BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Kerja

3.1.1 Kedudukan Kerja

Di dalam EGGHEAD *Branding Consultants*, terdapat sebanyak tiga tim kreatif yang masing-masing memiliki *brand manager, graphic designer,* dan *graphic design intern*. Penulis yang berkedudukan sebagai *Graphic Design Intern*, berada di bawah supervisi dan bimbingan Veronica Cicilia Sidharta dan Ceicilia Jeanne selaku *graphic designer,* dan disupervisi secara keseluruhan oleh Marcella Adna dan Rosemarie Vania selaku *brand manager* salah satu tim kreatif EGGHEAD *Branding Consultants*. Untuk sistem praktik magang di EGGHEAD, EGGHEAD selalu membuka program tersebut tanpa periode tertentu, maka *intern* dapat mendaftarkan diri jika EGGHEAD mempunyai posisi yang tersedia. Namun, ketika periode praktik kerja magang penulis, terdapat dua *graphic design intern* yang memulai hari kerja pertama mereka bersama penulis.

3.1.2 Koordinasi Kerja

Dalam mengerjakan suatu *project*, EGGHEAD *Branding Consultants* memiliki struktur koordinasi kerja agar pengerjaan teratur dan rapi, yang penulis paparkan dalam bagan koordinasi kerja di bawah ini:



gambar 3. 1 Bagan Koordinasi Kerja EGGHEAD

Penulis akan mendapatkan brief dari Brand manager yang dilaksanakan melalui Google Meet. Brief yang didapat berupa penjelasan verbal dan keynote —jika dibutuhkan, yang berisi penjelasan lebih lanjut mengenai objektif desain klien. Setelah *brief*, jika desain yang dikerjakan merupakan *project* baru, penulis mendapatkan kesempatan waktu untuk mencari referensi desain dan *moodboard*, namun jika desain yang dikerjakan merupakan *project* lanjutan dari *graphic designer*, penulis langsung mengerjakan pekerjaan sesuai *brief* yang didapat. Penulis mengerjakan pekerjaan dengan bimbingan *graphic designer* sebelum mengasistensikan desain yang telah dibuat ke *creative director*. Ketika pekerjaan desain sudah disetujui oleh *graphic designer* dan *creative director*, desain tersebut kemudian disusun ke dalam *template* presentasi yang sudah disediakan oleh EGGHEAD, untuk penulis kirimkan kepada *brand manager* untuk dipresentasikan kepada klien. Sistem pengiriman *file* dan *folder* kepada satu sama lain dilakukan daring melalui *platform* seperti Google Drive, Gmail, atau WeTransfer.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama linimasa penulis melakukan praktik kerja magang, penulis mengerjakan banyak proyek dari berbagai klien, mulai dari pengerjaan *branding, brand naming, collateral design, editorial, packaging design,* dan *basic web design.* Dari cakupan tersebut beberapa klien yang penulis ikut bantu kerjakan adalah Duniatex, Jiniso, LABA LABA, PaperOne, dan masih banyak lagi. Berikut penjabaran mengenai tugas-tugas yang penulis lakukan selama program praktik kerja magang ini berlangsung:

Minggu	Project	Keterangan
		Mengerjakan mockup desain
		kolateral Astra Life untuk
	• Internal	portfolio EGGHEAD.
1.	EGGHEAD	brief + meeting + ideation +
	• Jiniso	sketsa untuk identitas visual
		brand JINISO.

2.	 PaperOne Internal EGGHEAD Jiniso 	Mengerjakan <i>layout spechseet</i> <i>CS</i> PaperOne Mengerjakan revisi Astra Life Melanjutkan pengerjaan identitas visual JINISO Mengerjakan sketsa <i>digital</i> untuk identitas visual JINISO Finalisasi + implementasi alternatif identitas visual JINISO
4.	 PaperOne Internal EGGHEAD New Foot Care Project Roona 	Revisi <i>Specsheet</i> PaperOne Mengerjakan <i>mockup</i> desain kolateral Gulare & EjaKarta untuk <i>portfolio</i> EGGHEAD <i>Brand Naming</i> aplikasi <i>home</i> <i>service</i> (BERSEE) EA + Revisi ROONA
5.	TACTIC	caption TACTIC
6.	Foot CareMultiguna	Brand Naming Foot Care Company Profile Multiguna
7.	Foot CareLABA LABA	+ Brand Naming Foot Care (Kumi) FA LABA-LABA
8.	LABA LABASTPDuniatex	Brand Guideline LABA-LABA + Asistensi FA STP Duniatex Web Content (Products)
9.	LABA LABASTPDuniatex	Brand guideline + company profile LABA-LABA Katalog + Brand Guideline STP

