

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

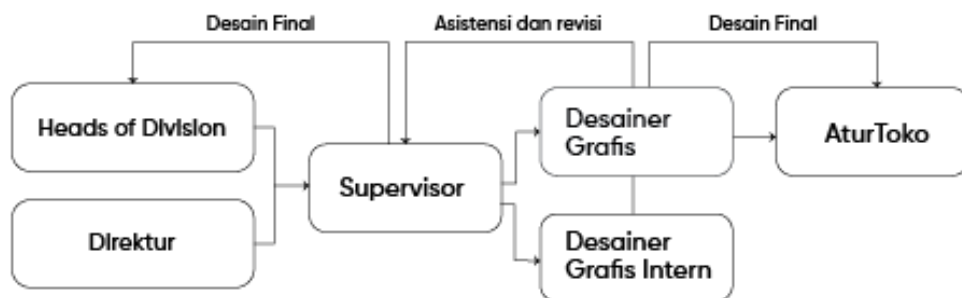
#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut merupakan kedudukan penulis dan alur koordinasi penulis sebagai *graphic designer intern* di FirstAsia Consultant.

##### 1. `Kedudukan

Penulis merupakan *intern graphic designer* yang bertugas untuk membuat keperluan desain dari tim internal FirstAsia Consultant. Penulis menerima *brief* pekerjaan dari Anastasia Desi dan Viana Hutahaeen selaku *supervisor* penulis. Penulis kemudian mengerjakan *brief* yang diminta, yang hasilnya akan dirundingkan di grup Whatsapp Graphic Designer yang berisikan kedua supervisor penulis, Ririz selaku perwakilan dari HRD, dan Marsela yang mengurus *feeds* instagram FAC.

##### 2. Koordinasi



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Desain FirstAsia Consultant

Alur koordinasi penulis dimulai dari permintaan kebutuhan media promosi FirstAsia Consultant dari berbagai divisi yang disampaikan kepada supervisi

tim *graphic design*. Supervisor tim *graphic design* kemudian akan memberikan *brief* terhadap penulis dan *deadline* pekerjaan tersebut. Kemudian penulis akan merundingkan seluruh proses pekerjaan kepada supervisi penulis dan grup *graphic design* FAC, dan melakukan revisi yang diperlukan, sebelum mengirimkan desain final ke supervisor penulis. Untuk sosial media Instagram, FirstAsia Consultant bekerjasama dengan Atur Toko untuk pembuatan konten dan jadwal postingan. Oleh karena itu, desain final feeds yang dibuat oleh penulis akan diberikan kepada AturToko untuk di *posting* di instagram FirstAsia Consultant.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan pekerjaan yang telah dilakukan penulis selama 12 minggu bekerja di FirstAsia Consultant:

Tabel 3.1 Timeline Pekerjaan Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	I 15 Februari 2021	a. Analisis Kompetitor b. Cover IG video FAC 30 <sup>th</sup> Anniversary c. Poster VAST d. Filter Instagram e. Cover report	a. Sosial media kompetitor FAC b. Eksperimen pembuatan filter instagram stay at home versi FAC c, Cover untuk buku report HKI dan Astra
2	II 22 Februari 2021	a. Design product baru FAC: PITO b. Design company profile presentation FAC	a. Design Logo PITO b. Cover report PITO c. Re-design PITO report book
3	III 1 Maret 2021	a. Cover report b. Menyelesaikan desain PITO	a. Cover report Angkasa Pura & Berdikari b. Design proposal product PITO & Big5 c. Design Logo PITO
4	IV 8 Maret 2021	a. Design FAC Company Profile Booklet b. Cover report	Design report product FAC: STAGE dan STAGE plus

5	V 15 Maret 2021	Design FAC Company Profile Booklet	Menyelesaikan booklet
6	VI 22 Maret 2021	Storyboard Mograph STAGE product	Mendapatkan brief untuk mograph product STAGE dan brainstorming storyboard
7	VII 29 Maret 2021	a. Mograph STAGE product b. IG Story this or that Ramadhan	Menyelesaikan mograph
8	VIII 5 April 2021	IG Feeds	Buy or build, headhunter
9	IX 12 April 2021	IG Feeds	Puasa, Turn Over, Employee Productivity
10	X 19 April 2021	a. IG Feeds b. Storyboard Mograph Selection Division	a. Multitasking, employee benefit, Kartini, tips Ramadhan b. Mendapatkan brief untuk mograph product divisi Selection dan brainstorming storyboard
11	XI 26 April 2021	a. IG Feed b. Mograph Selection Division	GIG economy, serba serbi THR
12	XII 3 Mei 2021	a. IG Feed b. Mograph Selection Division c. Video Match Kerja x FAC	Learnig di pandemi, motivasi bekerja

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan magang, penulis sebagai *intern* desain grafis ditugaskan untuk membuat kebutuhan desain di FirstAsia Consultant, baik poster, booklet, presentasi, instagram, dan video promotional berupa *motion graphic*. Penulis mendapatkan *brief* suatu pekerjaan dari *supervisor* penulis, Desi, atau Viana. Selama mengerjakan suatu *brief*, penulis melakukan asistensi karya dengan *supervisor* penulis dan merevisi karya apabila kurang sesuai dengan hasil yang

diinginkan. Setelah selesai, penulis akan mengirimkan karya final kepada *supervisor* atau kepada grup desain grafis untuk mendapatkan masukan lagi.

Selama melakukan kegiatan magang, penulis diberikan beberapa project. DI bawah ini, penulis akan menjelaskan 3 project utama yang memiliki jangka waktu pengerjaan terpanjang dan telah penulis lakukan. 3 project tersebut adalah melakukan re-design terhadap feeds instagram FirstAsia Consultant (@firstasiaconsultant), men-desain identitas visual untuk PITO (Psychological & Inteligence Test Online), dan membuat motion graphic untuk promosi produk dari divisi RPI.

### **3.3.1. Feeds Instagram FAC**

Berawal dari kesadaran akan kompetitor utama FirstAsia yaitu Experd Consultant, yang bergerak di bidang yang sama, melakukan pembaharuan terhadap sosial media Instagram yang dimilikinya untuk menggaet pasaran millenial dan gen Z. FirstAsia Consultant yang telah berdiri selama 20 tahun menyadari kebutuhan untuk turut memperbaharui sosial media yang dimilikinya, terutama di masa pandemi dimana orang lebih banyak menggunakan sosial media.

