

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan kerja praktek magang di Feat Studio, ada hierarki kedudukan serta koordinasi kerja yang penulis lakukan.

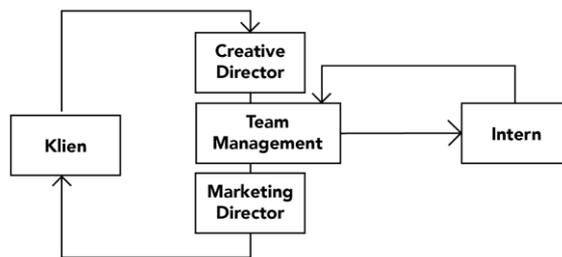
1. Kedudukan kerja

Pada saat melakukan praktek kerja magang, penulis ditempatkan pada posisi sebagai *Junior Graphic Designer*, jika dilihat pada struktur perusahaan adalah pada posisi *Intern*. *Junior Graphic Designer* bertugas untuk mengerjakan proyek yang diberikan oleh *Team Management*, mulai dari mendapat *creative brief*, mengembangkan konsep, hingga finalisasi digital desain. Di dalam melakukan pekerjaannya penulis bertanggung jawab kepada pihak yang telah memberikan tugas pada penulis, yaitu *Senior Graphic Designer* dan *Team Management*. Selama proses mengerjakan tugas tersebut, penulis dibimbing dan diarahkan langsung oleh kedua pihak yang telah memberikan tugas pada penulis.

2. Koordinasi Kerja

Koordinasi kerja di Feat Studio dimulai oleh klien yang bertemu dengan *Creative Director* dan *Marketing Director* untuk menerima *brief* dari klien mengenai proyek yang akan dibuat. Selanjutnya, *Creative Director* mendiskusikan arahan desain pada *Team Management*, yang nantinya akan diberikan pada *Graphic Designer* untuk segera dieksekusi. Di studio ini penulis bertanggung jawab dalam

menyelesaikan proyek yang diberikan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan oleh Team Management. Penulis diwajibkan untuk melakukan asistensi secara berkala pada *Senior Graphic Designer*, yang nantinya akan diasistensikan juga bersama Team Management. Dalam koordinasi kerja ini, penulis bekerja langsung di bawah bimbingan *Senior Graphic Designer* dan Team Management setiap mengerjakan berbagai proyek.



Gambar 3.13. Struktur Koordinasi Feat Studio
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

3.2. Tugas yang Dilakukan

Table 3.1. Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

MINGGU KE-	JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN
1	Buat posting Instagram <i>product</i> Strongbow (edisi Valentine), buat konsep posting Valentine untuk Instagram Feat, buat packaging Make Over (konsep <i>graphic</i> dan <i>digital imaging</i>).
2	Buat konsep post Instagram Strongbow (New Flavour), <i>photoshoot product</i> Strongbow.
3	<i>Photoshoot product</i> Strongbow dan editing untuk <i>final look</i> . Research data untuk konten editorial dan asistensi.

4	Asistensi konten editorial, pembuatan konsep editorial.
5	Asistensi konsep editorial, sketsa spread layout editorial, asistensi dan revisi.
6	Asistensi <i>final look</i> editorial dan revisi.
7	Revisi grid yang digunakan di editorial, buat konsep greetings card Multi Bintang (edisi Idul Fitri).
8	Asistensi konsep <i>greetings card</i> Multi Bintang.

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pekerjaan yang penulis dapatkan di Feat Studio selama praktek kerja magang di Feat Studio hampir melingkupi pekerjaan yang berhubungan dengan *content creation*. Penulis diminta untuk membuat beberapa konsep desain dan digitalisasinya untuk konten sosial media, packaging, kartu ucapan, dan pembuatan editorial. Selama 3 bulan di Feat Studio, penulis diberi beberapa pekerjaan seperti membuat dan mengedit konten posting produk Strongbow edisi Valentine dan New Flavour, membuat konsep packaging Make Over, melakukan photoshoot produk Strongbow, membuat konsep kartu ucapan interaktif Multi Bintang. Penulis mengerjakan semua ini di bawah bimbingan Senior *Graphic Designer* bersama Team Management langsung.



