berupa foto, maka penulis kemudian mencari foto yang cocok untuk digunakan dalam desain nantinya.

Setelah menemukan foto yang sesuai untuk digunakan, penulis memasuki tahapan mendesain konten. Proses desain dan revisi terus dilakukan hingga mendapatkan persetujuan pembimbing lapangan. Pada tahap akhir, konten kemudian dipublikasikan dan digunakan. Berikut merupakan detail proses pelaksanaan magang yang telah dilakukan penulis selama praktik kerja magang pada tanggal 14 Januari – 14 April 2021:

#### **3.3.1.1. Desain Konten Media Sosial Instagram BCPS**

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, Finfole memiliki wadah konvensional yang bernama Finfole Academy untuk memberikan pembelajaran seputar *finance*, salah satunya Bong Chandra Property School. Bong Chandra Property School (atau yang disebut juga BCPS) merupakan sebuah kelas untuk mempelajari bisnis *real estate* yang dimentor langsung oleh Bong Chandra, pendiri Trinita Land yang sudah ahli di bidang properti selama belasan tahun.

Penulis mendapat penugasan untuk merancang desain konten sosial media BCPS sebagai bentuk *brand activation*-nya. Aktivasi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* mengenai kelas BCPS yang merupakan salah satu dari program Finfole Academy serta menginformasikan *batch* kelas yang diadakan pada bulan tertentu. Bentuk konten sosial yang akan dirancang adalah *carousel post* mengenai topik terkini mengenai *real estate*. Berikut ini adalah referensi yang diberikan kepada penulis mengenai referensi *guideline* BCPS.



Gambar 3.3. Referensi *guideline* BCPS  
(Sumber: Finfolek)

Secara keseluruhan desain BCPS memiliki kesan yang minimalis, dengan tiga warna yaitu putih dengan efek tekstur *noise*, kemudian biru dan merah. Sedangkan untuk elemen visual yang digunakan berbentuk *digital imaging* dan tidak menggunakan vektor. *Typeface* yang digunakan juga sudah ditentukan, yaitu DIN, Fira Sans Condensed, dan Cabin Condensed.

Berdasarkan *briefing* yang diterima, dua warna yang menjadi warna utama *guideline* BCPS yaitu merah dan biru harus dibuat menonjol agar terbentuk *branding* yang kuat. Konten media sosial pertama yang akan dirancang penulis berbentuk *carousel infographic*, dengan jumlah 3 slide mengenai 2 sumber *income* dari *real estate*. Isi konten diakses melalui link Google Sheet yang akan diperbaharui oleh pembimbing lapangan apabila terdapat konten terbaru untuk didesain. Untuk konten yang akan didesain ini penulis tidak memulai dari awal, namun melakukan proses eksplorasi visual dari file *guideline* yang sudah ada dengan program Illustrator.

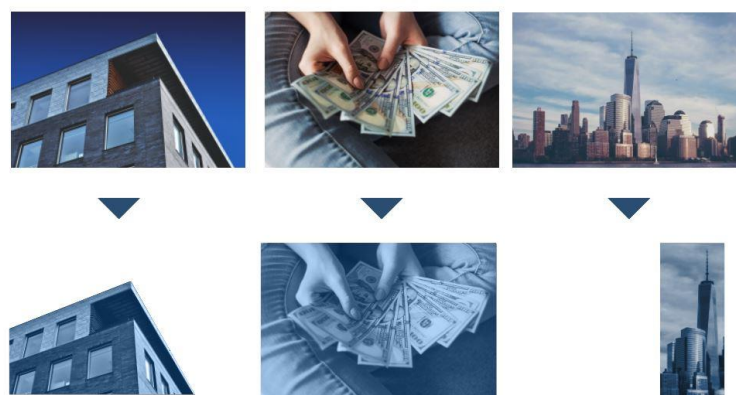


Aktivasi Instagram BCPS				
Ide konten	Isi Konten	Source	Design Link	DONE
Mengenal 2 sumber income dari Real Estate	Cover: Kenalan sama 2 sumber income dari Real Estate Slide 1: Recurring Income. Yaitu pendapat berulang yang didapatkan dari hasil sewa Real Estate. Slide 2: Capital Gain. Yaitu pendapatan dari selisih apresiasi kenaikan harga Real Estate.			
Quotes: Owning a home is a keystone of wealth -- both financial affluence and emotional security	Memiliki rumah adalah kunci dari kekayaan -- kemakmuran dalam finansial juga keamanan emosional  Memiliki properti memberikan kita rasa aman Aman dari segi finansial dan aman dari segi emosional			
Real Estate Fact : Jack Ma	Cover: yang 1 Ini Fakta Seputarnya >>>> (Ada gambar rumah+fotonya Jack Ma) Slide 1: (Judul: 1. Harga Selangit) Jack Ma membelinya di tahun 2015, dengan harga HKD 1,5 miliar. (enter) Jika disetarakan dengan kurs sekarang (Rp 1.800), nilainya setara dengan Rp 2,730 triliun. Slide 2: (Judul: 2. Fasilitas yang Serba Ada) Rumah	<a href="#">Detik: Jack Ma</a>		

Gambar 3.4. Google Sheet *briefing* konten BCPS

Penulis kemudian mencari stok foto yang akan digunakan pada desain konten melalui situs foto gratis seperti Unsplash, Pixabay, dan Pexels. Foto-foto yang dicari berhubungan dengan isi konten. Contohnya foto gedung yang mengilustrasikan *real estate* dan foto uang yang menggambarkan *income*.

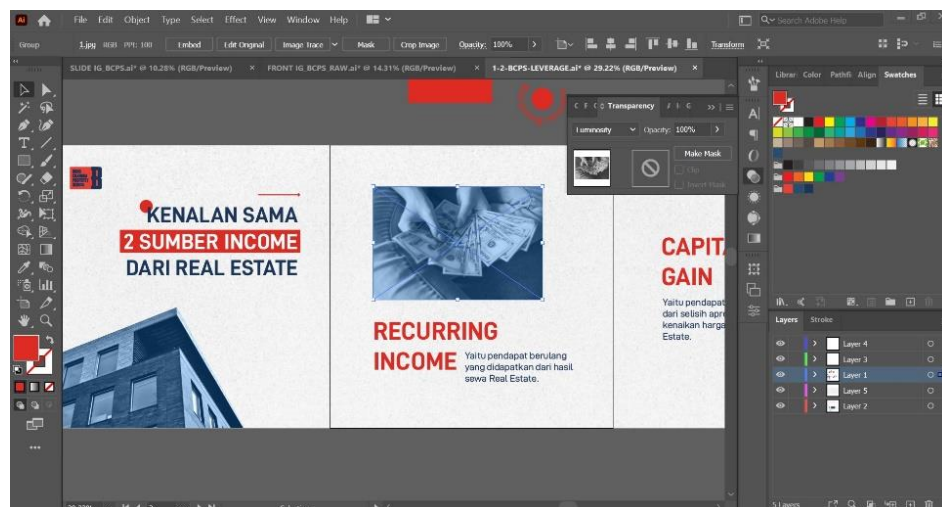
Setelah mendapatkan gambar foto yang diinginkan, penulis melakukan proses *editing* untuk menyesuaikan *tone* foto dengan *guideline* BCPS. Penulis melakukan *cropping* foto sebuah gedung untuk menghilangkan latar belakangnya karena akan digunakan sebagai *cover* konten. *Tone* warna yang digunakan menggunakan warna biru untuk mengikuti *guideline* yang sudah ada.



Gambar 3.5. Proses *editing* foto konten *Income*  
(Sumber: Unsplash)

Proses selanjutnya yang dilakukan penulis adalah merancang *cover* dan isi konten *carousel*. Judul dari konten yang dirancang adalah “Kenalan sama 2 Sumber Income dari Real Estate”. Terdapat *mandatory* untuk meletakkan logo BCPS pada bagian pojok kiri atas pada bagian *cover*. *Typeface* yang digunakan untuk *headline cover* adalah DIN-Bold dan D-DIN Exp sebagai *typeface* body text. Pembimbing lapangan juga meminta untuk menggunakan warna putih sebagai warna latar belakang konten.

Warna yang digunakan sebagai *tone* foto adalah biru sedangkan warna yang digunakan sebagai warna kalimat teks *headline* adalah merah. Sebelumnya penulis telah mencoba untuk menggunakan kombinasi warna yang berkebalikan seperti *tone* foto menggunakan warna merah dan tulisan berwarna biru. Namun hasilnya kurang cocok karena warna merah yang terlalu mendominasi dan membuat mata tidak nyaman.



