

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi pekerjaan penulis dan koordinasi pengerjaan penulis selama melakukan magang di CONTEMPT.

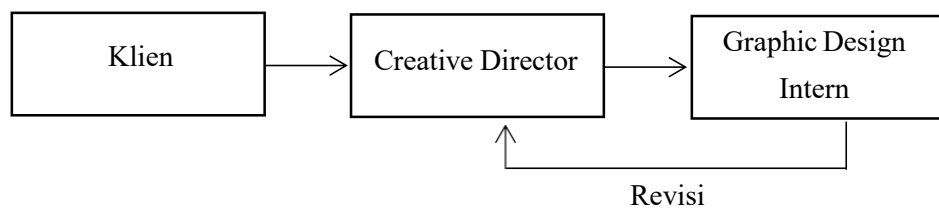
1. Kedudukan

Penulis ditempatkan dalam divisi *graphic design intern* yang berada dibawah bimbingan Robertus Alexander selaku *Supervisor* dan *Creative Director*. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis telah mengerjakan berbagai bentuk komponen aset desain grafis dan ilustrasi yang khusus untuk kebutuhan promosi ataupun *branding* untuk beberapa perusahaan.

2. Koordinasi

Dalam alur koordinasi, *Creative Director* mempunyai peran sebagai jembatan antara klien dengan penulis. Klien akan berhubungan langsung dengan *Creative Director* untuk memberikan *brief* proyek yang dibutuhkan oleh klien di dalam *meeting*. Sebagai *graphic design intern* di CONTEMPT, penulis lebih banyak berkomunikasi dengan Robertus Alexander selaku *Supervisor* dan *Creative Director*. Penulis akan diberikan *brief* mengenai karakteristik visual proyek, konsep, dan beberapa komponen desain atau ilustrasi yang sesuai dengan kebutuhan klien. Setelah itu penulis akan menciptakan beberapa alternatif desain atau ilustrasi sesuai dengan pesan di dalam *brief*.

Pekerjaan yang telah diselesaikan oleh penulis akan diberikan kepada *creative director* untuk melalui tahap pengecekan detail, konfirmasi ataupun revisi. Lalu, *Creative Director* akan melakukan meeting kembali untuk mempresentasikan proyek yang sudah melalui tahap *finishing* kepada klien untuk mendapat tanggapan atau revisi. Tahap ini akan berulang jika klien membutuhkan revisi (minimal 3 kali revisi). Berikut adalah alur koordinasinya:



Gambar 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

3.2. Tugas yang Dilakukan

Dalam periode magang, penulis telah mengerjakan proyek dari 5 klien yang berbeda. Berikut adalah tabel yang berisi beberapa proyek yang telah dilakukan oleh penulis di CONTEMPT studio selama melakukan praktek kerja magang.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1-3 (08 Februari- 25 Februari 2021)	Membuat desain untuk kebutuhan promosi produk CRE Membuat desain logo untuk kebutuhan institusi PT Kaliabang Jaya	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat ilustrasi icon highlight CRE ❖ Membantu pembuatan konsep dan instagram <i>story stockist</i> CRE ❖ Membuat sketsa dan lockup logo Kaliabang ❖ Membuat konsep dan instagram <i>story hand sanitizer</i> CRE ❖ Survey <i>pop up store</i> CRE di Ashta ❖ Membuat instagram <i>feed post</i> testimoni CRE ❖ Membuat konsep instagram <i>story body ritual</i> CRE
2.	4-7 (1 April- 16 April 2021)	Membuat desain untuk kebutuhan promosi produk CRE Membuat aset desain untuk <i>brand startup</i> SSOSA	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat story instagram <i>body ritual</i> CRE ❖ Membuat ilustrasi simpel untuk playlist CRE ❖ Membuat konsep Q&A <i>story</i> instagram CRE ❖ Membuat Q&A instagram <i>story</i> CRE ❖ Membuat konsep dan ilustrasi untuk SSOSA ❖ Membuat konsep dan <i>bath ritual steps</i> story instagram CRE
			<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat story instagram CRE penyambutan ramadhan