#### **1. Brief**

Penulis kemudian mendapatkan tugas untuk melakukan analisis terhadap instagram FirstAsia Consultant saat ini, dan membandingkannya dengan perusahaan kompetitor FirstAsia dan perusahaan lainnya.

Penulis membuat daftar tabel mengenai pro dan kontra dari berbagai elemen yang terdapat pada feeds Instagram dari 5 perusahaan: Experd, PPM School, Daily Meanings, Dayalimaabisatya, dan BCA Life id. Elemen-elemen yang di analisis adalah penggunaan foto, warna dan tipografi, elemen visual/pendukung lainnya, bahasa yang digunakan, dan konten yang dibawakan.

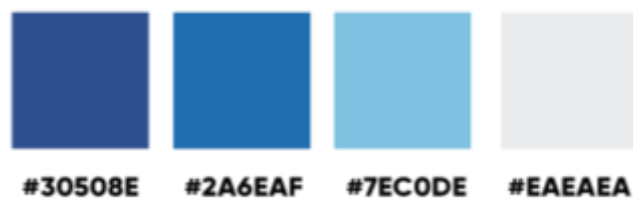
social media					
	FACT	PRO	CONS	NOTES	
<b>First asia consultants</b>					
	Foto	profesional, clean	fontnya bisa jadi terasa kurang personal		
	Warna & Tipografi	cohesive	planning content harus dan jauh-jauh hari		
	Elemen Visual		foto sig background membuat user jadi ga fokus harus ke text/foto dulu. Ga ada elemen pendukung (pematik pembil)		
	Bahasa		tidak konsisten antara Inggris dan Indo		
	Konten	variannya bagus, banyak funfact			
	<p>yang bisa di update:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemakaian foto sudah baik dan terkesan profesional, namun foto jangan dirangs layer, dan lebih baik foto yang dicari keywordnya asia biar lebih relatable</li> <li>- Typeface yang digunakan bisa lebih selaras (semuanya rounded/sans serif)</li> <li>- Warna yang digunakan kurang bold</li> <li>- Harus ada yang konsisten, mis logo di satu sisi ga ganti tempatnya, dan watermark/branding di setiap post</li> </ul> <p>referensi visual: IBM dan BCA keyword : gradasi, foto (tanpa background), elemen pendukung fluid</p>				
<b>Expert consultants</b>					
	Foto	lebih personal, bisa increase engagement, fun, playful, targetnya lebih ke milenial/Gen Z	kurang keliatan "korporat"		
	Warna & Tipografi	keliatan brand identitynya, cohesive. Penggunaan warna pada foto konsisten (item putih kuning)	Tipografi all caps/kecil modern, namun jadi terkesan acuan untuk tujuannya/informasi, bukan untuk branding		
	Elemen Visual	tidak ada elemen visual lain, hanya fokus pada gambar dan tipografi.			
	Bahasa	dominan bahasa Indo, Inggrisnya keliatan hanya sebagai pendukung (quotes, istilah)	terlalu santai/ujian bisa menghilangkan trust (ga keliatan profesional lagi)		
	Konten	menarik perhatian umum, membuat user yang sdh berkaitan ikut membaca	tidak formal, terkesan kurang serius		
	<p>targetnya sepertinya untuk perusahaan baru/modern gitu, kurang relevan sama targetnya FAC, tapi dari segi warna dan pemakaian foto terlihat yang baik.</p>				
<b>PPM School</b>					
	Foto	personal, bukan menggunakan stock photo, reachable (ga ada buket)	harus foto sendiri, siapin foto yang banyak buat konten biar ga repot atau bayar stock photo biar bisa lebih		
	Warna & Tipografi	Konsisten, menggunakan 2 warna (dan logo)	Typeface di beberapa post kekecilan, apalagi informasi yang dikasih banyak. Kurang typeface antar post juga beda-beda, ngakun konten		
	Elemen Visual (bullet/bulet fluid)	Simpel, cohesive, membuat post jadi terlihat clean dan profesional	Repetitive		
	Bahasa	gibis	Ada sedikit macam drakor (ilustrasi banyak bgt), bisa positif ah		
	Konten	Relatable, update terbaru			
	<p>Overall menarik, keliatan profesional dan masih personal. Tapi untuk seperti ini, harus ada fontnya</p>				
<b>Daily Meanings</b>					
	Ilustrasi	terkesan modern, playful dan estetik	kurang cohesive, ilustrasinya beda-beda		
	Warna & Tipografi	warna cohesive (yang hijau), terlihat ada patternnya. Tipografi membuat terlihat informat, fun, dan reachable	kurang konsisten, tipografinya bisa ganti-ganti, kadang playful, kadang serius. Dalam satu post bisa ada 3 jenis typeface, bold, serif dan cursive, pusing		
	Elemen Visual (telatur background)	memberikan kesan estetik	penyilihannya kurang sesuai dengan konsep keseluruhan		
	Bahasa	Bagus, mudah dimengerti	kurang konsisten, post ada yang full indo/ full english		
	Konten		kaya main aja bingung in dia ngapain..		
	<p>Konsepnya kreatif mulai bagus, rapih, konsisten. Tapi belum full keliatan brand dia seperti apa. Pemberian border putih membuat seluruh postingan ig kurang menyatu</p>				

Dayalimaabluaya			
	Ilustrasi	simple, ga overwhelming	ga semua pake ilustrasi jadi keliatannya bersih, bisa terkesan profesional, tapi kadang koang juga
	Warna & Tipografi	Dominasi abu2 dgn aksen merah (sesuai dengan logo juga), jadi dapet feel clean dan korporat. Pemilihan tipografi selaras dengan logonya	kadang rata keil kanan dan rata tengah keliatannya, jadi kurang konsisten
	Elemen Visual (dekorasi di background)	ada elemen yang konsisten (yang kayak virus dan ben garden)	banyak yang polos juga jadi kurang konsisten
	Bahasa	formal, jelas	kurang konsisten, post ada yang full video/ full infographic
	Konten	isinya informasi yang cukup penting dg stakeholdernya	Untuk orang lain yang ke ig mereka, mungkin tidak akan tertarik
Kekuatan rapih, dan konsep sesuai dengan branding mereka. Tapi penggunaan elemen dekorasinya kurang konsisten di post terbarunya			
BCA life id			
	Foto/Ilustrasi	foto yang dipilih reliable, kayanya dia foto sendiri. foto2 tangan keliatan simple tapi menarik	campuran, ada stock photo juga jadi kurang konsisten. ilustrasi juga membuat kurang konsisten, tapi ilustrasinya ga dominan jadi ga gitu berasa
	Warna & Tipografi	Warna konsisten, sesuai dengan logo.	Tipografi menggunakan tema rounded sehingga keseluruhan terlihat konsisten, namun tidak sama
	Elemen Visual (dekorasi/ filter2)	elemen pendukung simple, tidak mencolok	
	Bahasa	menyapa user dengan sebutan yang ramah konten utama mengenai edukasi dipaling konten filler sehingga tidak terlalu serius	bahasa yang digunakan informal, dicocokkan dengan target audience
	Konten		
Banyak pro dari segi konten, karena dia lebih menekankan konten bertema-apa yang bisa kamu dapatkan di BCA- untuk visual overall selaras dan menarik, dan berasa serius, tapi ga kaku.			