Gambar 3.6. Proses *editing* cover dan isi konten *Income*

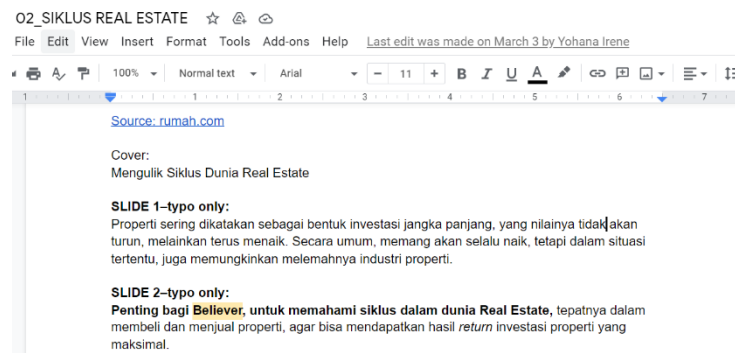
*Layout* desain pada slide pertama dibuat dengan *template* yang berbeda dengan slide kedua agar lebih dinamis dan tidak monoton. Pada slide pertama, gambar foto berada pada bagian atas sedangkan gambar pada slide kedua diletakkan pada bagian kanan desain. Kemudian penulis juga menggunakan blok berwarna merah sebagai *highlight* untuk kalimat “2 Sumber Income” pada *headline cover*. Pemberian *icon* tanda panah

berwarna merah digunakan untuk mengajak audiens menggeser *slide* agar membaca konten yang diberikan. Secara hierarki tipografi pada cover, terdapat *highlight* pada tulisan ‘Sumber *Income*’ sebagai poin utama dari konten. Kemudian pada bagian isi penulis menggunakan *typeface* dengan ukuran yang lebih besar dan warna berbeda untuk *headline*, agar arah baca audiens membaca judul terlebih dulu baru membaca isi konten. Prinsip *balance* juga dapat dilihat pada bagian *cover* dimana peletakkan gambar berada pada bagian kiri agar terlihat lebih seimbang dengan teks judul.



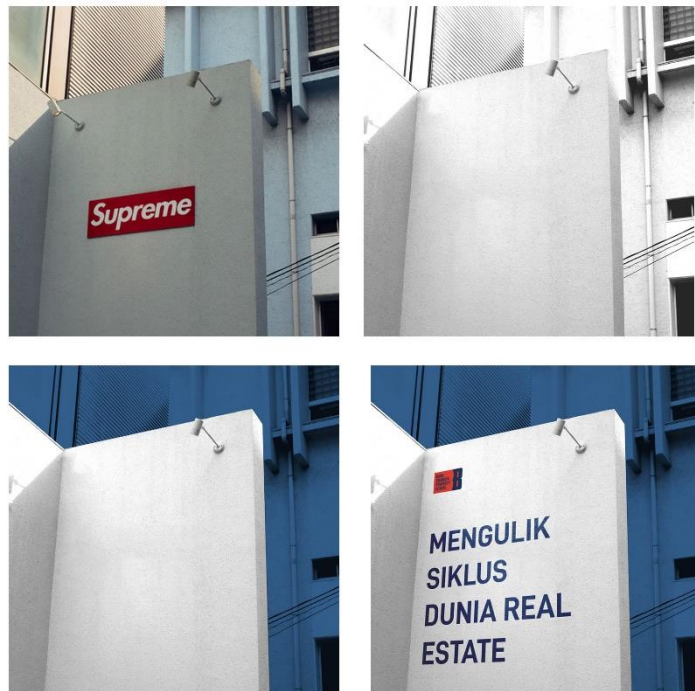
Gambar 3.7. Hasil final konten *Income*

Konten lainnya yang ditugaskan untuk sosial media BCPS adalah *carousel post* berjudul “Mengulik Siklus Dunia Real Estate”. Seiring berjalannya waktu, *briefing* konten tidak lagi dilakukan melalui Google Sheet namun melalui aplikasi Whatsapp dengan pembimbing lapangan. Pada konten kali ini, pembimbing lapangan mengirimkan tautan Google Docs yang berisi *briefing* konten melalui Whatsapp.



Gambar 3.8. Google Docs *briefing* konten Siklus

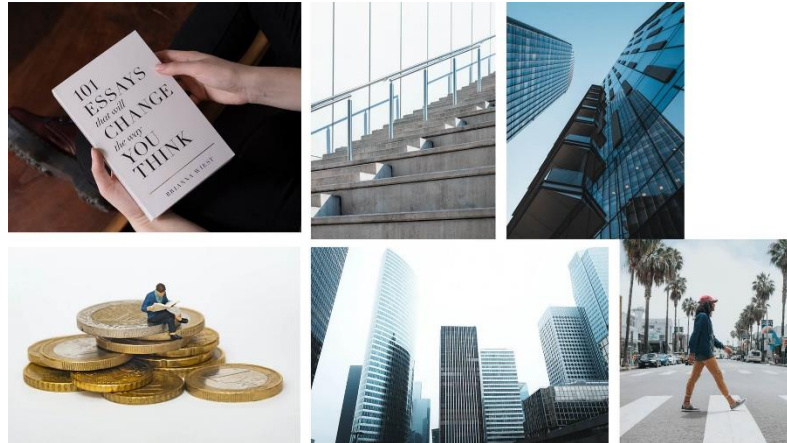
Penulis kemudian mencari foto yang berhubungan dengan isi konten ataupun foto yang cocok ketika diaplikasikan dalam desain. Penulis juga mendapat masukan dari pembimbing lapangan bahwa desain maupun foto yang digunakan tidak harus ‘literal’ sesuai konteks, seperti menggunakan foto uang ketika membahas keuangan namun dapat berupa foto yang minimalis. Selama foto atau desain tersebut cocok ketika diaplikasikan maka tidak masalah. Kali ini penulis mencoba gaya desain *cover* yang berbeda dengan menerapkan fitur *vanishing point* melalui aplikasi Photoshop untuk menciptakan perspektif dan meletakkan *headline* pada bagian dinding foto agar terkesan nyata. Kemudian pada bagian latar belakang selain dinding, penulis menggunakan warna biru dan menggunakan mode *multiply* agar foto latar belakang masih terlihat.



Gambar 3.9. Proses *editing* cover konten Siklus

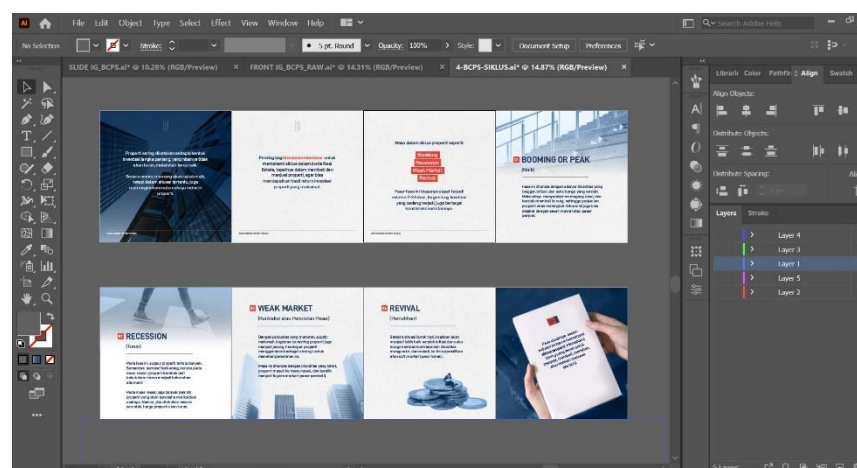
Ketika melakukan proses asistensi dengan pembimbing lapangan, penulis diminta untuk merubah letak logo BCPS menjadi di bagian pojok kiri atas (bukan bagian dinding) namun setelah diterapkan, hasilnya kurang cocok dan akhirnya setelah berdiskusi diputuskan untuk tetap meletakkan

logo pada dinding. Penulis melanjutkan untuk mendesain isi konten yang berjumlah 8 slide. Dilakukan proses *editing* foto pada kumpulan foto yang sudah dipilih untuk menyesuaikan dengan *tone guideline* BCPS.