Gambar 3.14. Meja kerja penulis di studio
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Proses ketika mengerjakan sebuah proyek membutuhkan proses waktu yang berbeda-beda semua tergantung dari jenis dan kebutuhan setiap proyek. Berikut ini adalah tiga proyek yang didapat penulis selama magang di Feat Studio.

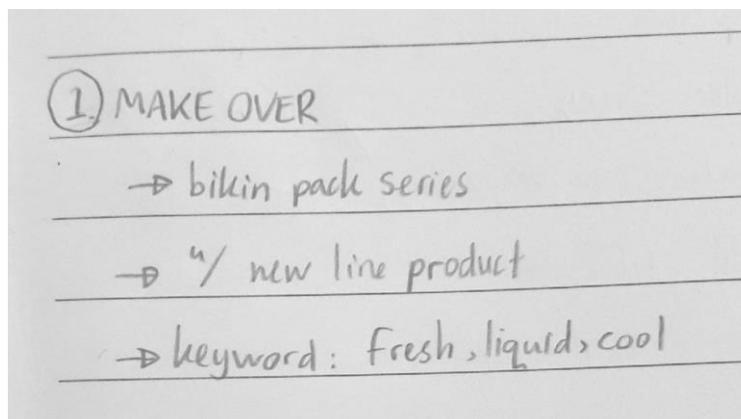
3.3.1.1. Perancangan *Packaging Make Over*

Make Over adalah salah satu *brand* lokal yang bergerak di bidang kosmetik. Make Over menyediakan berbagai macam produk yang kualitasnya telah terbukti tinggi sehingga seringkali menjadi pilihan utama make up artist atau bahkan influencer. Make over selalu berinovasi terus untuk membuat produk yang unggul dan menjadikan pelanggan sebagai inspirasi dari setiap produknya. Kali ini, Make Over kembali melahirkan inovasi baru dengan berencana untuk melakukan launching satu set produk make up baru yang berbeda dari produk yang telah mereka miliki sebelumnya. Oleh karena itu, mereka membutuhkan sebuah tampilan baru pada packaging make up

tersebut agar pelanggan dapat dengan mudah langsung mengenali dan dapat membedakan produk ini dibandingkan produk Make Over yang lain.

1. *Creative Brief*

Penulis mendapatkan *brief* dari *Team Management* Kristin Monica mengenai Make Over yang akan *launching* produk baru. *Brief* tersebut membahas mengenai permasalahan dan kebutuhan apa saja yang dimiliki oleh klien, beserta batasan yang harus diikuti. Batasan yang diberikan oleh klien adalah dikarenakan keterbatasan waktu produksi, bentuk desain *packaging* tidak boleh diubah bentuknya, masih menyerupai seperti *packaging* lama, sehingga yang klien inginkan hanyalah penambahan elemen grafis yang mewakili *brief* yang ia berikan. Penulis akhirnya mendapat *brief* untuk diaplikasikan pada *packaging* yaitu *fresh*, *liquid*, dan *cool*. Dari kata-kata ini, penulis harus memikirkan elemen grafis apa yang sekiranya cocok diaplikasikan pada *packaging* dengan tetap mengikuti batasan yang telah ditentukan. Waktu yang diberikan untuk menyelesaikan project ini adalah 2 hari.

