

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

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

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di *Davyncci Creative* penulis memiliki kedudukan sebagai *graphic designer intern* dan juga *photographer*. Kedudukan ini dilaksanakan selama 3 bulan periode kerja magang seperti yang sudah disepakati pra-magang melalui *interview* dengan pihak *Davyncci Creative*. Penulis dibimbing oleh Rizky Putra Yoandra selaku *Creative Director* di *Davyncci Creative*.

##### **3.1.1. Kedudukan**

Sebagai desain grafis di *Davyncci Creative* penulis dibebaskan untuk mengeksplorasi desain yang tetap berpaku pada tema dan keinginan klien. Ada beberapa saat penulis diberikan kesempatan untuk menjadi *photographer* untuk foto produk klien. Disini penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di fakultas seni dan desain Universitas Multimedia Nusantara. Pada magang ini penulis difokuskan untuk mendesain media sosial *Instagram*.

##### **3.1.2. Koordinasi**

Pertama penulis diberikan *brief* dari tim marketing tentang konten yang diinginkan oleh klien, kemudian penulis mengaplikasikannya dalam desain grafis. Tim marketing pun memberikan referensi-referensi desain, *color palette*, dan untuk beberapa klien yang sudah memiliki *template* untuk desain *Instagram*, tim marketing akan memberikan *brief* ulang untuk penggunaan *template* tersebut agar penulis dapat memberikan hasil sesuai dengan keinginan klien.

Konten yang sudah ditulis oleh tim marketing diupload di Google Drive dengan menggunakan Google Docs, tugas penulis adalah mengikuti jadwal konten yang sudah di tentukan oleh tim maketing. Konten ditulis perbulan berdasarkan kontrak yang sudah disetujui oleh klien, sebagian

besar kontrak klien untuk desain konten *Instagram* berjumlah 24 *post*. Berikut merupakan contoh tabel *content brief dan plan* bulan februari yang ditulis oleh tim marketing untuk desain grafis.

Graphic Design Brief											
No.	Subcategory	Title	Reference	Objective	Key Message	Design Description	Copywriting	Caption	Media	Assets	Status
1	Ucapan	Nyoi		Ucapan hari besar		Non Slide Post	Selamat Hari Raya Idul Fitri Tahun Baru Caka 1543	Graphic Design Only			
2	Ucapan	Ira M'raj		Ucapan hari besar		Non Slide Post	Selamat Menghormati Ira M'raj Nabi Muhammad SAW	Graphic Design Only		1:1	
3		Apakah bedanya Cotton Combed 20s, 24s, atau 30s?		Menjawab FAQ	Memberi tahu perbedaan dari masing-masing cotton combed	Slide Post	Slide1: Apa sih bedanya Cotton Combed 20s, 24s, atau 30s? Slide2: Cotton Combed 20s (Fiber) Cotton Combed 20s ini lebih tebal dari pada cotton combed lainnya dan memiliki gramasi dengan ukuran 150-225 gr/m2. Cotton Combed 24s (Fiber) Cotton Combed 24s ini tidak terlalu tebal ataupun terlalu tipis dalam kata lain berada ditengah-tengah Cotton Combed 20s dan 30s dengan gramasi 170 - 210 gr/m2. Cotton Combed 30s (Fiber) Cotton Combed 30s ini memiliki ketebalan yang lebih tipis diantara dua Cotton Combed sebelumnya dengan gramasi 140 - 160 gr/m2. Slide3: Lalu mana yang lebih bagus untuk kamu Boof? Slide4: Semua kembali lagi tergantung kebutuhan kamu Boof Untuk tanya-tanya lebih jauh bisa langsung klik link yang ada di bio ya Boof!				
4		Mending Sabon Plastisol atau Sabon Rubber?		Menjawab FAQ	Memberi tahu perbedaan dari Sabon Plastisol dan Sabon Rubber	Slide Post	Slide1: Mending Sabon Plastisol atau Sabon Rubber? Slide2: Sabon Rubber Seperti namanya sabon ini berbahan dasar karet, sabon rubber juga sangat baik buat membuat pada bahan kain yang digunakan. Menganya ekonomis dan proses produksinya ga ribet. Slide3: Sabon Plastisol Sabon plastisol adalah jenis sabon yang sangat populer digunakan karena memiliki ketahanan tinggi, mengkilapkan warna corak, dan menawan kuat pada kain. Slide4: Kalau kamu yang mana Boof? Tim Rubber atau Plastisol? Comment dibawah ya Boof!				

Gambar 3. 1 *Screenshot* Tabel *Content brief* Bulan Februari

FEEDS		
Tanggal : 30 Mar Content Brief No : Porto	Tanggal : 28 Mar Content Brief No : Porto	Tanggal : 26 Mar Content Brief No : 5
Tanggal : 24 Mar Porto	Tanggal :22 Mar Content Brief No : Video	Tanggal :20 Mar Content Brief No :4
Tanggal : 18 Mar Porto	Tanggal : 16 Mar Content Brief No :Porto	Tanggal :14 Mar Content Brief No : 1
Tanggal : 11 Mar Content Brief No : 2	Tanggal : 10 Mar Content Brief No : porto	Tanggal : 8 Mar Content Brief No : 6
Tanggal :6 Mar Content Brief No : Porto	Tanggal : 4 Mar Content Brief No : Porto	Tanggal :2 Mar Content Brief No : Porto

