

BAB III

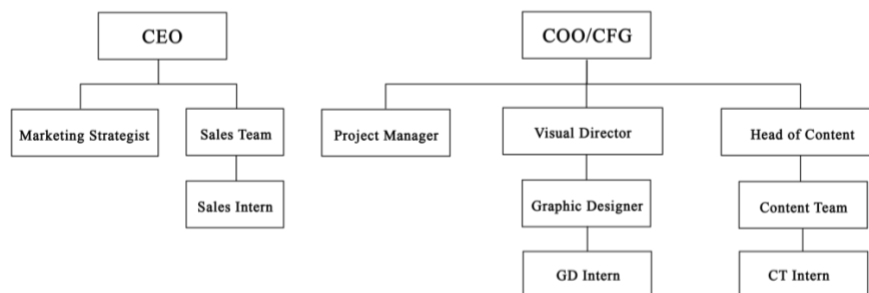
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut adalah penjabaran mengenai kedudukan dan koordinasi penulis dengan tim selama melakukan praktek kerja magang di Üreka Digital Agency:

1. Kedudukan

Selama menjalani praktek kerja magang atau *internship* di Üreka, penulis diposisikan sebagai *graphic design intern* yang dibimbing oleh *Chief Operating Officer*, Pierson Japit serta para *graphic designer* tetap. Penulis mendapat berbagai macam pekerjaan yang diberikan oleh *Creative Director*, Nur Fatimah Azimah dan juga Project Manager, Elizabeth Njato dan Sarah Ramadhania.



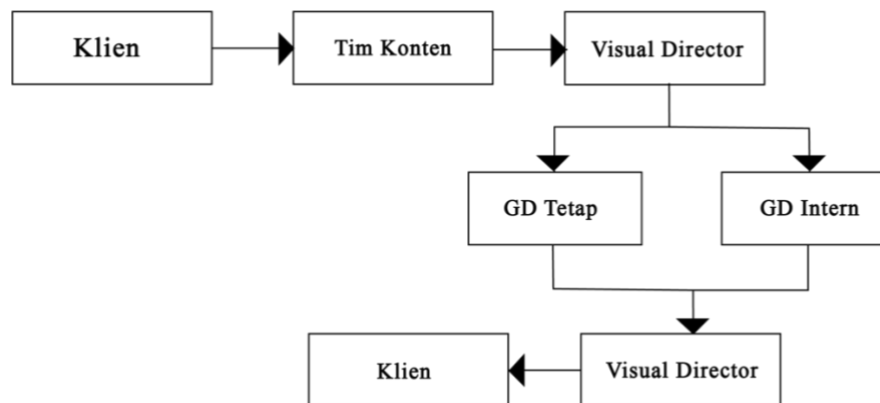
Gambar 3.1. Bagan Kedudukan Perusahaan

Selama mengerjakan setiap pekerjaan sesuai dengan brief yang telah diberikan, penulis mendapat bimbingan dan ilmu baru dari para *graphic designer* tetap, sehingga semua tugas yang diberikan dapat dikoordinasikan dan diselesaikan dengan maksimal.

2. Koordinasi

Selama kerja magang, penulis diberikan berbagai macam tugas yang harus diselesaikan sesuai dengan *deadline* yang dikoordinasikan bersama *client*. Selain dari tugas yang diberikan, penulis juga terkadang mendapat tugas tambahan untuk membantu pekerjaan para *graphic designer* tetap. Pada awalnya, untuk mengerjakan sebuah desain, penulis diberikan *brief* berupa *topic* dan *copywriting* yang diajukan

oleh divisi konten. Setelah itu, penulis akan mencari konsep visual dan bekerja sesuai *brief* yang diberikan. Namun, sejak satu bulan terakhir, *brief* pun ditambahkan ide visual sehingga penulis tidak perlu menggarap konsep visual atau *story* visual. Maka dari itu, pekerjaan penulis menjadi lebih terfokus pada tahap akhir, yakni penyusunan digital konsep visual hingga sesuai dengan karakter desain per *client*.



Gambar 3.2. Bagan Koordinasi

3.2. Tugas yang Dilakukan

Dalam menjalankan praktek kerja magang, hal yang penulis lakukan selama bekerja di Üreka Digital Agency adalah membuat keperluan visual bagi klien-klien Üreka. Penulis bertugas untuk membuat konsep visual, asset visual dan ikut terlibat dalam beberapa sesi pengambilan foto produk meskipun bukan bagian dari pekerjaan penulis. Hasil akhirnya pekerjaan penulis berupa desain media sosial berupa *banner*, *Instagram feeds*, *Instagram Stories*, dan juga WA blast. Berikut adalah penjabaran lengkap tentang pekerjaan yang dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja magang di Üreka Digital Agency:

Tabel 3.1. Tugas Kerja Magang

Minggu ke-	Pekerjaan yang dilakukan mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none"> • Perkenalan <i>jobdesk</i> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>feeds</i> dan LinkedIn <i>banner</i> Üreka • Desain <i>Instagram feeds</i>, LinkedIn post, dan LinkedIn <i>banner</i> Üreka • Desain PPT Templates Üreka
2	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Facebook <i>banner</i> “Ideation X Implementation” Üreka • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram feeds</i> Clevara • Desain <i>Instagram feeds</i> Clevara
3	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram feeds</i> dan <i>story</i> Snag & Shakes • Desain Feeds Snag & Shakes: DC 10% For 10K Followers • Desain Story Snag & Shakes: DC 10% For 10K Followers
4	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram feeds</i> dan <i>story</i> KedaiMart • Desain Feeds KedaiMart: Promo 1 April • Desain Story KedaiMart: Promo 1 April • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram story</i> Snag & Shakes • Desain Story Snag & Shakes: <i>Last Day DC 10%</i>
5	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>interactive story</i> KedaiMart • Desain <i>Interactive Story</i> KedaiMart: IS Tebak Nama
6	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Interactive Story</i> Snag & Shakes • Desain <i>Interactive Story</i> Snag & Shakes: <i>Hidden Emoji</i> • Desain <i>Interactive Story</i> Snag & Shakes: <i>How you eat your dogs</i>
7	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram Story</i> Snag & Shakes • Desain <i>Story</i> Snag & Shakes: <i>What makes our hotdog special</i> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram feeds</i> dan <i>story</i> KedaiMart

	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Feeds KedaiMart: E-Commerce • Desain Story KedaiMart: E-Commerce
8	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Interactive Story</i> Snag & Shakes • Desain <i>Interactive Story</i> Snag & Shakes: <i>True Fan</i>
9	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram Story & WA Blast</i> KedaiMart • Desain Story KedaiMart: Voucher 100K untuk setiap <i>mention</i> belanjaan ke Kedai • Desain Story KedaiMart: Voucher 100K untuk setiap <i>mention</i> belanjaan ke Kedai
10	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram Feeds</i> Barari • Desain Feed Barari: Kurma untuk perut lancar
11	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Interactive Story</i> KedaiMart • Desain <i>Interactive Story</i> KedaiMart: IS This or That Takbiran
12	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> untuk desain <i>Instagram Feeds</i> Barari • Desain Feeds Barari: Product Filler Sukkari

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama praktek kerja magang, penulis mendapat beragam tugas yang disesuaikan dengan kebutuhan *client*. Tugas utama penulis adalah mendesain setiap kebutuhan visual media sosial klien. *Project client* yang pernah penulis dapatkan adalah KedaiMart, Snag & Shakes, dan Barari disertai dengan desain tambahan untuk Üreka dan Clevara. Dalam mengerjakan sebuah desain yang diminta, penulis pertama *brief* dari tim konten Üreka lewat website Asana. *Brief* tersebut berupa topik dan *copywriting*. Kemudian penulis membuat konsep visual yang dibimbing oleh *Visual Director*, Nur Azimah. Hasil akhir dari desain-desain tersebut pun akan ditinjau ulang untuk dilihat apakah sudah sesuai dengan *brief* dan *brand guideline* per klien. Tidak semua pekerjaan penulis langsung mendapat persetujuan sehingga ada proses revisi yang diperlukan. Namun, atas bimbingan *Visual Director*, Nur Azimah dan juga COO, Pierson Japit sehingga pekerjaan penulis dapat selesai sesuai *deadline* yang ditentukan. Berikut adalah penjelasan lengkap tentang proyek-proyek utama yang penulis pegang.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Proses pengerjaan yang dilakukan selama ini meliputi *briefing*, *concepting*, implementasi, dan revisi. Berikut adalah proses dan keterangan pekerjaan yang penulis kerjakan selama proses magang di Üreka.