Gambar 3.2. Hasil Riset Instagram Kompetitor

## 2. Konsep

Dari riset yang dilakukan dan melihat esensi FirstAsia Consultant sebagai korporat yang telah berdiri lama dan dipercaya banyak perusahaan besar sebagai kliennya, maka penulis memberikan kesimpulan untuk mengubah tampilan FirstAsia yang awalnya sangat kaku, menjadi lebih dinamis namun tetap serius.



Gambar 3.3 Color Palette Instagram FirstAsia

Dalam desain yang akan dibuat, terdapat 4 warna utama yang akan digunakan: warna utama biru dengan turunannya dipilih dengan pertimbangan menggunakan warna logo FirstAsia yang memberikan kesan ketenangan, kepercayaan, dan kenyamanan. Selain itu identitas FirstAsia tidak memiliki warna sekunder sehingga apabila memiliki warna

komplementer (ex: orange) dapat mengubah persepsi klien terhadap FirstAsia yang telah berdiri selama 20 tahun.

Visual utama yang akan digunakan adalah foto, yang dinilai lebih memberikan kesan profesional dibandingkan gambar vektor. Elemen supergrafis yang akan digunakan berupa lingkaran dan ombak yang memberikan kesan fleksibilitas yang ditawarkan oleh FirstAsia kepada kliennya.



Gambar 3.4 Typeface Gilroy

Bagian teks pada desain *feeds* akan menggunakan *font* Gilroy (Extrabold, Bold, dan Semibold) yang merupakan *font sans serif*. *Font* Gilroy dipilih dikarenakan konten Instagram yang akan dibuat memiliki banyak teks sehingga dibutuhkan *font* yang mudah dibaca. Selain itu, *font* Gilroy memberikan kesan modern, dan profesional.

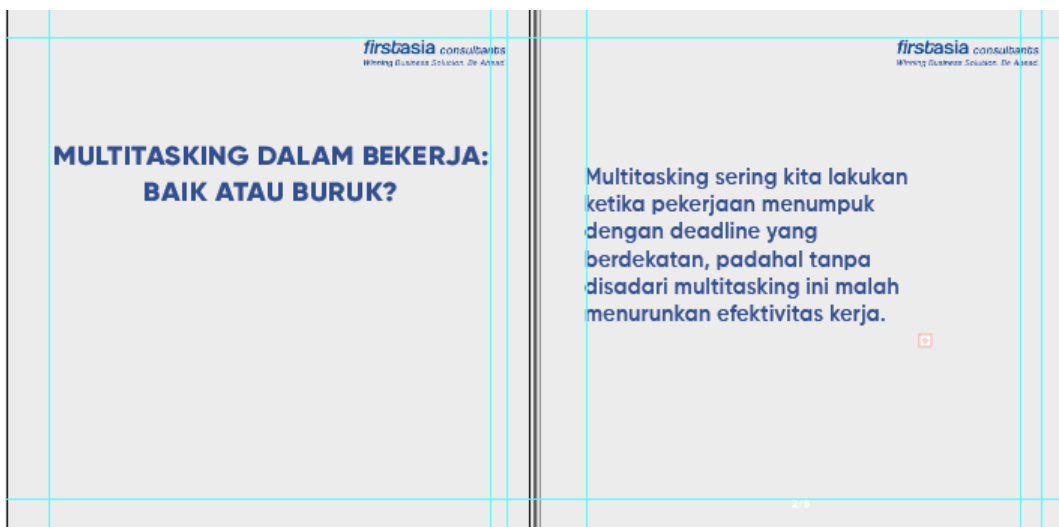
### 3. Proses Desain

Sebelum memulai proses desain, penulis mendapatkan *brief* konten yang akan dibuat dari AturToko, partner FirstAsia dalam membuat konten instagram, yang telah direvisi oleh Marsela dari tim *graphic design* FirstAsia. Penulis kemudian diminta untuk membaca konten, dan apabila menemukan kejanggalan, penulis berkoordinasi dengan Marsela untuk menemukan kalimat yang sesuai pada konten.

Day	Date	Daypart	Main Content	Copy	Title	K1 Caption	Heading	Keyword
Week	1 Jan 2021	10		<p>Siapa bilang multitasking itu nggak penting? Padahal multitasking itu salah satu skill yang wajib dimiliki oleh profesional di era digital ini.</p> <p>Salah satu cara untuk meningkatkan produktivitas adalah dengan melakukan multitasking yang efektif. Berikut ini beberapa tips yang bisa kamu lakukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prioritaskan tugas-tugas yang paling penting dan mendesak.</li> <li>2. Buatlah daftar tugas yang harus dilakukan.</li> <li>3. Fokus pada satu tugas saja pada satu waktu.</li> <li>4. Hindari gangguan dari media sosial dan ponsel.</li> <li>5. Buatlah jadwal yang realistis dan jangan lupa istirahat.</li> </ol> <p>Jadi, jangan takut untuk mencoba multitasking yang efektif. Dengan melakukan multitasking yang baik, kamu bisa meningkatkan produktivitas dan menyelesaikan tugas-tugas yang lebih banyak dalam waktu yang lebih singkat.</p> <p>Belajarlah dari pengalaman orang-orang yang sudah ahli dalam multitasking. Perhatikan cara mereka mengatur waktu dan prioritas tugas-tugas mereka.</p> <p>1. Fokus pada satu tugas saja pada satu waktu.</p> <p>2. Hindari gangguan dari media sosial dan ponsel.</p> <p>3. Buatlah daftar tugas yang harus dilakukan.</p> <p>4. Prioritaskan tugas-tugas yang paling penting dan mendesak.</p> <p>5. Buatlah jadwal yang realistis dan jangan lupa istirahat.</p>				

Gambar 3.5 Brief Konten Instagram FirstAsia

Setelah membaca konten, penulis memasuki tahap desain. Tahapan ini dikerjakan di Adobe Illustrator. Penulis menggunakan *grid single column* untuk memberikan batasan antara teks dengan *border*. *Grid* ini dipilih karena diperlukan fleksibilitas untuk teks dan gambar pada *feeds* agar tidak terlihat monoton. Penulis memulai dengan memberi *background* abu-abu sesuai dengan *color palette* yang dipilih, dan logo FirstAsia pada setiap sudutnya. Kemudian penulis memasukan teks konten ke dalam desain dan membagi teks tersebut ke beberapa bagian *feeds*.