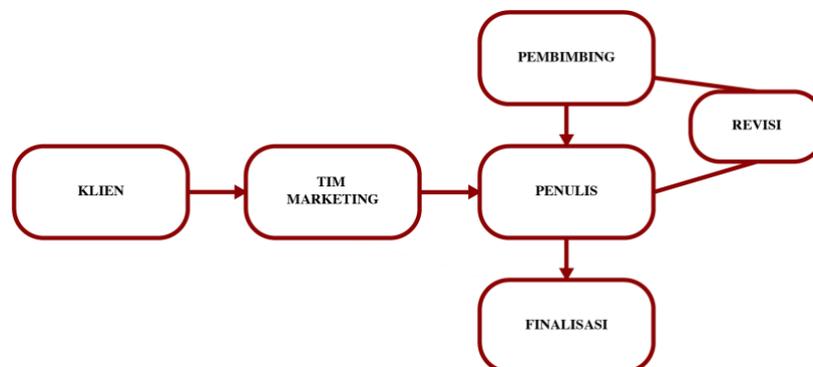
Gambar 3. 2 *Screenshot* Tabel Jadwal *Content Plan*

*Content plan* terpisah setiap bulannya. Pada tabel *content plan* tersebut ditandai dengan warna yang memiliki arti masing-masing. Warna- warna tersebut adalah:

1. Merah yang berarti konten desain sedang dibutuhkan segera
2. Kuning yang berarti konten prioritas
3. Biru konten yang berarti akan diunggah di waktu yang akan datang
4. Merah muda adalah konten tambahan
5. Hijau yang berarti konten sudah selesai dan sudah *d*.

Setelah menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan, penulis langsung merubah warna kotak pada tabel menjadi warna hijau, yang ditandakan bahwa konten yang dijadwalkan untuk tanggal tertentu sudah selesai dilakukan dan disetujui oleh pembimbing lapangan.

Praktik kerja magang yang penulis laksanakan sebagian besar dilakukan melalui *work from home* akibat adanya Covid-19. Kordinasi *work from home* dilakukan melalui aplikasi *Whatsapp* dengan fitur-fiturnya seperti *whatsapp chat*, *video call*, dan *voice call*. Meskipun hanya menggunakan *Whatsapp* sebagai wadah untuk berkomunikasi saat berjauhan, penulis tetap bisa dengan baik melakukan tugas desain konten yang diberikan dengan proses revisi dari *Creative Director*. Berikut merupakan alur koordinasi selama penulis bekerja magang bersama *Davynci Creative*



Gambar 3. 3 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Penulis bekerja sesuai dengan *jobdesk* yang sudah ditetapkan yaitu desain grafis. Selama bekerja di *Davyncci Creative*, penulis bekerja dengan beberapa klien yaitu *Dapur Pangeran*, *The Tarik Johny*, *Kyoro Label*, *Nasi Kangen Bali*, *Pandaboo Garment*, *SAS Skincare*, *GNMUA*, dan *PT. Sevana Mulia Abadi*. Berikut adalah project penulis selama praktik kerja magang di *Davyncci Creative*.

Tabel 3. 1 *Project* yang Dikerjakan Penulis

No.	Minggu	Proyek
1	14 Januari – 21 Januari 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Kyoro Label</i>. (Pengumuman <i>shopee live</i>)</li><li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>GNMUA</i>. (Quotes dan foto pengguna jasa <i>GNMUA</i> menggunakan <i>frame</i>)</li><li>- Membuat <i>feeds Instagram</i> berbentuk video pendek. (Video mengenai <i>Vitamin C Treatment</i>)</li><li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>SAS Skincare</i>. (Pengumuman pemenang <i>Giveaway</i>)</li></ul>
2	22 Januari – 28 Januari 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Melakukan <i>brainstorming</i> untuk <i>feeds Instagram SAS Skincare</i>. (<i>SAS</i> berencana untuk melakukan <i>rebranding</i> dengan konsep <i>feeds Instagram</i> dan <i>packaging</i> produk baru)</li><li>- Merancang <i>feeds</i> untuk <i>Instagram GNMUA</i></li><li>- Merancang <i>feeds</i> untuk <i>Instagram SAS Skincare</i> (<i>Quotes</i> dan foto-foto produk)</li><li>- Memilah foto dari klien <i>Kyoro Label</i></li></ul>

3	29 Januari – 4 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> GNMUA (Ucapan hari raya imlek, foto-foto pengguna jasa GNMUA, pengumuman <i>discount</i>, edukasi mengenai <i>lash lift treatment</i>,</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> SAS Skincare</li> <li>- Membuat video pendek untuk <i>Instagram</i> GNMUA</li> <li>- Mengambil <i>footage</i> video untuk GNMUA</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> Kyoro Label (<i>Quotes</i> dan foto-foto produk)</li> </ul>
4	5 Februari – 11 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds</i> alternatif untuk <i>Instagram Davyncci Creative</i> (<i>Feeds</i> bertemakan <i>Newsjacking</i> dan haru raya imlek)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram Pandaboo Garment</i> (Portofolio, konten edukasi, dan hari raya imlek)</li> <li>- Melakukan transisi untuk memegang klien <i>Nasi Kangen Bali</i></li> <li>- Merancang kartu nama untuk PT Sevana Mulia Abadi</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram Nasi Kangen Bali</i> (Konten mengenai promo, foto produk, dan ucapan selamat hari kasih sayang)</li> <li>- Merancang <i>feeds</i> untuk GNMUA dan SAS Skincare bertemakan hari <i>Valentine</i>.</li> </ul>