Gambar 3.10. Kumpulan foto untuk konten Siklus

Setiap foto diberikan *tone* berwarna biru dan dilakukan penghapusan latar belakang (*cropping*) jika dibutuhkan. Kemudian pada foto slide 4 dan 5 diberikan gradasi putih agar tidak terlihat kaku dan tulisan *headline* dapat tetap terbaca. Untuk slide pertama penulis menggunakan warna putih untuk tulisan agar menimbulkan kontras dengan *background* yang berwarna biru.

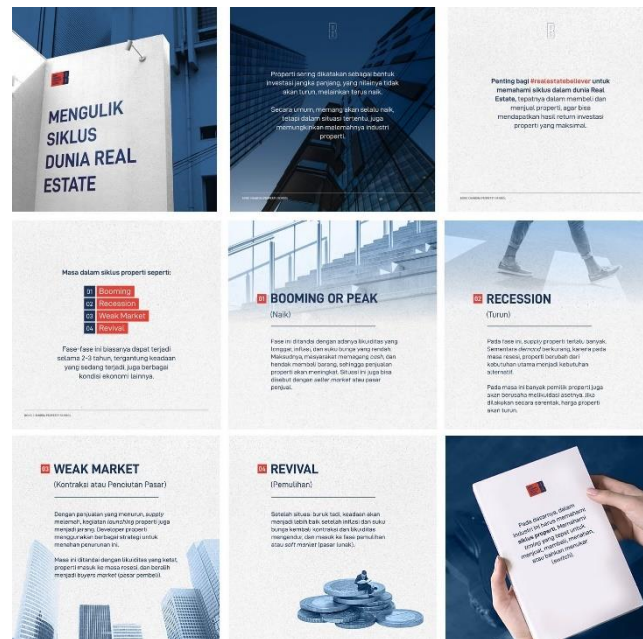


Gambar 3.11. Proses desain konten Siklus

Penulis mengirimkan hasil desain yang sudah selesai pada pembimbing lapangan. Revisi yang diminta oleh pembimbing lapangan



adalah menambahkan nomor pada *list* siklus di bagian slide 3, karena *list* tersebut merupakan urutan sehingga pembaca nantinya dapat paham. Pada konten kali ini juga terdapat hierarki visual secara *tipografi* dengan menggunakan ukuran serta *weight typeface* yang berbeda untuk membedakan *headline* dan *bodytext*.



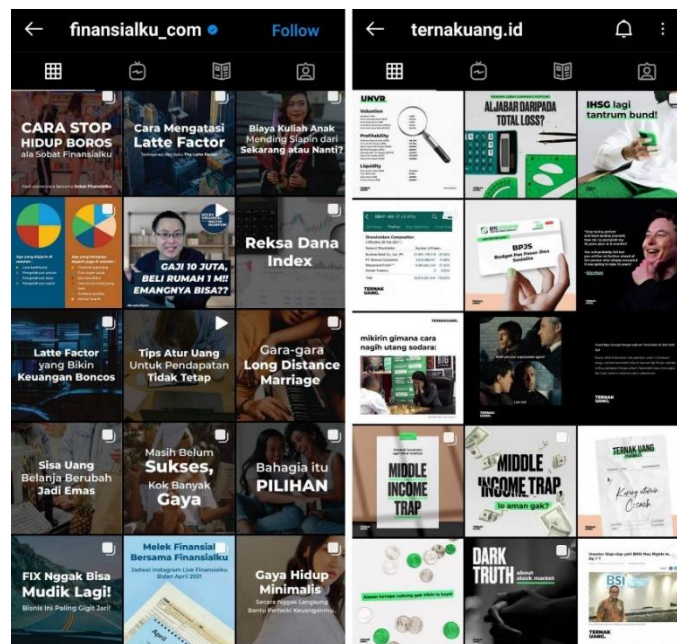
Gambar 3.12. Hasil final konten Siklus

### 3.3.1.2. Desain Konten Media Sosial Instagram Finfock Money

Selain konten BCPS, penulis juga mendapat tugas harian mendesain konten *carousel post* untuk dipublikasikan di Instagram Finfock Money. Setiap harinya Finfock Money selalu mempublikasikan satu konten dengan beragam topik, seperti profil tokoh terkenal, informasi bisnis terkini, investasi, keuangan, hingga kutipan. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditugaskan untuk mendesain konten berjenis *carousel post* dan ucapan hari raya dalam bentuk Instagram Story.

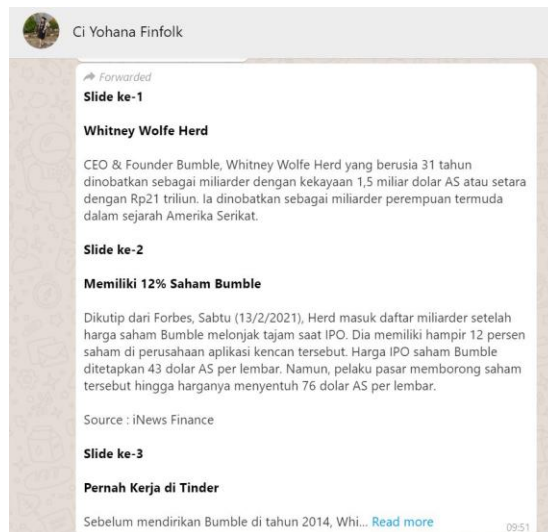
Walaupun secara keseluruhan konten Finfock Money sudah memiliki *template* dan desain yang konsisten, dalam prosesnya penulis juga masih mencari beragam akun yang membahas tentang finansial pada media

Instagram, agar dapat dijadikan referensi visual dalam mendesain konten yang diberikan. Desain konten yang dijadikan referensi adalah jenis gaya desain yang menggunakan foto dan eksplorasi penggunaan elemen *typography*. Beberapa diantaranya yang umum dijadikan referensi visual adalah akun Instagram Ternak Uang dan Finansialku.



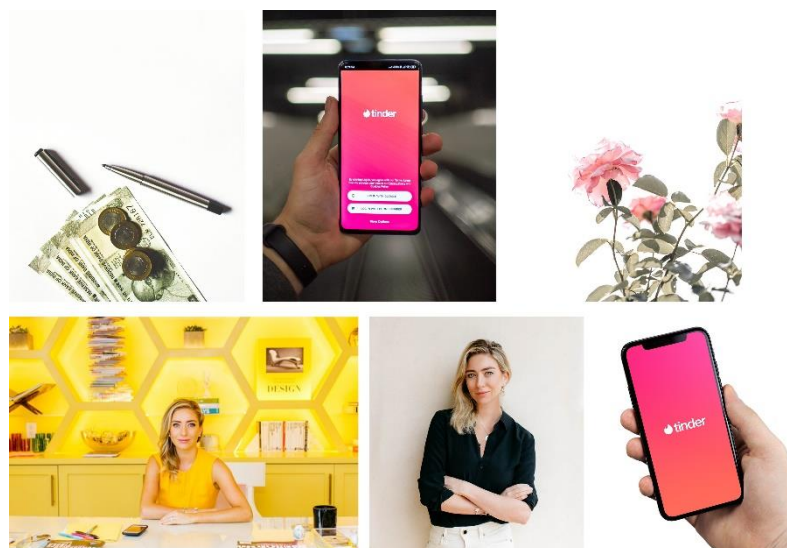
Gambar 3.13. Referensi desain konten  
(Sumber: Instagram @finansialku\_com dan @ternakuang.id)

Dalam laporan ini penulis akan membahas desain konten mengenai profil tokoh terkenal yaitu Whitney Wolfe Herd, *founder* dan CEO Aplikasi kencan Bumble. *Briefing* diberikan melalui aplikasi Whatsapp dengan rincian isi konten pada setiap slide. Terkadang *briefing* isi konten diberikan terlebih dahulu, kemudian beberapa jam setelahnya barulah diberikan *copywriting* judul untuk *cover* konten. Dalam perancangan desain konten Finfolk Money penulis menggunakan *template* berupa file Illustrator dan file Photoshop untuk *cover* yang diberikan oleh pembimbing lapangan, namun elemen foto menyesuaikan dengan *layout* yang didesain.



