

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Rinku memiliki sistem kedudukan dan koordinasi yang selanjutnya akan penulis jabarkan sebagai berikut:

3.1.1. Kedudukan

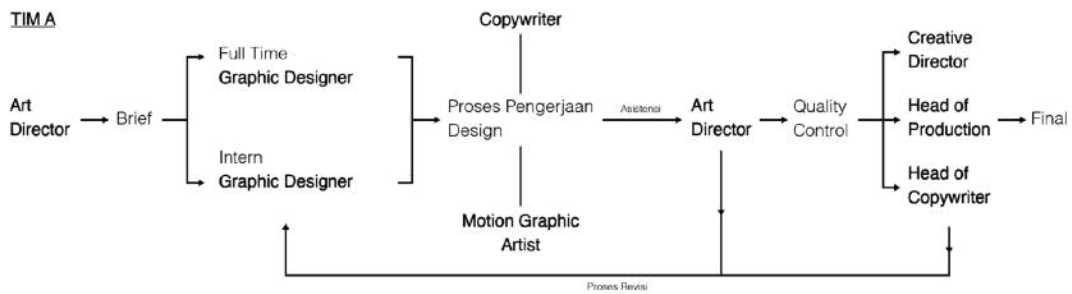
Selama menjalani proses magang di Rinku, penulis mengemban tanggung jawab sebagai seorang *graphic design intern* di bawah bimbingan *art director* Barisa Yedija. Selama proses desain berlangsung, penulis banyak berasosiasi dengan *copywriter* dan *motion artist*, lalu melakukan asistensi desain kepada *art director* dan jajaran tim *quality control* (*creative director*, *head copywriter*, dan *head of production*). Kedudukan penulis sebagai *graphic design intern* dan *graphic designer* tetap memiliki beban tanggung jawab yang tidak jauh berbeda.

3.1.2. Koordinasi

Penulis sebagai *graphic design intern* di Rinku berkesempatan untuk mengambil tanggung jawab di 3 tim yang berbeda, yang selanjutnya akan penulis sebut sebagai tim A, tim B, dan tim C. Peran penulis di masing-masing tim memiliki cara kerja dan koordinasi yang berbeda.

Peran penulis pada tim A, yaitu penulis menerima *monthly brief* melalui *art director* berupa *content plan* yang sudah dibagikan melalui Google Drive. Biasanya *content plan* yang sudah dibagikan sudah mencakup *copywriting* dan aset grafis yang dibutuhkan untuk keperluan proses mendesain. Apabila dirasa ada kekurangan dalam hal *copywriting*, maka penulis sebagai *graphic design intern* akan berkoordinasi dengan *copywriter* untuk kelengkapan *copywriting*. Selain dengan *copywriter*, penulis juga melakukan koordinasi dengan *motion artist* untuk bagian desain yang membutuhkan *motion graphic*. Setelah menyelesaikan kebutuhan desain untuk *monthly brief*, penulis akan melakukan asistensi desain

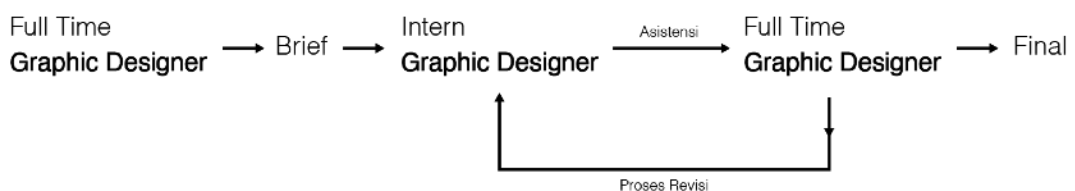
kepada *art director* dan kemudian hasil desain diteruskan kepada tim *quality control* yang terdiri atas *creative director*, *head copywriter*, dan *head of production* untuk dilakukan *approval* pada *content plan* yang sudah di desain. Penulis dapat menerima revisi desain baik dari *art director* maupun dari tim *quality control*.



Gambar 2.4. Koordinasi Rinku (Tim A)

Peran penulis pada tim B adalah saat *graphic design intern* dibutuhkan untuk membantu *graphic designer* tetap di Rinku. Biasanya cakupan desain yang dibuat oleh *graphic design intern* selama penulis magang di Rinku adalah berupa poster hari raya besar. Penulis menerima potongan *brief* dan *brand guideline* dari *graphic designer* tetap, kemudian penulis mendesain berdasarkan *brief* yang diberikan, lalu penulis melakukan asistensi dan revisi kepada *graphic designer* tetap di Rinku.

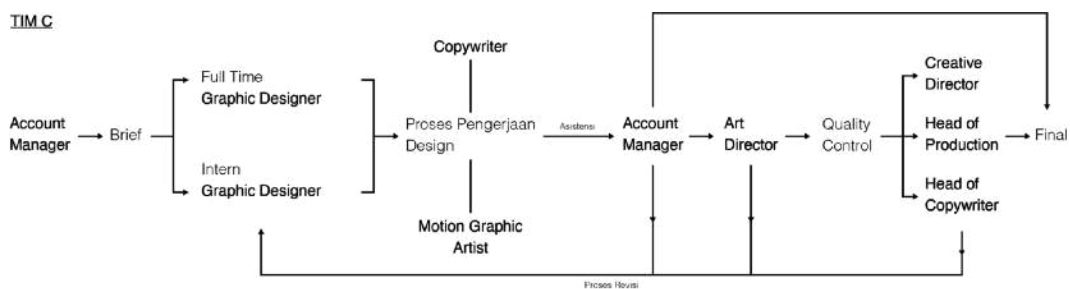
TIM B



Gambar 2.5. Koordinasi Rinku (Tim B)

Pada tim C, penulis menerima *monthly brief* dari *account manager* melalui *content plan* di Google Drive. Kemudian selama berjalannya pengerjaan desain, penulis bisa berasosiasi dengan *copywriter* dan *motion artist* untuk keperluan

copywriting dan *motion graphic*. Lalu setelah itu penulis melakukan asistensi kepada *account manager*, apabila *account manager* tidak memberikan revisi, maka desain yang diberikan sudah *final*. Namun apabila dari *account manager* merasa desain yang diasistensikan masih dibutuhkan revisi, desain akan diteruskan kepada *art director* dan tim *quality control*. Pada tahap ini, penulis sebagai *graphic design intern* dapat menerima revisi dari *account manager*, *art director*, dan tim *quality control*.