3.	8-9 (19 April- 30 April 2021)	Membuat desain untuk kebutuhan promosi dan <i>campaign</i> produk CRE Membuat desain kebutuhan <i>brand</i> Goena	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membahas <i>packaging</i> CRE untuk lebaran ❖ Membuat ilustrasi instagram <i>story</i> untuk <i>recycle your bottles</i> dan instagram <i>story</i> kartini CRE ❖ <i>Research</i> GOENA dan membuat beberapa ikon untuk GOENA
4.	10 (1 Mei -10 Mei 2021)	Membuat aset desain untuk identitas <i>brand</i> Kaliabang Membuat aset desain untuk kebutuhan promosi CRE Membuat ilustrasi poster film untuk projek personal	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat mockup <i>uniform</i> kaliabang ❖ Membuat ilustrasi untuk instagram <i>story recycle</i> CRE ❖ Membuat konsep instagram <i>story</i> CRE edisi lebaran (<i>pattern</i>) ❖ Membuat konsep, sketsa, dan ilustrasi kasar poster film untuk projek personal ❖ Revisi, membuat sketsa dan <i>research</i> ulang poster film lalu <i>finishing</i> ilustrasi poster film

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di CONTEMPT, penulis berperan menjadi desain grafis untuk beberapa *brand* yang bekerja sama dengan CONTEMPT. Penulis langsung berkomunikasi dengan *creative director* lewat whatsapp untuk mengetahui progres desain dan pekerjaan penulis akan selalu diperbarui di aplikasi asana sehingga penulis dapat melihat informasi pekerjaan baru yang diberikan kepada penulis. Beberapa pekerjaan yang sudah dijalani meliputi desain konsep untuk sosial media CRE, aset ilustrasi untuk sosial media CRE, dan aset ikon-ikon untuk GOENA *clothing*. Pekerjaan yang sudah dikerjakan akan dimasukkan ke dalam aplikasi *dropbox* yang dapat dilihat dan diberikan masukan oleh *creative director*.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Selama proses praktik kerja magang yang dilakukan di CONTEMPT, penulis selalu berkomunikasi dan dibantu serta diberikan arahan untuk mengerjakan proyek oleh *Creative Director* untuk memeriksa kesesuaian detail dengan proyek sehingga sepadan dengan visual yang diinginkan oleh klien. Penulis akan mendapat *brief* awal mengenai konsep visual sebuah *brand* dan apa yang diinginkan klien didalam konten lewat aplikasi Zoom. Lalu, sesekali penulis dan *Creative Director* akan melakukan *review* bersama untuk diberikan tanggapan atau revisi lewat aplikasi Zoom setelah penulis menyelesaikan pekerjaan yang diberikan dan di tahap terakhir akan *finishing* oleh *Creative Director* sebelum diberikan kepada klien. Berikut adalah beberapa proses pekerjaan saat melaksanakan praktik kerja magang di CONTEMPT.

3.3.1.1. Aset Desain dan Ilustrasi Untuk CRE

1. Ilustrasi Untuk Promosi *Recyle Your Bottle*

Untuk ikut andil dalam memperingati hari bumi tepatnya pada tanggal 22 April 2021, CRE mengadakan promosi untuk produknya yaitu memberikan diskon 20% bagi para pengunjung yang membawa botol kemasan CRE yang sudah habis dan tidak dipakai lagi ke *pop-up store* CRE yang terletak di Ashta lantai 3 mulai dari tanggal 22 April 2021 sampai 30 April 2021. Untuk itu, CRE mempunyai keinginan untuk mempunyai *banner* yang berada di depan *pop-up store* agar meningkatkan *awareness* kepada pengunjungnya dan beberapa *story* di Instagram supaya pengikut CRE di instagram dapat mengetahui informasi diskon spesial ini. Pada tahap awal pengerjaan aset ilustrasi untuk promosi diskon spesial, prosesnya diawali dengan *brief* lewat aplikasi Zoom oleh Robertus Alexander selaku *Supervisor* dan *Creative Director* yang memberikan penjelasan lebih rinci mengenai CRE yang ingin membuat promosi diskon spesial dalam memperingati hari bumi dan konsep ilustrasi yang simpe dan minimalis.

Penulis diberikan pekerjaan oleh *Creative Director* untuk membuat beberapa aset ilustrasi, seperti botol-botol produk CRE, kantung belanja/*totebag*, *tumbler*, dan berbagai arah panah dari segala arah. Sesuai dari pesan yang sudah dijelaskan dalam *brief* oleh *Creative Director*, penulis membuat ilustrasi yang telah disebutkan sebelumnya dan juga berinisiatif untuk membuat komponen pendukung ilustrasi utama dengan karakter ilustrasi yang simpel seperti *lineart* dan menggunakan palet warna yang sudah ditetapkan dari CRE.