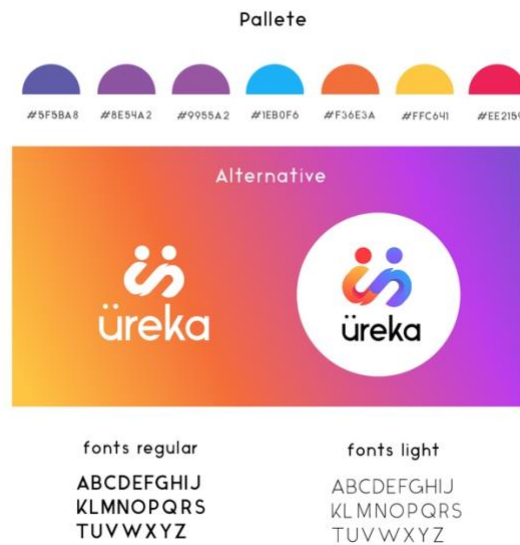
3.3.1.1. Konten Media Sosial Üreka

Selama melakukan *internship*, pekerjaan pertama yang diberikan kepada penulis adalah membuat desain media social Üreka, yakni Instagram, LinkedIn, dan Facebook. Sebagai sebuah perusahaan yang masih cukup baru, Üreka belum membangun profil sosial media pada *platform Instagram*. Karena itu, penulis diminta untuk membuat konten visual awal untuk memulai profil sosial media perusahaan. Isi konten dibuat berdasarkan keterangan dari *company profile* Üreka, di antaranya sebagai berikut:



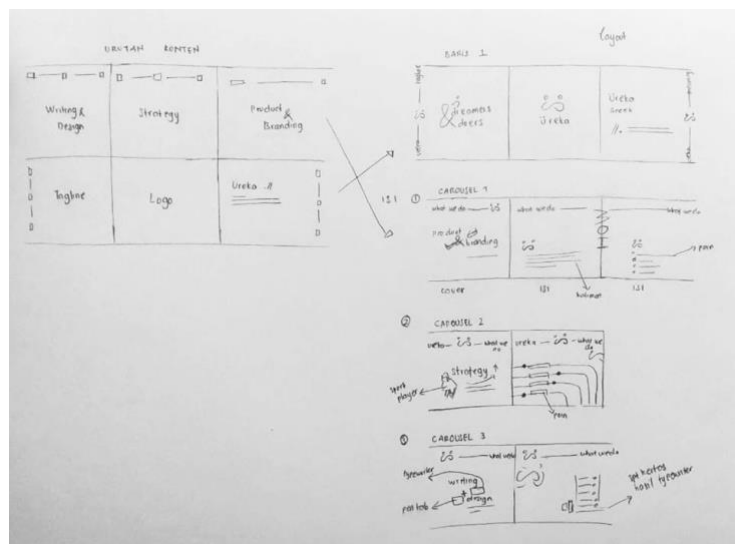
Gambar 3.3. *Company Profile* Üreka (*What We Do*)

Üreka sudah memiliki *key visual*, warna, dan jenis typeface yang digunakan dalam konten media sosialnya. Berdasarkan *brand guideline* yang sudah dibuat, penulis merancang dan menyusun *layout* berdasarkan karakter visual tersebut. Warna yang digunakan dalam visual Üreka cukup bervariasi sehingga penulis dapat membuat karakter visual yang fleksibel dengan tetap mengikuti *color palette* yang ditetapkan.



Gambar 3.4. *Brand Guideline* Üreka

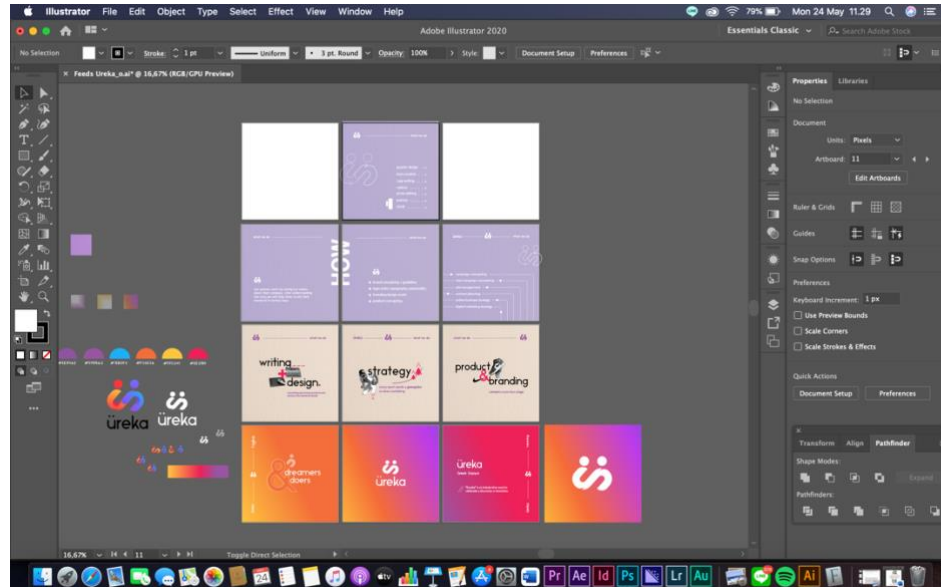
Setelah mendapatkan data dari *company profile* dan *brand guideline*, penulis menyusun urutan konten Instagram Üreka ke dalam 6 bagian. Bagian baris pertama berisikan penjelasan asal kata dan arti nama Üreka, logo perusahaan dan *tagline* yang diminta oleh COO Üreka, Pierson Japit. Kemudian penulis melanjutkan pada baris ke-2, yakni bagian isi tentang apa yang dilakukan Üreka.



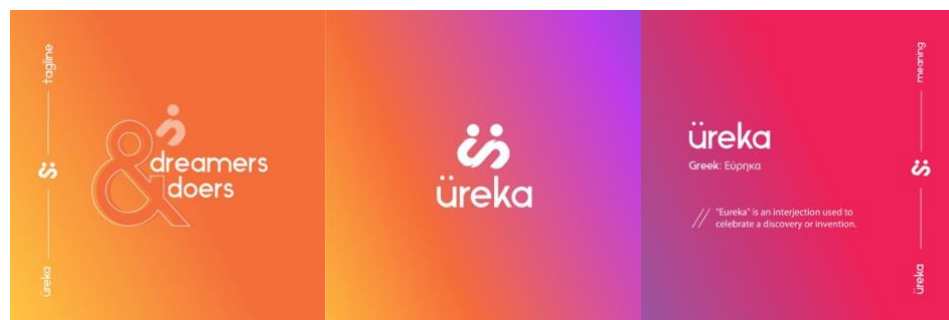
Gambar 3.5. Sketsa Urutan Konten dan *Layout* Konten *Carousel*

Karena konten bagian isi termasuk cukup banyak, penulis memutuskan untuk membuat konten tersebut dalam bentuk *carousel* sehingga poin *copywriting* tidak

perlu menumpuk pada satu desain *feed*. Setelah membuat sketsa urutan di atas, penulis pun melanjutkan pada bagian digitalisasi dengan menggunakan Adobe Illustrator.