5	15 Februari – 19 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds</i> untuk <i>Instagram Davyncci Creative</i> (Konten bertemakan KISS Principle dan perbedaan antara <i>Core Values</i>, Visi dan Misi)</li> <li>- Melakukan <i>photoshoot</i> produk untuk klien <i>Pandaboo Garment</i></li> <li>- Merancang <i>feeds</i> untuk <i>Instagram Nasi Kangen Bali</i> (Konten informasi promo dan foto produk)</li> <li>- Merancang <i>feeds</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> (Konten portofolio dan edukasi)</li> </ul>
6	22 Februari – 26 Februari 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan <i>photoshoot</i> produk untuk klien Teh Tarik Johny</li> <li>- Merancang <i>feeds</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> (Konten portofolio)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Davyncci Creative</i> (Konten mengenai Targeting)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Nasi Kangen Bali</i> (Konten arti kata “Siap”, foto produk dan info promo?)</li> </ul>
7	1 Maret – 5 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> (Konten portofolio dan ucapan hari raya Nyepi dan Isra Mi’raj)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> alternatif <i>Davynvi Crative</i> (Konten mengenai juru bicara Panji Pragiwaksono)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Nasi Kangen Bali</i> (Konten informasi promosi dan foto produk)</li> </ul>

8	8 Maret – 12 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> (Konten portofolio, edukasi, dan kuis untuk <i>Instagram Story</i>)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Nasi Kangen Bali</i> (Konten mengenai foto produk, informasi promo, ucapan hari raya Nyepi dan Isra Mi'raj, dan edukasi mengenai <i>franchise Nasi Kangen Bali</i>)</li> </ul>
9	15 Maret – 19 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Nasi Kangen Bali</i> (Konten berisi tentang foto-foto produk, pembukaan lowongan pekerjaan dan ajakan untuk datang ke <i>outlet Nasi Kangen Bali</i>)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> (Konten portofolio, edukasi pendiri Brand sukses, dan edukasi bahan baju)</li> </ul>
10	22 Maret – 26 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Nasi Kangen Bali</i> (Konten berisi tentang informasi promo, foto-foto produk dan penjelasan mengenai sebuah menu)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> (Konten berisi dengan portofolio, edukasi mengenai bahan sablon)</li> </ul>
11	29 Maret -1 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> (Konten berisi tentang edukasi pendiri Brand sukses dan portofolio)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Nasi Kangen Bali</i> (Konten berisi tentang foto produk dan ucapan selamat menunaikan ibadah puasa)</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk Dapur Pangeran (Konten berisi tentang informasi gratis ongkos kirim dan ucapan hari jumat agung)</li> </ul>
12	5 April – 9 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk The Tarik Johny (Konten berisi dengan informasi lokasi <i>outlet</i> Teh Tarik Johny dan ucapan selamat menunaikan ibadah puasa)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> (Konten berisi tentang portofolio <i>workshop</i>)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk Dapur Pangeran (Konten berisi tentang foto produk dan konsumen, dan informasi paket)</li> </ul>
13	12 April – 14 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk Dapur Pangeran (Konten berisi dengan informasi paket, gratis takjil, dan ucapan selamat menunaikan ibadah puasa)</li> <li>- Merancang <i>feeds Instagram</i> untuk <i>Pandaboo Garment</i> mengenai cara memulai brand baju, dan juga ucapan selamat menunaikan ibadah puasa</li> </ul>

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama bekerja magang di *Davyncci Creative* penulis melakukan pekerjaan dalam bidang desain grafis yang dikhususkan dalam media sosial *Instagram*. Setiap klien yang ditangani oleh penulis menggunakan *Instagram* untuk *Social Media Development* mereka. Hal ini dikarenakan *Instagram* merupakan salah satu wadah jual beli *online* yang terkenal di kalangan pengguna media sosial. Dalam pengerjaan desain grafis untuk klien, penulis berada di bawah bimbingan Rizky Putra Yoandra selaku Creative Director. Pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis adalah *post* dan *story Instagram* dalam bentuk foto, desain grafis, dan juga video pendek. Selain mengerjakan desain grafis, penulis juga melakukan pekerjaan seperti menjadi *photographer* dan asisten *photographer* untuk klien yang membutuhkan foto produk.

#### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

Dalam proses kerja magang, penulis diberikan kepercayaan terhadap beberapa klien. Proses yang dilakukan penulis bermula dari *briefing* oleh tim marketing dan mulai mengaplikasikan konten sesuai *brief* dalam bentuk karya desain grafis. Setelah menyelesaikan konten yang *dibrief* penulis melakukan asistensi pada Creative Director untuk revisi desain grafis yang belum sesuai atau pun maksimal dengan keinginan klien. Klien yang dipegang oleh penulis selama pelaksanaan kerja magang yaitu *Davyncci Creative*, Dapur Pangeran, The Tarik Johny, Kyoro Label, *Nasi Kangen Bali*, *Pandaboo Garment*, SAS Skincare, GNMUA, dan PT. Sevana Mulia Abadi. Di dalam laporan magang ini penulis akan menjelaskan proses pelaksanaan magang yang dilakukan penulis untuk tiga klien yaitu *Davyncci Creative*, *Pandaboo Garment*, dan *Nasi Kangen Bali*.

1. *Davyncci Creative*

*Davyncci Creative* merupakan agensi pemasaran dan kreatif tempat penulis melaksanakan kerja magang. *Davyncci Creative* memiliki *Instagram* dengan tujuan mengedukasi konsumen mengenai *digital marketing*, membahas mengenai isu-isu yang terjadi di lingkup *digital*

marketing dan juga memperluas jangkauan klien. Selain memiliki *Instagram*, *Davyncci Creative* juga memiliki *website*, tugas penulis dalam *Davyncci Creative* sendiri hanya difokuskan pada pengerjaan desain *feeds Instagram Davyncci Creative*.

Sebelum mendesain konten, penulis menerima *content brief* dari Dicky Chandra selaku anggota tim marketing yang bertanggung jawab atas konten untuk *Instagram Davyncci Creative*. *Brief* dilakukan secara langsung dan juga melalui data yang disebarakan dalam bentuk *Google Docs*. Penulisan *copywriting* dan isi konten yang berada di dalam *Google Docs* tersebut berjumlah empat belas konten untuk satu bulan. Penulis lalu mengaplikasikan konten-konten berbetuk tulisan yang sudah disebar dalam *Google Docs* dalam bentuk desain grafis. Untuk konten yang bersifat mendadak, penulis akan langsung dihubungi oleh Dicky untuk *dibrief* tanpa melalui *Google Docs*. Berikut adalah contoh *briefing* konten untuk *Instagram Davyncci Creative*.