Hasil yang sudah diselesaikan oleh penulis akan diunggah kedalam Dropbox sehingga *Creative Director*, Robertus Alexander dapat melihat hasilnya untuk dikonfirmasi. Lalu karya pekerjaan penulis akan direview bersama lewat Zoom yang nantinya akan melewati tahap revisi oleh penulis dan terakhir dimasukkan ke dalam konten desain oleh *Creative Director* untuk diunggah ke Instagram dan salah satunya dicetak untuk dijadikan *banner* promosi di *pop up store* CRE



Gambar 3.2. Alternatif Ilustrasi sosial media CR



Gambar 3.3. Sosial media CRE dan *Banner* di Ashta



Gambar 3.4. *Banner pop up store* CRE di Ashta

2. Desain Promosi untuk Sosial Media CRE

Dalam tahap awal pembuatan konten desain, penulis diberikan *brief* terlebih dahulu mengenai konsep visual konten Instagram *story* yang diinginkan klien untuk *brand* CRE oleh *Creative Director*, Robertus Alexander. Konsep yang telah didiskusikan lewat aplikasi Zoom yaitu membuat konsep Instagram *story* untuk mempromosikan berbagai produk CRE supaya meningkatkan *awareness* konsumen terhadap produk CRE yang lainnya. Setelah itu, penulis diberikan palet warna yang sudah ditetapkan oleh CRE untuk dijadikan petunjuk warna dalam konten dan *grid layout* untuk membantu penulis dalam merancang desain konten. Peranan yang diberikan kepada penulis yaitu membuat konsep dan konten desain grafis untuk kebutuhan *story* dan *feed* Instagram CRE yang akan diunggah nantinya.

Pada proses awal perancangan konten media Instagram *story* penulis membuat daftar catatan tentang berbagai produk yang dijual oleh CRE, seperti mengetahui keuntungan dari setiap produk, waktu pemakaian produk, dan produk yang paling diminati oleh konsumen di berbagai *marketplace* CRE yang nantinya berguna untuk mengetahui informasi konten seperti konten apa yang akan diunggah ke Instagram *story* agar pengikut Instagram CRE menyadari akan adanya keberagaman produk yang dijual oleh *brand* CRE.

Lalu, penulis membuat konten desain dengan menyesuaikan palet warna, *layout* instagram, dan karakteristik visual yang diinginkan oleh CRE seperti minimalis tetapi tetap eksplorasi mengenai desainnya. Penulis juga membuat konsep Instagram *story* yang interaktif contohnya seperti bertanya kepada konsumen tentang esensial yang dipakai saat membersihkan badan dilanjutkan dengan introduksi terhadap beberapa produk *body & bath* CRE sesuai dengan kategorinya.

Penulis melakukan pengelompokan beberapa jenis *body wash* dengan info pendek mengenai aroma yang berbeda tiap *body wash* di dalam satu *story* dan juga efek positif tertentu yang dapat dirasakan oleh konsumen jika memakai produk tersebut sehingga memberikan informasi tentang kelebihan dan keberagaman produk CRE.



Gambar 3.5. Instagram Story Body Ritual

Selain itu, penulis juga memilah beberapa *review* dari konsumen dari berbagai situs belanja *online* untuk membuat konten Instagram *feed* dengan memberikannya *highlight review* agar meningkatkan kepercayaan kepada pengikut Instagram CRE terhadap produk CRE. Penulis juga membuat *post* Instagram *story* untuk produk terfavorit yang masih tersedia dan memberikan info kepada pengikut CRE di Instagram.



Gambar 3.6. Konten Promosi Instagram *Story* CRE

Setelah penulis menyelesaikan desain konten Instagram *story*, penulis mengunggah hasilnya di dalam Dropbox yang dapat langsung terhubung kepada *Creative Director* untuk dikonfirmasi yang nantinya akan melakukan *review* bersama lewat Zoom untuk diberikan tanggapan atau masukan. Dalam tahap terakhir, desain yang sudah diselesaikan penulis akan masuk ke dalam tahap finalisasi oleh *Creative Director* dan diunggah oleh admin sosial media CRE.