Gambar 2.6. Koordinasi Rinku (Tim C)

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah penjabaran pekerjaan yang dilakukan penulis sebagai *graphic design intern* di Rinku:

Tabel 3.1 Tabel Pekerjaan yang Dilakukan

No.	Minggu	Brand	Keterangan
1	(Minggu 1) 22 - 26 Februari 2021	I Trust Nature	<ul style="list-style-type: none"> • Layout moodboard preview • Instagram <i>feeds</i> • Instagram <i>story</i> • Aset <i>motion ads</i>
2	(Minggu 2) 2 Maret 2021	6 Ounces	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>feeds</i> • Instagram <i>story</i>
3	(Minggu 2) 3 Maret 2021	Finch	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>feeds</i> • Instagram <i>story</i>
4	(Minggu 2) 5 Maret 2021	Stevano Brill	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>feeds</i>

5	(Minggu 3) 8 - 9 Maret 2021	Happy Lemon	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>feeds</i> • Instagram <i>story</i>
6	(Minggu 3) 10 Maret 2021	Wong Hang	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Isra Miraj • Instagram <i>story</i> Nyepi
7	(Minggu 3) 10 Maret 2021	I Trust Nature	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Isra Miraj • Instagram <i>story</i> Nyepi
8	(Minggu 3) 10 Maret 2021	6Ounces	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Isra Miraj • Instagram <i>story</i> Nyepi
9	(Minggu 3) 10 Maret 2021	Finch	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Isra Miraj • Instagram <i>story</i> Nyepi
10	(Minggu 3) 11 Maret 2021	Wong Hang	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i>
11	(Minggu 3) 12 Maret 2021	Leka	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Nyepi
12	(Minggu 3) 12 Maret 2021	Ekstro	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Nyepi
13	(Minggu 3) 12 Maret 2021	Joyko	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Nyepi
14	(Minggu 3) 12 Maret 2021	Bubble Lee	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Nyepi
15	(Minggu 3) 12 Maret 2021	Byoote	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Nyepi
16	(Minggu 4) 15 - 19 Maret 2021	Bubble Lee	<ul style="list-style-type: none"> • Layout <i>moodboard preview</i> • Instagram <i>feeds</i> • Instagram <i>story</i>
17	(Minggu 4) 19 Maret 2021	Pudding Christy	<ul style="list-style-type: none"> • Aset <i>Motion ads</i>

18	(Minggu 5) 22 - 26 Maret 2021	Pipiltin	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> hampers lebaran • Instagram <i>feeds</i> hampers lebaran
19	(Minggu 5) 26 Maret 2021	6Ounces	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>feeds</i>
20	(Minggu 6) 29 Maret 2021	Pipiltin	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>ads</i> hampers lebaran
21	(Minggu 6) 30 Maret 2021	Wong Hang	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Good Friday
22	(Minggu 6) 30 Maret 2021	Leka	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Good Friday
23	(Minggu 6) 30 Maret 2021	Ekstro	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Good Friday
24	(Minggu 6) 30 Maret 2021	Joyko	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Good Friday
25	(Minggu 6) 30 Maret 2021	Bubble Lee	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Good Friday
26	(Minggu 6) 31 Maret 2021	Wong Hang	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Easter
27	(Minggu 6) 31 Maret 2021	Leka	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Easter
28	(Minggu 6) 31 Maret 2021	Ekstro	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Easter
29	(Minggu 6) 31 Maret 2021	Joyko	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Easter
30	(Minggu 6) 31 Maret 2021	Bubble Lee	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>story</i> Easter
31	(Minggu 7) 5 April 2021	SGD	<ul style="list-style-type: none"> • Moodboard visual

32	(Minggu 7) 5 April 2021	Tata Cakery	• Instagram <i>feeds</i>
33	(Minggu 7) 7 April 2021	Kobi	• Moodboard visual
34	(Minggu 7) 9 April 2021	Tata Cakery	• Revisi Instagram <i>feeds</i>
35	(Minggu 8) 12 April 2021	ICA	• Instagram <i>feeds</i> • Instagram <i>story</i>
36	(Minggu 8) 13 April 2021	Bhima	• Penambahan aset Ramadhan pada logo
37	(Minggu 8) 13 April 2021	Tata Cakery	• Penambahan aset Ramadhan pada logo
38	(Minggu 8) 13 April 2021	Mr. P	• Penambahan aset Ramadhan pada logo
39	(Minggu 8) 13 April 2021	Gotcha	• Penambahan aset Ramadhan pada logo
40	(Minggu 8) 13 April 2021	Kobi	• Penambahan aset Ramadhan pada logo
41	(Minggu 8) 13 April 2021	Wong Hang	• Penambahan aset Ramadhan pada logo
42	(Minggu 8) 13 April 2021	SGD	• Penambahan aset Ramadhan pada logo
43	(Minggu 8) 13 April 2021	Gotcha	• Penambahan aset Ramadhan pada logo
44	(Minggu 8) 14 April 2021	Wong Hang	• Instagram <i>feeds giveaway</i>
45	(Minggu 8) 15 April 2021	SGD	• Instagram <i>story</i> hampers lebaran • Instagram <i>feeds</i> hampers lebaran
46	(Minggu 9) 19 April 2021	Wong Hang	• Instagram <i>story</i> Kartini
47	(Minggu 9) 19 April 2021	Tata Cakery	• Instagram <i>story</i> Kartini
48	(Minggu 9) 19 April 2021	Mr. P	• Instagram <i>story</i> Kartini
49	(Minggu 9) 19 April 2021	Bhima	• Instagram <i>story</i> Kartini
50	(Minggu 9) 19 April 2021	Gotcha	• Instagram <i>story</i> Kartini
51	(Minggu 9) 19 April 2021	Kobi	• Instagram <i>story</i> Kartini

52	(Minggu 9) 19 April 2021	SGD	• Instagram <i>story</i> Kartini
53	(Minggu 9) 20 April 2021	Mr. P	• Moodboard visual
54	(Minggu 9) 21 April 2021	Tata Cakery	• Desain <i>icon highlight</i> pada Instagram
55	(Minggu 10) 27 April 2021	SGD	• Instagram <i>feeds</i>
56	(Minggu 10) 28 April 2021	SGD	• Instagram <i>story</i> • Aset <i>motion ads</i>
57	(Minggu 10) 29 April 2021	Tata Cakery	• Instagram <i>feeds</i> • Layout <i>moodboard</i> <i>preview</i>
58	(Minggu 10) 30 April 2021	Tata Cakery	• Instagram <i>story</i> • Aset <i>motion ads</i>
59	(Minggu 11) 4 Mei 2021	Bubble Lee	• Instagram <i>story</i> Isa Almasih
60	(Minggu 11) 4 Mei 2021	Leka	• Instagram <i>story</i> Isa Almasih
61	(Minggu 11) 4 Mei 2021	Ekstro	• Instagram <i>story</i> Isa Almasih
62	(Minggu 11) 4 Mei 2021	Joyko	• Instagram <i>story</i> Isa Almasih
63	(Minggu 11) 4 Mei 2021	Byoote	• Instagram <i>story</i> Isa Almasih
64	(Minggu 11) 4 Mei 2021	Biggby	• Instagram <i>story</i> Isa Almasih
65	(Minggu 11) 5 Mei 2021	Bubble Lee	• Instagram <i>story</i> Idul Fitri
66	(Minggu 11) 5 Mei 2021	Leka	• Instagram <i>story</i> Idul Fitri
67	(Minggu 11) 5 Mei 2021	Ekstro	• Instagram <i>story</i> Idul Fitri
68	(Minggu 11) 5 Mei 2021	Joyko	• Instagram <i>story</i> Idul Fitri
69	(Minggu 11) 5 Mei 2021	Byoote	• Instagram <i>story</i> Idul Fitri
70	(Minggu 11) 5 Mei 2021	Biggby	• Instagram <i>story</i> Idul Fitri
71	(Minggu 11) 6 Mei 2021	Mighty Mind	• Instagram <i>feeds</i> • Instagram <i>story</i>