Graphic Design Brief											
No.	Subkategori	Titik	Referensi	Objective	Key Message	Design Description	Copywriting	Caption	Media	Format	Status
1						<p><b>Slide 1</b>            Core Value: Bikin Audians Menasaran</p> <p><b>Slide 2</b>            Bagaimana ini. Banyak brand men-            untaun konten berbetuk di Instagram.            Untuk apa sih mereka ngapain gitu?</p> <p><b>Slide 3</b>            Bagaimana dan brand persembahkan konten yang ngaruh            yang memotivasi brand dan akhirnya brand bisa di            follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh dan            akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 4</b>            Plus lagi nama mereka, salah satu kompetitor yaitu            "The Wisest".            Dengan cara ini mereka mempromosikan brand dan            akhirnya brand bisa berkembang. Brand tersebut bisa            di follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh            dan akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 5</b>            Bagaimana ini. Banyak brand men-            untaun konten berbetuk di Instagram.            Untuk apa sih mereka ngapain gitu?</p> <p><b>Slide 6</b>            Bagaimana dan brand persembahkan konten yang ngaruh            yang memotivasi brand dan akhirnya brand bisa di            follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh dan            akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 7</b>            Plus lagi nama mereka, salah satu kompetitor yaitu            "The Wisest".            Dengan cara ini mereka mempromosikan brand dan            akhirnya brand bisa berkembang. Brand tersebut bisa            di follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh            dan akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 8</b>            Bagaimana ini. Banyak brand men-            untaun konten berbetuk di Instagram.            Untuk apa sih mereka ngapain gitu?</p> <p><b>Slide 9</b>            Bagaimana dan brand persembahkan konten yang ngaruh            yang memotivasi brand dan akhirnya brand bisa di            follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh dan            akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 10</b>            Plus lagi nama mereka, salah satu kompetitor yaitu            "The Wisest".            Dengan cara ini mereka mempromosikan brand dan            akhirnya brand bisa berkembang. Brand tersebut bisa            di follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh            dan akhirnya brand bisa berkembang.</p>					
5						<p><b>Slide 1</b>            Perchedan            Core Values,            Visi &amp; Misi</p> <p><b>Slide 2</b>            Bagaimana ini. Banyak brand men-            untaun konten berbetuk di Instagram.            Untuk apa sih mereka ngapain gitu?</p> <p><b>Slide 3</b>            Bagaimana dan brand persembahkan konten yang ngaruh            yang memotivasi brand dan akhirnya brand bisa di            follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh dan            akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 4</b>            Plus lagi nama mereka, salah satu kompetitor yaitu            "The Wisest".            Dengan cara ini mereka mempromosikan brand dan            akhirnya brand bisa berkembang. Brand tersebut bisa            di follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh            dan akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 5</b>            Bagaimana ini. Banyak brand men-            untaun konten berbetuk di Instagram.            Untuk apa sih mereka ngapain gitu?</p> <p><b>Slide 6</b>            Bagaimana dan brand persembahkan konten yang ngaruh            yang memotivasi brand dan akhirnya brand bisa di            follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh dan            akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 7</b>            Plus lagi nama mereka, salah satu kompetitor yaitu            "The Wisest".            Dengan cara ini mereka mempromosikan brand dan            akhirnya brand bisa berkembang. Brand tersebut bisa            di follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh            dan akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 8</b>            Bagaimana ini. Banyak brand men-            untaun konten berbetuk di Instagram.            Untuk apa sih mereka ngapain gitu?</p> <p><b>Slide 9</b>            Bagaimana dan brand persembahkan konten yang ngaruh            yang memotivasi brand dan akhirnya brand bisa di            follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh dan            akhirnya brand bisa berkembang.</p> <p><b>Slide 10</b>            Plus lagi nama mereka, salah satu kompetitor yaitu            "The Wisest".            Dengan cara ini mereka mempromosikan brand dan            akhirnya brand bisa berkembang. Brand tersebut bisa            di follow. Brand tersebut dapat banyak customer ngaruh            dan akhirnya brand bisa berkembang.</p>					

Gambar 3. 4 Screenshot Tabel *Content Brief* Untuk *Instagram Davyncci Creative*

Setelah *brief* konten per bulan sudah disebar di *Google Docs*, Rizky selaku Creative Director memberi *brief* yang lebih tertuju pada pengaplikasian konten dalam desain seperti jenis *font*, *color palette*, *template*, dan *asset* yang digunakan di *feeds Instagram DavynCI Creative* yang sebelumnya. Berikut adalah *font*, *color palette*, dan *template* yang digunakan di *Instagram DavynCI Creative*.

## BEBAS REGULAR

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## Futura

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 3. 5 *Font DavynCI Creative*



Gambar 3. 6 *Color Palette dan Template DavynCI Creative*

Gaya desain *Instagram DavynCI Creative* adalah *simple modern*. Gaya tersebut diadopsi *DavynCI* agar konsumen dan pengguna *Instagram* dapat dengan mudah memahami maksud dari konten yang diberikannya. Pada pengerjaan desain *feeds DavynCI*, Rizky sebagai pembimbing juga memberikan referensi seperti *feeds DavynCI* yang lain

yang dikerjakan olehnya agar desain yang akan dilaksanakan penulis tidak lari jauh dari konsep *feeds* yang lain. Setelah itu, pada saat pengerjaan, penulis mengaplikasikan konten *brief* kedalam desain dan melalui beberapa revisi dari Rizky, karya dari penulis pun akhirnya diterima dan diunggah ke dalam *Instagram DavynCI Creative*. Berikut merupakan referensi yang diberikan oleh Rizky dan hasil akhir desain grafis untuk *Instagram DavynCI Creative*.