3. Aset Ikon *Highlights Story* CRE

Dalam pembuatan ikon *highlights*, penulis melakukan *brief* terlebih dahulu dengan *Creative Director* untuk mengenal visual Instagram yang ingin diungkapkan oleh klien kepada konsumernya. Penulis diberikan tugas untuk membuat *highlights story* CRE dengan gaya minimalis, *clean*, dan simpel yang terdiri dari ikon *reviews*, *body*, *face*, *stockist*, dan *diffuser*.

Penulis kemudian membuat sketsa dan beberapa alternatif untuk dipilih kesesuaiannya terhadap visual CRE. Penulis membuat bentuk beberapa bentuk produk CRE, diffuser, dan lainnya yang menyerupai keyword ikon *highlights* dengan pemilihan warna turunan yang telah diberikan oleh CRE.



Gambar 3.7. Alternatif Ikon Highlights CRE

Dari beberapa alternatif diatas, terdapat beberapa ikon yang dipilih dan melalui beberapa tahap revisi untuk diperbarui bentuknya. Berdasarkan diskusi dan beberapa masukan dari penulis yang dilakukan bersama *Creative Director*, ikon dibentuk lebih simpel, dinamis dan abstrak agar lebih menggambarkan visual CRE. Tetapi, sampai saat ini beberapa ikon belum dipublikasikan oleh admin sosial media CRE.

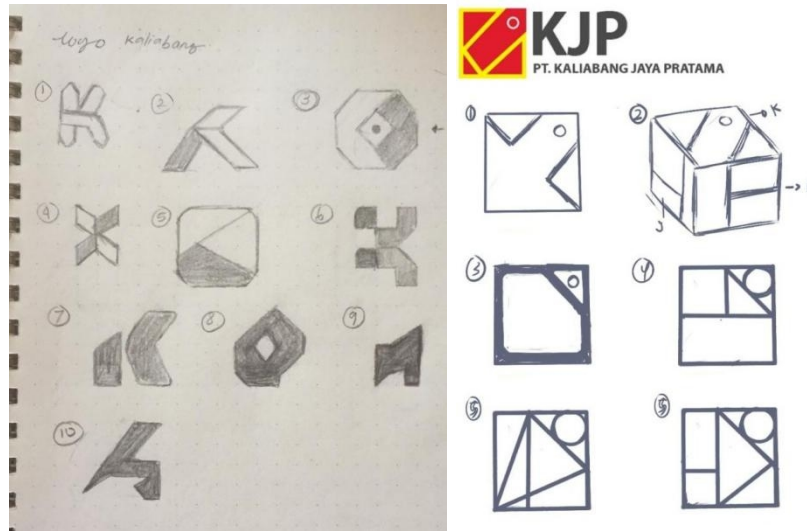


Gambar 3.8. Final Ikon Highlights CRE

3.3.1.2. Desain Logo Kaliabang

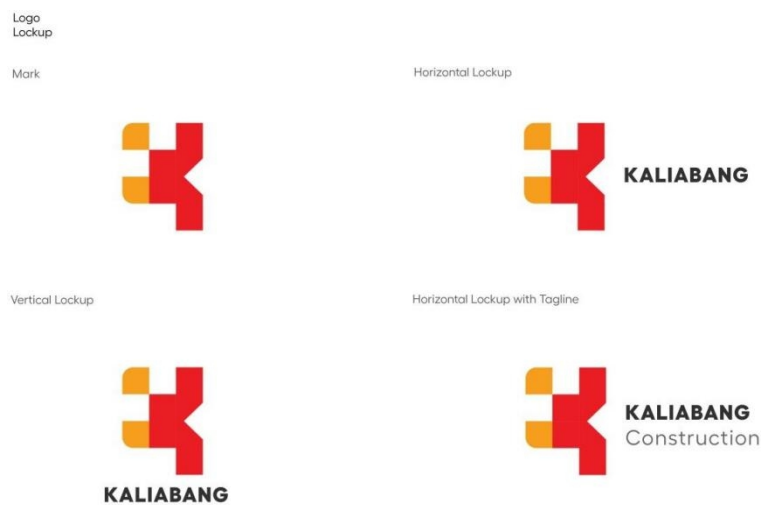
Perancangan desain logo Kaliabang berawal dari klien PT Kaliabang Jaya Pratama, perusahaan konstruksi yang sudah berdiri sejak tahun 1988 berada di kota Bekasi (PT Kaliabang Jaya, n.d.) melakukan *meeting* bersama *Creative Director* untuk membicarakan tentang konsep visual logo yang diinginkan dan nantinya, berbagai masukan di dalam *meeting* akan diberitahu kepada penulis dalam *brief* lewat aplikasi Zoom.