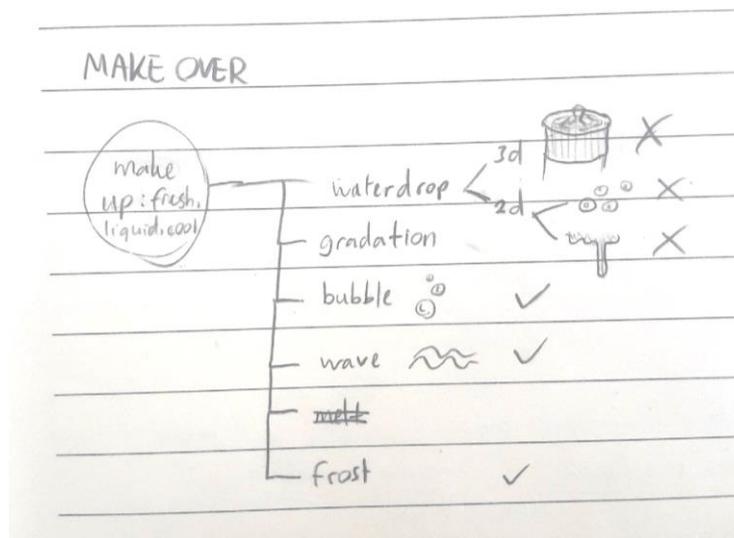


Gambar 3.15. *Creative Brief* Make Over

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

2. Brainstorming

Setelah mendapatkan *creative brief*, penulis melakukan *brainstorming* singkat untuk mencari ide elemen grafisnya. Dari kumpulan ide yang didapat, beberapa ide tidak bisa digunakan dikarenakan batasan yang diberikan.

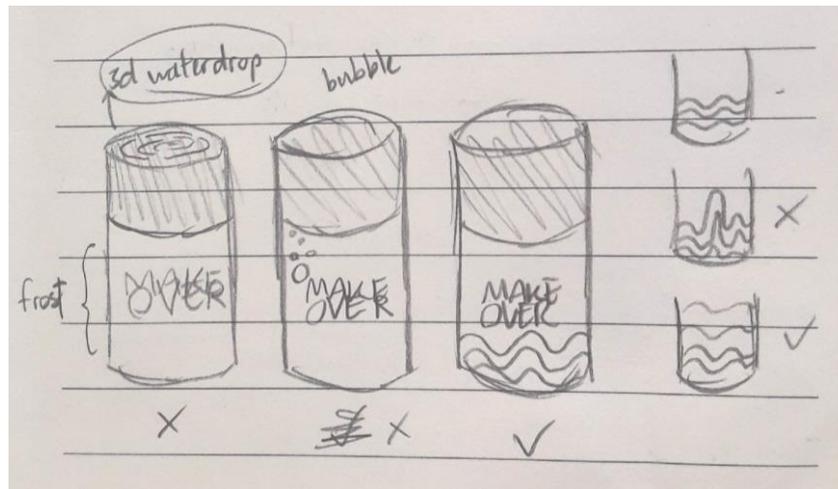


Gambar 3.16. *Brainstorming Make Over*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

3. Konsep dan sketsa

Setelah mendapatkan ide, penulis menentukan konsep dari hasil *brainstorming* yang telah dibuat. Konsep tersebut penulis gambarkan dalam bentuk sketsa. Penulis mengajukan konsep pada *Senior Graphic Designer* dan *Team Management* pada saat asistensi, yaitu penambahan elemen grafis berupa gelombang air dan efek *frost*.