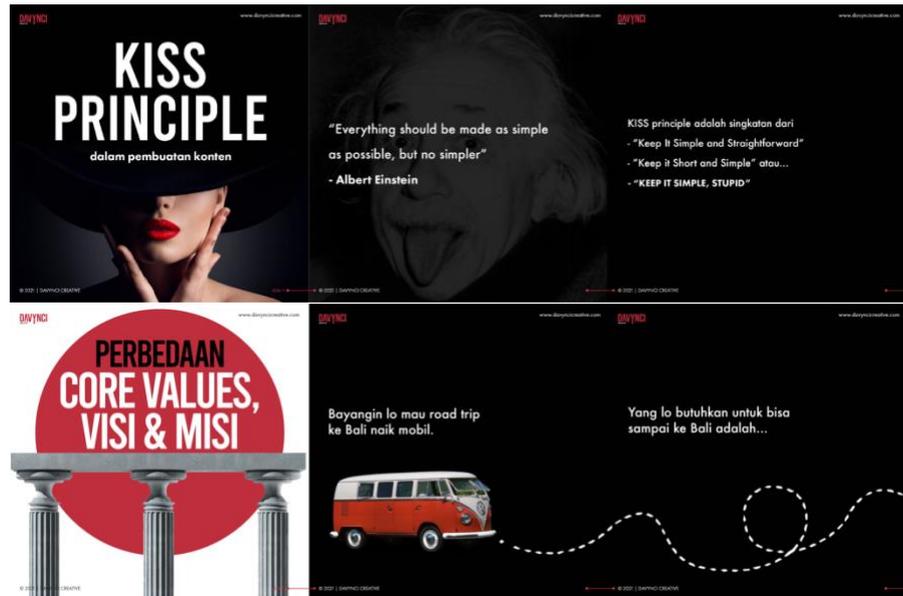


Gambar 3. 7 Referensi Desain *Feeds DavynCI Creative*



Gambar 3. 8 Hasil Akhir Desain *Feeds DavynCI Creative*

Setiap *post DavynCI* yang dilampirkan di dalam laporan magang ini merupakan *Instagram slide post* yang berarti dalam satu *post* mengandung beberapa desain grafis. Hal tersebut dilakukan agar audiens dapat lebih memahami maksud dari konten yang diberikan *DavynCI*. Berikut adalah contoh dari *slide post* yang berjudul “*KISS Principle Dalam Pembuatan Konten*” dan “*Perbedaan Core Values, Visi & Misi*”.



Gambar 3. 9 Contoh Slide Post DavynCI Creative

## 2. Pandaboo Garment

*Pandaboo Garment* adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan kaos dari bahan mentah hingga siap pakai. Tugas yang dilakukan penulis untuk klien ini adalah pembuatan desain untuk *feeds Instagram* dan juga *Photoshoot* produk untuk dimasukkan dalam kategori portofolio *Instagram Pandaboo Garment*.

Konten yang diberikan oleh tim marketing untuk *Instagram* bertemakan edukasi mengenai bahan kaos dan sablon, kuis untuk *Instagram story*, dan juga portofolio. Proses desain dilakukan dengan prosedur yang sama dengan menerima *brief* dari tim marketing melalui *Google Docs* lalu desain yang dikerjakan oleh penulis diperiksa oleh Rizky untuk perbaikan jika diperlukan. Berikut adalah contoh konten *brief* untuk *Pandaboo Garment*.

Graphic Design Brief												
No.	Subcategory	Title	Reference	Objective	Key Message	Design Description	Copywriting	Caption	Media	Assets	Format	Status
1	Unggahan	Wajah		Unggahan hari besar		Non Side Post	Selamat Hari Raya Idul Fitri Tahun Baru Caka 1543	Graphic Design Only				
2	Unggahan	foto MHS		Unggahan hari besar		Non Side Post	Selamat Hari Raya Idul Fitri Nabi Muhammad SAW	Graphic Design Only		1.1		
3	Edukasi	Apa sih bedanya Cotton Combed 20s, 24s, atau 30s?		Menjawab FAQ	Menjelaskan perbedaan dan manfaat masing-masing cotton combed	Side Post	Slide 1: Apa sih bedanya Cotton Combed 20s, 24s, atau 30s? Slide 2: Cotton Combed 20s (Fiber) Cotton Combed 20s ini lebih tebal dan padat cotton combed lainnya dan memiliki gramasi dengan ukuran 180-220 g/m <sup>2</sup> Cotton Combed 24s(Fiber) Cotton Combed 24s ini lebih tebal, lebih halus dan memiliki gramasi yang lebih tipis diantara dua Cotton Combed sebelumnya dengan gramasi 140 - 160 g/m <sup>2</sup> Cotton Combed 30s (Fiber) Cotton Combed 30s ini memiliki ketebalan yang lebih tipis diantara dua Cotton Combed sebelumnya dengan gramasi 140 - 160 g/m <sup>2</sup> Slide 3: Lalu mana yang lebih bagus untuk kamu Bro? Slide 4: Bermana kembali lagi tergantung kebutuhan kamu Bro! Untuk tanya-tanya lebih jauh bisa langsung klik link yang ada di bio ya Bro! Slide 5: Mending Sablon Plastisol atau Sablon Rubber?					
4	Edukasi	Mending Sablon Plastisol atau Sablon Rubber?		Menjawab FAQ	Menjelaskan perbedaan dan kelebihan Sablon Plastisol dan Sablon Rubber	Side Post	Slide 1: Mending Sablon Plastisol atau Sablon Rubber? Slide 2: Sablon Rubber Seperti namanya sablon ini berbahan dasar karet, sablon rubber juga sangat baik saat membuat pada bahan kain yang digunakan. Sehingga elastisitas dan proses produksinya ga ribet Slide 3: Sablon Plastisol Sablon plastisol adalah jenis sablon yang sangat populer digunakan karena memiliki ketahanan tinggi, menghasilkan warna cerah, dan menempel kuat pada kain Slide 4: Kalo kamu yang mana Bro? Tim Rubber atau Plastisol?					