Gambar 3.14. *Brief* konten *carousel post* Bumble

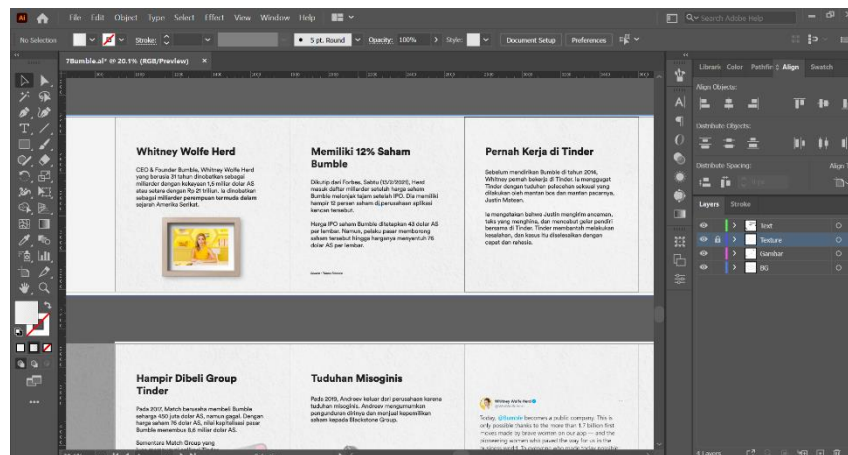
Setelah memahami *briefing*, penulis mencari foto-foto yang akan digunakan dan kemudian diletakkan pada tiap slide. Foto yang digunakan tidak harus berhubungan dengan *copywriting* pada slide tersebut namun selama cocok diaplikasikan maka tidak menjadi masalah. Penulis juga mencari foto yang menampilkan UI aplikasi Tinder karena dalam beberapa slide, terdapat konten yang membahas tentang aplikasi Tinder.



Gambar 3.15. Kumpulan foto untuk konten Bumble  
(Sumber: Harpers Bazaar, Deadline, Unsplash)



Agar tidak monoton, foto tokoh diaplikasikan dalam bentuk *mockup* berupa frame foto yang diletakkan pada bagian slide pertama. Untuk menggunakan *typeface*, penulis menggunakan *typeface* yang sudah ditetapkan oleh *guideline* Finfolk Money yaitu Circular Std Black untuk *headline* dan Circular Std Book untuk *body text*. Apabila terdapat sumber informasi konten, maka diletakkan pada bagian kiri bawah.



Gambar 3.16. Proses desain konten Bumble

Setelah selesai mendesain isi konten, penulis melanjutkan untuk mendesain *cover* konten *carousel post* Bumble. Judul konten yang diberikan adalah “Wanita ini Jadi Miliarder Sekaligus Penyelamat Para Jomblo”. Konsep *cover* yang *briefing* oleh pembimbing lapangan adalah desain minimalis, terdapat foto CEO Bumble, UI Bumble dan berlatar belakang terang. Penulis kemudian mencari foto yang dapat digunakan sebagai latar belakang dan mengaplikasikan tampilan UI Bumble ke *mockup* ponsel.

Penulis melakukan proses *editing* untuk menghilangkan latar belakang foto CEO Bumble. Warna kuning pada foto latar belakang disesuaikan menjadi warna yang sama dengan warna kuning milik *brand* Bumble. Pada *copywriting* judul diberikan blok berwarna hitam pada kalimat ‘Penyelamat para Jomblo’ sebagai bentuk *highlight* kalimat.



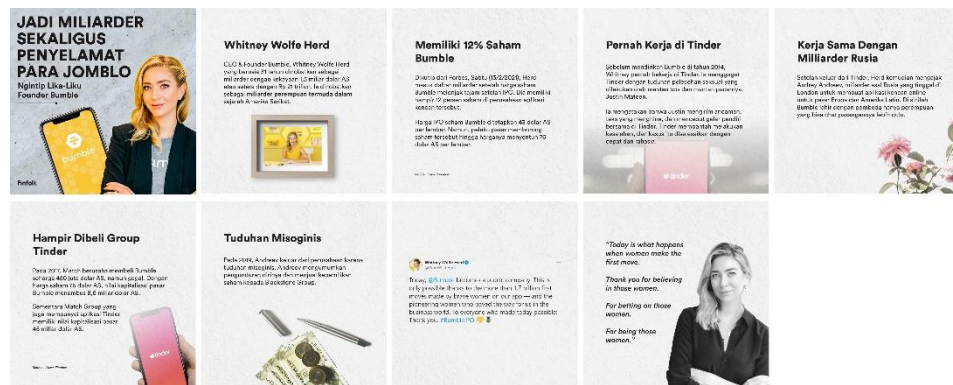
Gambar 3.17. Proses *editing* konten *cover* Bumble

Penulis meletakkan elemen visual tampilan UI Bumble dan Foto CEO Bumble secara berdekatan untuk memenuhi prinsip gestalt *proximity* agar kedua foto tersebut dilihat menjadi satu kesatuan. Penulis kemudian mengirimkan hasil desain yang sudah selesai kepada pembimbing lapangan. Terdapat beberapa revisi susunan kalimat pada isi konten yang telah didesain. Kemudian penulis juga diminta untuk mengganti tampilan ponsel menjadi tampilan profil dalam aplikasi Bumble. Warna kuning pada bagian latar belakang juga diminta untuk dihilangkan sehingga tampilannya menjadi *texture* tembok berwarna abu saja agar terlihat lebih minimalis. Selain itu terdapat revisi pada *copywriting* judul menjadi “Jadi Miliarder Sekaligus Penyelamat Para Jomblo, Ngintip Lika-Liku Founder Bumble”.



Gambar 3.18. Proses revisi *editing* konten *cover* Bumble

Dilakukan komposisi ulang terhadap elemen visual pada *cover* karena adanya perubahan judul. Tulisan “Ngintip Lika-Liku Founder Bumble” menjadi *sub-headline* dengan ukuran yang lebih kecil dibanding *headline*. Penulis memberikan masukan mengenai *cover* yang sebaiknya menggunakan UI logo bumble saja dan beberapa hal lainnya. Setelah melakukan diskusi dengan pembimbing lapangan, akhirnya *mockup* UI yang digunakan tetap seperti desain awal. Hasil final desain *cover* memiliki foto CEO dengan ukuran yang lebih kecil agar gambar *mockup* UI memiliki ruang yang lebih besar.



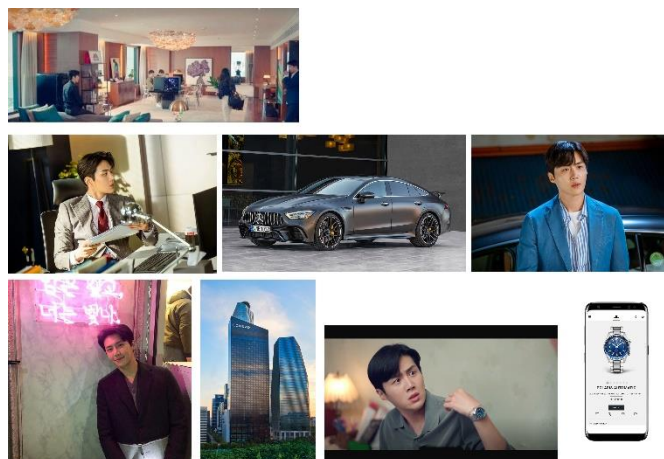
Gambar 3.19. Hasil final konten Bumble

Selain mempublikasikan konten harian yang membahas informasi terkini, Finfock Money juga memiliki konten kolaborasi dengan *brand* lainnya melalui pendekatan *soft selling*. Penulis ditugaskan untuk mendesain konten kolaborasi dengan Trinita Land, yaitu mempromosikan apartemen The Smith. Selain menerima *briefing* isi konten, penulis juga dikirimkan *e-brochure* tampilan apartemen The Smith sebagai bahan stok foto untuk diletakkan dalam konten. Judul konten kolaborasi dengan Trinita Land adalah “Intip Barang Mewah Milik Han Ji Pyeong, Sosok Investor Panutan Millennials”. Penulis kemudian mencari foto-foto yang berhubungan dengan isi konten dan mengerjakan desain *cover* konten kolaborasi terlebih dahulu.