Pada tahap kedua, penulis mencari beberapa referensi untuk perancangan logo terlebih dahulu dan juga dibantu oleh *Creative Director* dengan meminjamkan buku Logo oleh Michael Evamy yang dikirimkan lewat Ojek Online. Buku yang dipinjamkan membantu penulis dalam mempelajari berbagai jenis logo sesuai dengan jenis tempat perusahaan. Menurut pesan di dalam *brief*, klien menginginkan pembaruan logo perusahaan yang lebih *modern*, dinamis, dan dapat memberikan identitas visual yang jelas mengenai perusahaan tetapi tidak begitu berbeda dengan logo perusahaan yang sebelumnya. Selanjutnya penulis membuat beberapa alternatif sketsa logo yang ditunjukkan kepada *Creative Director* untuk dipilih salah satu sebelum melakukan tahap digitalisasi.



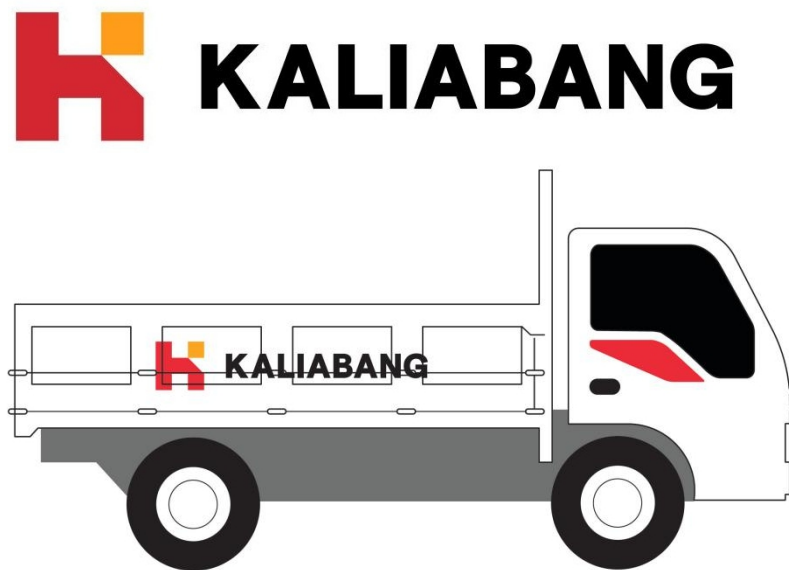
Gambar 3.9. Sketsa Logo Kaliabang

Sesuai dengan permintaan *Creative Director*, logo yang terpilih adalah logo keenam di dalam foto sebelah kiri dan setelahnya penulis membuat digitalisasi logo yang terpilih. Menurut *Creative Director*, logo yang dipilih lebih terlihat tersusun dan lebih menjelaskan visual perusahaan daripada yang lainnya. Penulis membuat digitalisasi untuk logo *lockup* untuk mendapat gambaran bagaimana logo dalam bentuk vertikal, horizontal, dan horizontal bersama *tagline* dan tetap mengaplikasikan palet warna logo perusahaan yang sebelumnya