		Brand naming – retail M&A Company Duniatex Company Profile
10.	 STP Dimsum 49 Duniatex 	Katalog STP Katalog Duniatex Brand naming Dimsum 49 Concept Store Moodboard Dimsum 49 Web Content Duniatex
11.	STPPaperOneBERSEE	Revisi katalog STP Revisi, KV, Implementasi PaperOne Implementasi BERSEE

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama penulis melakukan praktik kerja magang, penulis dipercayakan untuk mengerjakan beberapa proyek yang menurut penulis cukup besar untuk seorang *graphic design intern*. Selain pengerjaan teknis desain grafis seperti *branding, collateral design, editorial,* dan *packaging design,* penulis juga mendapat kesempatan untuk berkontribusi dalam tahapan awal sebuah *branding* dibentuk, seperti ikut berkontribusi menamai suatu *brand* baru. Namun pada laporan ini, penulis hanya akan menjelaskan tiga pekerjaan yang cukup komprehensif cakupannya untuk penulis ulas di laporan ini.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Dalam pengerjaan suatu proyek, penulis memiliki proses yang berbeda disesuaikan dengan kebutuhan, linimasa, dan tenggat waktu setiap proyek yang dikerjakan. Maka dari itu, berikut proses penjelasan proyek yang penulis kerjakan selama melaksanakan praktik kerja magang sebagai *graphic design intern* di EGGHEAD *Branding Consultants*.

3.3.1.1 Rebranding JINISO

1. Pemahaman Brand Audit & Brief

Jiniso adalah *brand jeans* lokal dengan arah spesifik *Korean Fashion* yang memiliki banyak variasi *jeans* untuk segala aktivitas yang dijual di berbagai *platform* berjualan *online*. Jiniso terbilang sudah relatif terkenal di antara pasar terkait dengan memiliki 1,3 juta pengikut di *platform shopee* yang didapatkan secara organik dalam kurun waktu 2 tahun, dengan per produk yang terjual sekitar 4->10 ribu buah per bulannya, beberapa alasan kenapa Jiniso populer di kalangannya adalah, Jiniso menyediakan ukuran *jeans* yang inklusif dimana ukuran yang disediakan bervariasi dari ukuran paling kecil berukuran 27 hingga terbesar berukuran 38. Selain itu Jiniso sering mensponsorkan produk mereka kepada *channel platform streaming dance cover K-Pop*, selain untuk menarik calon konsumen, untuk menunjukkan bahwa Jiniso menyediakan *jeans* yang cocok digunakan untuk segala acara, kegiatan aktif sekalipun.



gambar 3. 2 Logo Jiniso

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Permasalahan yang dialami oleh Jiniso adalah, sudah banyaknya kompetitor Jiniso yang memiliki identitas visual yang lebih konsisten dibandingkan Jiniso, sehingga ketakutan pemilik jika Jiniso tidak lagi menjadi pengemuka dari *brand jeans* lokal karena tidak konsistennya identitas visual Jiniso. Maka dari itu setelah disusun strategi *brand* Jiniso oleh pihak *Brand Strategist, Essence* dari *Brand* Jiniso adalah bahwa produk Jiniso adalah *Statement of Youth*, dimana konsumen Jiniso dapat mengekspresikan diri mereka dengan produk-produk yang ditawarkan oleh Jiniso.

2. Ideation

Pada tahapan ini, penulis bersama dengan Ceicilia Jeanne yang merupakan *junior graphic designer* EGGHEAD, kemudian mulai mencari 4 alternatif kata-kata kunci yang cocok dengan arahan baru *Brand* Jiniso, pembagian *jobdesc* dibagi dengan adil dimana Ceicilia Jeanne dan penulis masing-masing mengerjakan 2 alternatif kata-kata kunci yang kemudian dikembangkan menjadi *moodboard* visual.

a. Kata Kunci

Dalam pencarian kata kunci, penulis juga diminta untuk menunjukkan *tone* dari masing-masing alternatif tersebut untuk menggambarkan bagaimana bentuk visualnya nanti jika dibuat menjadi masing-masing *moodboard*. Untuk alternatif pertama, penulis memilih kata kunci *explorative, genuine,* dan *sociable* dengan pertimbangan *statement* yang diberikan oleh *brand strategist* ketika memberikan *audit*. Visualisasi yang penulis tampilkan adalah tampilan yang lebih mengerucut seperti tangkapan layar di bawah ini



gambar 3. 3 Alternatif 1 Kata Kunci Jiniso

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Sedangkan, untuk alternatif kedua, penulis memilih kata kunci *confident, bold,* dan *friendly* dengan pendekatan yang cukup berbeda dari alternatif pertama seperti tangkapan layar di bawah ini



gambar 3. 4 Alternatif 2 Kata Kunci Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