Gambar 3.20. Proses *editing cover* konten kolaborasi Trinit Land  
(Sumber: Soompi)

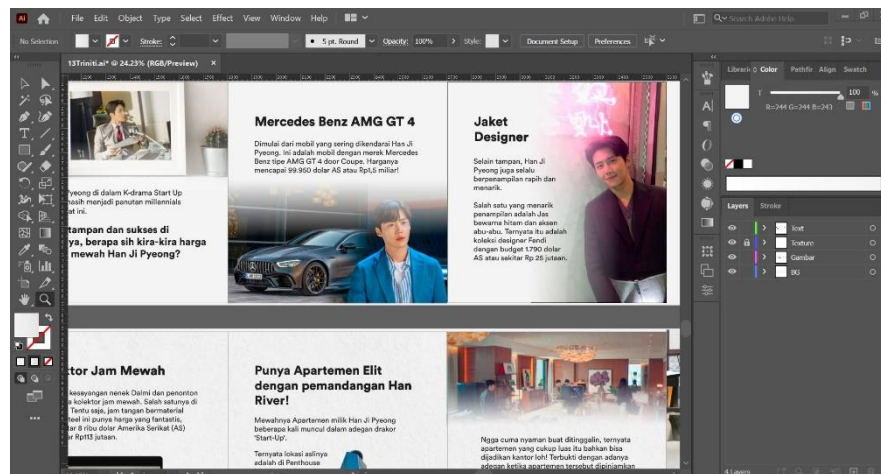
Penulis mencari foto tokoh Han Ji Pyeong dari drama korea Start-up untuk dijadikan *cover*. Setelah mendapatkan foto yang cocok, penulis melakukan proses *editing* untuk memperbesar gambar, meningkatkan *brightness*, serta mengubah warna dinding menjadi putih sebagai tempat untuk meletakkan kalimat judul. Warna dinding pada foto aslinya yaitu warna oranye tidak digunakan, karena nantinya judul akan susah dibaca apabila tulisan judul berwarna hitam. Terdapat *mandatory* untuk meletakkan *logotype* Finfole pada bagian bawah setiap *cover*.



Gambar 3.21. Foto untuk konten kolaborasi Trinit Land

Karena pada konten kali ini membahas tokoh tertentu, penulis tidak dapat menemukan foto di situs stok foto gratis seperti Unsplash, sehingga

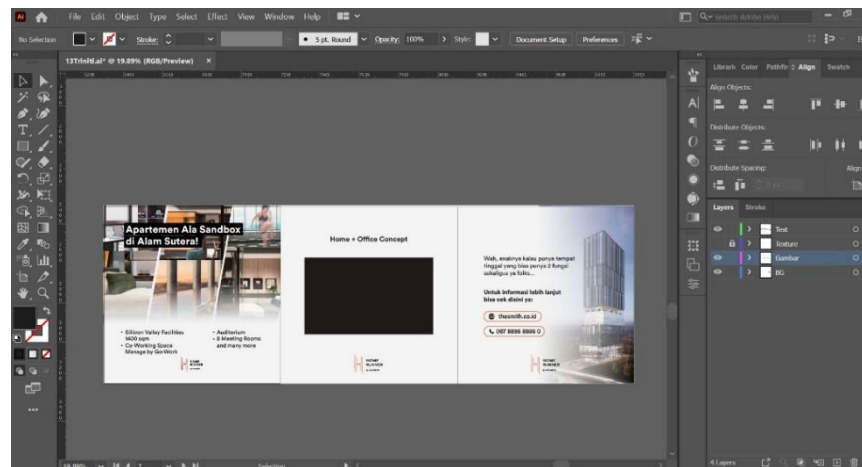
penulis mencari foto melalui situs *search engine*. Foto-foto yang digunakan berhubungan dengan setiap isi konten. Contohnya ketika membahas harga kendaraan mobil, foto yang digunakan adalah foto kendaraan mobil yang dimaksud. Untuk menjelaskan konten yang membahas gedung, penulis melakukan proses *editing* foto gedung tersebut untuk menghilangkan latar belakang agar lebih rapi ketika diletakkan pada desain konten. Pada bagian slide yang membahas harga jam tangan, penulis mencari adegan ketika tokoh Han Ji Pyeong menggunakan jam tangan dalam drama tersebut dan memasukkan foto produk jam tangannya ke dalam slide.



Gambar 3.22. Proses desain konten kolaborasi Trinit Land

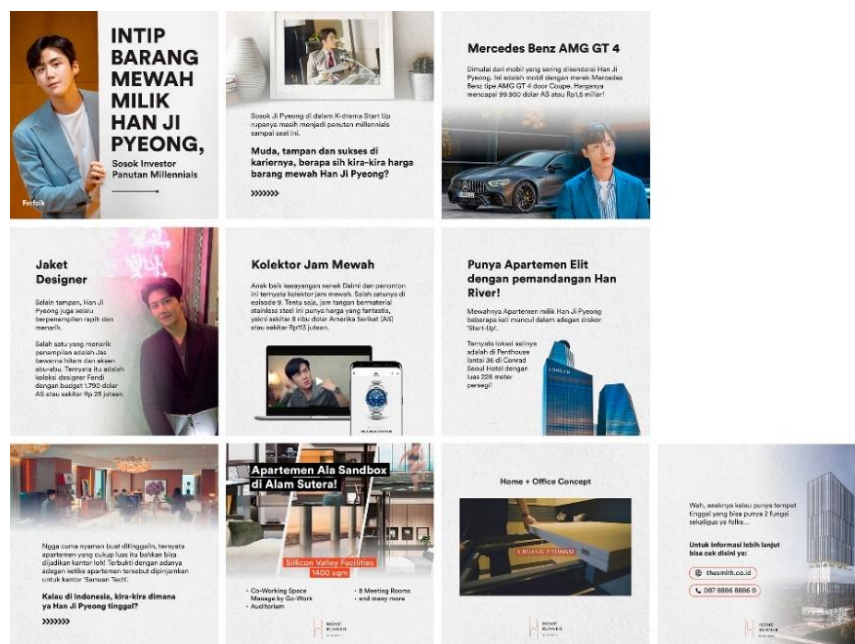
Kemudian penulis melanjutkan untuk mendesain konten promosi Trinit Land. Konten promosi berjumlah 3 slide di bagian akhir berisi informasi mengenai apartemen The Smith. Penulis kemudian mengakses *e-brochure* untuk mencari foto-foto fasilitas yang cocok untuk dimasukkan ke dalam desain slide. Dalam detail *brief* juga diminta untuk memasukkan logo apartemen pada bagian tengah bawah di 3 slide terakhir. Untuk slide ke-9 penulis diminta untuk memasukkan video, sehingga aplikasi Illustrator hanya digunakan untuk membuat *template* yang terdiri dari logo dan *headline* “Home + Office Concept”. Penulis menggunakan aplikasi After Effect untuk memasukkan video apartemen The Smith.





Gambar 3.23. Proses desain 3 slide terakhir

Penulis kemudian mengirimkan hasil desain ke pembimbing lapangan. Terdapat revisi pada slide penjelasan apartemen The Smith untuk memindahkan poin “Silicon Valley Facilities 1400 sqm” agar diletakkan pada bagian tengah dengan ukuran yang lebih besar. Berikut ini adalah hasil final dari konten kolaborasi Finfock dengan Trinit Land. Tampilan *cover* memiliki keseimbangan dengan komposisi foto pada bagian kiri dan *headline* pada bagian kanan.



Gambar 3.24. Hasil desain konten kolaborasi Trinit Land

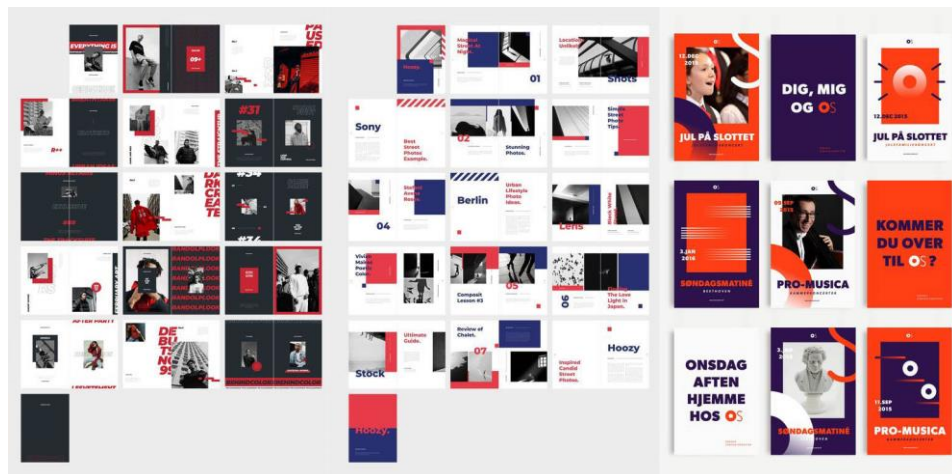
### 3.3.1.3. Perancangan Desain Proposal Finfolek Money

Finfolek Money terbuka dengan berbagai macam *brand* yang ingin mengadakan kerjasama untuk mempromosikan produk tertentu maupun meningkatkan *awareness* perusahaan mereka. Bentuk konten kolaborasi dapat dipilih mulai dari media Instagram Feeds, Instagram Story, dan dapat melalui *Podcast* Finfolek. Penulis mendapatkan *briefing* untuk mendesain ulang proposal digital *brand collaboration* Finfolek Money. Proposal yang akan dirancang ini diminta untuk digabungkan dengan proposal *rate card podcast* Finfolek. Berikut ini adalah tampilan proposal *brand collaboration* dan *podcast* sebelumnya.