Gambar 3. 10 Screenshot Tabel Content brief Pandaboo Garment

Untuk melanjutkan *feeds Instagram* Pandaboo Garment yang sesuai dengan *post* sebelumnya, penulis menerima *asset* berupa kepala panda sebagai maskot dari *Pandaboo Garment* dalam bentuk *PNG*, dan *font* khas yang digunakan oleh *Pandaboo*. Penulis juga diberikan *brief* dari desainer grafis yang bertanggung jawab atas *Pandaboo Garment* sebelumnya yaitu Marcel untuk mengeksplorasi desain sesuai dengan karakter penulis sendiri dikarenakan gaya desain bisa berubah kapan saja tergantung dengan keinginan klien dengan catatan tetap terikat dengan tema konten yang diberikan oleh tim marketing. Warna yang digunakan untuk *feeds Instagram Pandaboo Garment* adalah warna bebas dengan gaya desain yang maskulin.

Penulis memulai *project Pandaboo Garment* pada bulan februari. Dalam pengerjaan *project* ini penulis menggunakan *software Adobe Illustrator, Lightroom, dan Photoshop*. Pada masa transisi penulis membuat desain grafis sesuai dengan gaya desain yang dilakukan Marcel. Setiap desain yang dibuat oleh penulis melewati asistensi dari Rizky dan Marcel dengan beberapa revisi. Setelah hasil revisi terakhir dapat diterima, penulis langsung menyerahkan desain tersebut kepada tim *marketing* agar siap diunggah pada jadwal yang sudah ditetapkan. Berikut adalah *asset* desain kepala panda, *font*, dan hasil desain masa transisi yang digunakan untuk *Pandaboo Garment*.

**AIRSTRIKE**  
**ABCDEFGHIJKLM**  
**NOPQRSTUVWXYZ**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Gambar 3. 11 *Font Pandaboo Garment*

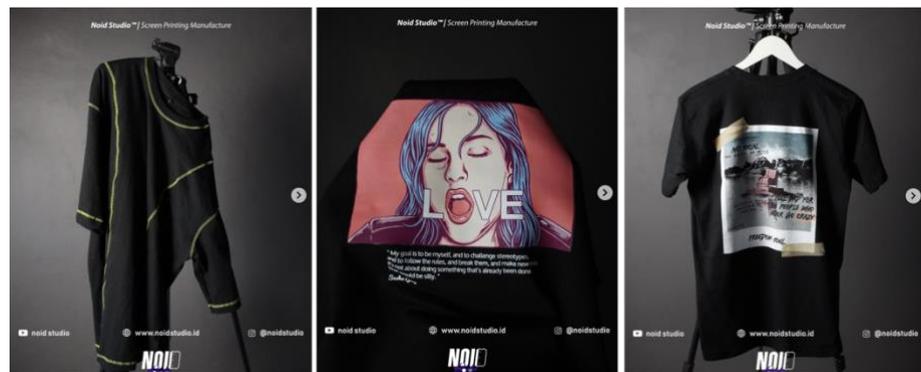


Gambar 3. 12 *Asset Kepala Panda Maskot Pandaboo Garment*



Gambar 3. 13 Hasil Desain *Feeds Pandaboo Garment* Masa Transisi

Hasil dari *photoshoot* yang dilakukan oleh penulis berguna untuk desain portofolio *Instagram Pandaboo Garment*. Penulis melakukan sesi *photoshoot* di *workshop* dan kantor *Pandaboo Garment*. *Photoshoot* dari produk *Pandaboo Garment* berlangsung selama satu hari dengan jumlah 14 foto baju dengan desain dan *angle* yang berbeda-beda, dan banyak foto *workshop* yang memperlihatkan cara pengerjaan sablon kaos dan penggambaran bentuk *workshop Pandaboo Garment*. Saat pelaksanaan *photoshoot* klien atau *owner* dari *Pandaboo Garment* memberikan referensi foto dan desain jadi dari Kompetitor garment yang lain. Berikut merupakan referensi yang diberikan oleh *Pandaboo Garment*.