Gambar 3.6. Proses Desain *Instagram Feeds* Üreka di Adobe Illustrator



Gambar 3.7. Baris 1 *Instagram Feeds* Üreka

Karakter visual baris pertama *Instagram feeds* Üreka dibuat mengikuti *color palette* yang terdapat dalam logo Üreka. Pada bagian pinggir penulis juga menambahkan keterangan tambahan sebagai *frame* yang berfungsi untuk menyeimbangkan *layout feeds* yang berbeda-beda. Dalam keterangan tersebut terdapat judul konten seperti “*meaning*” dan “*tagline*”, logo perusahaan dan nama perusahaan. Haisl baris pertama ini pun penulis asistensikan kepada *Visual Director* dan COO Üreka. Mereka pun menyetujui desain tersebut dan penulis tidak diminta untuk melakukan revisi terhadap desain ini.

Setelah mendapat persetujuan untuk baris satu, penulis pun melanjutkan baris kedua *Instagram feeds*, penulis membuat desain mengenai poin-poin jasa yang ditawarkan oleh Üreka. Terdapat 5 poin jasa yang ingin disampaikan dan masing-masing memiliki poin detail. Karena itu, penulis membuat desain *feeds* ke dalam bentuk *carousel*.



Gambar 3.8. Carousel 1 *Instagram Feeds* Üreka

Berbeda dengan karakter visual sebelumnya yang mengambil seluruh *color palette* yang digunakan Üreka, pada penjelasan ini, penulis mengambil salah satu warna primer yang ada pada *color palette* untuk dijadikan warna latar keterangan dan satu warna lainnya sebagai *emphasis* visual yang berwarna hitam-putih. Sementara pada bagian *cover carousel* penulis mengambil warna latar yang netral. Pada poin pertama, hal yang dibahas adalah *product and branding*. Dalam mengerjakan desainnya, penulis menggunakan logo dan produk Nike sebagai gambaran produk dan *branding* suatu *brand*.



Gambar 3.9. Carousel 2 *Instagram Feeds* Üreka

Poin kedua yang dibahas adalah strategi. Dalam mengerjakan desain poin ini, penulis menggambarkan kata tersebut dengan pemain *baseball* sebagai gambaran dari kata *game plan*. Lalu pada *slide* ke-2, penulis menyusun poin ke dalam bentuk visual

pengiriman data dalam sistem komputer untuk menggambarkan perkembangan proses pembuatan strategi yang membutuhkan waktu masing-masing dalam menjalankan proses.

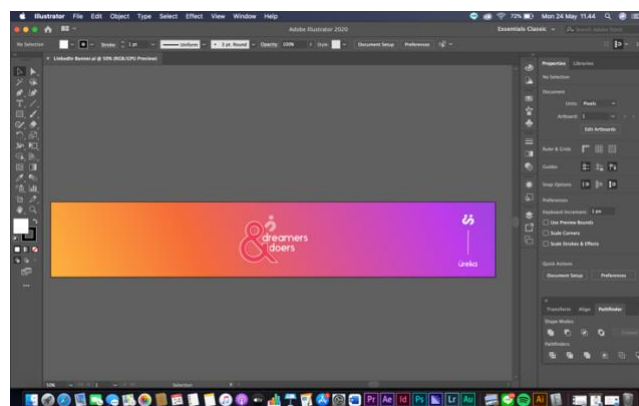


Gambar 3.10. Carousel 3 *Instagram Feeds* Üreka

Poin ketiga yang dibahas adalah *writing* dan *design*. Dalam mengerjakan desain poin ini, penulis menggambarkan kata tersebut dengan alat yang digunakan untuk setiap kata kunci, yakni mesin *typewriter* untuk representasi kata *writing* dan *pen tablet* untuk representasi kata *design*.

Seluruh desain yang dibuat ini pun penulis asistensikan kepada *Visual Director* dan COO. Hasil desain ini pun langsung mendapat persetujuan dari kedua pihak sehingga penulis tidak perlu revisi lagi. Pada akhirnya, desain ini dipublikasikan sebagai *Instagram feeds* Üreka dan juga dipublikasikan untuk LinkedIn Post.

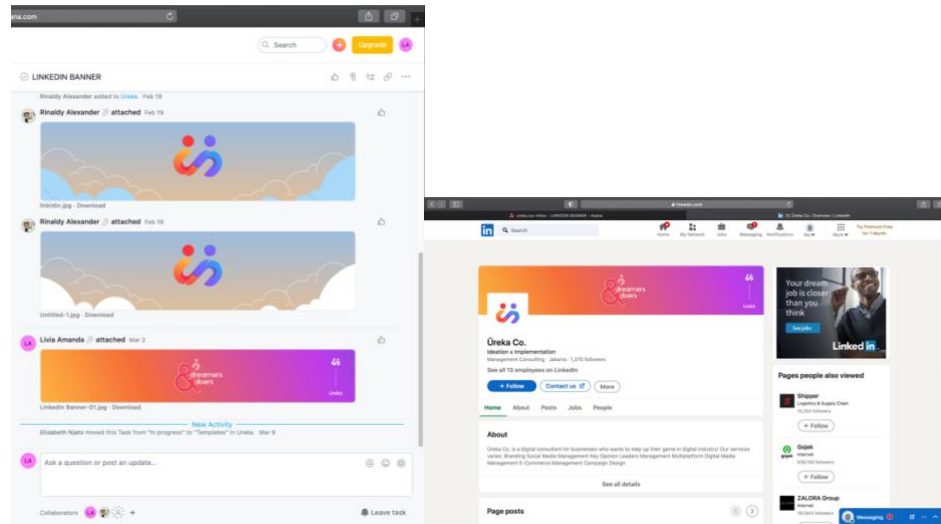
Dengan karakter desain serupa, penulis juga diminta oleh Proyek Manajer untuk membuat desain *banner* LinkedIn yang berisikan *tagline* dan menggunakan Adobe Illustrator.



Gambar 3.11. Desain LinkedIn *Banner* di Adobe Illustrator

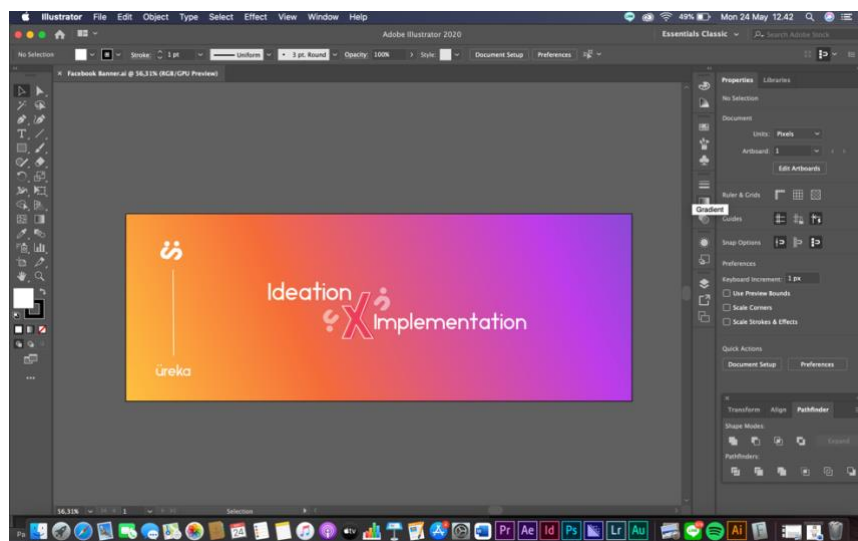


Gambar 3.12. LinkedIn Banner



Gambar 3.13. LinkedIn Banner yang Sudah Disetujui dan Dipakai

Selain itu, penulis juga mendapat tugas untuk membuat Facebook banner dengan karakter visual serupa yang berisikan visi Üreka, yakni tentang *ideation* dan *implementation*. Penulis juga menggunakan Adobe Illustrator.