Gambar 3.6 Proses Memasukan Konten pada Feeds

Penulis kemudian memasukan foto sebagai objek utama dalam *feeds* Instagram FirstAsia. Penulis mendapatkan foto dari sumber stok foto yang

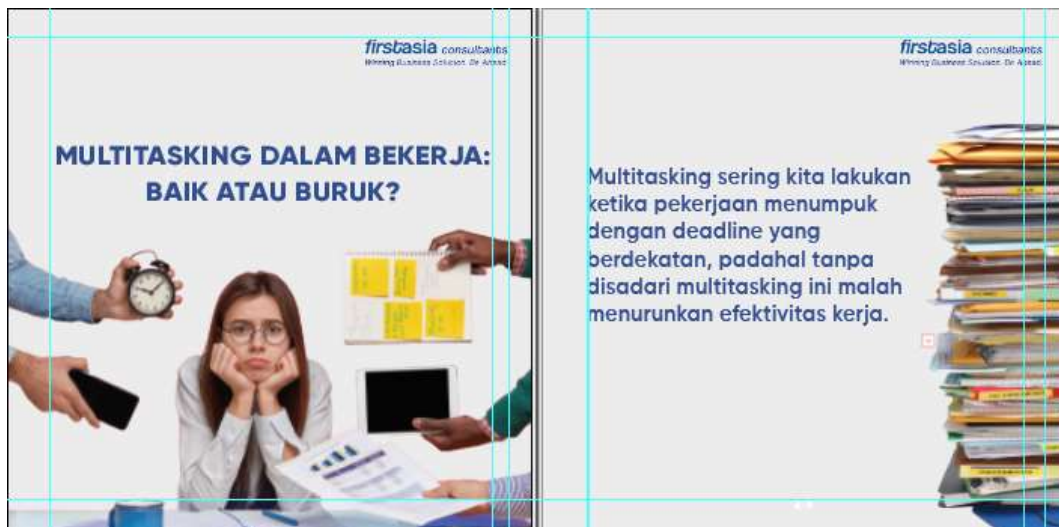


tidak memungut royalti. Kemudian penulis menghilangkan *background* pada foto tersebut dan mengatur *hue* foto ke arah kebiruan untuk mencocokkan foto dengan tema keseluruhan *feeds*. Proses ini dilakukan melalui program Adobe Photoshop.



Gambar 3.7 Proses *Edit* Foto untuk Feeds

Penulis memasukan foto yang telah di *edit* ke dalam *feeds* yang sedang di buat. Penulis mengatur letak teks agar sesuai dengan foto yang di pilih. *Grid* pada tahapan ini sudah tidak berfungsi sebagai pembatas.



Gambar 3.8 Proses Memasukan Image pada Feeds

Setelah mengatur letak teks dengan gambar, penulis menambahkan elemen supergrafis berupa lingkaran dan awan yang menggunakan *color palette* yang dipilih, dengan *dropshadow* abu-abu *opacity* 60%.



Gambar 3.9 Proses Desain Supergrafis untuk Feeds

Selesai membuat desain, penulis melakukan asistensi kepada *supervisor* penulis melalui Whatsapp dan melakukan revisi apabila diperlukan. Setelah revisi selesai, penulis memasukan desain final ke Google Drive yang kemudian akan di post pada Instagram FirstAsia oleh AturToko.



Gambar 3.10 Feeds Final

Proses desain tersebut berulang pada setiap *feeds* yang penulis desain untuk *feeds* FirstAsia. Berikut merupakan gambaran *feeds* FirstAsia yang dibuat oleh penulis. Kotak yang kosong menandakan *feeds* instagram yang di post oleh FirstAsia namun bukan dibuat oleh penulis.



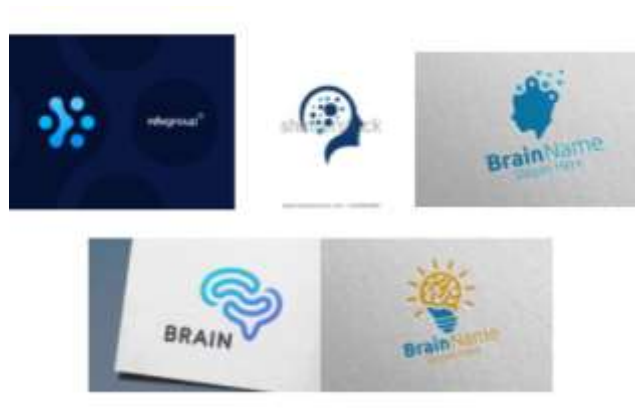
Gambar 3.11 Feeds Keseluruhan

### 3.3.2. Identitas Visual PITO

PITO atau Personality & Intelligence- Test Online merupakan produk FirstAsia Consultant yang mengukur aspek kompetensi seseorang berdasarkan hasil test profil kepribadian dan gaya kerja. Melihat banyaknya kebutuhan untuk melakukan test secara online di era pandemi ini, maka FirstAsia ingin mendesain ulang produk PITO agar terlihat lebih modern dan profesional.

#### 1. *Brief*

Berdasarkan kebutuhan tersebut, penulis diminta oleh *supervisor* penulis untuk membuat logo PITO, dan mendesain PITO *report book* yang akan digunakan FirstAsia dalam memberikan hasil tes PITO kepada klien.