b. Moodboard Visual

Setelah kata kunci dipilih, penulis mengkonfirmasikan kata-kata tersebut ke *junior graphic designer* untuk disetujui agar penulis dapat melanjutkan visualisasi kata-kata kunci tersebut lebih lanjut dengan menyusun *moodboard* untuk referensi visual seperti apa kira-kira eksekusi tahap selanjutnya. Foto-foto yang sesuai dengan kata kunci penulis dapatkan dari *Pinterest*. Alternatif pertama *Moodboard* diambil dari visualisasi alternatif berurutan kata kunci Jiniso yang dipaparkan di atas, dikembangkan menjadi seperti tangkapan layar di bawah ini



gambar 3. 5 Alternatif 1 *Moodboard* Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)



gambar 3. 6 Alternatif 2 Moodboard Jiniso

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Setelah mengerjakan kedua *moodboard* tersebut, penulis mengasistensikan *mood* visual ke *creative director*, FX. Aris Hwanggara. Setelah dikonfirmasikan, penulis kemudian mengirimkan *moodboard* tersebut ke *brand manager* yang memegang proyek Jiniso, Rosemarie Vania untuk dipresentasikan kepada klien agar salah satu dari 4 alternatif *moodboard* tersebut dipilih untuk dilanjutkan ke proses desain selanjutnya.

Setelah *brand manager* mempresentasikan alternatif *moodboard* kepada klien, *moodboard* yang terpilih oleh klien adalah alternatif *moodboard* yang disusun oleh Ceicilia Jeanne, *junior graphic designer* EGGHEAD. *Moodboard* ini juga berperan sebagai pilihan *brand color* yang disetujui oleh Jiniso, dimana Jiniso meminta khusus untuk menambahkan warna ungu karena menurut Jiniso, warna tersebut telah melekat dengan *brand* Jiniso dan konsumen mereka.



gambar 3. 7 Alternatif Terpilih Moodboard Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

3. Sketsa

Dalam proses mengerjakan sketsa, arahan yang diberikan oleh pihak EGGHEAD kepada penulis adalah eksplorasi sebanyak-banyaknya dengan gaya visual seperti *moodboard* yang terpilih, dan menunjukkan bahwa Jiniso adalah *brand* yang menyediakan *active jeans* untuk konsumennya. Selain itu, penulis dapat mengeksplorasi elemen yang terdapat pada *jeans* untuk membantu penambahan alternatif eksplorasi sketsa. Teknis pengerjaan dalam melakukan sketsa dibebaskan, maka dari itu penulis melakukan proses sketsa logo menggunakan pensil elektronik dan iPad.





gambar 3. 8 Eksplorasi Sketsa Logo Jiniso

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Setelah melakukan eksplorasi, penulis kemudian mengasistensikan proses tersebut ke FX. Aris Hwanggara selaku *creative director* agar penulis dapat melanjutkan perancangan logo ke tahap selanjutnya yaitu digitalisasi dan eksplorasi *digital. Creative director* kemudian memilih alternatif berikut di bawah ini dengan alasan konsep kantung *jeans* yang memiliki potongan dan jahitan yang mempunyai banyak pola yang menurutnya menarik untuk digarap ke tahap selanjutnya.



gambar 3. 9 Sketsa Logo Jiniso Terpilih (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

4. Desain

Penulis kemudian diinstruksikan untuk memvektorisasi sketsa tersebut agar menjadi lebih rapi dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator, dan memberikan alternatif eksplorasi *layout* pada logo pada tahapan selanjutnya, yang kemudian penulis asistensikan kepada *creative director* dengan sebagai berikut



gambar 3. 10 Alternatif layout Logo Jiniso

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Setelah alternatif tersebut penulis berikan kepada creative director, pilihan creative director yang penulis boleh lanjutkan adalah dua alternatif di kanan, dengan alasan bentuk yang lebih dinamis seperti sifat brand Jiniso dan alternatif selanjutnya yang lebih menonjolkan bentuk kantung pada jeans dan merangkap dengan membentuk sebuah tameng untuk memvisualisasikan pakaian sebagai armor pemakainya untuk mengekspresikan diri. Lalu, penulis dinstruksikan untuk melanjutkan proses perancangan ini ke tahap selanjutnya dimana penulis diminta untuk mencoba mengimplementasikan kedua alternatif logo tersebut ke salah satu media yang akan dipresentasikan, untuk melihat yang mana yang sekiranya akan digunakan untuk preview klien, maka dari itu penulis memilih poster, yang kemudian penulis rancang menjadi sebagai berikut



gambar 3. 11 Implementasi Alternatif layout Logo Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Kedua poster tersebut penulis perlihatkan kepada *creative director* dimana kemudian alternatif foto di kiri yang kemudian dipilih untuk diproses lebih lanjut karena lebih menunjukkan kedinamisan bentuk logo yang sesuai dengan *brand* Jiniso yang memiliki konsumen beragam yang membuat Jiniso *brand* yang dinamis.