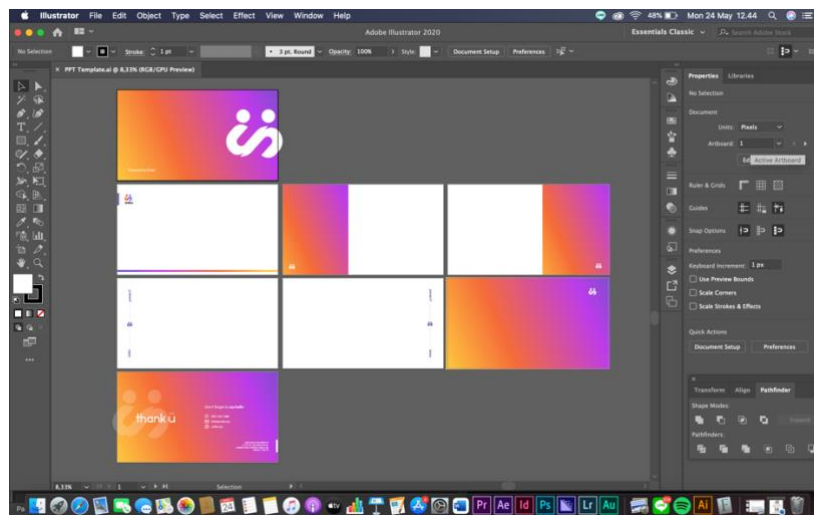
Gambar 3.14. Desain Facebook Banner di Adobe Illustrator



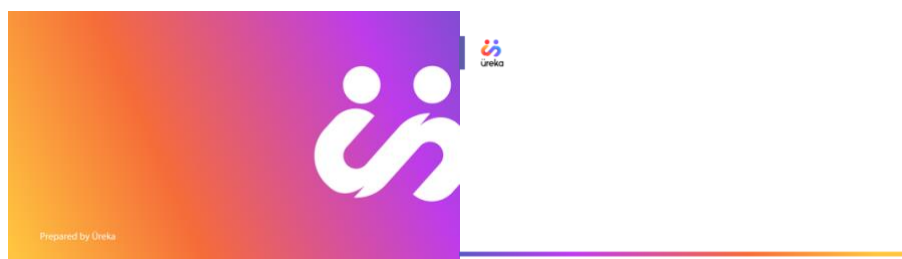
Gambar 3.15. Facebook Banner

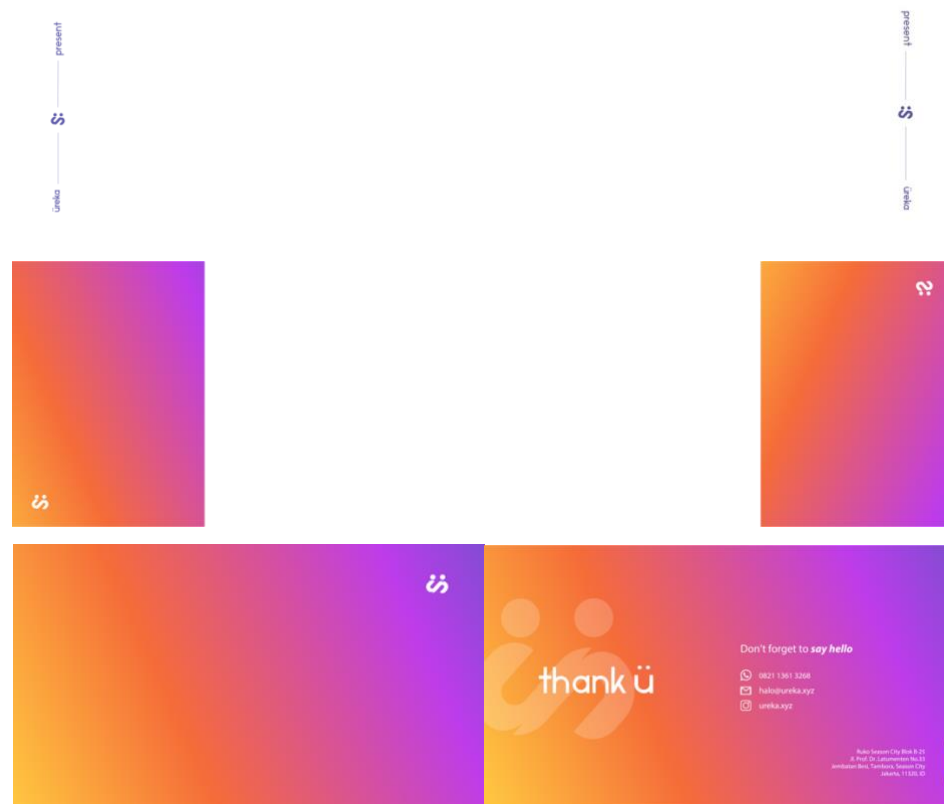
Kedua banner itu pun langsung mendapat persetujuan dari *Visual Director dan Project Manager* sehingga penulis tidak perlu melakukan revisi kembali.

Selain itu, penulis juga mendapat tugas untuk membuat *powerpoint templates* yang digunakan untuk keperluan pembuatan materi presentasi terhadap *client*. Penulis membuat desain PPT yang berisikan *cover* depan, *cover* penutup dan 6 alternatif isi menggunakan Adobe Illustrator.



Gambar 3.16. Desain Powerpoint Templates di Adobe Illustrator





Gambar 3.17. Powerpoint *Templates* Üreka

Visual dari *template* ini pun menyesuaikan dengan warna logo Üreka. 6 Alternatif isi yang penulis buat berupa: (1) Latar warna penuh (2) Latar warna setengah sebelah kiri (3) Latar warna setengah sebelah kanan (4) Latar warna putih dengan format kop resmi Üreka (5) Latar warna putih dengan keterangan samping kiri sebagai *frame* (6) Latar warna putih dengan keterangan samping kanan sebagai *frame*.

Seluruh desain ini penulis asistensikan dan mendapat persetujuan langsung dari *Visual Director* dan *Project Manager* sehingga penulis kembali tidak perlu melakukan revisi terhadap desain yang sudah penulis buat.

3.3.1.3. Konten Media Sosial KedaiMart

KedaiMart merupakan usaha *e-commerce* yang menjual beragam produk makanan, bahan makanan dan kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan konten sosial media bagi usaha ini cukup beragam, dimulai dari kebutuhan pemasaran hingga konten interaktif dengan pengguna KedarMart.