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis hanya terlibat dalam sebagian proses dari sebuah proyek. Lingkup pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis biasanya berupa desain Instagram *feeds* dan Instagram *story* berdasarkan *content plan* yang telah dibuat. Aset foto dan grafis juga sudah diberikan dari Rinku kepada penulis, jadi penulis biasanya hanya melakukan *layout* konten saja. Penulis menerima *content plan* dari *art director* yang sudah dilakukan *approval*, lalu penulis membuat desain konten media sosial dan membuat *final preview* untuk dilakukan asistensi. Biasanya, *brief* yang diberikan kepada penulis sudah mencakup konten promosi yang akan dijalankan selama 1 bulan.

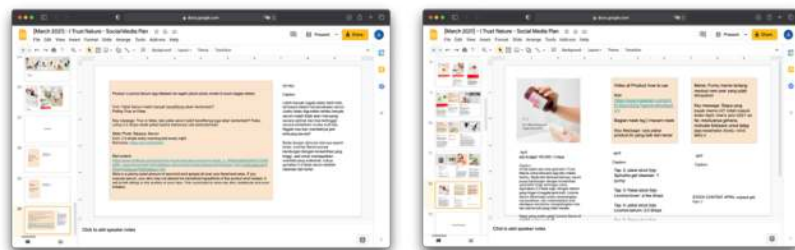
3.3.1. Proses Pelaksanaan

Dari sekian banyaknya proyek yang melibatkan penulis, ada 4 yang kemudian akan penulis jelaskan, antara lain:

3.3.1.1 Konten promosi Instagram I Trust Nature (Maret)

1. Brief

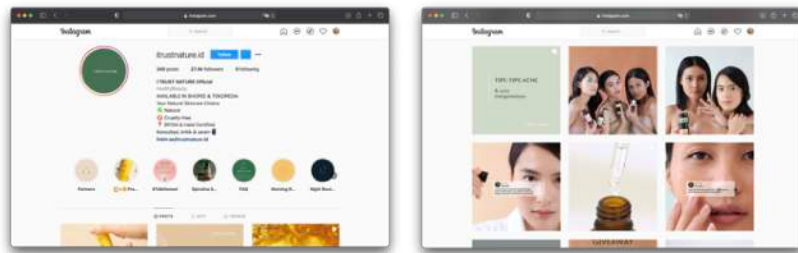
Pada mulanya penulis menerima *brief* berupa *content plan* yang dibagikan melalui Google Slide. Penulis diberikan arahan untuk mendesain konten Instagram *client* dari I Trust Nature. *Content plan* biasanya sudah mencakup penjelasan jenis konten, aset foto yang harus digunakan pada desain, *CoV* (*Copy on Visual*), dan *caption*. Berikut adalah tampilan pada *content plan* yang diberikan kepada penulis



Gambar 3.1. *Content Plan* I Trust Nature (Maret)
(dokumentasi perusahaan)

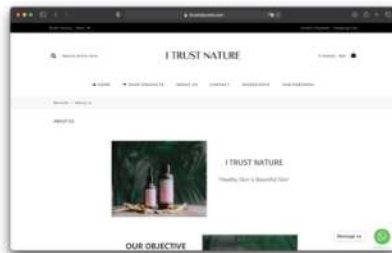
2. Riset

Setelah menerima *brief* dari *art director*, penulis melakukan riset observasi pada Instagram I Trust Nature untuk mempelajari gaya desain yang harus diaplikasikan ke desain di bulan selanjutnya. Lalu penulis juga mempelajari aset grafis yang diberikan kepada penulis, termasuk mempelajari produk dari I Trust Nature agar meminimalisir terjadi kesalahan desain pada produk yang dimaksud nantinya.



Gambar 3.2. Instagram I Trust Nature
(<https://www.instagram.com/itrustnature.id/>, 2021)

Selain melakukan riset observasi melalui Instagram, penulis juga melakukan riset observasi melalui *website* dari I Trust Nature.



Gambar 3.3. *Website* I Trust Nature
(<https://www.itrustnatureid.com/about-uss>, 2021)

I Trust Nature merupakan sebuah *brand* lokal yang bergerak di bidang *skin care*. I Trust Nature mempercayai bahwa kulit yang sehat adalah kulit yang cantik.

I TRUST NATURE

Gambar 3.4. Logo *I Trust Nature*

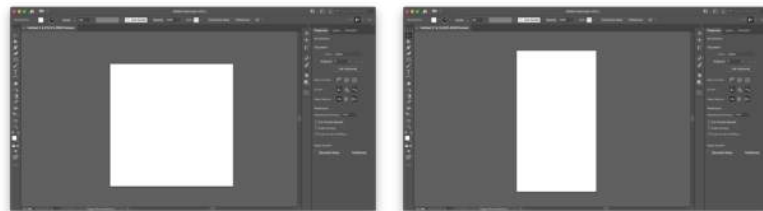
Produk dari *brand* ini menitikberatkan pada produk yang *simple*, aman, dan efektif dengan bahan-baahan natural terbaik. Beberapa produk dari I Trust Nature adalah: *cleanser*, *serum*, *toner*, dan masker wajah.



Gambar 3.5. Produk I Trust Nature
(dokumentasi perusahaan)

3. Desain

Tahap selanjutnya adalah proses pembuatan desain. Penulis menggunakan Adobe Illustrator untuk pembuatan Instagram *feeds* dan *story* untuk *brand* I Trust Nature. Penulis menggunakan *artboard* 1080 x 1080 px untuk Instagram *feeds* dan 1920 x 1080 px untuk Instagram *story*.



Gambar 3.6. Penggunaan Adobe Illustrator untuk desain ITN

Berdasarkan *brief* dari *art director* dan *content plan* yang telah dibuat, penulis menemukan bahwa *brand* I Trust Nature memiliki gaya desain yang minimalis dan sederhana, jadi tidak terlalu banyak aset grafis yang diperlukan. Warna yang digunakan dalam desain I Trust Nature pun merupakan warna turunan dari brand tersebut, yaitu hijau, abu, dan putih.