gambar 3. 12 Logo Jiniso Terpilih

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Penulis kemudian melanjutkan proses pengerjaan dimana penulis diminta untuk mengimplementasikan logo tersebut ke media-media lainnya untuk dipresentasikan sebagai logo *preview* seperti *business card, packaging, label tag,* dan *jeans tag.* Namun, sebelum penulis melakukan implementasi, penulis merancang supergrafis yang penulis gunakan untuk *preview* media yang akan dipresentasikan kepada klien dengan konsep visual *retro* seperti *moodboard* yang disetujui dari awal.



gambar 3. 13 Supergrafis untuk Mendukung Preview Media

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Penulis membuat kelima bentuk tersebut dengan warna yang disajikan kepada Jiniso bersamaan dengan *moodboard* yang kontras dari *primary color* yang sudah disetujui. Bentuk yang penulis rancang sebagai supergrafis juga dinamis dengan banyak sisi tajam yang mencuat, dan tipografi tebal untuk memberikan kesan *retro*. Penulis juga menuliskan kata dengan Bahasa Korea yang terbaca '*annyeong*' yang berarti salam secara informal. Penulis menuliskan salam tersebut dengan Bahasa Korea karena *brand Jiniso* yang mengarah seperti *Korean Fashion Brand*. Aset supergtafis yang penulis implementasikan, penulis buat sendiri dari awal menggunakan Adobe Illustrator.

5. Implementasi

Pada tahapan ini, penulis diinstruksikan untuk menyusun logo ke media yang kemudian di-mockup dengan tujuan untuk memberikan klien arahan visual/preview bagaimana logo yang baru membawa look and feel pada brand Jiniso. Desain penulis buat menggunakan Adobe Illustrator dan dimockup menggunakan software Adobe Photoshop. Mockup penulis dapatkan dari situs yang menyediakan mockup desain secara gratis seperti GraphicPear, lisensi yang digunakan masih lisensi personal karena preview yang diberikan bersifat internal dalam bentuk presentasi dan tidak disebarkan ke pihak manapun kecuali pihak-pihak yang bersangkutan.



gambar 3. 14 Mockup Jeans Tag Logo Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)



gambar 3. 15 Mockup Label Tag Logo Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)



gambar 3. 16 Mockup Poster Logo Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)



gambar 3. 17 Mockup Business Card Logo Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)



gambar 3. 18 Business Card Logo Jiniso (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

6. *Feedback*

Setelah penulis selesai mengerjakan *mockup*, penulis mengasistensikan kembali semua media yang penulis telah mockup kepada *creative director* untuk mendapat *feedback* internal sekali lagi sebelum alternatif logo ini diajukan kepada klien bersama dengan alternatif logo yang dikerjakan oleh *junior graphic designer*. Setelah meminta *feedback*, pesan terbaru dari *creative* director mengenai perancangan logo ini adalah penulis kemudian diminta untuk membuat 1 alternatif logo kembali yang berupa *logotype* untuk ditambahkan menjadi alternatif selanjutnya jika klien menginginkan logo yang lebih *legible* dibandingkan logo yang berkonsep, *creative director* kemudian menginstruksikan penulis untuk membuat alternatif logo yang telah dibuat oleh penulis sebelumnya.

7. Sketsa Alternatif Tahap 2

Dalam tahapan ini, penulis kemudian melakukan eksplorasi *weight* dari spesimen *logotype* pada tahapan ini dengan arahan *creative director* yang sudah diinstruksikan seperti di atas dan bentuk dari alternatif logo tersebut menjadi sebagai berikut

JNSO JNSO JNSO JNSO JNSO JNSO JNSO JNSO

gambar 3. 19 Alternatif Sketsa Logo Jiniso Tahap 2

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

8. Desain Alternatif Tahap 2

Setelah penulis melakukan eksplorasi alternatif logo, penulis mengasistensikan kembali ke *creative director* untuk ditinjau dan dipilih untuk dilanjutkan ke implementasi media seperti tahapan pada alternatif yang sebelumnya.



gambar 3. 20 Logo Jiniso Tahap 2 Terpilih

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Logo yang kemudian dipilih oleh *creative director* adalah alternatif yang di atas, dimana penulis merancangnya untuk menyelaraskan *brand essence* mereka yang merupakan *statement of youth*, atau pernyataan masa muda dengan logo yang cukup memberikan impresi tegas seperti memberikan pernyataan bahwa logo ini adalah *a statement of youth through a statement brand*.