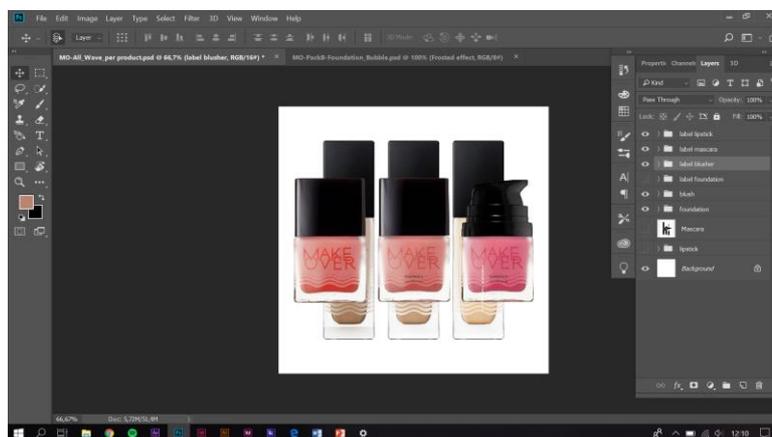


Gambar 3.17. Sketsa konsep *packaging* Make Over

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

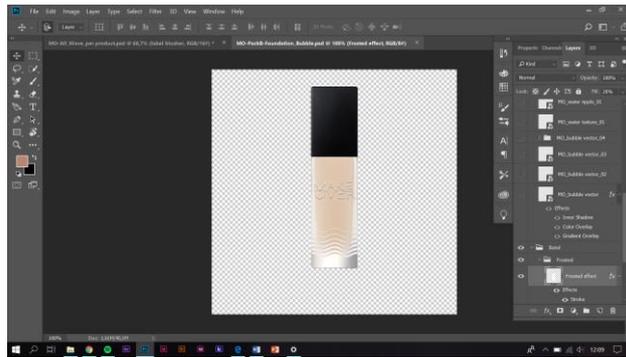
4. Digital

Setelah konsep diterima, penulis langsung melanjutkan ke dalam bentuk digitalnya. Semua elemen grafis yang penulis gunakan adalah buatan penulis sendiri, kecuali bentuk dasar dari produk tersebut. Penulis membuat bentuk digital dengan menggunakan Photoshop. Hasil akhir digital adalah berupa satu set *mock up final look* dari *packaging* Make Over, yang terdiri dari lipstik, maskara, *foundation*, dan *blush on*.



Gambar 3.18. Proses digital *mock up* Make Over

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.19. Aplikasi konsep pada *packaging* Make Over
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

5. Hasil Akhir



Gambar 3.20. *Final look* set *packaging* Make Over
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.21. *Final look* blush on Make Over
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.22. *Final look foundation Make Over*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.23. *Final look lipstik Make Over*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

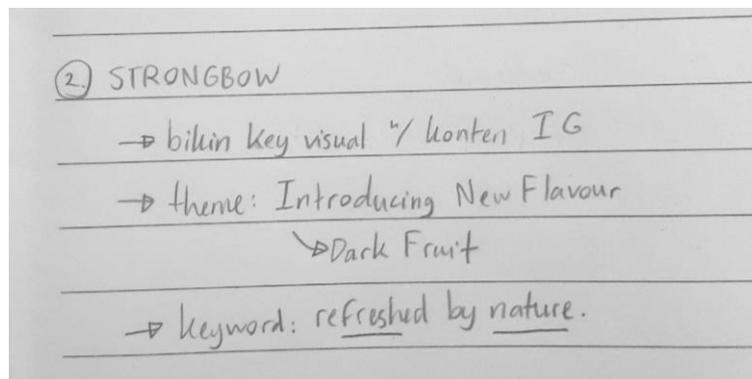
3.3.1.2. Perancangan *Content Creation* Produk Strongbow

Strongbow adalah minuman fermentasi apel dengan kandungan alkohol sebesar 4,5%. Merupakan salah satu produk dari Multi Bintang, Strongbow merupakan merek Cider nomor satu di dunia. Sebelumnya, produk ini hanya memiliki 1 rasa saja, yaitu Gold Apple. Pada musim semi ini, mereka ingin mempromosikan varian rasa baru mereka, yaitu Dark Fruit, melalui akun sosial media Instagram Strongbow Indonesia. Pada proyek ini, Strongbow

menginginkan pembuatan konten *feeds* Instagram yang terdiri dari 9 posts dan sesuai dengan konsep yang mereka inginkan.

1. *Creative Brief*

Penulis mendapatkan *brief* dari *Team Management* tentang konten yang Strongbow inginkan. Tema dari proyek ini adalah *Introducing New Flavour*. Sedangkan konsep yang ingin mereka tampilkan adalah *naturally refreshing*, dengan menampilkan kedua produk varian rasa yang berbeda, namun lebih menonjolkan pada varian barunya, yaitu Dark Fruit.