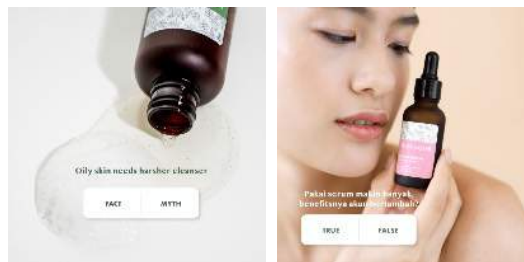
Gambar 3.7. *Color Palette* I Trust Nature

Sebelum mendesain, penulis diberikan aset grafis logo, *typeface* dan foto. Biasanya desain hanya berupa foto yang diletakkan *CoV (Copy on Visual)* di atas foto. Penulis tidak terlibat dalam proses produksi foto.



Gambar 3.8. Aset foto I Trust Nature (dokumentasi perusahaan)

Berikut adalah contoh penggunaan aset foto pada desain yang telah dilakukan oleh penulis berdasarkan *content plan* yang telah dibuat.



Gambar 3.9. Desain *feeds* I Trust Nature dengan Aset Foto

Selain aset foto, penulis juga diberikan 2 *typeface* utama untuk mendesain *feeds*, yaitu Sinhala MN dan Futura. *Typeface* tersebut merupakan sans-serif yang memiliki karakteristik; modern dan minimalis.

Sinhala MN

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890

Futura

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890

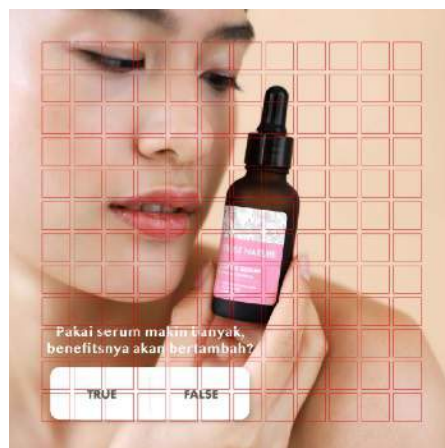
Gambar 3.10. *Typeface* I Trust Nature (dokumentasi perusahaan)

Berikut adalah contoh penggunaan aset *typeface* yang sudah diberikan kepada penulis dalam mendesain konten Instagram *feeds*.



Gambar 3.11. Hirarki Visual *Typeface* pada *Feeds* I Trust Nature

Dalam proses mendesain, penulis menggunakan *modular grid* pada Instagram *feeds* dengan tujuan untuk mempermudah dan memberikan fleksibilitas kepada penulis dalam proses *layout* desain.



Gambar 3.12. *Modular Grid* pada *Feeds* I Trust Nature

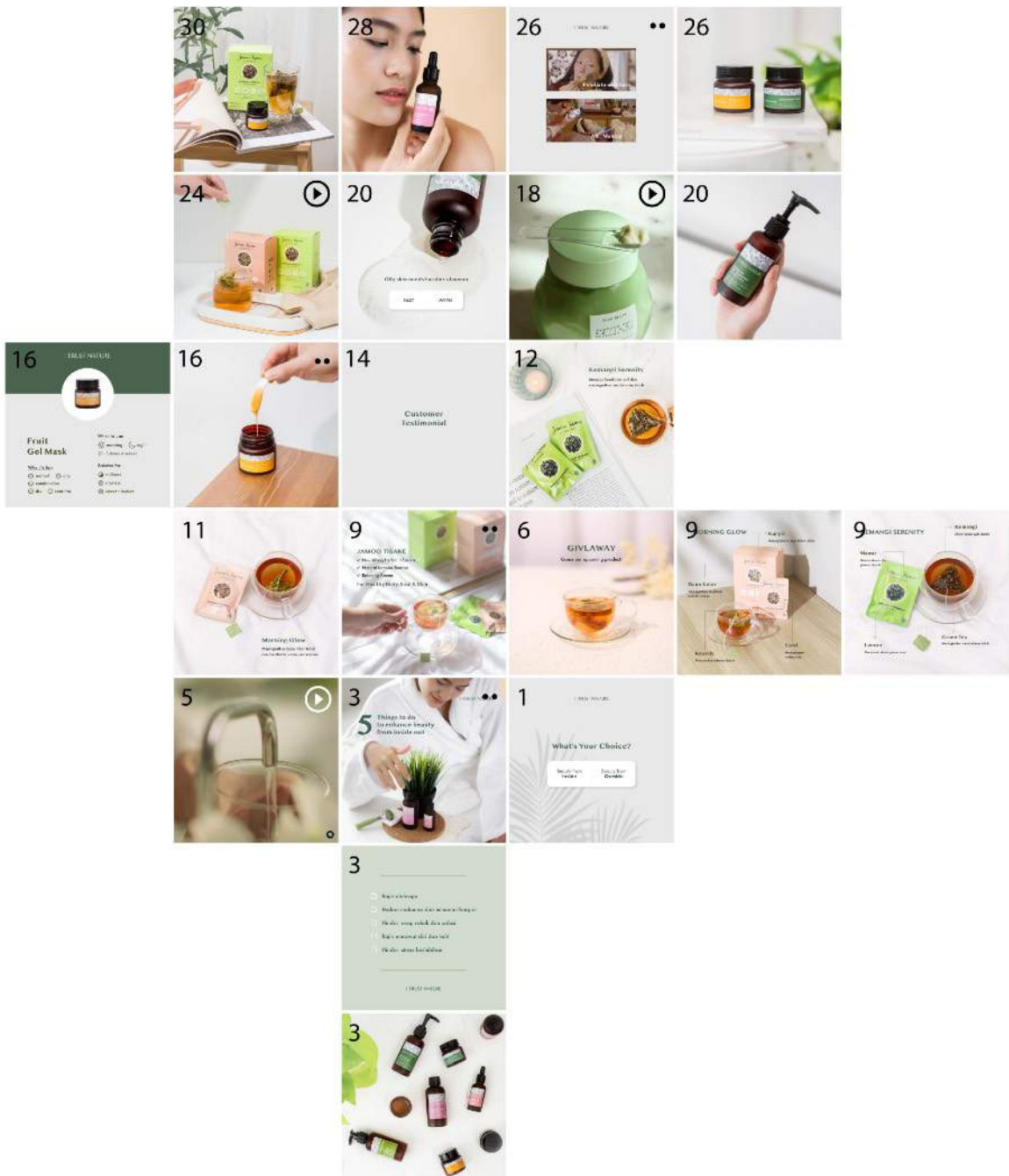
Untuk pengaplikasian pada Instagram *story*, penulis menggunakan *column grid* untuk mempermudah mata *audiens* saat akan membaca konten Instagram *story*.