Gambar 3.25. Tampilan proposal brand dan *podcast* Finfolek sebelumnya

Dalam proyek perancangan proposal ini tidak terdapat ketentuan yang harus diikuti, hanya merancang ulang proposal sebelumnya. Pembimbing lapangan juga memberikan beberapa referensi desain yang dapat menjadi acuan dalam perancangan desain proposal. Kata kunci yang diberikan adalah *minimalist* dan *bold*.



Gambar 3.26. Referensi visual desain proposal Finfock  
(Sumber: Creative Market, Pinterest)

Proposal *brand collaboration* yang didesain berjumlah 23 halaman. Karena pengerjaan proposal dilakukan bersamaan dengan desain konten harian, penulis diberikan waktu pengerjaan desain proposal selama dua minggu. Warna yang penulis gunakan dalam desain proposal disesuaikan dengan warna *brand* Finfock yaitu biru dan merah, dengan tambahkan warna putih, hitam, dan kuning agar lebih bervariasi.

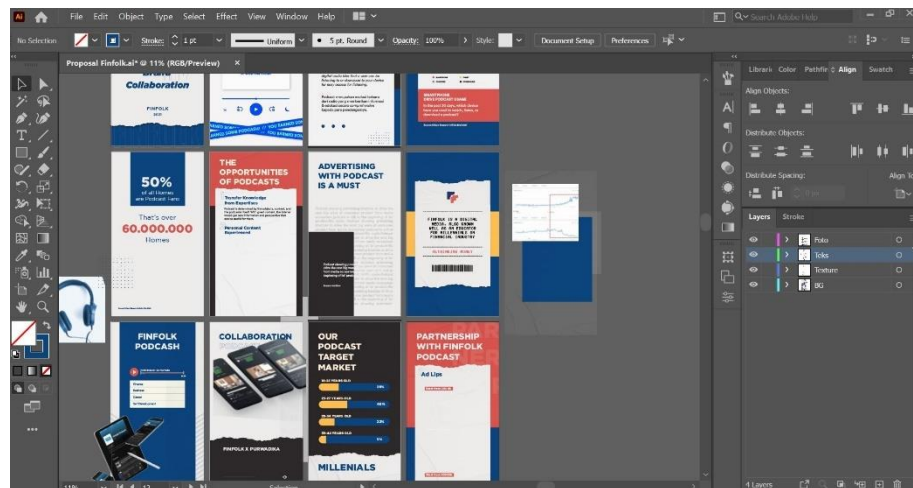


Gambar 3.27. *Color palette* desain proposal Finfock

Halaman-halaman awal dimulai dari mendesain ulang proposal *rate card podcast* Finfock. Penulis mengambil data-data tulisan dari proposal sebelumnya yang berbentuk pdf. Sebisa mungkin, penulis memaksimalkan penggunaan gambar dalam proposal agar terlihat lebih menarik dan tidak terdiri dari tulisan saja. Setiap halaman diberikan elemen tekstur kertas agar tidak polos. Foto-foto pendukung akan diedit untuk menyesuaikan *tone* warna sesuai dengan *color palette* yang sudah ditentukan. Dalam proposal



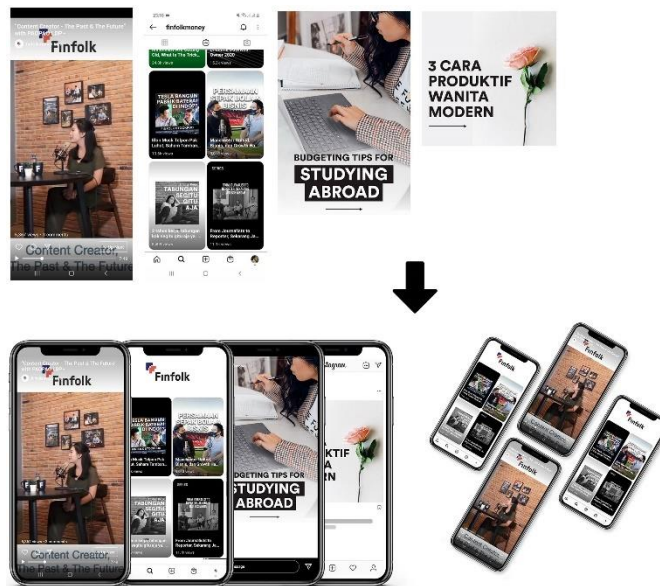
sebelumnya terdapat foto *mockup* sebagai elemen pendukung di proposal. Penulis menggunakan kembali foto *mockup* tersebut karena masih terlihat baik dan juga salah satu bentuk efisiensi waktu agar tidak perlu membuat ulang *mockup* nya.



Gambar 3.28. Proses pengerjaan desain proposal *podcast* Finfolek

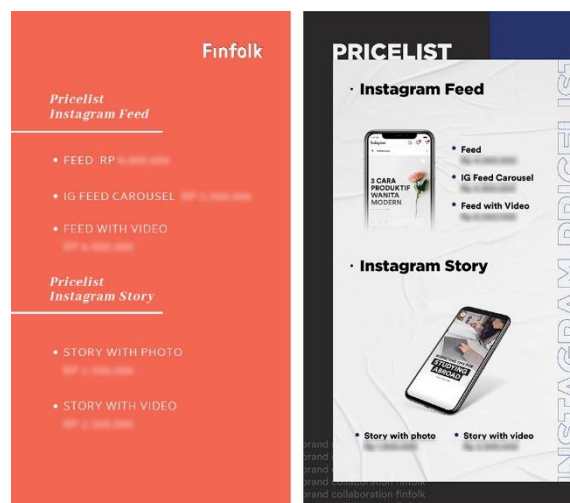
Setelah selesai mendesain ulang proposal *rate card podcast* Finfolek, desain proposal dilanjutkan dengan mendesain proposal *brand collaboration*. Penulis juga mengambil data-data tulisan dari proposal sebelumnya yang berbentuk pdf. Karena pada proposal *brand collaboration* yang sebelumnya tidak memiliki banyak gambar, penulis membuat desain *mockup* untuk diletakkan pada desain agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh *brand* yang membaca proposal tersebut.

Terdapat beberapa tampilan *screen mockup* yang menggunakan *template* saja sehingga penulis membuat ulang *screen* tersebut agar terlihat lebih rapi dan sesuai. Penulis mengambil *screenshot* pada media IGTV Finfolek dan mendesain *template screen* baru dan mengaplikasikannya dalam *mockup* untuk diletakkan pada proposal. Berikut ini adalah proses mengaplikasikan *screenshot* IGTV dan desain *template* contoh Instagram story serta feeds menjadi *mockup*.



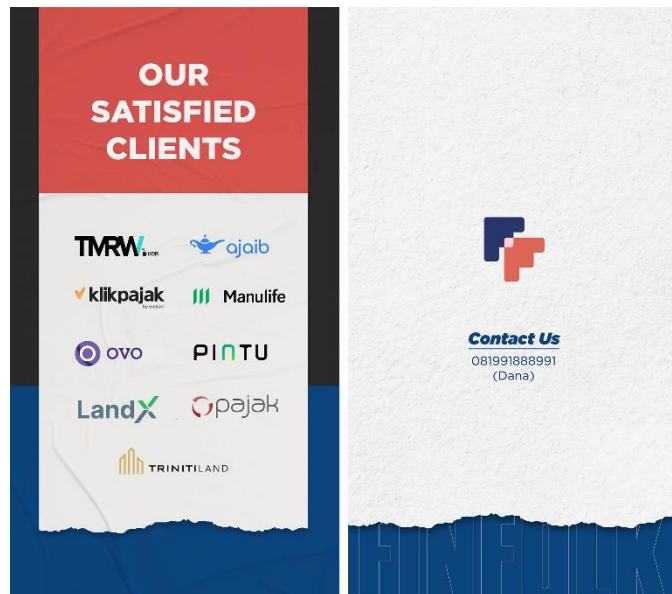
Gambar 3.29. Proses pengaplikasian *screenshot* menjadi *mockup*

Setelah menyelesaikan kebutuhan elemen visual untuk proposal, penulis melakukan proses *layouting* dan melakukan eksplorasi visual pada setiap halaman proposal untuk menemukan tampilan desain yang paling tepat. Mayoritas halaman yang memiliki banyak kalimat menggunakan latar belakang berwarna putih agar membuat mata nyaman membaca kalimat di halaman tersebut. Berikut ini adalah contoh perbandingan visualisasi antara proposal yang lama dengan proposal baru.