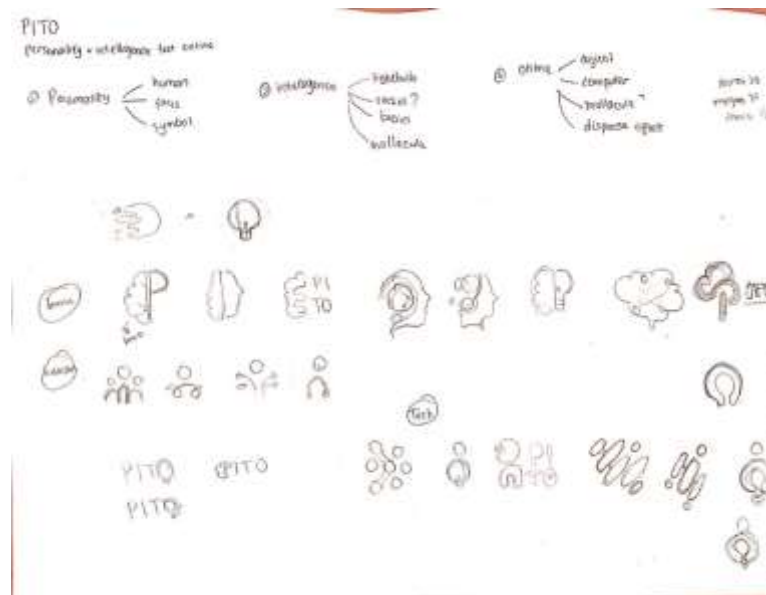


Gambar 3.12 Referensi Logo PITO

Penulis diminta mencari referensi logo-logo yang logo yang bersifat minimalis, dan *modern-futuristic*. Warna yang digunakan adalah warna biru FirstAsia dan turunannya.

#### 2. *Konsep*

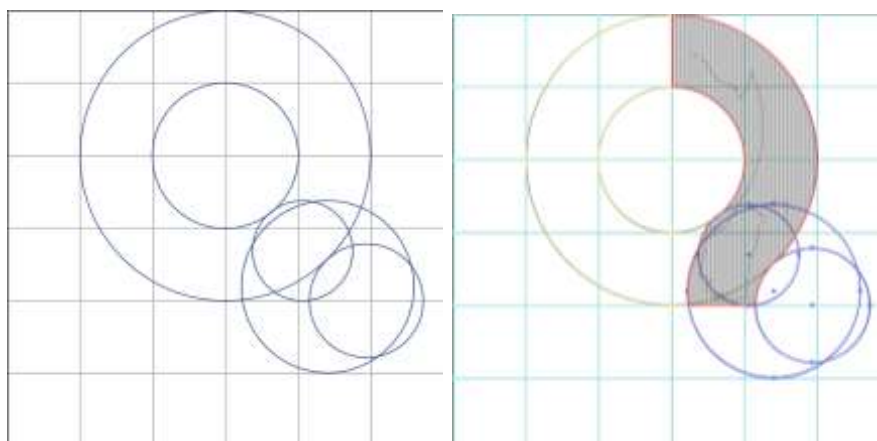
Dari *brief* tersebut, penulis mencari kata kunci yang sesuai dengan PITO dan membuat beberapa sektsa logo PITO yang mewakili kata kunci tersebut. Ide utama dari logo yang digunakan adalah lampu yang mewakili intelegensi, teknologi yang menggambarkan *online/modern*, dan *human* yang menggambarkan kepribadian.

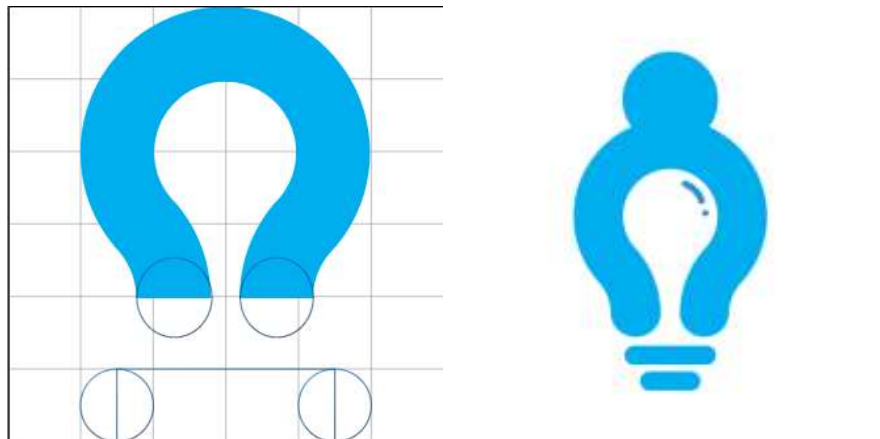


Gambar 3.13 Sketsa Logo PITO

### 3. Proses Desain

Penulis kemudian membuat versi digital dari logo-logo tersebut. Logo dibuat dengan menggabungkan 2 jenis *shape*: persegi dan lingkaran, yang disusun dan kemudian digabungkan menggunakan *shape builder tool*.





Gambar 3.14 Proses Pembuatan Logo PITO

Warna menggunakan warna gradasi biru. Selain senada dengan *color palette* FirstAsia, warna biru juga memberikan kesan modern dan futuristik sesuai dengan brief yang diberikan. *Typeface* yang dipilih sebagai tulisan kepanjangan dari PITO adalah Lato. *Typeface* ini merupakan *typeface sans-serif* yang memiliki sisi *rounded* sehingga tidak terlihat kaku, namun tetap memberikan kesan minimalis modern.

Penulis juga membuat alternatif *logotype* yang menggunakan *typeface* Lequire Rounded Regular. *Typeface* ini bersifat modern dengan modifikasi pada huruf- hurufnya.



Gambar 3.15 Warna dan Typeface pada Logo PITO



Gambar 3.16 Alternatif Logo PITO

Setelah melakukan asistensi dan revisi, logo final yang dipilih adalah *logotype* yang menggabungkan light bulb pada huruf “O” di PITO. Logo ini dipilih karena *typeface* Lequire membawakan segi modern dan teknologi dari PITO, dan penggunaan lightbulb membawakan makna ide atau intelegnsi yang dibutuhkan dalam pengerjaan tes.



Gambar 3.17 Logo Final PITO

Logo kemudian di aplikasikan ke dalam desain laporan yang dibuat penulis yang akan digunakan untuk melaporkan hasil test PITO managerial dan PITO staff kepada user.