9. Implementasi Desain Tahap 2

Dengan adanya alternatif baru, implementasi desain juga dibutuhkan untuk alternatif ini, namun *creative director* berpesan untuk menyamakan saja desain implementasi tersebut karena tujuan awalnya adalah kedua alternatif yang penulis buat disusun untuk mempresentasikan secara internal kepada *head of division* untuk dipilih salah satunya sekali lagi sebelum dipresentasikan



gambar 3. 21 Kompilasi Implementasi Logo Jiniso Tahap 2 (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

10. *Feedback* Internal



gambar 3. 22 Dua Alternatif Logo dari Penulis

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Setelah kedua logo dan *mockup* selesai dikerjakan oleh penulis, *brand manager, creative director,* dan penulis mengadakan diskusi bersama *head of division* Kenneth Gouw untuk menentukan mana yang lebih baik dipresentasikan kepada klien bersamaan dengan alternatif logo yang telah dibuat oleh *junior graphic designer*. Penulis melakukan presentasi melalui Google Meet kepada *head of division* dengan menjelaskan maksud/filosofi dari kedua logo yang telah penulis buat. Hasil dari *feedback* kedua desain tersebut adalah keduanya memiliki visual dan konsep yang menarik secara tersendiri, dan keduanya boleh dipresentasikan kepada klien di pertemuan EGGHEAD dan klien Jiniso selanjutnya

11. *Feedback* Eksternal



gambar 3. 23 Alternatif Logo Jiniso

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Ketiga logo di atas dipresentasikan oleh *brand manager* kepada Jiniso, dengan alternatif logo pertama dirancang oleh *junior graphic designer*, dan alternatif logo kedua dan ketiga dirancang oleh penulis. Kemudian penulis diberitahu oleh *brand manager* bahwa *look and feel* yang dibuat oleh penulis, dan logo yang terpilih adalah alternatif ketiga dan alternatif pertama yang dijadikan sebagai pertimbangan yang akan dikabarkan lebih lanjut di pertemuan selanjutnya.

Beberapa minggu kemudian setelah pertemuan terakhir, brand manager mengabarkan penulis bahwa alternatif ketiga dipilih oleh klien,

namun klien memikirkan kembali kalau *brand* Jiniso merasa bahwa mereka memiliki *typeface* yang menurut mereka sudah melekat kepada konsumen karena *typeface* tersebut digunakan oleh Jiniso di *label jeans* mereka, dan kekhawatiran mereka adalah jika konsumen tidak mengenali produk Jiniso dengan *label* baru mereka, sehingga mereka meminta EGGHEAD untuk menggunakan *typeface* yang sudah sering mereka gunakan saja sebagai *logotype* baru Jiniso.

gambar 3. 24 Typeface Andalan Jiniso

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Karena *look and feel* yang dipilih adalah alternatif milik penulis, brand manager kemudian menginstruksikan penulis untuk mengikuti keinginan klien dengan mengganti logo yang dipilih menjadi *logotype* yand menggunakaan *typeface* andalan mereka, namun masih menggunakan *look* and feel dari alternatif yang diberikan penulis.

12. Desain dan Implementasi Tahap 3



gambar 3. 25 Desain Logo Jiniso Tahap 3

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Penulis kemudian langsung mendigitalisasikan *logotype* tahap 3 dengan *typeface Milk Drops* yang penulis dapatkan dari Jiniso. Penulis diinstruksikan untuk langsung mengerjakan dan mengimplementasikan logo tersebut ke *mockup* yang sama tanpa harus mengasistensikannya lagi ke *creative director*, namun langsung saja dilaporkan ke *brand manager* untuk dipresentasikan kembali kepada klien. Berikut implementasi yang dikerjakan oleh penulis dalam desain tahap 3





gambar 3. 26 Kompilasi Implementasi Logo Tahap 3 (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

13. *Feedback* Tahap 3

Pada tahapan ini, *brand manager* kembali mempresentasikan alternatif logo ke klien, dimana setelah itu klien menyetujui desain logo yang dipresentasikan, dan setelah dipresentasikan tahapan selanjutnya boleh dilanjutkan dengan menyusun *graphic standard manual* yang dikerjakan oleh Ceicilia Jeanne yang merupakan *junior graphic designer* EGGHEAD.

Dalam pengerjaan ini, penulis ikut serta membuat identitas visual untuk Jiniso, namun periode magang penulis sudah selesai, dan hingga penulisan laporan ini implementasi identitas baru Jiniso belum digunakan oleh klien, sehingga belum ada tangkapan layar mengenai dimana saja implementasi identitas visual Jiniso yang baru digunakan.

3.3.1.2 Implementasi Visual LABA-LABA

LABA-LABA adalah toko yang bergerak di bidang reparasi, modifikasi, restorasi, dan pemeliharaan barang berbahan kulit seperti tas, koper dan sepatu yang berbasis di Jakarta yang sudah didirikan sejak tahun 1898. LABA-LABA kemudian mengubah identitas visualnya bersama EGGHEAD. Sebenarnya, menurut *brand manager* Marcella Adna, proyek ini sudah dikerjakan cukup lama oleh EGGHEAD hingga *brand manager* dan *graphic designer* yang memegang proyek ini sudah berganti, dan baru dilanjutkan sekarang untuk revisi, finalisasi, dan *handover*.