Gambar 3.10. Digitalisasi Logo PT Kaliabang

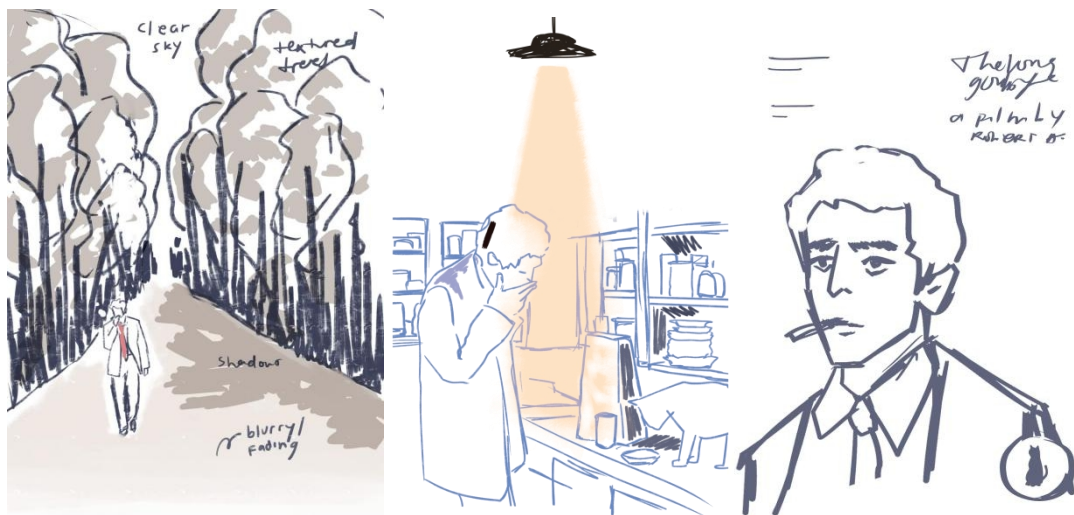
Pada tahap terakhir, *Creative Director* membuat finalisasi logo Kaliabang dan mendiskusikan logo final bersama penulis. Logo final yang telah diwujudkan menyerupai berbentuk K dan dikemas lebih minimalis dan dinamis. Penulis juga diberikan tugas untuk membuat ilustrasi transportasi *truck* yang dimiliki oleh PT Kaliabang digunakan untuk memberikan gambaran kepada klien bagaimana logo diletakkan di atas transportasi. Selanjutnya *Creative Director* memberikan hasil final kepada klien dan kemudian klien akan memberikan masukan dan revisi, dan setelah beberapa tahap revisi yang dilakukan oleh *Creative Director*, klien akan mendapat logo final yang dapat dipakai oleh klien. Sampai saat ini logo Kaliabang belum dirilis oleh pemilik perusahaan.



Gambar 3.11. Logo Final PT Kaliabang

3.3.1.3. Ilustrasi Poster The Long Goodbye

Pada tahap pertama dalam perancangan poster *The Long Goodbye*, penulis mencoba untuk menonton terlebih dahulu film tersebut untuk lebih memahami emosi apa yang akan dituangkan ke dalam gambar nantinya. Setelah *brief* yang dilakukan dengan *Creative Director*, penulis menggambar beberapa sketsa di beberapa *scene* dalam film yang diinginkan oleh *Creative Director*.



Gambar 3.12. Sketsa Poster Film

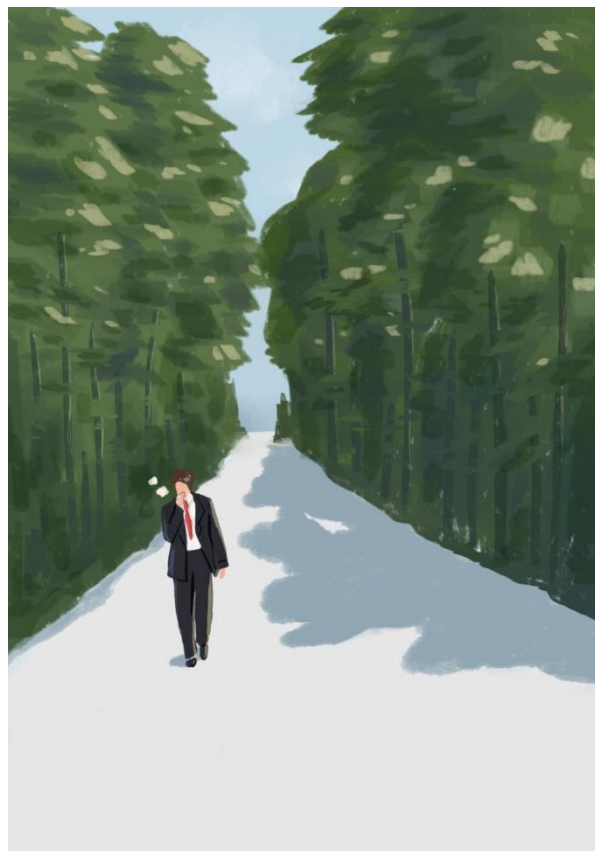
Setelah itu, penulis mulai mewarnai dua sketsa yang dipilih dengan palet warna yang dibuat oleh penulis sendiri karena dalam proyek ini, penulis diberikan kebebasan untuk memilih palet warna dan menggabungkan warna dan eksplorasi tanpa menghilangkan beberapa petunjuk dan beberapa poin penting yang harus ada di dalam gambar sesuai dengan permintaan klien. Poin yang diinginkan seperti memberikan fokus terhadap karakter atau karakter metamorfosanya yaitu kucing. Dalam menciptakan poster film ini, penulis melalui beberapa tahap revisi untuk menyesuaikan keinginan klien karena klien meminta dua sketsa diatas untuk dilanjutkan ke tahap diwarnai dan *finishing*.