Gambar 3.13. *Column Grid* pada *Story* I Trust Nature

4. *Final Preview*

Setelah penulis selesai melakukan desain, penulis melakukan penyusunan *preview feeds* dalam 1 gambar secara keseluruhan. Pada *brand* I Trust Nature, penulis tidak terlalu banyak mendapatkan revisi karena minimnya aset grafis yang diperlukan dalam proses desain. Penulis melakukan asistensi kepada *art director* untuk melakukan konfirmasi terkait urutan konten dan desain. Setelah diberikan *approval* dari *art director*, penulis mengirim *preview feeds* kepada tim *quality control* untuk pengecekan konten dan desain lebih lanjut. Apabila sudah diberikan *approval*, maka selanjutnya diupload melalui Google Drive untuk diposting.

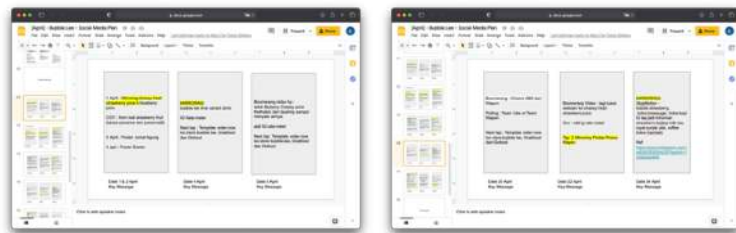


Gambar 3.14. Final Preview Feeds I Trust Nature (Maret)

3.3.1.2 Konten promosi Instagram Bubble Lee (April)

1. Brief

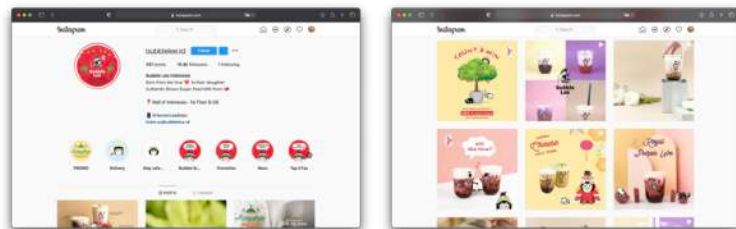
Selanjutnya penulis mendesain untuk Bubble Lee. Penulis diberikan *content plan feeds* dan *story* Instagram untuk bulan April. Berikut adalah *content plan* yang diberikan kepada penulis:



Gambar 3.15. *Content Plan* Bubble Lee (April)
(dokumentasi perusahaan)

2. Riset

Penulis melakukan riset terhadap Bubble Lee melalui observasi Instagram secara *online* untuk lebih memahami gaya desain *brand* tersebut.



Gambar 3.16. Instagram Bubble Lee
(<https://www.instagram.com/bubblelee.id/>, 2021)

Selain Instagram, penulis juga melakukan observasi pada *website* dari Bubble Lee untuk mengetahui mengenai brand tersebut lebih lanjut.



Gambar 3.17. *Website* Bubble Lee
(<https://www.bubblelee.com.tw/about.html>, 2021)

Bubble Lee merupakan *brand* di bidang *food and beverage* yang menjual produk *boba* yang berasal dari Taiwan.



Gambar 3.18. Produk Bubble Lee
(dokumentasi perusahaan)

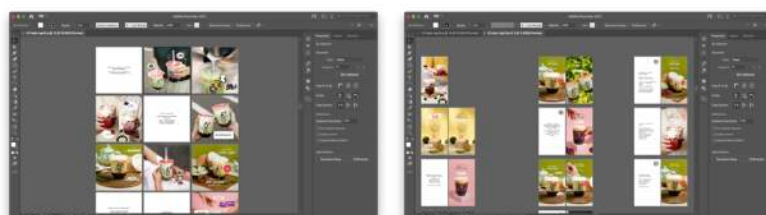
Penggunaan nama *brand* tersebut terinspirasi dari anak perempuan sang pemilik bisnis yang sangat menyukai jenis minuman tersebut. Maka penggunaan logo dan juga elemen desainnya terkesan tampil lebih muda, ceria dan menyenangkan.



Gambar 3.19. Logo Bubble Lee
(dokumentasi perusahaan)

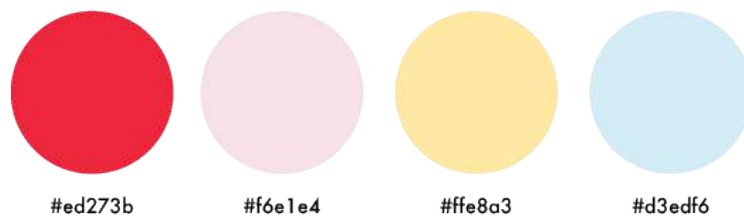
3. Desain

Software yang penulis gunakan dalam mendesain untuk konten promosi Instagram Bubble Lee adalah Adobe Illustrator. Penulis menggunakan *artboard* 1080 x 1080 px untuk Instagram *feeds* dan 1920 x 1080 px untuk Instagram *story*.



Gambar 3.20. Penggunaan Adobe Illustrator untuk desain Bubble Lee

Berdasarkan *brief* dari *art director* dan *content plan* yang telah dibuat, Bubble Lee memiliki gaya desain yang *fun* dan *cheerful*. Maka *color palette* yang digunakan dalam pembuatan desain Bubble Lee adalah warna-warna pastel yang terang dipadukan dengan warna utama dari Bubble Lee.



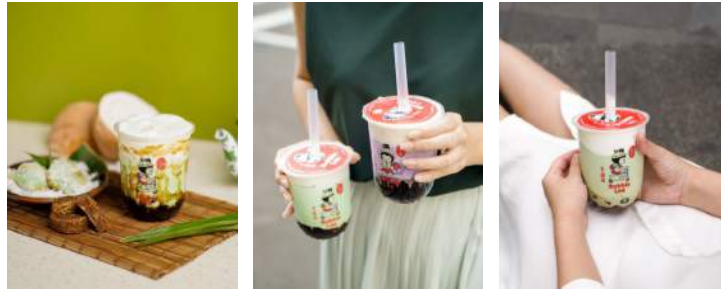
Gambar 3.21. *Color Palette* Bubble Lee

Aset grafis dari Bubble Lee biasanya diberikan kepada penulis berupa ilustrasi dengan outline dan *Copy on Visual (CoV)* di atas foto.



Gambar 3.22. Aset Ilustrasi Bubble Lee
(dokumentasi perusahaan)

Sebelum mendesain, penulis sudah diberikan aset ilustrasi dan foto, sehingga tidak ada keterlibatan penulis dalam produksi aset ilustrasi maupun aset foto.