Penulis diinstruksikan oleh *brand manager* untuk melanjutkan *brand* guideline dan memfinalisasikan artwork yang sudah selesai dalam bentuk file Adobe CC, CS6, PDF, JPG, dan *Final Artwork preview (FA preview)*. Penulis kemudian dikirimkan semua *file* yang akan penulis kerjakan melalui *platform* WeTransfer oleh *brand manager*.

Dalam melanjutkan *brand guideline*, yang harus penulis kerjakan adalah menambah bab baru pada *guideline* beserta kontennya, karena setelah ditelaah kembali oleh *brand manager*, LABA-LABA juga menstrategikan *brand* mereka bersama EGGHEAD, maka dibutuhkan bab *brand strategy* pada *brand guideline* LABA-LABA. Penulis tidak perlu mengajukan *moodboard* atau referensi visual kepada *graphic designer* ataupun *creative director* karena penulis cukup melanjutkan *look and feel* dari tampilan bab-bab *brand guideline* yang sudah ada.



gambar 3. 27 Contoh Tampilan Brand Guideline LABA-LABA

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Pertama, penulis menambahkan bab pada halaman daftar isi yang akan penulis isi dengan konten *brand strategy* yang sudah disediakan, kemudian penulis mulai mengisi informasi-informasi tersebut ke *layout* yang sudah penulis buat dengan *look and feel* yang sudah dibuat *graphic designer* sebelumnya. Penulis kemudian menambahkan foto sebagai pendukung visual pada *layout*. Foto-foto yang penulis gunakan penulis unduh melalui Shutterstock dengan bantuan *brand manager* karena penulis tidak mempunyai akses akun premium Shutterstock. Sistemnya, penulis mengunduh *preview* foto-foto yang menurut penulis cocok di Shutterstock, kemudian jika sudah sesuai dan diterima, penulis diminta untuk mengirimkan *link-link* foto tersebut ke *brand manager*, yang kemudian akan membantu penulis dengan mengunduh semua foto-foto tersebut dan dikirimkan kembali kepada penulis dengan resolusi penuh serta tanpa *watermark*.



gambar 3. 28 Proses Perancangan Bab 1 Brand Guideline LABA-LABA

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Ketika penulis meminta tolong *senior graphic designer*, Veronica Cicilia untuk melakukan *preview layout* dan foto, menurut *senior graphic designer*, *look and feel*-nya sudah sesuai dengan yang sudah disediakan, foto-foto yang menunjukkan nuansa *rustic* dengan elemen pengerjaan *leather works* yang penulis pilih juga sudah sesuai dengan yang diinstruksikan kepada penulis. Catatan tambahan yang diberikan *senior graphic designer* kepada penulis adalah revisi-revisi minor seperti ukuran foto-foto di dalam *picture box*, atau peletakan *text box* yang kurang naik atau turun. Setelah selesai, penulis mengirimkan *file preview brand guideline* ini dalam bentuk PDF ke *brand manager* untuk di-*review* oleh *Head of division*, Kenneth Gouw. Setelah selesai di-*review*, penulis mengirimkan *link-link* foto yang penulis gunakan kepada *brand manager* untuk dibantu proses pengunduhannya. Total foto yang diunduh ada 11 dan dikirimkan kembali oleh *brand manager* menggunakan *platform* WeTransfer.



gambar 3. 29 Halaman dari Bab 1 Brand Guideline LABA-LABA (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

3.3.1.3 Aset Portfolio Gulare

Gulare adalah pemasok gula aren cair terbesar di Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 2012 yang bekerja bersama EGGHEAD untuk mengimplementasikan *brand* mereka ke dalam bentuk *website*, dan *company profile*. Pada saat penulis menjalani praktik kerja magang, proyek ini sudah selesai dengan pihak Gulare, namun penulis diinstruksikan oleh Marcella Adna, selaku *brand manager* untuk membuat *mockup* media-media yang digunakan oleh proyek ini untuk kepentingan *portfolio* EGGHEAD ke depannya.

Ketika melakukan *brief* bersama Marcella Adna selaku *brand manager* dan Veronica Cicilia selaku *senior graphic designer*, dijelaskan bahwa konsep dari *portfolio* Gulare akan mengarah ke *natural* dengan acuan warna yang digunakan cokelat dan hijau sesuai dengan *tone* dari *brand* Gulare. Penulis tidak perlu menunjukkan *moodboard* karena sudah diarahkan oleh *brand manager* dan *senior graphic designer* pembawaan visual dari *portfolio* akan seperti apa. Catatan yang diberikan adalah agar penulis membuat tampilan *mockup* di *artboard* berukuran 1620 x 1080 *pixels* maupun sebaliknya, dan 2160 x 720 *pixels* untuk *header banner* karena keperluan *mockup* ini, hasil terkait dapat diunggah ke situs resmi EGGHEAD sebagai *portfolio* yang dipampang secara publik.