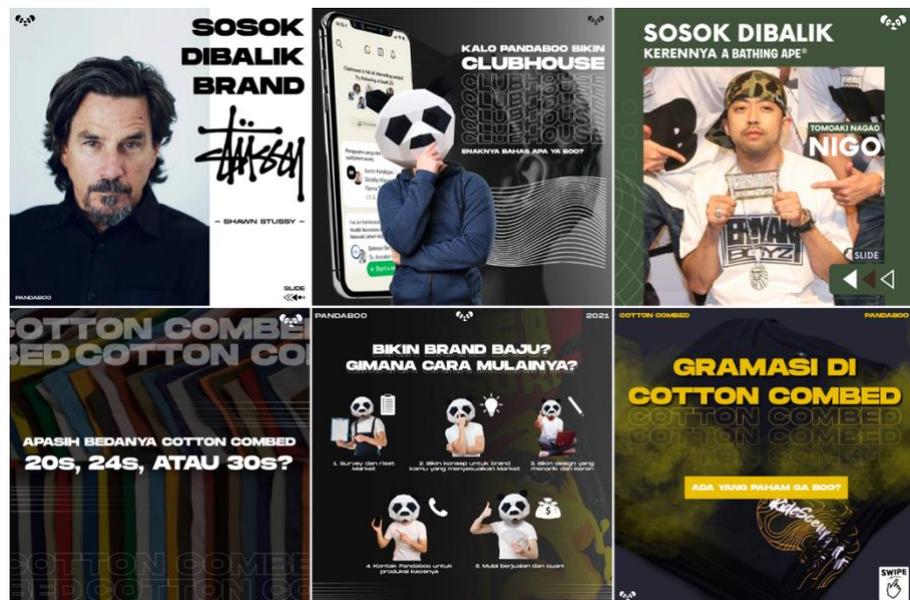


Gambar 3. 14 Referensi Desain *Feeds* Untuk Portofolio *Instagram*

Setelah *photoshoot* selesai, penulis melakukan *color grading* melalui *software Adobe Lightroom* dan *Photoshop* untuk hasil foto yang sudah diambil agar foto dapat tampak menarik saat diaplikasikan menjadi desain grafis. Setelah melalui proses desain dan beberapa revisi berikut merupakan hasil desain portofolio *Pandaboo Garment* untuk *Instagram*. Selain desain portofolio, penulis juga mengerjakan desain mengenai edukasi seputar *clothing brand*, jenis kaos dan sablon, *story Instagram* dan lain-lain. Setiap bulannya total konten sesuai kontrak *Pandaboo Garment* dengan *Davyni Creative* berjumlah 24 termasuk *feeds* dan *story Instagram*. Berikut merupakan hasil dari *feeds* dan *story Instagram Pandaboo Garment*.



Gambar 3. 15 Hasil Desain Story Instagram Pandaboo Garment



Gambar 3. 16 Hasil Desain Feeds Pandaboo Garment

### 3. Nasi Kangen Bali

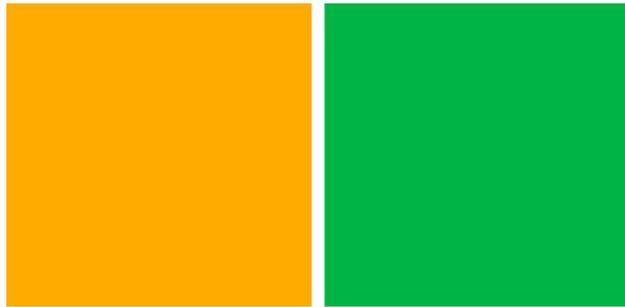
*Nasi Kangen Bali* merupakan klien yang bergerak dalam bidang usaha *franchise food and beverages*. *Nasi Kangen* mengadopsi kuliner khas Bali tradisional yang dikemas secara praktis dan higienis. Salah satu pendiri *Nasi Kangen Bali* adalah seorang koki bintang 5 yaitu Dwi Rianto yang memiliki pengalaman dalam dunia kuliner selama 20 tahun.

Tugas penulis dalam menangani klien ini adalah dengan mendesain *feeds Instagram Nasi Kangen Bali*. Dalam pengerjaan ini penulis dibimbing oleh Rizky selaku Creative Director, Dicky Chandra selaku tim marketing dan Peter Andreas selaku Marketing Director dari *Nasi Kangen Bali*. Prosedur desain dilakukan dengan *brief* dari Dicky yang *diupload* dalam *Google Docs* dan konten dadakan yang diberikan klien *dibrief* secara langsung oleh Peter kepada penulis melalui *Whatsapp chat* dan *voice call*. Proses desain hingga hasil maksimal dibimbing oleh Rizky melalui beberapa revisi. Berikut merupakan contoh konten *brief* melalui *Google Docs* untuk *Nasi Kangen Bali*.

Content Plan								
No.	Content Subcategory	Content Title	Description / Content Copywriting	Reference	Media	Placement	Status	Comment
1	Sales Promotion	Discount Promo	Discount Promo <b>35%</b> menggunakan kode Selera Baru Regular 2 (Foto Nasi Kangen Total - Jumlah bebas yang penting estetikannya dapet)  Hanya di Grabfood		Photo + Graphic Design	Single Feed	-	-
2	Sales Promotion	Discount Promo	Discount Promo <b>20%</b>  Untuk menu Paket Komplit Spesial (Foto Paket Komplit Spesial- Jumlah bebas yang penting estetikannya dapet)  Hanya di GoFood		Photo + Graphic Design	Single Feed	-	-
3	Sales Promotion	Discount Promo	Potongan Harga <b>10rb</b>  Untuk setiap pembelian (Foto Paket Komplit Spesial- Jumlah bebas yang penting estetikannya dapet)  Hanya di GoFood		Photo + Graphic Design	Single Feed	-	-
4	Sales Promotion	Discount Promo	Discount Promo <b>20%</b> menggunakan kode PestiDiskon 20% (Foto Nasi Kangen Total - Jumlah bebas yang penting estetikannya dapet)  Hanya di Grabfood		Photo + Graphic Design	Single Feed	-	-
5	Franchise Related	Usaha jaring Nasi Kangen Bali	Slide1: Bisnis FNB bareng chef bintang 5 (Foto Chef Owli dan (Bubble Chat) Ingin punya bisnis FNB tapi bingung mulai dari mana? Tanpa Biaya Royalty pulal  Slide 2 Jangan khawatir Saya punya menu Spesial, yang masyarakat suka Nasi Bali Kekinian  Slide 3 Makanan yang cocok buat go food dan grab food Harga terjangkau Rendah Risiko Sistem operasional yang rapi Marketing support  *Investasi Mulai dari 25Jutaan		Photo + Grap	Slide Post Feed	-	-

Gambar 3. 17 Screenshot Tabel Content brief Nasi Kangen Bali

Penulis diberikan *asset* desain tetap untuk beberapa desain yang sudah memiliki tema sejak awal *Instagram Nasi Kangen Bali* dimulai. Selain *asset* desain penulis diberikan ketentuan *color palette* dan *font* khas *Nasi Kangen Bali*. Berikut merupakan *asset* desain, *color palette*, dan *font* yang diberikan kepada penulis.