**PITO** PROSEDUR INDIKATOR TERAKREDITASI **Indikator** INDONESIA

### PEDOMAN PENGGUNAAN

Salah satu tujuan utama dari standar ini adalah untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Untuk tujuan ini, standar ini menetapkan indikator yang akan diukur secara berkala. Indikator ini akan diukur secara berkala dan hasilnya akan digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Indikator ini akan diukur secara berkala dan hasilnya akan digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Indikator ini akan diukur secara berkala dan hasilnya akan digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Indikator	Skor	Warna	Arti
100	100%	Merah	Sangat Baik
90-99	90-99%	Oranye	Baik
80-89	80-89%	Kuning	Cukup
70-79	70-79%	Hijau	Perlu Perbaikan
60-69	60-69%	Biru	Sangat Perlu Perbaikan
50-59	50-59%	Merah	Perlu Perbaikan
40-49	40-49%	Merah	Perlu Perbaikan
30-39	30-39%	Merah	Perlu Perbaikan
20-29	20-29%	Merah	Perlu Perbaikan
10-19	10-19%	Merah	Perlu Perbaikan
0-9	0-9%	Merah	Perlu Perbaikan

Perlu Perbaikan: Indikator ini menunjukkan bahwa indikator ini perlu diperbaiki.

Indikator	Skor	Warna	Arti
100	100%	Merah	Sangat Baik
90-99	90-99%	Oranye	Baik
80-89	80-89%	Kuning	Cukup
70-79	70-79%	Hijau	Perlu Perbaikan
60-69	60-69%	Biru	Sangat Perlu Perbaikan
50-59	50-59%	Merah	Perlu Perbaikan
40-49	40-49%	Merah	Perlu Perbaikan
30-39	30-39%	Merah	Perlu Perbaikan
20-29	20-29%	Merah	Perlu Perbaikan
10-19	10-19%	Merah	Perlu Perbaikan
0-9	0-9%	Merah	Perlu Perbaikan

Perlu Perbaikan: Indikator ini menunjukkan bahwa indikator ini perlu diperbaiki.

**PITO** PROSEDUR INDIKATOR TERAKREDITASI **Indikator** INDONESIA

### IDENTITAS PRIBADI

A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : \_\_\_\_\_  
 Nama : \_\_\_\_\_  
 Nama Belakang : \_\_\_\_\_  
 Tempat, Tanggal Lahir : \_\_\_\_\_  
 Jenis Kelamin : \_\_\_\_\_  
 Pekerjaan : \_\_\_\_\_  
 Alamat : \_\_\_\_\_  
 No. HP : \_\_\_\_\_  
 Email : \_\_\_\_\_

B. KETERANGAN

Indikator	Skor	Warna	Arti
100	100%	Merah	Sangat Baik
90-99	90-99%	Oranye	Baik
80-89	80-89%	Kuning	Cukup
70-79	70-79%	Hijau	Perlu Perbaikan
60-69	60-69%	Biru	Sangat Perlu Perbaikan
50-59	50-59%	Merah	Perlu Perbaikan
40-49	40-49%	Merah	Perlu Perbaikan
30-39	30-39%	Merah	Perlu Perbaikan
20-29	20-29%	Merah	Perlu Perbaikan
10-19	10-19%	Merah	Perlu Perbaikan
0-9	0-9%	Merah	Perlu Perbaikan

C. PERINGKAT KEMUNDURAN

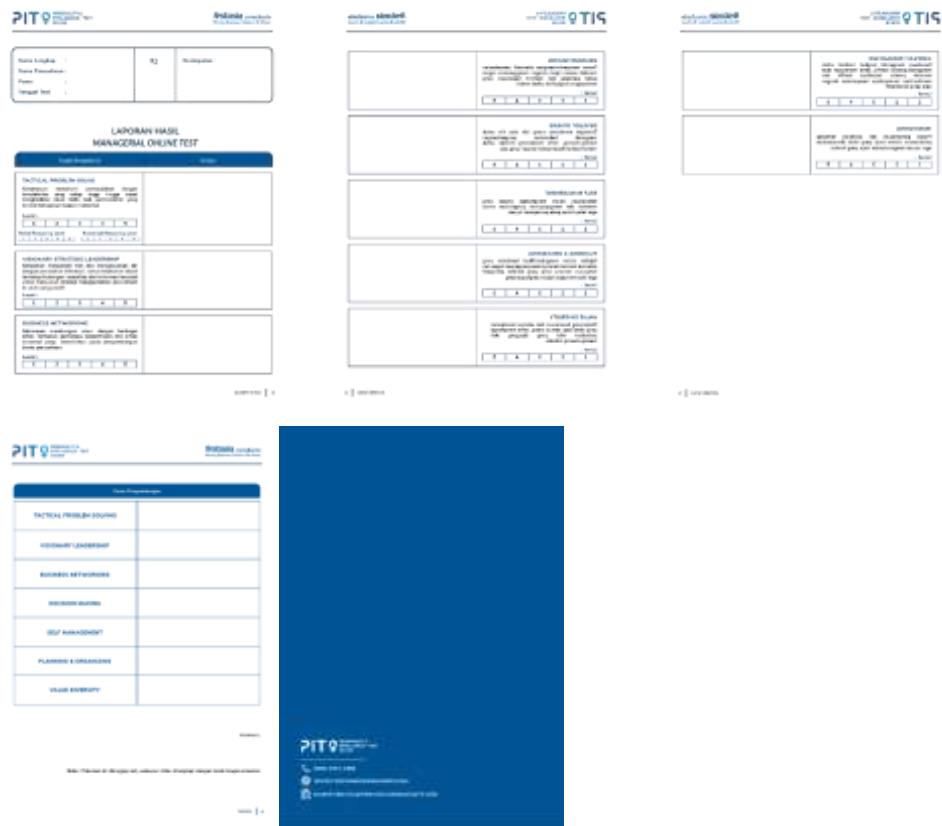
Indikator	Skor	Warna	Arti
100	100%	Merah	Sangat Baik
90-99	90-99%	Oranye	Baik
80-89	80-89%	Kuning	Cukup
70-79	70-79%	Hijau	Perlu Perbaikan
60-69	60-69%	Biru	Sangat Perlu Perbaikan
50-59	50-59%	Merah	Perlu Perbaikan
40-49	40-49%	Merah	Perlu Perbaikan
30-39	30-39%	Merah	Perlu Perbaikan
20-29	20-29%	Merah	Perlu Perbaikan
10-19	10-19%	Merah	Perlu Perbaikan
0-9	0-9%	Merah	Perlu Perbaikan