1. Mockup Website

Dalam bagian ini, penulis mulai mengerjakan *mockup website* versi *desktop* terlebih dahulu, pada awalnya penulis menggunakan *mockup* yang sudah tersedia dari *platform* unduhan *Mockup* yang menyediakan *mockup* secara gratis seperti GraphicPear dan Mockup World, yang kemudian penulis susun menjadi seperti berikut:



gambar 3. 30 Mockup Desktop View Website Gulare

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Namun, ketika penulis menunjukkan hasilnya, desain penulis belum diterima karena dianggap terlalu polos dan kurang mencerminkan kata *natural*. Sehingga, penulis kemudian melakukan revisi *mockup* tersebut, namun penulis kali ini tidak menggunakan *mockup* yang sudah ada, melainkan penulis membuat sendiri menggunakan teknik *digital imaging* melalui Adobe Photoshop.

Penulis memulai dengan menetapkan warna hijau tua sebagai *background* dari tampilan keseluruhan. Kemudian penulis mencari aset visual seperti daun, tekstur kayu, dan komputer dalam bentuk PNG. Penulis mendapatkan aset tersebut dari situs yang menyediakan PNG dengan *background* transparan secara gratis baik dari produk maupun lisensi yang bebas digunakan oleh pengguna.



gambar 3. 31 Proses Perancangan Mockup Website Gulare

(sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

Penulis kemudian mengasistensikan proses ke *senior graphic designer* Veronica Cicilia, untuk mendapatkan *review* dan *feedback*. Penulis mengirimkan proses dengan tampilan sebagai berikut:



gambar 3. 32 Hasil Mockup Website Gulare Sebelum Revisi

(sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

Hasil *feedback* dari *senior graphic designer* adalah untuk penulis menghilangkan pot daun yang terletak di pojok kanan bawah, daun yang terletak di pojok kiri bawah, dan memindahkan *layer* daun yang terletak di pojok kanan atas ke belakang tampilan *website* karena aset-aset tersebut menghalangi tampilan *website* yang merupakan objek utama dari tampilan ini secara keseluruhan. Penulis kemudian merevisi *mockup* tersebut sesuai dengan arahan *senior graphic designer* menjadi seperti sebagai berikut



gambar 3. 33 Hasil Mockup Website Gulare Setelah Revisi

(sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Kemudian, penulis melanjutkan pengerjaan *mockup website* versi *mobile*, dimana penulis juga menggunakan teknik yang sama, yaitu *digital imaging* dan mengunduh keperluan aset visual seperti dedaunan, pot tanaman dari tampak atas, tekstur kayu, dan *handphone* di situs yang menyediakan PNG dengan *background* transparan secara gratis baik dari produk yang ditawarkan maupun lisensi yang bebas digunakan oleh pengguna.



gambar 3. 34 Hasil Mockup Website Gulare Versi Mobile (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Dalam pengerjaan ini, tidak ada revisi tambahan yang diberikan oleh senior graphic designer ketika penulis mengerjakan mockup ini dan meminta review dan feedback. Maka dari itu, penulis kemudian melanjutkan perancangan mockup ini ke media selanjutnya, yaitu perancangan mockup company profile Gulare

2. Mockup Company Profile

Dalam perancangan ini, penulis diminta untuk membuat *mockup* dengan dua versi, yaitu tampilan *company profile* ketika sedang ditutup, sehingga hanya *cover* yang terlihat, dan tampilan *company profile* ketika sedang dibuka, sehingga terdapat 1 *spread* atau 2 halaman yang terlihat. Pada tahapan pertama sebelum revisi, penulis membuat kedua *mockup* dari tampak atas, dengan teknik pengerjaan yang sama seperti dua *mockup* sebelumnya, dan pengambilan aset visual yang dibutuhkan dengan cara yang sama seperti dua *mockup* sebelumnya yang sudah difinalisasi.



gambar 3. 35 Hasil Mockup Spread Company Profile Gulare (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)



gambar 3. 36 Hasil Mockup Cover Company Profile Gulare (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

Setelah desain penulis buat, penulis mengirimkan proses desain tersebut ke *senior graphic designer* untuk *review* dan *feedback*. Dimana dari hasilnya, sudah dapat difinalisasikan, tapi penulis hanya boleh memilih 1, sisanya penulis harus membuat lagi dengan beda versi untuk menghindari sifat stagnan pada desain. Maka dari itu, penulis membuat ulang *mockup cover company profile*, tapi kali ini penulis membuatnya di *artboard portrait*, dengan teknik penggunaan, dan metode pengunduhan kebutuhan aset visual yang sama seperti *mockup-mockup* sebelumnya yang sudah difinalisasi.



gambar 3. 37 Mockup Cover Company Profile Gulare Sebelum Revisi

(sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

Penulis kemudian mengirimkan hasil revisi ke *senior graphic designer* untuk *review* dan *feedback* kembali, dimana hasil yang penulis dapat adalah, secara *layout* sudah baik, namun pencahayaan yang penulis buat terkesan tidak begitu alami. Maka dari itu, penulis merevisi pencahayaan dengan menghapus cahaya yang datang dari bawah kiri, sehingga pencahayaan hanya berasal dari kanan atas agar terkesan lebih alami dan dramatis.