Pada fase sketsa pertama, penulis membuat palet warna yaitu warna *shades* biru gelap dengan nuansa emosi yang misterius. Gaya ilustrasi yang dipakai adalah *lineless* dengan garis yang terlihat lebih jelas dan tegas. Dalam karya ini, penulis ingin menuangkan nuansa misterius dan karakter yang tidak dapat ditebak untuk menggambarkan emosi film yang abstrak di dalam sketsa pertama. *Keypoint* dalam ilustrasi yang diinginkan oleh klien adalah memberikan fokus terhadap karakter utama dan kucing yang dimilikinya sehingga penulis memberikan *lighting* yang berasal dari lampu hanya kepada karakter utama dan warna kontras biru yaitu kuning untuk di bagian badan kucing makanannya, dan warna cahaya.



Gambar 3.13. Finishing Sketsa 1

Dalam fase sketsa kedua, penulis membuat nuansa yang memiliki rasa bertimbal balik dari sketsa yang pertama. Penulis memilih untuk memberikan palet warna yang lebih cerah tetapi sedikit pudar, dengan *lighting* biru dan hijau dan lebih memberikan titik berat kepada pemandangan tetapi tetap memberikan fokus kepada peran utama dengan memberikan kontras warna dari pemandangan yaitu karakter utama diberikan jas dengan warna hitam untuk tetap memberikan kesan karakter yang misterius. Gaya gambar yang dipakai lebih samar dan halus, tidak memiliki sudut yang tajam untuk memberikan kesan tenang dan tetap abstrak untuk menunjukkan konsep film *The Long Goodbye* secara visual. Gambar sketsa kedua ini menjadi pilihan klien dan akan melalui tahap *finishing* untuk diberikan judul dan beberapa elemen desain grafis lain di dalam poster film oleh *Creative Director*.