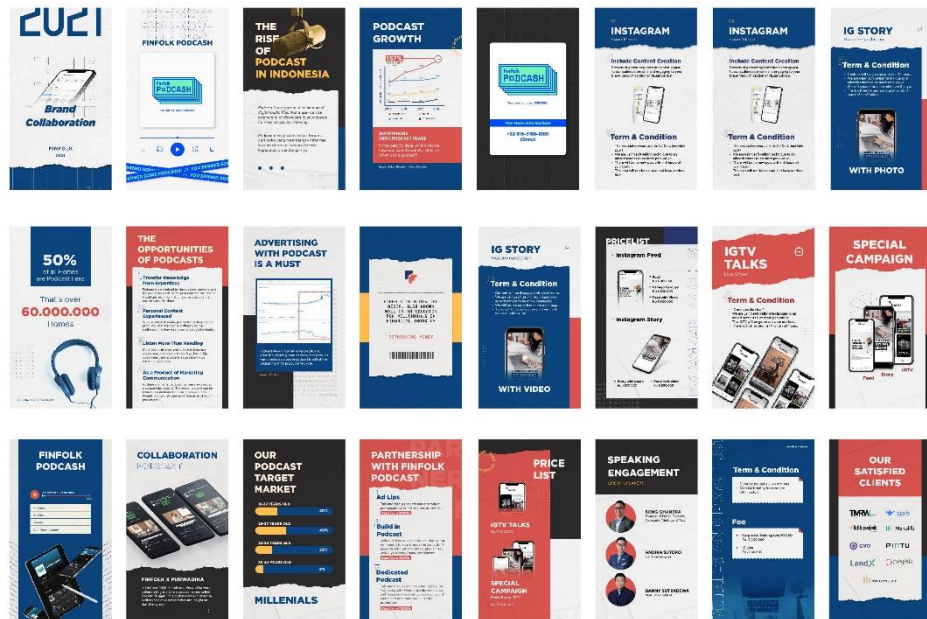
Gambar 3.30. Perbandingan tampilan visualisasi proposal

Penulis mengirimkan hasil desain proposal yang sudah selesai ke pembimbing lapangan dalam format pdf. Tidak terdapat revisi pada proposal yang telah dirancang namun pembimbing lapangan meminta menambahkan halaman baru berisi logo-logo *brand* yang telah bekerja sama dengan Finfolk sebelumnya. *Headline* untuk halaman tersebut adalah ‘Our Satisfied Clients’. Penulis juga diminta untuk membuat *cover* penutup, dengan tambahan tulisan ‘Contact Us’. Penulis mencari logo *brand* pada situs *search engine* dan memasukkannya ke dalam halaman proposal.



Gambar 3.31. Penambahan halaman proposal

Dilakukan proses asistensi desain terhadap halaman tambahan yang diminta oleh pembimbing lapangan dan telah mendapatkan persetujuan. Penulis kemudian melakukan pengecekan ulang desain proposal dari halaman awal hingga akhir. Setelah itu penulis mengunggah proposal ke tautan Google Drive yang diberikan pembimbing lapangan dalam bentuk jpeg dan file Illustrator. Total halaman proposal digital yang didesain berjumlah sebanyak 25 halaman.



Gambar 3.32. Hasil final desain proposal

#### 3.3.1.4. Perancangan Desain Thumbnail Channel Finfolk Money

Finfolk Money memiliki program *podcast* yang membahas tentang investasi, seperti investasi saham, emas, maupun *cryptocurrency* dan asset investasi lainnya yang bernama Stockpod. Penulis diminta untuk mengikuti gaya visual *thumbnail* Stockpod yang sudah ada sebelumnya. Berikut ini adalah referensi desain *thumbnail* Stockpod yang telah dipublikasikan.



Gambar 3.33. Desain thumbnail Stockpod  
(Sumber: Youtube Finfolk Money)

Terdapat *template* yang diberikan dari pembimbing lapangan kepada penulis sebagai file asset untuk mendesain *thumbnail*. Aset visual berisi judul, foto *host* dan narasumber, nama program (Finfolk Stockpod), nama narasumber, dan gambar latar belakang video yang berhubungan dengan topik yang sedang dibicarakan. Umumnya gaya visual *thumbnail* memiliki ukuran judul yang besar dan penggunaan dua warna untuk menunjukkan kontras highlight kalimat. Foto *host* dan narasumber diambil dari *screenshot* dari tiap video yang akan dipublikasikan.

Penugasan pertama yang didapat penulis adalah mendesain *thumbnail* dengan judul “IHSG akan Meroket Gara-gara Bank Digital?”. Format yang dibutuhkan terdiri dari ukuran 16:9 untuk *thumbnail* pada media Youtube dan 1:1 untuk *thumbnail* pada media Spotify. Setelah mendapatkan *briefing*, penulis kemudian mencari asset-asset visual yang berhubungan dengan judul *podcast*. Pada *briefing* disebutkan untuk memberikan teks *pop up* berupa kode emiten saham bank digital, yaitu BNBA, ARTO, dan BANK. Penulis kemudian mencari foto gedung bank tersebut sebagai visualisasi dan asset yang akan diletakkan di latar belakang.



Gambar 3.34. Proses *cropping* foto Gedung

Penulis juga melakukan proses *cropping* foto *host* dan narasumber yang didapatkan dari video. Pembimbing lapangan mengirimkan tautan



Google Drive berisi video *Podcast* yang akan diunggah, agar penulis dapat mengambil foto *host* dan narasumber dan diletakkan pada *thumbnail*. Pada bagian desain latar belakang, penulis mengambil elemen-elemen foto dari situs stok foto dengan ketentuan *free for commercial use* maupun dari situs berbayar seperti Envato dan Shutterstock.



Gambar 3.35. Proses pengerjaan desain *thumbnail* 2 Maret

Pada latar belakang terdapat gambar *chart* saham untuk mengikuti *brief* yang diberikan. Sedangkan warna biru dan bentuk lingkaran yang terlihat seperti sistem teknologi digunakan penulis untuk menggambarkan kata ‘digital’ yang terdapat pada judul. Setelah selesai mendesain, penulis mengirimkan hasil desain tersebut kepada pembimbing lapangan. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis kemudian melanjutkan proses desain pada format 1:1 yang akan digunakan di media Spotify. Desain yang digunakan kurang lebih sama, hanya dilakukan beberapa penyesuaian peletakkan asset-asset visual karena ukuran persegi memiliki bidang yang lebih sempit dibanding *landscape*.



Gambar 3.36. Hasil desain *thumbnail* 2 Maret dalam dua format

Penulis kembali mendapatkan *briefing* untuk mendesain *thumbnail* pada tanggal 4 Maret 2021. Judul Stockpod yang akan didesain kali ini adalah “Kode Broker di Hapus, Trader Gimana?”. Seperti proses mendesain *thumbnail* sebelumnya, penulis mencari foto-foto sebagai asset visual yang akan digunakan dalam desain *thumbnail*. Foto *host* dan narasumber yang didapatkan dari video juga akan di *crop* agar dapat digunakan pada desain *thumbnail*. Format yang diminta sama seperti sebelumnya, 16:9 dan 1:1.



Gambar 3.37. Proses pengerjaan desain *thumbnail* 4 Maret

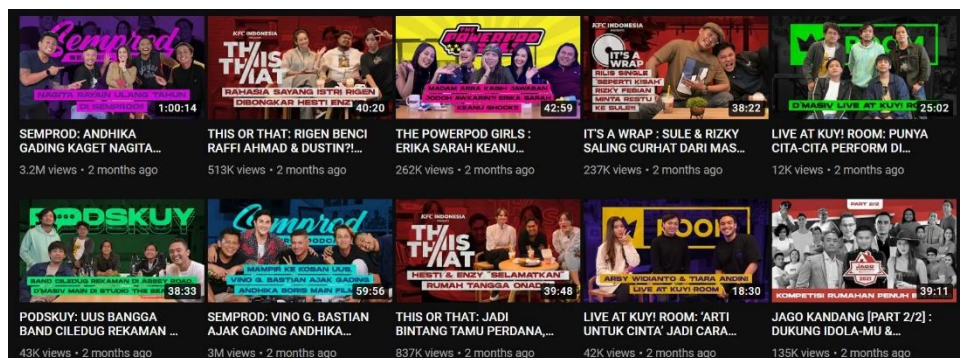
Foto latar belakang penulis dapatkan dari situs Envato. Penulis memilih foto tersebut karena menyesuaikan dengan *briefing* dan judul pada *podcast* kali ini, yaitu mengenai kode broker. Warna latar belakang desain *thumbnail* menggunakan warna hijau agar lebih variatif dan berbeda dari

desain sebelumnya. Penulis juga diminta untuk menambahkan teks *pop up* seperti ‘Money Flow’, ‘Running Trade’, ‘Hajar Kanan’ dan ‘Hajar Kiri’.