gambar 3. 38 Mockup Cover Company Profile Gulare Setelah Revisi (sumber: dokumentasi pribadi EGGHEAD, 2021)

3. GIF

Setelah pengerjaan *mockup*, penulis kemudian dianjurkan untuk membuat GIF dari salah satu *mockup* yang dibuat dengan konten yang dibebaskan untuk menambah dinamisme pada tampilan *portfolio*. Setelah berpikir apa yang harus dibuat menjadi GIF, penulis memutuskan untuk membuat tampilan *website* versi *desktop* ketika sedang *scrolling*, penulis kemudian mengkonfirmasikan ide tersebut ke *senior graphic designer* dan *brand manager*. Setelah disetujui, penulis mulai membuat GIF yang direncanakan. Karena keterbatasan ilmu bagaimana cara membuat motion yang *halus* dengan menggunakan software yang menghasilkan karya statis seperti Adobe Photoshop, penulis memutuskan untuk menggerakkannya menggunakan *software* yang lebih *familiar* untuk penulis gunakan, yaitu Adobe After Effects, yang kemudian penulis *render* dan *convert* menjadi GIF menggunakan *converter* berbasis *online* seperti cloudconvert.

Penulis kemudian mulai memisahkan antara *background*, potongan komputer, dan *landing page website* menjadi 3 komponen yang berbeda, yang kemudian penulis susun per *layer* di Adobe After Effects



gambar 3. 39 Urutan layer motion Gulare pada After Effects

(sumber: dokumentasi pribadi, 2021)



gambar 3. 40 Keyframe Motion Gulare

(sumber: dokumentasi pribadi, 2021)



gambar 3. 41 Graph Position Motion Gulare

(sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

Setelah penulis menyelesaikan *motion* tersebut, penulis mengirimkan *preview* MP4 kepada *brand manager* dan *senior graphic designer*, ketika sudah diterima dan dikatakan selesai, penulis kemudian

mengonversi MP4 tersebut menjadi GIF sebagai langkah terakhir penulis mengerjakan *mockup* Gulare.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di EGGHEAD *Branding Consultants*, penulis memiliki beberapa kendala umum seperti sebagai berikut.

- Kendala laptop penulis yang sudah secara pribadi penulis pakai cukup lama, sehingga sering mengalami *error* karena RAM dan *storage*, seperti peringatan *scratch disk full* ketika penulis membuka Adobe Photoshop karena *software* tersebut menggunakan *hard drive* penulis untuk beroperasi karena RAM penulis tidak cukup untuk menjalankan *software*.
- 2. Kurang telitinya penulis pada *detail* kecil seperti penggunaan koma, dan tanda baca lainnya dalam mendesain desain kolateral.
- Kendala sisa *storage* Google Drive penulis yang penulis gunakan untuk *backup* data pekerjaan EGGHEAD yang penulis kerjakan.
- Belum beradaptasinya penulis dengan *workflow* industri desain bidang *agency* dalam bulan Ramadhan pada 3 minggu terakhir penulis bekerja, yang menyebabkan penulis sempat sakit akibat kelelahan.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Kendala-kendala yang penulis sebutkan kemudian penulis lalui dengan solusisolusi berurutan sebagai berikut.

- 1. Penulis menggunakan aplikasi *third party* yang dapat membersihkan *storage* penulis dari *temporary files*, kemudian penulis sering memencet tombol *save* untuk menghindari hal yang tidak diinginkan seperti mengulang pekerjaan karena *software* berhenti beroperasi mendadak. Selain itu, penulis biasanya hanya membuka 1 *software* saja ketika mengerjakan suatu proyek untuk menghindari hal-hal tidak diinginkan yang penulis sebutkan.
- 2. Penulis belajar untuk mengecek kembali berkali-kali pekerjaan penulis sebelum penulis ajukan ke *graphic designer* atau ke *brand manager*.
- 3. *Brand manager* mengajukan bantuan kepada penulis, dengan memberikan penulis akun EGGHEAD untuk penulis pakai ketika mengunggah *backup files*

agar *storage* Google Drive penulis tidak terisi dengan *backup files* pekerjaan penulis, yang kemudian penulis *logout* ketika sudah selesai mengunggah.

4. Penulis belajar memperbaiki dan mengubah manajemen waktu penulis ketika bulan Ramadhan dengan tidur lebih cepat jika penulis tidak lembur, mengundur kegiatan yang bisa dikerjakan ke sela-sela menunggu konfirmasi hasil desain dari pihak atasan, tidur siang ketika pekerja lain menjalankan istirahat makan siang, dan meminum lebih banyak suplemen vitamin agar tidak sakit.