D. PERINGKAT KEMUNDURAN

Indikator	Skor	Warna	Arti
100	100%	Merah	Sangat Baik
90-99	90-99%	Oranye	Baik
80-89	80-89%	Kuning	Cukup
70-79	70-79%	Hijau	Perlu Perbaikan
60-69	60-69%	Biru	Sangat Perlu Perbaikan
50-59	50-59%	Merah	Perlu Perbaikan
40-49	40-49%	Merah	Perlu Perbaikan
30-39	30-39%	Merah	Perlu Perbaikan
20-29	20-29%	Merah	Perlu Perbaikan
10-19	10-19%	Merah	Perlu Perbaikan
0-9	0-9%	Merah	Perlu Perbaikan

E. PERINGKAT KEMUNDURAN

Indikator	Skor	Warna	Arti
100	100%	Merah	Sangat Baik
90-99	90-99%	Oranye	Baik
80-89	80-89%	Kuning	Cukup
70-79	70-79%	Hijau	Perlu Perbaikan
60-69	60-69%	Biru	Sangat Perlu Perbaikan
50-59	50-59%	Merah	Perlu Perbaikan
40-49	40-49%	Merah	Perlu Perbaikan
30-39	30-39%	Merah	Perlu Perbaikan
20-29	20-29%	Merah	Perlu Perbaikan
10-19	10-19%	Merah	Perlu Perbaikan
0-9	0-9%	Merah	Perlu Perbaikan



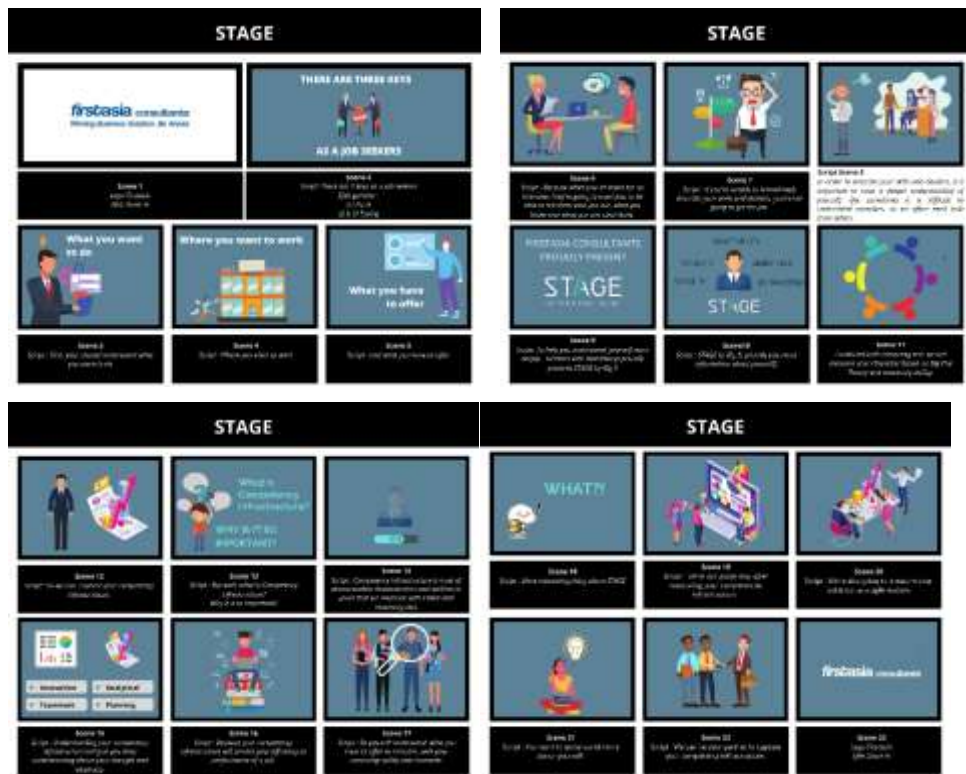
Gambar 3.18 Desain PITO Managerial

### 3.3.3. Motion Graphic STAGE

Divisi penulis yaitu RPI (Research & Product Innovation) melakukan perubahan terhadap salah satu produk utamanya yaitu Big Five Personality menjadi STAGE-Optimize the Talent. Oleh karena itu, diperlukannya media untuk menjelaskan produk ini kepada konsumen FirstAsia. Media yang dipilih adalah video singkat berupa *motion graphic*.

#### 1. Brief

Penulis mendapatkan brief dari supervisor penulis, Anastasia Desi, yang telah membuat *storyboard* dari *motion graphic* yang perlu dibuat. Dari *storyboard* tersebut, terdapat 23 scene dengan total waktu 1 menit 30s. Gambar pada *storyboard* merupakan *filler* yang memberikan contoh suasana yang perlu ditunjukkan pada scene tersebut.



Gambar 3.19 Storyboard 1 STAGE

Penulis kemudian diminta memasukan referensi *motion graphic* dari Youtube Hogan Assessment yang bergerak di bidang yang sama dengan FirstAsia. Kemudian penulis mencari beberapa contoh *motion graphic* lainnya yang sesuai dengan tema video yang akan dibuat.

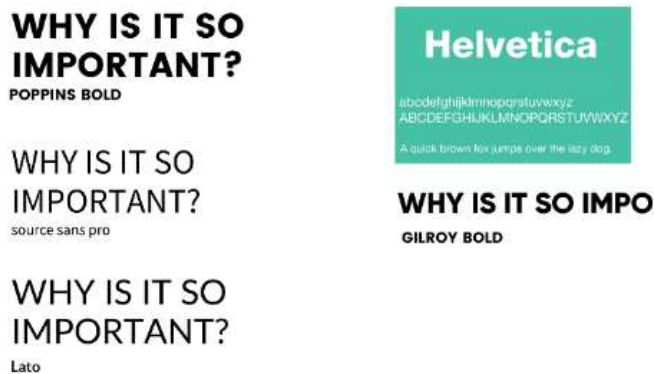


Gambar 3.20 Referensi Motion Graphic STAGE

## 2. Konsep

Penulis juga mencari beberapa *typeface* untuk bagian *motion graphic* yang membutuhkan teks sebagai penjelasan. Penulis mencari *typeface* yang mudah dibaca, menunjukkan ketegasan dan profesionalitas, namun tidak terlalu kaku. Dari kriteria tersebut penulis mendapatkan 5 *typeface*: Poppins Bold, Source Sans Pro, Lato, Helvetica, dan Gilroy Bold. *Typeface* final yang dipilih adalah Gilroy Bold.