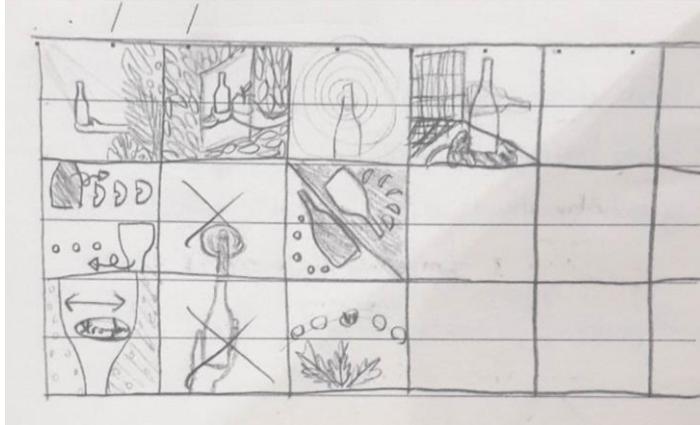


Gambar 3.24. *Creative Brief* Strongbow

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

2. Brainstorming dan sketsa

Team management memberi waktu untuk *Graphic Designer* dan penulis mulai mencari beberapa ide dan referensi terkait dengan *creative brief* yang diberikan. Setelah mendapatkan beberapa alternatif, penulis menggambarannya dalam bentuk sketsa agar lebih mudah dipahami oleh anggota tim saat melihatnya. Lalu, *brainstorming* dilakukan secara bersama-sama oleh semua anggota tim. Penulis ikut menyampaikan beberapa alternatif ide yang nantinya digunakan di sosial media.



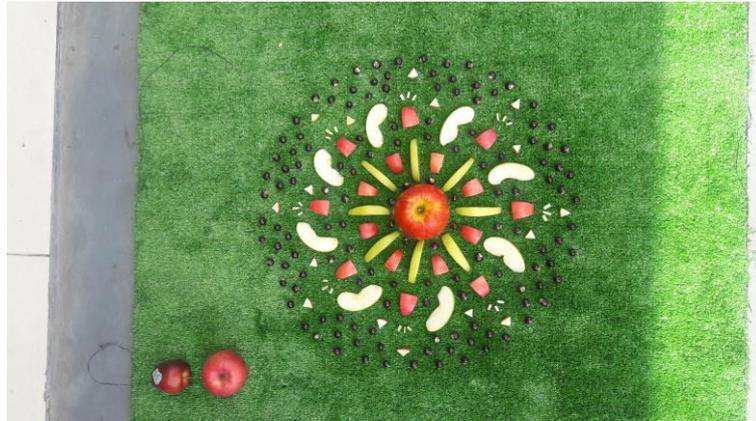
Gambar 3.25. Sketsa *posting* Strongbow
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

3. *Photoshoot*

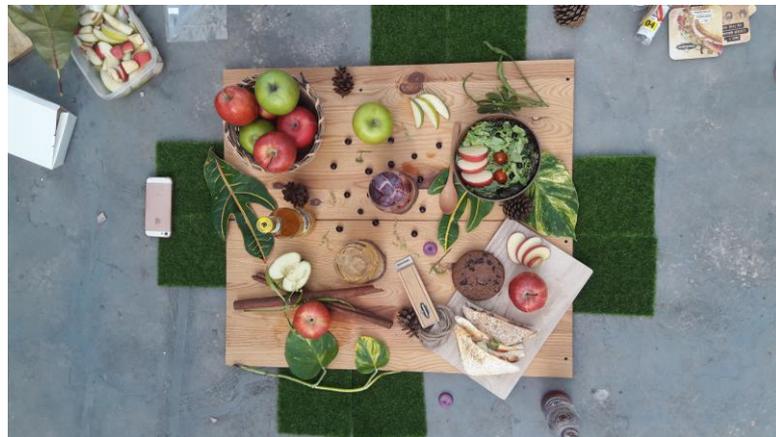
Setelah proses brainstorming, anggota tim telah menemukan sebanyak 12 ide untuk konten posting (3 sebagai cadangan). Kemudian dibuat moodboard yang kontennya mewakili ide yang akan digunakan sebagai arahan ketika melakukan foto produk. Photoshoot dilakukan selama 3 hari, walaupun dalam sehari tidak bisa maksimal dalam memotret dikarenakan cuaca yang kurang mendukung. Ketika melakukan photoshoot, penulis ikut bertugas dalam memotret dan menata produk.