Gambar 3. 18 *Color Palette Nasi Kangen Bali*

**AVENGANCE**  
**ABCDEFGHIJKLM**  
**NOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

**Futura**  
**ABCDEFGHIJKLM**  
**NOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklm**  
**nopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Gambar 3. 19 *Font Nasi Kangen Bali*



Gambar 3. 20 *Asset Desain Nasi Kangen Bali*

Dalam pengerjaan desain untuk *Nasi Kangen Bali*, konten yang diperlukan berupa informasi diskon pemesanan melalui *GoFood* dan *Grab Food*, edukasi mengenai *franchise Nasi Kangen Bali* dan beberapa kata dari daerah Bali yang berhubungan dengan dunia kuliner, ucapan hari raya, informasi mengenai menu makanan yang disediakan, dan foto produk. Desain grafis dibuat melalui *Adobe Illustrator* dan *Photoshop*. Tim marketing menyediakan *copywriting* di dalam konten brief untuk pembuatan desain untuk konten-konten *Instagram* hingga penulis hanya mengaplikasikan kata-kata *copywriting* tersebut dalam bentuk desain grafis. Desain yang bertemakan ucapan hari raya diperbolehkan menggunakan *asset* bebas yang bisa diunduh melalui *Freepik*. Setelah menyelesaikan desain, penulis selalu menyerahkan desain tersebut kepada Rizky untuk diperiksa dan revisi. Revisi untuk konten desain *Nasi Kangen Bali* sebagian besar hanya merupakan revisi minor seperti *Font* judul yang dikecilkan atau foto produk dalam bentuk *png* diperbaiki ukuran besar kecilnya. Berikut merupakan contoh hasil *feeds Instagram* yang bertemakan informasi promo, ucapan hari raya, dan edukasi *franchise Nasi Kangen Bali*.



Gambar 3. 21 Contoh Hasil Desain *Feeds Nasi Kangen Bali*

Dalam *post* yang bertemakan *franchise Nasi Kangen Bali*, penulis mendesain sesuai dengan konten *brief* yaitu satu *post* mengandung beberapa desain untuk dijadikan model *slide post Instagram*. Hal tersebut dilakukan karena dengan beberapa desain konsumen akan lebih mengerti dan memahami maksud dari konten yang ingin disampaikan oleh *Nasi Kangen Bali*. Semua desain yang diunggah telah melewati proses pemeriksaan dan revisi dari Rizky. Berikut merupakan contoh *slide post Instagram Nasi Kangen Bali*.



Gambar 3. 22 Contoh *Slide Post Nasi Kangen Bali*

Selain mendesain *feeds Instagram Nasi Kangen Bali*, penulis juga ditugaskan untuk mengedit foto produk *Nasi Kangen* untuk menjadi salah satu *feeds Instagram*. Foto tersebut diedit melalui proses *color garding* menggunakan *software Adobe Photoshop* dan *Lightroom*. Foto yang sudah diedit diberikan logo dan sedikit desain grafis dalam bentuk tulisan *tagline Nasi Kangen Bali*. Desain ini juga melewati proses asistensi dan revisi oleh Rizky. Berikut adalah contoh foto untuk *feeds Instagram Nasi Kangen Bali*.



Gambar 3. 23 Hasil Desain Foto untuk *Feeds Nasi Kangen Bali*

### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Beberapa kendala yang ditemukan oleh penulis selama melaksanakan praktik kerja magang bersama *Davyncci Creative* adalah kesalahan diri penulis sendiri yaitu terkadang penulis tidak mengerjakan tugas berdasarkan jadwal yang sudah ditetapkan oleh marketing akibat kewalahan dengan konten-konten lain yang bisa digolongkan lumayan banyak. Keterlambatan tersebut tidak fatal karena penulis tetap mengumpulkan pekerjaan namun pada menit-menit krusial. Kendala lain yaitu foto-foto produk untuk konten *feeds* media sosial sebagian besar klien sudah pernah diunggah hingga memberi kesan *repetitive* dan membuat *feeds* dengan foto yang sama terlihat membosankan. Selain itu kendala lain yang ditemukan adalah dengan ditetapkannya prosedur *work from home*, penulis kurang membangun ikatan secara langsung dengan rekan kerja secara langsung akibat interaksi antara penulis dengan yang lain sebagian besar dilakukan secara *online*.

### 3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dengan adanya beberapa kendala sederhana tersebut penulis memiliki solusi seperti mengerjakan tugas per bulan di awal bulan atau minggu pertama saat bulan tersebut

dimulai. Ketika penulis sudah menyelesaikan konten 1 klien untuk 1 bulan, penulis meneruskan konten per bulan untuk klien lainnya sehingga waktu yang digunakan untuk beberapa klien efektif dan selesai tepat waktu. Untuk kendala dalam foto-foto produk, penulis menyarankan Creative Director untuk melakukan *photoshoot* produk hingga foto-foto yang digunakan untuk *feeds* tidak terkesan *repetitive*. Tim kreatif dan *marketing* menyetujui saran tersebut dan pada akhirnya *photoshoot* untuk beberapa klien dilaksanakan. Pada kendala yang terakhir, untuk mendekatkan diri dengan rekan-rekan kerja yang lain solusi yang ditemukan oleh penulis dan rekan kerja yaitu bertemu di satu tempat dengan mematuhi protokol kesehatan.