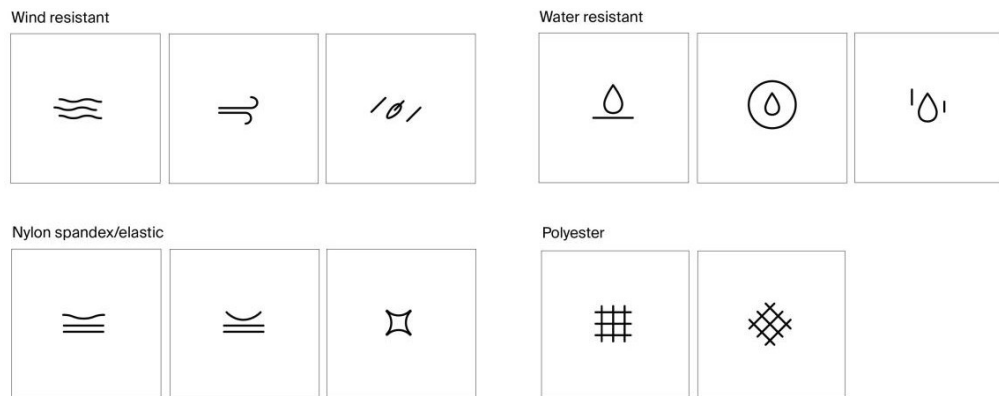
Gambar 3.14. Finishing Sketsa 2

3.3.1.4. Aset Desain Ikon Untuk Goena

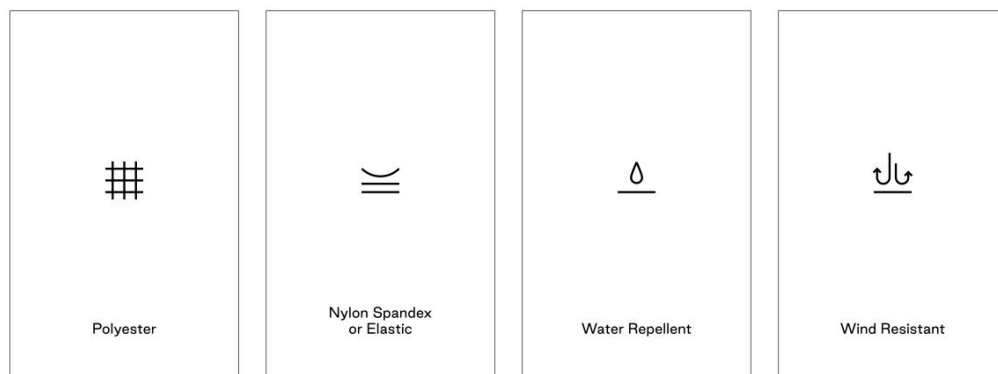
Tahap awal pada saat proses perancangan desain aset ikon untuk Goena, penulis diberikan *brief* terlebih dahulu mengenai konsep identitas visual *brand* yang diinginkan oleh klien dan beberapa referensi visual untuk menjadi arahan perancangan desain identitas untuk Goena oleh *Creative Director*, Robertus Alex. Goena adalah *startup brand* yang berfokus pada produk *basic clothing* yang ingin mempunyai identitas visual yang kasual, minimalis, dan *bold*.

Penulis diberikan tugas untuk membuat beberapa aset ikon yang akan menjadi kebutuhan visual penanda di dalam baju agar konsumen mengetahui apa keunggulan dari bahan baju Goena. Pada perancangan awal, penulis mengumpulkan beberapa referensi desain aset ikon yang memiliki karakteristik simpel dan kasual yang selanjutnya penulis akan merancang ikon-ikon tersebut secara digital dengan menggunakan *stroke* sedikit lebih tebal menyesuaikan petunjuk dari pesan di dalam *brief* oleh *Creative Director*. Beberapa Ikon yang dibutuhkan adalah seperti, ikon untuk *wind resistant* (anti angin), *nylon spandex* (elastis), *water resistant* (tahan air), dan *polyester*.

Terdapat dua sampai tiga alternatif aset ikon yang telah dirancang oleh penulis dan hasilnya diberikan kepada *Creative Director* lewat aplikasi *Dropbox* untuk dipilih dan diperiksa kesesuaiannya dengan identitas *brand* Goena. Tahap terakhir adalah desain GSM finalisasi oleh *Creative Director* yang akan dipresentasikan kepada klien di dalam *meeting*. Namun, ada sedikit kendala mengenai tempat cetak bahan baju Goena yang baru dikabari setelah tahap finalisasi desain ikon, yaitu klien hanya dapat memasukkan satu ikon di dalam baju Goena sehingga beberapa ikon yang lain mungkin hanya akan digunakan untuk keperluan sosial media kedepannya dimana saat penulis sudah tidak melanjutkan praktik kerja magang di CONTEMPT.



Gambar 3.15. Alternatif Aset Ikon Goena *Clothing*



Gambar 3.16. Finalisasi Aset Ikon Goena

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh penulis selama melakukan praktik kerja magang di CONTEMPT. Penulis diberikan pekerjaan membuat logo untuk sebuah perusahaan yang mana penulis tidak begitu familiar dengan membuat logo karena membuat logo bukanlah yang dipelajari lebih dalam oleh penulis selama perkuliahan dan komunikasi yang tidak begitu leluasa karena hanya sebatas lewat whatsapp sehingga terjadi miskomunikasi untuk beberapa detail.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menanggapi kendala yang pertama, penulis dibantu dan dibimbing oleh *supervisor* dengan cara diberikan berbagai referensi dari kreator logo ternama dan dikirimkan beberapa buku untuk mempelajari logo dan *grid layout* yang telah cukup membantu penulis dalam mengerjakan tugasnya. Untuk menanggapi kendala yang kedua, penulis meminimalisasi kendala dengan mengutarakan pendapat lebih teliti dan bertukar pikiran tentang konsep yang diinginkan untuk memastikan konten yang dikerjakan sesuai dengan keinginan klien. Sesekali, penulis dan *creative director* tidak hanya berkomunikasi lewat whatsapp saja tetapi juga zoom saat *review* pekerjaan yang telah dilakukan oleh penulis sehingga komunikasi dapat dibicarakan secara langsung.