KedaiMart sudah memiliki *brand guideline*. Saat penulis mendapatkan tugas untuk membuat desain untuk usaha ini, penulis mengikuti *color palette* yang sudah ditetapkan, yakni:



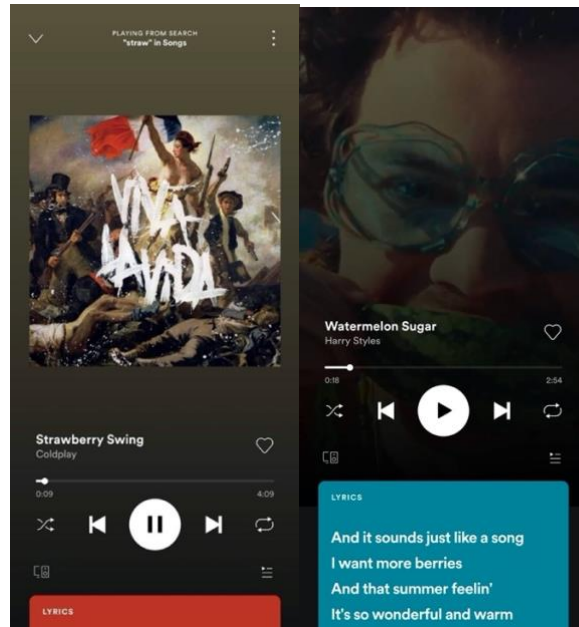
Gambar 3.18. *Color Palette* KedaiMart

Lalu *typeface* yang digunakan pada desain KedaiMart adalah IBM Plex Sans. Font yang digunakan adalah font *sans serif* sehingga memberikan kesan yang ramah dan modern seperti pendekatan *image brand* sebagai produk yang dekat dengan keseharian konsumen.

Penulis mengerjakan desain *interactive stories* berupa tebak nama buah. Dalam *brief*, penulis diminta untuk membuat *Instagram story* dengan topik tebak nama buah yang bisa dilakukan lewat lirik lagu atau gambar. *Story* tersebut terdiri dari *cover* depan dengan CTA “Bosen gatau mau ngapain? Yuk lah kita main!”, 4 isi tebak nama buah, dan *cover* belakang dengan CTA “Sudah punya aplikasi Kedai belum?”

Selanjutnya penulis memutuskan untuk membuat konten tersebut ke dalam bentuk tebak lirik lagu. Hal awal yang penulis lakukan adalah mencari daftar lagu yang mengandung kata buah di dalam liriknya ataupun judulnya. Lagu yang penulis dapatkan mengandung kata buah di antaranya adalah *Cherry* dari Lana Del Ray, *Strawberry Swing* dari Coldplay, *Blueberry Eyes* dari Max Schneider, dan *Watermelon Sugar* dari Harry Styles.

Penulis mencari lagu-lagu tersebut dalam *playlist* Spotify sehingga terinspirasi untuk membuat visual tebak nama buah tersebut dalam visual bernuansa Spotify.



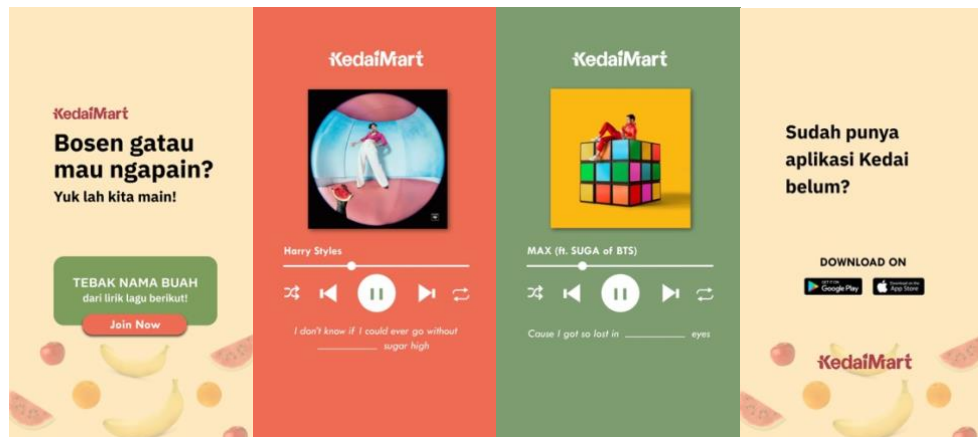
Gambar 3.19. Visual Spotify

Untuk membuat desain ini, penulis menggunakan tools Adobe Illustrator dengan total 6 *artboard*.



Gambar 3.20. Proses Desain Tebak Nama Buah di Adobe Illustrator

Pada tahap desain awal penulis menyesuaikan *layout* dan unsur visual yang digunakan dalam tampilan tersebut seperti posisi judul lagi dan nama penyanyi, *album cover*, penempatan tombol-tombol *user* dan juga lirik.



Gambar 3.21. Hasil Awal Tebak Nama Buah

Desain pertama yang penulis buat adalah seperti gambar di atas. Penulis membuat desain tersebut mengikuti *brand guideline* yang dimiliki KedaiMart baik dalam penggunaan warna dan juga *typeface*. Setelah menyesuaikan baik visual Spotify dan karakter visual KedaiMart, penulis mengasistensikan ini kepada *Visual Director* dan mendapatkan persetujuan pada bagian *cover* depan dan belakang. Namun terdapat catatan revisi pada bagian isi, yakni tidak adanya ruang untuk menaruh fitur interaktif *Instagram Story* yang akan digunakan untuk menebak nama buah.

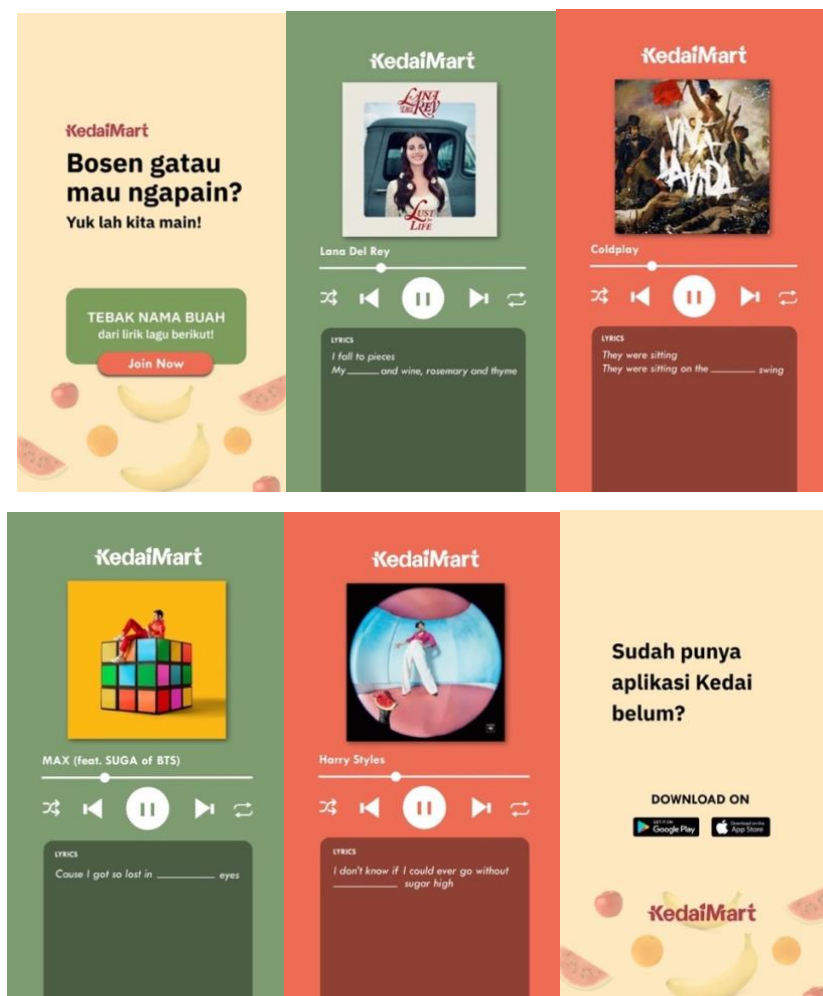
Karena itu, penulis kembali melakukan beberapa penyesuaian dengan *sample* seperti berikut:



Gambar 3.22. Revisi *Sample* Isi Tebak Nama Buah

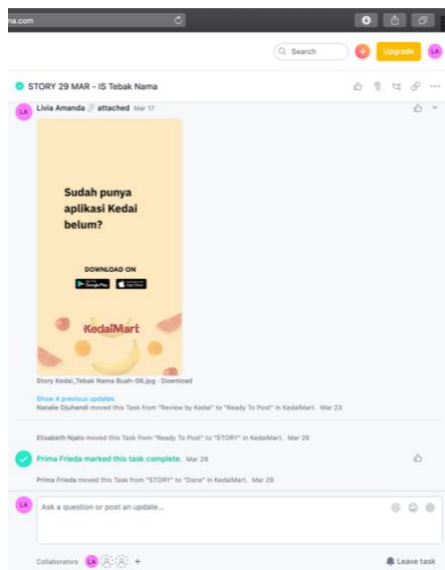
Penulis melakukan penyesuaian visual pada bagian lirik yang lebih menyerupai visual lirik Spotify. Dengan adanya penambahan latar blok warna pada bagian lirik dapat membuat penempatan pertanyaan menjadi lebih fokus. Penulis melakukan revisi di salah satu bagian desain untuk melihat apakah *layout* tersebut sudah sesuai atau belum. Kemudian penulis kembali mengasistensikan hasil tersebut dan mendapat tanggapan bahwa hasil revisi sudah sangat baik, akan tetapi masih dibutuhkan lebih banyak ruang untuk menaruh fitur interaktif sehingga posisi *layout* masih perlu diatur kembali.

Akhirnya, penulis melakukan penyesuaian dengan menyusun unsur visual menjadi lebih rapat dan naik ke atas sehingga terdapat lebih banyak ruang pada bagian lirik untuk meletakkan fitur interaktif *multiple choice* tebak nama buah. Adapun hasil akhir desain penulis sebagai berikut:



Gambar 3.23. KedaiMart: *Intercative Stories* Tebak Nama

Setelah mendapat persetujuan dari *Visual Director*, desain tersebut pun dipublikasikan dalam website Asana untuk melihat tanggapan dari pihak klien. CEO Üreka yang telah berdiskusi dengan klien pun menyampaikan tanggapan klien kepada penulis bahwa mereka sangat menyukai desain tersebut. Hasil akhir ini pun akhirnya disetujui dan digunakan untuk publikasi *Instagram KedaiMart* pada tanggal 29 Maret.



Gambar 3.24. Tanda *Approval* dari KedaiMart

3.3.1.4. Konten Media Sosial Snag & Shakes

Snag and Shakes merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Tempat ini dikenal dengan menu *hotdogs* dan *shakes*. Usaha ini memiliki 1 tempat makan fisik dan baru dibukan sejak akhir tahun 2020. Tempat makan ini memiliki target sasaran yang lebih berfokus kepada anak muda sehingga memiliki visual warna yang ceria, yakni dominan pink dan biru tosca dengan style yang bercampur retro. Berikut adalah unsur visual utama Snag & Shakes:



Gambar 3.25. Snag & Shakes: *Color Palette*

Snag and Shakes menggunakan *typeface* Subway yang biasa digunakan dalam penulisan judul utama dengan karakter *typeface* yang tebal, *rounded*, dan serif. Hal itu memberikan kesan tua atau retro tanpa terlihat kaku (masih sesuai dengan target market anak muda). Kemudian jenis *typeface* pendukung yang digunakan adalah Futura, yakni font sans serif yang digunakan sebagai sub-font pada penulisan keterangan yang lebih detail dan akan lebih terbaca.

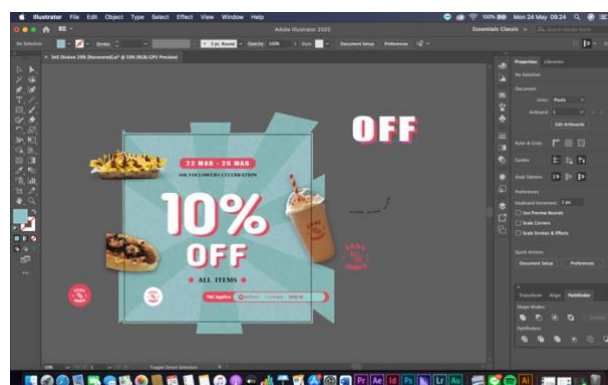
Desain pertama yang perlu penulis kerjakan adalah *promotional stories* yaitu diskon 10% untuk semua produk saat Snag & Shakes mencapai 10 ribu jumlah pengikut di Instagram. Dalam *brief* yang diberikan oleh tim konten, penulis diminta untuk membuat desain dengan *copywriting* “10% OFF for All Items” juga ditambah dengan tanggal 22 Maret sampai 26 Maret dengan “*T&C Applies*”.

Untuk membuat visual desain ini, penulis terinspirasi dari desain poster retro seperti berikut:



Gambar 3.26. Poster Retro

Kemudian untuk membuat desain ini, penulis menggunakan tools Adobe Illustrator.



Gambar 3.27. Proses Desain DC 10% di Adobe Illustrator

Penulis terinspirasi untuk membuat desain latar serupa. Kemudian penulis menggunakannya ke dalam desain *Instagram feed* Snag & Shakes dengan hasil awal sebagai berikut:



Gambar 3.28. Snag & Shakes: Desain Awal Diskon 10%

Hasil desain awal yang penulis buat telah disesuaikan dengan karakter warna yang digunakan Snag & Shakes. Dengan *layout* tersebut, penulis menambahkan unsur visual berupa foto produk Snag & Shakes. Kemudian hasil ini penulis asistensikan kepada *Visual Director*.

Untuk hasil pertama ini, *Visual Director* sudah menyetujui *layout* yang penulis buat. Namun, penulis diminta untuk membuat alternatif dalam warna latar yang berbeda dan mengganti foto produk tersebut dengan foto produk satuan. Hal itu karena foto tersebut ditakutkan mengandung bias bahwa promo berlaku bagi produk *bundle*. Penulis pun membuat revisi dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 3.29. Snag & Shakes: Revisi Awal Diskon 10%

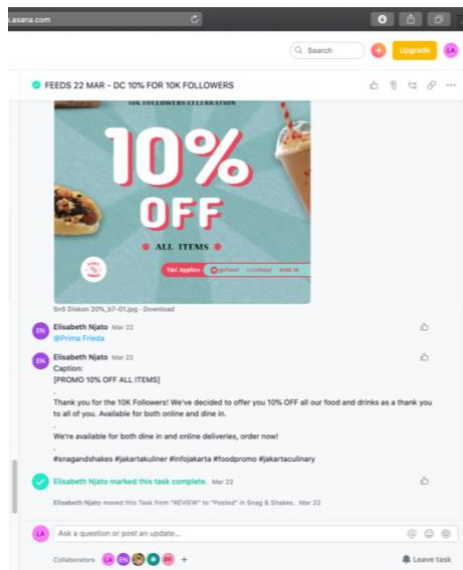
Dalam revisi awal, penulis mengganti warna latar dengan warna primer Snag & Shakes yang lain dan mengganti unsur visual foto produk *bundle* dengan foto produk *hotdogs* satuan. Hasil revisi awal ini pun kembali penulis asistensikan kepada *Visual Director*. Penulis mendapat tanggapan untuk menambahkan tekstur pada latar sehingga tidak terasa polos dan juga menambahkan foto *shakes* sebagai visual tambahan karena promo ini berlaku untuk semua item, yakni *hotdogs* dan *shakes*. Kemudian penulis juga diminta untuk mengganti *typeface* yang lebih *rounded* seperti karakter Snag & Shakes. Dengan berbagai masukan yang ada, penulis pun membuat desain final sebagai berikut:



Gambar 3.30. Snag & Shakes: Desain Final Diskon 10%

Dalam desain ini, penulis menambahkan tekstur dan unsur visual lain seperti *shakes* dan *fries* yang dijual sebagai produk Snag and Shakes. Karena adanya penambahan unsur visual, penulis mengubah *layout* awal yang penulis buat menjadi *center*. Hasil akhir ini pun kembali penulis asistensikan dan mendapat persetujuan dari *Visual Director*.