Gambar 3.23. Aset Foto Bubble Lee
(dokumentasi perusahaan)

Berikut adalah contoh penggunaan aset foto dan ilustrasi pada desain yang telah dilakukan oleh penulis berdasarkan *content plan* yang telah dibuat.



Gambar 3.24. Desain *Feeds Bubble Lee* dengan Aset Foto

Penulis menggunakan 2 *typeface* yang telah diberikan dari Rinku, yaitu Bestters Supply dan Babydoll. Bestters Supply merupakan *typeface script* yang lebih cocok digunakan untuk *headline* atau *copy* utama dari sebuah konten. Sedangkan Babydoll lebih cocok digunakan untuk *body copy* karena keterbacaannya yang lebih tinggi dibandingkan dengan Bestters Supply.

Bestlers Supply
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890

BabyDoll
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890

Gambar 3.25. *Typeface* Bubble Lee
 (dokumentasi perusahaan)

Berikut adalah contoh penggunaan aset *typeface* dan ilustrasi yang sudah diberikan kepada penulis dalam mendesain konten Instagram *feeds*.



Gambar 3.26. Hirarki Visual *Typeface* pada *Feeds* Bubble Lee

Penggunaan *modular grid* pada Instagram *Feeds* membuat *layout* terasa lebih fleksibel dan mudah untuk di desain.



Gambar 3.27. *Modular Grid* pada *Feeds* Bubble Lee

Untuk pengaplikasian pada Instagram *story*, penulis menggunakan *column grid* untuk mempermudah mata *audiens* saat akan membaca konten Instagram *story*.



Gambar 3.28. *Column Grid* pada *Story* Bubble Lee

4. Revisi

Dalam melakukan desain pada *brand* Bubble Lee, tentunya penulis menerima revisi pada beberapa konten. Bubble Lee memiliki gaya desain yang ceria dan menyenangkan, sehingga banyak aset grafis berupa ilustrasi untuk mendukung gaya desain tersebut. Berikut penulis jelaskan revisi yang diberikan dari pengirim *brief* (*graphic designer* tetap) kepada penulis.



Gambar 3.29. *Draft Awal* Desain *Feeds* Bubble Lee

Beberapa revisi yang diberikan (dari kiri ke kanan) kepada penulis adalah berupa penambahan aset ilustrasi buah stroberi dan blueberry pada konten perbandingan *#TeamStrawberry* dan *#TeamBlueberry*. Setelah itu revisi pada aset grafis yang menggunakan ilustrasi berwarna, bukan ilustrasi *outline*. Yang terakhir pada gambar bagian kanan, warna aset grafis diganti agar lebih kontras dan terlihat jelas di atas latar berwarna kuning.



Gambar 3.30. Revisi Desain *Feeds* Bubble Lee

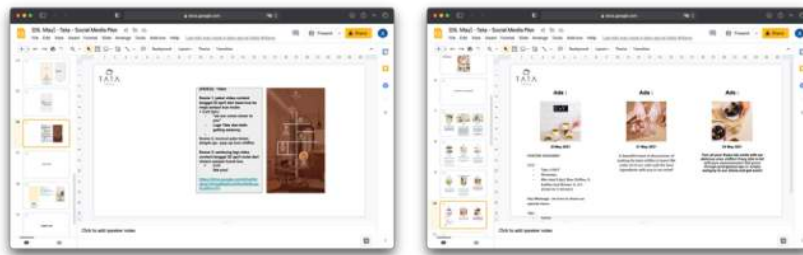
5. *Final Preview*

Setelah selesai melakukan revisi desain, penulis melakukan penyusunan *final preview* yang kemudian akan penulis asistensikan kepada *art director*. Setelah mendapat *approval* dari *art director*, penulis meneruskan *final preview* kepada tim *quality control* untuk dicek kembali mengenai kecocokan tema desain dan konten. Setelah itu maka konten akan penulis *upload* melalui Google Drive dan konten akan sudah siap untuk *diposting*.

3.3.1.3 Konten promosi Instagram Tata Cakery (Mei)

1. Brief

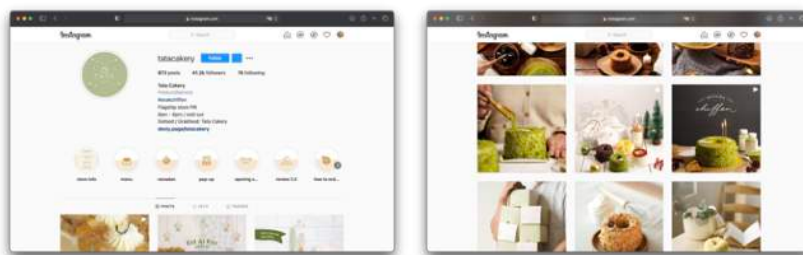
Pada bulan Mei, penulis menerima *brief* dari *account manager* berupa *content plan* untuk *brand* Tata Cakery. *Brief* tersebut termasuk mendesain Instagram *feeds* dan *story*. Berikut adalah tampilan *brief* yang dibagikan:



Gambar 3.32. *Content Plan* Tata Cakery (Mei)
(dokumentasi perusahaan)

2. Riset

Penulis melakukan riset yaitu observasi *online* terhadap Tata Cakery melalui Instagram. Penulis tidak menemukan adanya *website* untuk *brand* ini. Berikut adalah tampilan Instagram pada Tata Cakery:



Gambar 3.33. Instagram Tata Cakery
(<https://www.instagram.com/tatacakery/>, 2021)

Tata Cakery merupakan *brand* di bidang *cakery* yang berlokasi di Jakarta. Tata Cakery memiliki *image* dengan warna yang natural seperti turunan warna coklat dan hijau. Aset grafis pun harus minimalis.



Gambar 3.34. Logo Tata Cakery
(dokumentasi perusahaan)

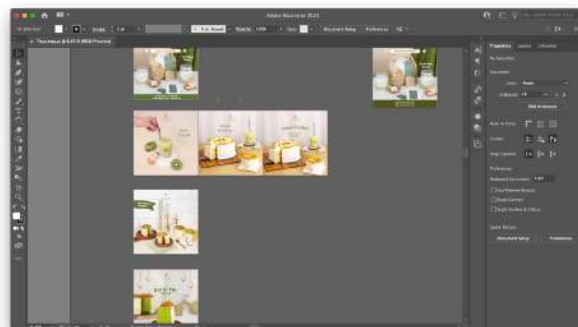
Berdasarkan riset observasi yang telah penulis lakukan, penulis menemukan bahwa penjualan utama dari Tata Cakery adalah kue chiffon.



Gambar 3.35. Produk Tata Cakery
(dokumentasi perusahaan)

3. Desain

Dalam proses penulis melakukan desain untuk Tata Cakery, penulis menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Adapun *artboard* yang penulis gunakan adalah 1080 x 1080 px untuk Instagram *feeds* 1:1 dan 1080 x 1920 px untuk Instagram *story* 16:9.