Gambar 3.38. Hasil desain *thumbnail* 4 Maret dalam dua format

Pada tanggal 17 Maret 2021, penulis mendapat *briefing* dari pembimbing lapangan untuk mengganti gaya visual desain *thumbnail* stockpod. Visual yang baru nantinya tetap menggunakan asset visual desain yang sama, seperti terdapat foto *host* dan narasumber, nama narasumber, dan judul topik Stockpod dengan hierarki visual yang lebih besar agar dapat menarik perhatian audiens di media yang mereka akses. Penulis kemudian mencari referensi desain untuk merancang desain baru untuk *thumbnail* video *podcast* Stockpod.



Gambar 3.39. Referensi Desain *Thumbnail*  
(Sumber: Youtube KUY Entertainment)

Setelah berdiskusi tentang perancangan desain *thumbnail* dengan pembimbing lapangan, akhirnya referensi tersebut digunakan untuk merancang gaya visual baru untuk *thumbnail* Stockpod. Gaya visual

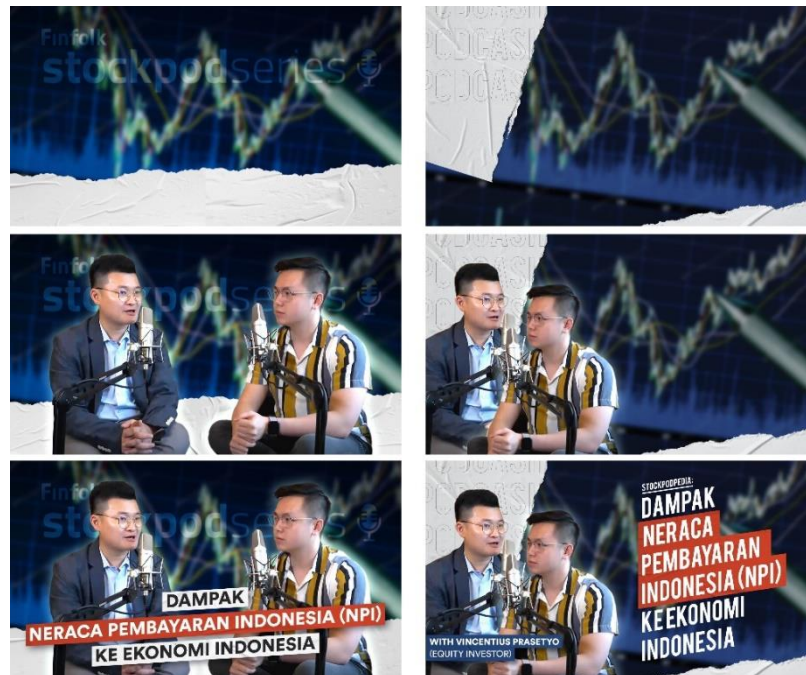


*thumbnail* baru yang dirancang penulis akan langsung diaplikasikan pada *video podcast* yang akan di unggah pada hari tersebut, dengan judul “Dampak Neraca Pembayaran Indonesia (NPI) ke Ekonomi Indonesia”. Penulis melakukan proses sketsa untuk tampilan visual *thumbnail* terbaru.



Gambar 3.40. Tahapan proses sketsa untuk visual *thumbnail*

Setelah mendapatkan gambaran visual dari hasil sketsa, penulis mencari asset berupa elemen kertas dan juga foto grafik saham yang akan digunakan sebagai latar belakang. Penulis juga melakukan proses *cropping* pada foto *host* dan *narasumber* sebagai elemen visual untuk diletakkan pada *thumbnail* baru. Berikut ini adalah proses perancangan tahap digital *thumbnail* Stockpod terbaru.



Gambar 3.41. Hasil desain *thumbnail* terbaru dan alternatifnya

Pada desain pertama (sebelah kiri) peletakkan judul berada pada bagian bawah, dengan penggunaan blok berwarna merah sebagai *highlight* kalimat. Posisi foto narasumber berada pada bagian kiri dan foto *host* pada bagian kanan. Sedangkan untuk desain kedua (sebelah kanan) pembagian porsi visual terlihat lebih simetris karena menyesuaikan dimensi thumbnail yang berbentuk *landscape*. Penulis mengirimkan hasil desain kepada pembimbing lapangan untuk melakukan asistensi dan diskusi. Setelah melakukan diskusi dan mendapat masukan, akhirnya desain yang dipilih adalah alternatif kedua (sebelah kanan). Penulis kemudian melanjutkan proses mendesain format 1:1 untuk media Spotify. Prosesnya kurang lebih sama seperti mendesain *thumbnail* sebelumnya, dilakukan penyesuaian pada setiap asset visual agar terlihat tepat pada format *square*.



Gambar 3.42. Hasil desain *thumbnail* 17 Maret dalam dua format

### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan praktik kerja magang terdapat kendala yang penulis hadapi, seperti pengerjaan desain harian yang terburu-buru. Finfolk merupakan media digital yang membahas tentang informasi atau berita terbaru setiap harinya. Oleh karena itu, konten yang diunggah umumnya menyesuaikan dengan topik *up to date* sehingga tidak terdapat list konten yang dapat dicicil. Tugas konten *multiple post* selalu diberikan secara harian, sehingga penulis tidak dapat menyelesaikan pekerjaan dari jauh hari dan terkadang terburu-buru untuk menyelesaikannya. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas output desain yang dihasilkan dan membutuhkan waktu lebih ketika pengerjaan. Kemudian kendala berikutnya

terdapat pada bagian *copywriting* atau konten. Terkadang *briefing* yang telah diberikan diawal dapat berubah dan tidak pasti sehingga hasil desain yang sudah ada harus dirubah lagi dan disesuaikan desainnya karena perubahan isi konten.

Kendala terakhir adalah masalah komunikasi selama pandemi. Penulis melakukan praktik kerja magang secara WFH (*Work from Home*) sehingga komunikasi dilakukan secara *full online* melalui aplikasi Whatsapp. Proses diskusi mengenai desain terkadang mengalami kesulitan karena hanya melalui chat saja. Hal tersebut dapat menyebabkan miskomunikasi dan kesalahan pada hasil desain, juga membutuhkan waktu lebih karena menunggu waktu respon satu sama lain.

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

Dari kendala-kendala yang dihadapi penulis selama praktik kerja magang, penulis mencari solusi atas kendala tersebut agar pelaksanaan magang berjalan lancar. Setelah beberapa minggu proses magang, penulis menjadi terbiasa dalam mendesain secara cepat untuk memenuhi kebutuhan desain harian dalam waktu yang sempit. Untuk meningkatkan kualitas desain, penulis mengumpulkan berbagai referensi desain agar dapat menjadi acuan dikemudian hari, juga belajar hal teknis seperti bagaimana cara melakukan *crop* foto dengan cepat agar meningkatkan efisiensi waktu dalam mendesain. Menyikapi konten *briefing* yang terkadang berubah, penulis selalu *stand by* dan membuka aplikasi komunikasi dengan pembimbing lapangan agar selalu mengetahui perubahan konten secara cepat dan dapat langsung mengubahnya ketika melakukan proses desain.

Dalam kendala komunikasi, penulis bertanya secara rinci terhadap setiap *briefing*, bentuk desain yang dibutuhkan serta referensinya bila ada yang kurang jelas. Selain itu ketika penulis kebingungan dengan *briefing* maupun revisi yang diberikan, pembimbing lapangan menyediakan waktunya untuk menjelaskan kepada penulis dengan fitur *voice note* maupun *voice call* melalui Whatsapp secara terperinci. Hal tersebut dapat meminimalisir hingga menghindari kesalahan desain konten yang diberikan.