Typeface



Gambar 3.21 Typeface Motion Graphic STAGE

Dikarenakan *deadline* yang singkat, penulis diperbolehkan mengambil ilustrasi vektor dari sumber stok free royalti untuk membantu kelancaran penulis. Penulis kemudian menyesuaikan ilustrasi vektor tersebut agar selaras dengan tema FirstAsia.

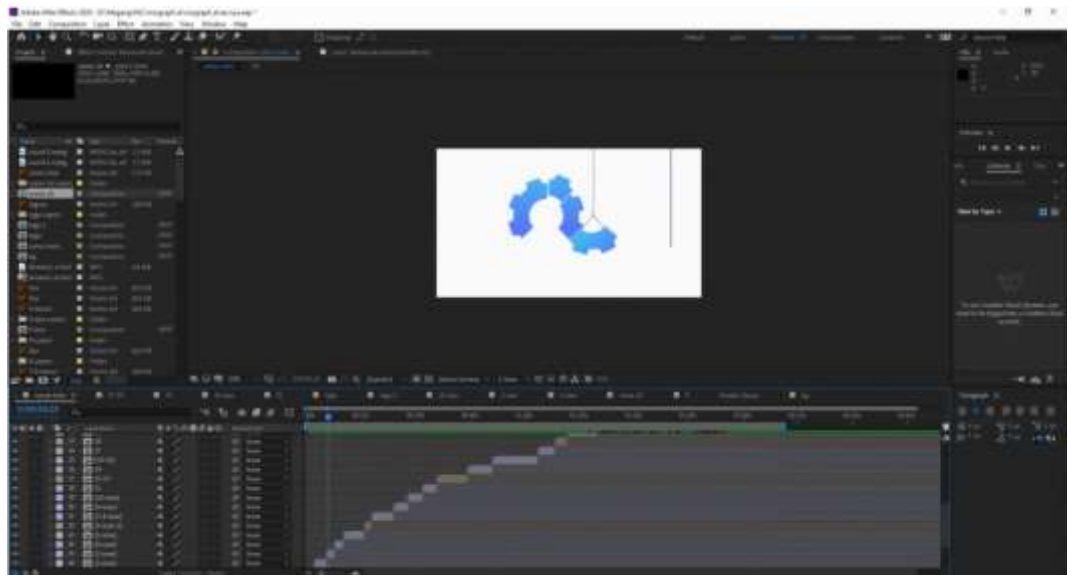
## 3. Proses Desain

Penulis memulai mendesain setiap *scene* dari *storyboard* ke layer yang terpisah. Setelah itu, penulis menyadari bahwa penulis perlu menganimasikan setiap objek sehingga perlunya memisahkan objek menjadi beberapa *layer* yang terpisah, sehingga penulis membuat *file* Illustrator baru untuk setiap *scene* yang ada dan menamakan setiap *layer* sesuai dengan objek di *layer* tersebut.



Gambar 3. 22 Proses Pembuatan Scene Motion Graphic pada Illustrator

Beberapa hari setelah mengerjakan, penulis mendapatkan revisi mengenai *storyboard*. Revisi ini dilakukan karena *storyboard* sebelumnya lebih ditunjukkan kepada *individual job seeker*, padahal klien dari FirstAsia merupakan perusahaan. Setelah revisi, *storyboard* berubah menjadi 31 *scene* dengan total 2 menit 20 detik. Dikarenakan terdapat perubahan *storyboard*, maka penulis mendapatkan perpanjangan *deadline*.



Gambar 3. 23 Pembuatan Video pada After Effect

Setelah membereskan semua asset pada Illustrator, penulis kemudian mengimpor asset-asset tersebut ke After Effect. Dari setiap file illustrator, dibuat file Layered Composition yang akan membuat file Illustrator tersebut me-retain layer yang dimilikinya sehingga setiap layer bisa dianimasikan.





Gambar 3. 24 Revisi Storyboard STAGE

Setelah penulis memberikan hasil *motion graphic*, terdapat beberapa revisi untuk teks dan pemilihan gambar. Kemudian penulis diberikan *voice over* yang perlu dimasukkan ke dalam *video motion graphic*. Setelah mencocokkan *voice over* dengan video, hasil akhir video berdurasi 2 menit. Hasil video final dapat di cek di link Google Drive berikut:

[https://drive.google.com/file/d/1JsgMi7Dj\\_JXSI1kmjR3JSt9nDiWdzl9G/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1JsgMi7Dj_JXSI1kmjR3JSt9nDiWdzl9G/view?usp=sharing)

#### **3.3.4. Kendala yang Ditemukan**

Selama melakukan magang, penulis menemukan beberapa kendala. Kendala utama yang penulis rasakan adalah dikarenakan sistem *work from home*, penulis terkadang kesulitan mengkomunikasikan ide dan gagasan penulis mengenai suatu proyek melalui *chat*. Selain itu, karena asistensi kepada *supervisor* dilakukan secara *online* dan *supervisor* penulis memiliki banyak kegiatan, terkadang penulis menunggu cukup lama untuk mendapatkan *feedback*, sehingga harus dapat melakukan revisi secara cepat dari *feedback* yang diberikan untuk memenuhi *deadline* yang telah ditentukan.

Kendala lainnya adalah saat penulis mendapatkan proyek desain yang tidak pernah dibuat sebelumnya oleh penulis seperti proyek *motion graphic* untuk video promosi perusahaan, dan membuat identitas visual untuk PITO. Sebagai mahasiswa Interaction Design, penulis tidak pernah mempelajari secara mendalam bagaimana cara merancang identitas visual, maupun menganimasikan karakter untuk *motion graphic*.

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

Dalam mengatasi kendala tersebut, penulis belajar untuk mengkomunikasikan apa yang penulis rasakan dan butuhkan kepada *supervisor* penulis. Penulis juga menegosiasikan beberapa hal kepada *supervisor* penulis agar penulis tidak perlu melakukan *multitasking* yang kemudian mengurangi efisiensi penulis, seperti membuat konten IG untuk beberapa waktu ke depan agar di minggu selanjutnya penulis dapat menggunakan waktu tersebut untuk fokus belajar membuat *motion graphic*. Penulis juga belajar untuk lebih kreatif dan teliti sehingga dapat bekerja lebih mandiri dan tidak mendapatkan banyak revisi.

Dalam mengkomunikasikan kendala-kendala tersebut, *supervisor* penulis mengerti keresahan penulis dan memberikan *support* kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tanggung jawabnya dengan lancar