Gambar 3.36. Penggunaan Adobe Illustrator untuk desain Tata Cakery

Berbeda dengan *brand-brand* sebelumnya dimana penulis mendapat *brief* dari *art director*; untuk Tata Cakery penulis menerima *brief* melalui *account manager*. Tata Cakery memiliki gaya desain minimalis dan *natural*, sehingga penggunaan *color palette* untuk Tata Cakery adalah turunan warna coklat dan hijau.



Gambar 3.37. *Color Palette* Tata Cakery

Aset grafis pada Tata Cakery biasanya berupa *Copy on Visual (CoV)* di atas foto. Sama seperti *brand-brand* yang penulis kerjakan sebelumnya, aset foto sudah disediakan tanpa adanya keterlibatan penulis dalam proses memproduksi foto.



Gambar 3.38. Aset Foto Tata Cakery
(dokumentasi perusahaan)

Berikut adalah contoh penggunaan aset foto yang sudah diberikan kepada penulis dalam mendesain konten Instagram *feeds*.



Gambar 3.39. Desain *Feeds* Tata Cakery dengan Aset Foto

Penulis menggunakan 2 *typeface* yang telah diberikan sebagai aset grafis dalam mendesain untuk Tata Cakery, yaitu Averia Serif Libre dan Overlock. Penulis menggunakan Averia Serif Libre untuk *headline* dan Overlock digunakan untuk *body copy*. Hal ini dikarenakan Averia Serif Libre merupakan jenis *serif* dengan tingkat keterbacaan yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan Overlock.

Averia Serif Libre

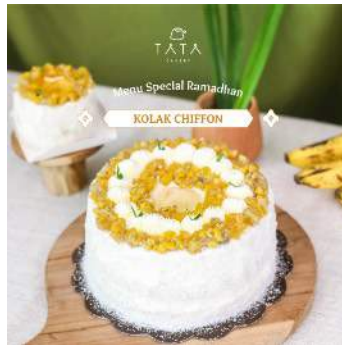
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Overlock

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Gambar 3.40. *Typeface* Tata Cakery
(dokumentasi perusahaan)

Berikut adalah contoh penggunaan aset *typeface* yang sudah diberikan kepada penulis dalam mendesain konten Instagram *feeds*.



Gambar 3.41. Hirarki Visual *Typeface* pada *Feeds* Tata Cakery

Untuk mendukung proses *layout* dalam desain, penulis menggunakan *modular grid* untuk Instagram 1:1.



Gambar 3.42. *Modular Grid* pada *Feeds* Tata Cakery

Untuk pengaplikasian pada Instagram *Story*, penulis menggunakan *column grid* untuk mempermudah mata *audiens* saat akan membaca konten Instagram *story*.



Gambar 3.43. *Column Grid* pada *Story* Tata Cakery

4. Revisi

Penulis menyelesaikan desain konten Instagram Tata Cakery bulan Mei dan membuat *preview feeds* keseluruhan. Kemudian penulis meneruskan desain tersebut untuk ditinjau lebih lanjut kepada *art director* dan tim *quality control*. Berikut adalah hasil desain sebelum di revisi:



Gambar 3.44. Draft Awal Desain Feeds Tata Cakery

Penulis mendapatkan revisi berupa perubahan penempatan pada grafis “Kolak Chiffon” yang sebelumnya berada di bagian kanan menjadi di bagian kiri atas. Kemudian penulis juga mengubah urutan slide, “Kiwi Yakult” merupakan *cover* konten, kemudian disusul dengan konten “Kolak Chiffon”.



Gambar 3.45. Revisi 1 Desain Feeds Tata Cakery

Namun konten tersebut di revisi lagi karena terdapat foto konten yang berulang pada saat pengiriman *preview feeds*. Sehingga diputuskan bahwa konten “Kolak Chiffon” dihapus saja, jadi tidak ada konten foto yang mengulang. Berikut penulis sampaikan revisi akhirnya.



Gambar 3.46. Revisi Akhir Desain Feeds Tata Cakery

5. Final Preview

Setelah penulis telah menyelesaikan revisi untuk konten Tata Cakery untuk bulan Mei, penulis melakukan asistensi kepada *account manager* terkait dengan urutan kontennya. Setelah dilakukan *approval*, penulis membuat tampilan *final preview* untuk *feeds* Instagram secara keseluruhan. Setelah itu penulis meneruskan *preview* tersebut untuk dilakukan asistensi kepada *art director* dan tim *quality control*. Setelah mendapat *approval* atas konten Tata Cakery bulan Mei, penulis *upload* konten tersebut ke Google Drive untuk siap *diposting*.



Gambar 3.47. Final Preview Feeds Tata Cakery (Mei)

3.3.1.4 Konten Hampers Lebaran Pipiltin

Pada bulan Maret 2021, penulis diberikan *brief* untuk membuat iklan *hampers* untuk produk Pipiltin berupa Instagram *feeds* 4:5 (1080 x 1350 px) dan *story* 16:9 (1080 x 1920 px). *Brief* tersebut disampaikan oleh *graphic designer* tetap di Rinku melalui microsoft excel mengenai nama paket *hampers* lebaran, isi *hampers*, dan harga dari *hampers* tersebut. *Brief* juga sudah mencakup referensi foto *hampers* agar tidak membingungkan penulis saat mendesain.

A	B	C	D	E	F	G	H
1	1. Paket Bina Hampers	1. 100 gr. 1	1				
2		2. 100 gr. 1	1				
3		3. 100 gr. 1	1				
4		4. 100 gr. 1	1				
5		5. 100 gr. 1	1				
6		6. 100 gr. 1	1				
7		7. 100 gr. 1	1				
8		8. 100 gr. 1	1				
9		9. 100 gr. 1	1				
10		10. 100 gr. 1	1				
11		11. 100 gr. 1	1				
12		12. 100 gr. 1	1				
13		13. 100 gr. 1	1				
14		14. 100 gr. 1	1				
15		15. 100 gr. 1	1				
16		16. 100 gr. 1	1				
17		17. 100 gr. 1	1				
18		18. 100 gr. 1	1				
19		19. 100 gr. 1	1				
20		20. 100 gr. 1	1				
21		21. 100 gr. 1	1				
22		22. 100 gr. 1	1				
23		23. 100 gr. 1	1				
24		24. 100 gr. 1	1				
25		25. 100 gr. 1	1				
26		26. 100 gr. 1	1				
27		27. 100 gr. 1	1				
28		28. 100 gr. 1	1				
29		29. 100 gr. 1	1				
30		30. 100 gr. 1	1				
31		31. 100 gr. 1	1				
32		32. 100 gr. 1	1				
33		33. 100 gr. 1	1				
34		34. 100 gr. 1	1				
35		35. 100 gr. 1	1				
36		36. 100 gr. 1	1				
37		37. 100 gr. 1	1				
38		38. 100 gr. 1	1				
39		39. 100 gr. 1	1				
40		40. 100 gr. 1	1				
41		41. 100 gr. 1	1				
42		42. 100 gr. 1	1				
43		43. 100 gr. 1	1				
44		44. 100 gr. 1	1				
45		45. 100 gr. 1	1				
46		46. 100 gr. 1	1				
47		47. 100 gr. 1	1				
48		48. 100 gr. 1	1				
49		49. 100 gr. 1	1				
50		50. 100 gr. 1	1				