Setelah mendapat persetujuan, hasil ini pun dipublikasikan ke dalam website Asana untuk ditinjau klien. Desain ini pun mendapat persetujuan dan dipublikasikan pada *Instagram feed* Snag & Shakes pada tanggal 22 Maret.



Gambar 3.31. Tanda *Approval* dari Snag & Shakes

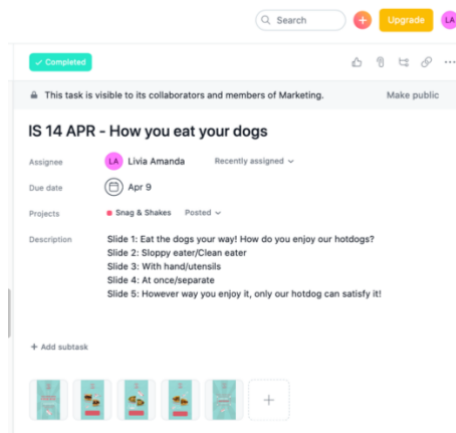
Terkait dengan konten tersebut, penulis juga diminta untuk membuat *reminder post*, yakni hari terakhir adanya diskon 10% yang dipublikasikan ke dalam *Instagram story* Snag & Shakes.



Gambar 3.32. Snag & Shakes: *Last Day* Diskon 10%

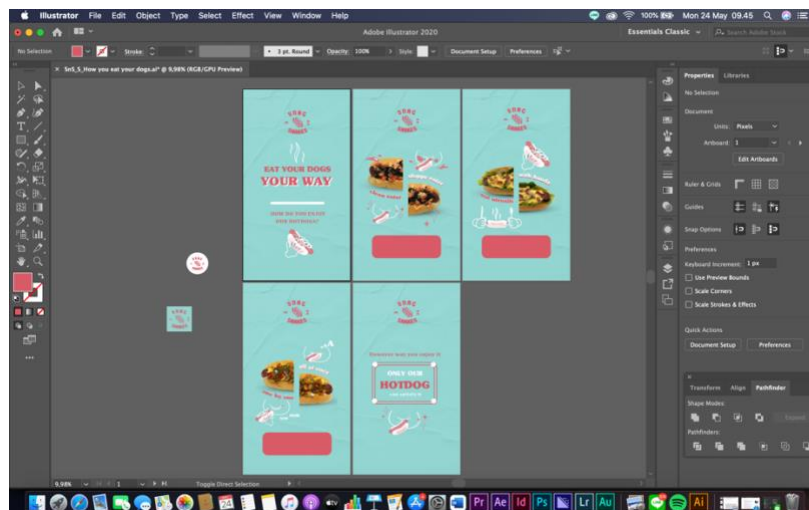
Unsur visual dan konsep yang digunakan juga menyerupai desain feed sebelumnya, hanya saja penulis mengganti warna *background* dengan *color palette* Snag & Shakes yang lain untuk menghindari kesan yang monoton dan tetap terlihat sebagai sebuah konten yang terkait atau satu seri.

Selanjutnya, penulis diminta untuk membuat *interactive story* tentang cara memakan *hotdogs*. Dalam *brief* yang diberikan oleh tim konten, penulis diminta untuk membuat *Instagram story* dengan susunan *cover* pembuka, 3 isi dan *cover* penutup. Adapun *brief* konten yang penulis terima sebagai berikut:



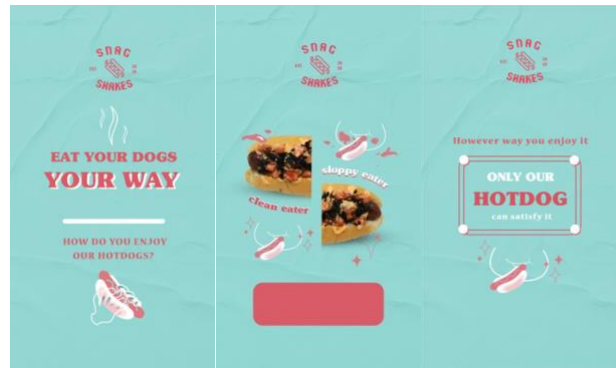
Gambar 3.33. Snag & Shakes: *Brief How You Eat Your Dogs*

Dengan isi konten yang diberikan, penulis membuat desain menggunakan Adobe Illustrator.



Gambar 3.34. Proses Desain *How You Eat Your Dogs* di Adobe Illustrator

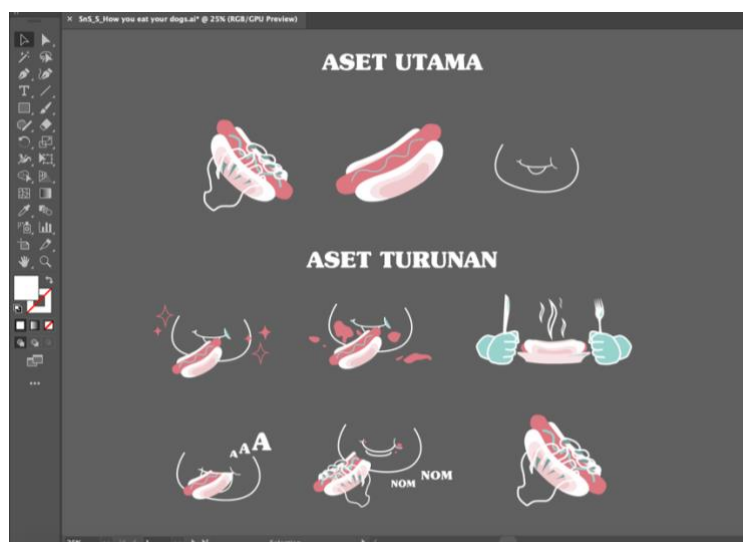
Desain ini terdiri dari *cover* pembuka, 3 isi tentang cara memakan *hotdogs*, dan *cover* penutup. Warna visual yang digunakan tetap mengikuti *brand guideline*. Adapun desain awal yang penulis buat adalah sebagai berikut:



Gambar 3.35. Desain Awal Snag & Shakes: *Interactive Stories How You Eat Your Dogs*

Dalam desain di atas, penulis membuat visual dengan warna primer Snag & Shakes sebagai warna latar dan warna aset *vector* yang penulis buat. Pada bagian latar penulis menambahkan tekstur kertas untuk menambahkan sedikit kesan *old* dan membuat latar menjadi lebih berkarakter dan tidak terlalu polos.

Kemudian penulis juga membuat aset-aset *vector* yang berkaitan dengan topik kali ini, yakni memakan *hotdogs*. Aset dasar yang penulis buat terkait desain ini adalah *hotdogs*, tangan, dan karakter berbentuk kepala. Kemudian penulis melanjutkan aset dasar tersebut mengikuti karakter yang mendefinisikan masing-masing *copywriting* pada *brief*.