Gambar 3.48. *Brief Hampers* Lebaran Pipiltin

Saat akan mendesain, penulis sudah diberikan aset berupa aset foto dan aset grafis seperti *typeface* yang digunakan pada *brand* tersebut. Berikut adalah contoh aset grafis yang diberikan kepada penulis:



Gambar 3.49. Aset Foto *Hampers* Lebaran Pipiltin
(dokumentasi perusahaan)

Berikut adalah aset *typeface* yang diberikan kepada penulis, yaitu Mermaid sebagai *headline* dan Gotham sebagai *body text*.



Gambar 3.50. *Typeface* Pipiltin
(dokumentasi perusahaan)

Selanjutnya penulis melakukan desain berdasarkan aset dan referensi yang telah diberikan kepada penulis.



Gambar 3.51. Referensi Desain *Hampers* Pipiltin

Penulis menggunakan nuansa warna hijau pada desain, mengikuti *background* pada aset foto produk Pipiltin yang telah diberikan kepada penulis. Kemudian penulis melakukan asistensi kepada *art director* dan melalui beberapa proses revisi pada bagian judul *hampers*. Pada *draft* awal penulis mengikuti referensi desain yang telah diberikan kepada penulis, yaitu penggunaan *frame* pada bagian judul *hampers*.



Gambar 3.52. Draft Awal Desain Hampers Pipiltin

Penulis melakukan asistensi kepada *graphic designer* tetap. Terlihat pada *draft* awal, penulis membuat judul *hampers* pada bagian kanan atas foto. Kemudian setelah melalui proses revisi, posisi judul *hampers* diubah menjadi satu warna (putih) dan diletakkan posisinya *align center* pada aset foto. Penulis juga menambahkan efek *drop shadow* pada bagian isi *hampers* untuk meningkatkan keterbacaan pada teks. Setelah itu desain diteruskan kepada *art director* dan mengalami perubahan desain.



Gambar 3.53. Revisi 1 Desain Hampers Pipiltin

Art director memberikan revisi bahwa *typeface* pada judul hampers kurang suasana “lebaran”, maka dari itu diganti dengan penggunaan *typeface* jenis *script*. Efek *drop shadow* pada bagian penjelasan isi *hampers* pun sebaiknya dihilangkan saja. Setelah mendapat *approval* dari *art director*, hasil desain diteruskan kepada *client* untuk ditinjau lebih jauh lagi.



Gambar 3.54. Revisi 2 Desain *Hampers* Pipiltin

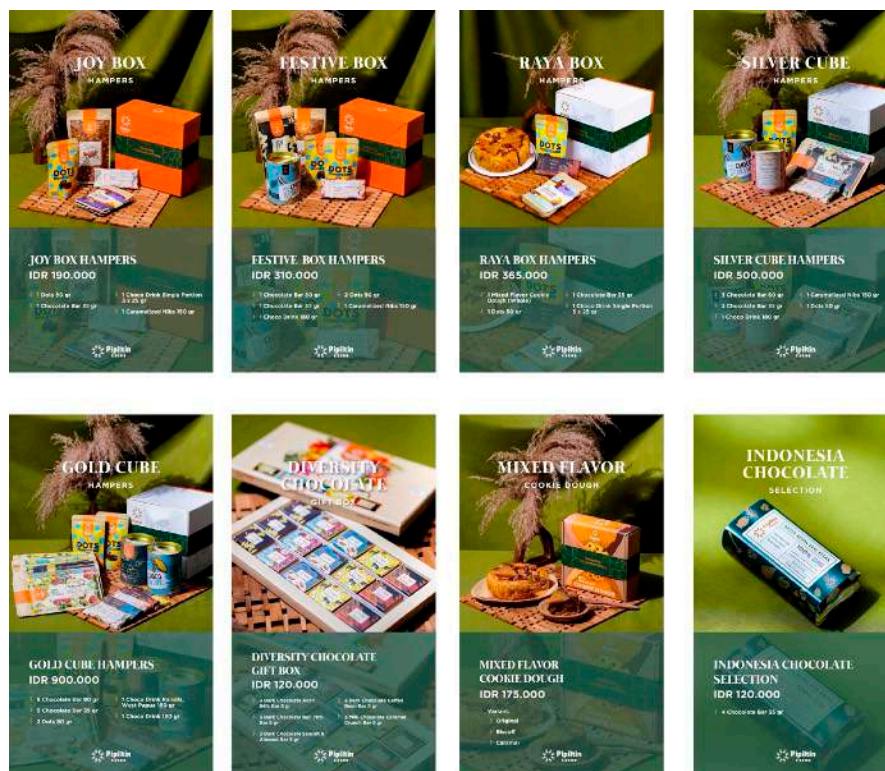
Kemudian *client* mengirimkan revisi terakhir. *Client* menyampaikan bahwa judul *hampers* sebaiknya tetap menggunakan aset *typeface* yang diberikan. Selain itu, *client* juga mengirimkan revisi *copywriting* mengenai isi *hampers*



Gambar 3.55. Revisi 3 Desain *Hampers* Pipiltin



Gambar 3.56. Hasil Akhir Desain *Feeds Hampers* Pipiltin



Gambar 3.57. Hasil Akhir Desain *Story Hampers* Pipiltin

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani proses kerja magang selama 3 bulan, penulis tentunya menemukan kendala, yaitu penyesuaian untuk membaca *content plan* pada awalnya terasa sangat sulit sehingga memperlambat waktu untuk melakukan desain di tengah banyaknya *deadline* yang ada. Terkadang juga ada *content plan* yang masih belum lengkap baik dari segi *brief* maupun *copywriting*, sehingga penulis harus membuat konten secara berulang apabila terdapat revisi.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala tersebut, penulis berusaha untuk lebih aktif menanyakan mengenai *brief* konten yang rancu. Penulis juga berusaha untuk memaklumi hal tersebut karena banyaknya *brand client* yang dikelola oleh Rinku, maka pasti bisa saja ada kekurangannya. Penulis juga berusaha untuk lebih aktif berkoordinasi dengan sesama anggota tim untuk menghindari pengerjaan desain yang berulang.