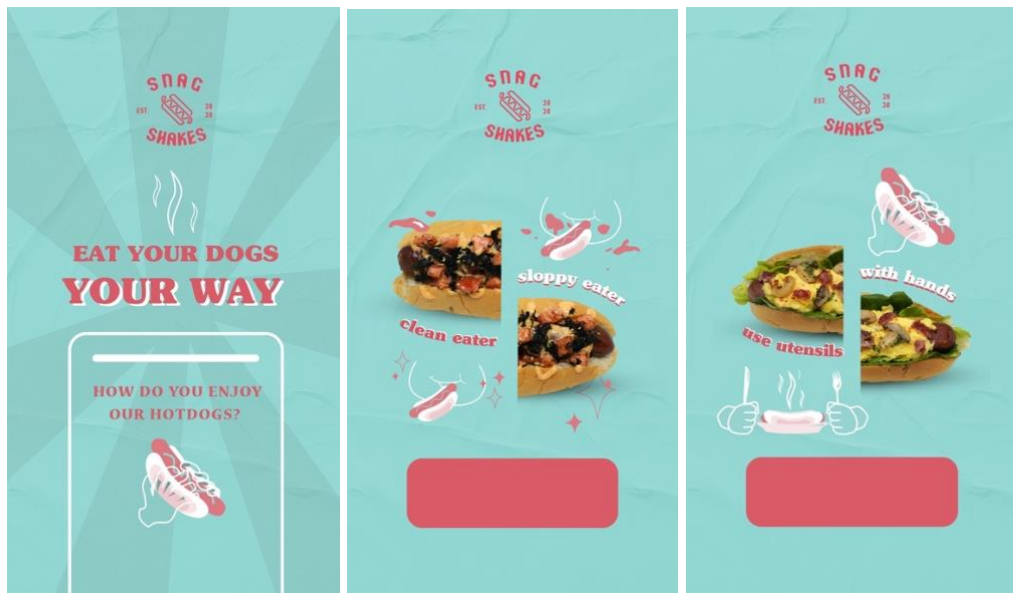
Gambar 3.36. Desain Aset Snag & Shakes: *Interactive Stories How You Eat Your Dogs*

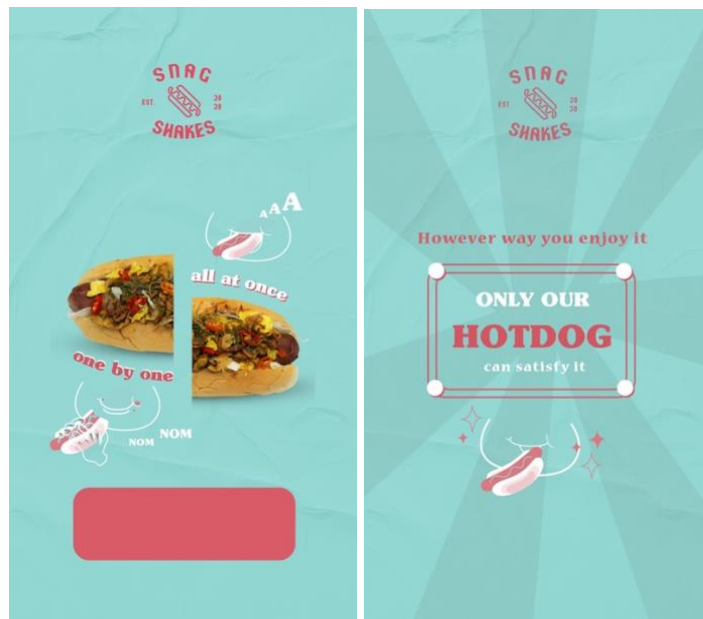
Dalam desain ini penulis perlu membuat unsur visual dengan 6 karakter, yakni (1) pemakan *hotdogs* yang berantakan (2) pemakan *hotdogs* yang bersih (3) pemakan

hotdogs yang menggunakan tangan (4) pemakan *hotdogs* yang menggunakan alat makan (5) pemakan *hotdogs* yang makan dalam 1 suapan dan (6) pemakan *hotdogs* yang makan secara perlahan. Dengan 6 karakter tersebut, penulis membuat aset turunan dari aset utama yang sudah dibuat.

Dalam pembuatan bagian isi, penulis menyusun karakter visual dengan gambar *hotdogs* yang terpisah untuk mendapatkan kesan perbandingan antara 2 karakter dalam 1 layar. Kemudian penulis juga memberikan ruang dengan latar warna primer Snag & Shakes yang lain untuk peletakan fitur interaktif *Instagram story* pada konten ini.

Hasil awal yang telah penulis buat pun diasistensikan kepada *Visual Director*. Penulis mendapat tanggapan bahwa desain tersebut beserta asetnya sudah sangat baik dan unik. Hanya saja penulis diminta untuk menambahkan unsur latar *center light* seperti pada desain penulis yang sebelumnya agar dapat merasakan perbedaan antara *cover* dan isi. Karena itu pun penulis pun melakukan beberapa penyesuaian dan menyelesaikan desain bagian isi hingga mendapatkan hasil seperti berikut:

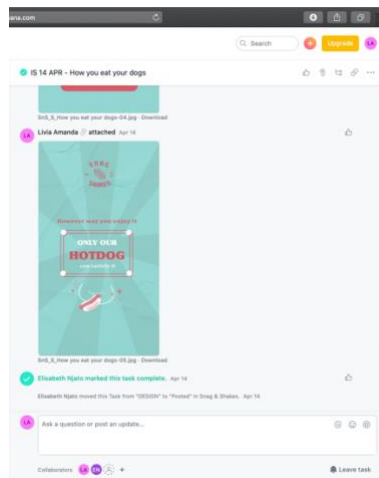




Gambar 3.37. Snag & Shakes: *Interactive Stories How You Eat Your Dogs*

Bagian isi pertama bicara tentang kategori pemakan yang berantakan dan bersih, sehingga penulis memfokuskan ilustrasi pada area mulut. Lalu isi kedua berbicara tentang kategori pemakan yang menggunakan tangan secara langsung atau menggunakan alat makan. Karena itu, penulis memfokuskan ilustrasi pada bagian tangan, yakni memegang *hotdogs* atau alat makan. Isi yang terakhir bicara tentang kategori pemakan yang langsung menghabiskan semua *hotdogs* dalam satu gigitan dan pemakan yang mengunyah per lahan-lahan. Karena itu, penulis juga kembali berfokus pada area mulut.

Hasil akhir ini pun penulis asistensikan kembali dan mendapat persetujuan dari *Visual Director*. Setelah itu, seluruh desain ini penulis publikasikan ke dalam website Asana untuk ditinjau oleh klien. Desain ini pun diterima dan mendapat tanggapan positif dari klien ketika penulis bertemu klien pada sesi pemotretan produk Snag & Shakes. Desain ini pun dipublikasikan pada tanggal 14 April pada *Instagram story* Snag & Shakes.



Gambar 3.38. Tanda *Approval Interactive Stories* dari Snag & Shakes

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis alami dalam menjalankan program magang di Üreka adalah pada saat awal penulis bergabung, penulis mendapatkan pekerjaan desain dari *client* yang berbeda-beda dan terkadang sulit untuk mendapatkan *brand guideline* atau data identitas desain masing-masing *brand*. Hal ini menyebabkan pada saat awal penulis perlu mencari tahu sendiri identitas visual yang sesuai dengan desain yang sudah dijalankan pada konten-konten sebelumnya. Pada desain tertentu pun penulis perlu melakukan revisi karena identitas desain tidak sesuai dengan *brand guideline*.

Selain itu kendala lain adalah dikarenakan jam kerja yang fleksibel, walaupun sudah melakukan WFO, tidak menutup kemungkinan harus melakukan *meeting* di malam hari sampai selesai mengerjakan desain atau revisi sehingga terkadang kurang *work life balance*.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Untuk menghadapi kendala yang ditemukan, penulis mencoba untuk berkomunikasi lebih banyak dengan para *graphic designer* tetap agar bisa mendapat arahan lebih detail mengenai aset-aset desain yang lebih sesuai. Selain itu penulis juga berusaha untuk berkomunikasi lebih baik dengan tim konten agar bisa mencapai alur bekerja yang lebih teratur dan revisi yang lebih spesifik.