Gambar 3.26. Proses *photoshoot* Strongbow
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



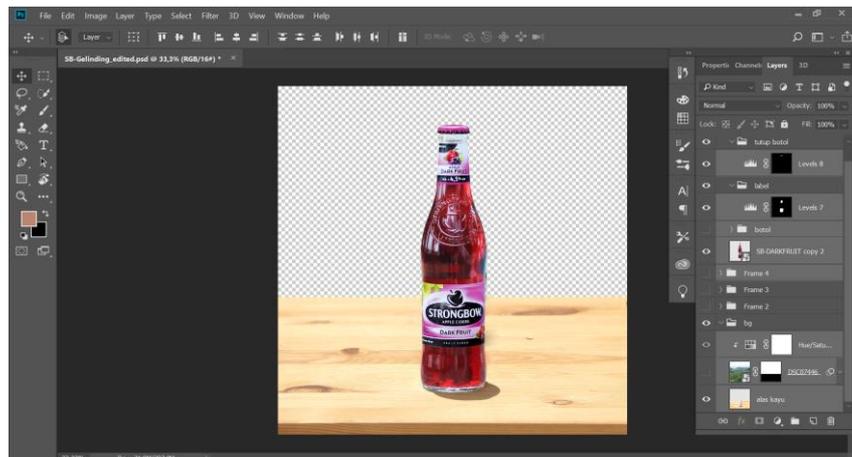
Gambar 3.27. Proses *photoshoot* Strongbow
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



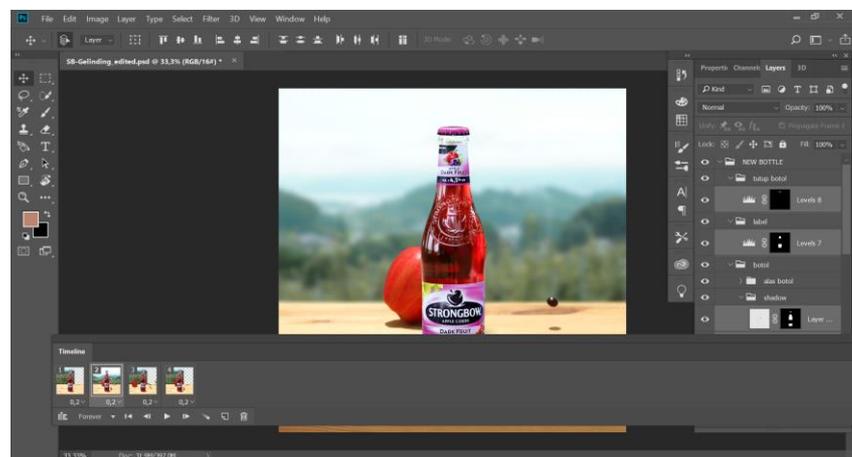
Gambar 3.28. Proses *photoshoot* Strongbow
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

4. Digital

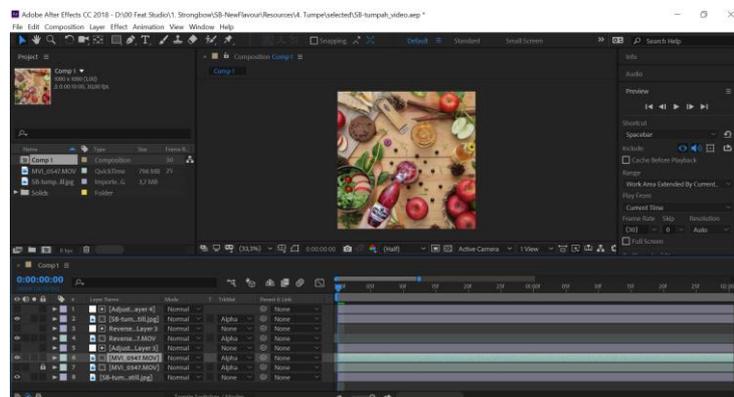
Setelah *photoshoot* selesai, hasil foto akan segera disortir untuk segera diedit untuk *final look* yang sesuai dengan konsep awal *brief* klien. Hasil foto akan diedit *tone* dan warnanya agar terlihat lebih *fresh* dan natural menggunakan Photoshop, lalu ada beberapa yang diedit menjadi *stop motion* menggunakan Photoshop dan After Effect. Hasil akhir adalah beupa 9 konten *posting* Instagram yang terdiri dari 5 foto dan 4 video *stop motion*.



Gambar 3.29. Proses edit foto Strongbow
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.30. Proses edit *stop motion*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.31. Proses edit video
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

5. Hasil Akhir



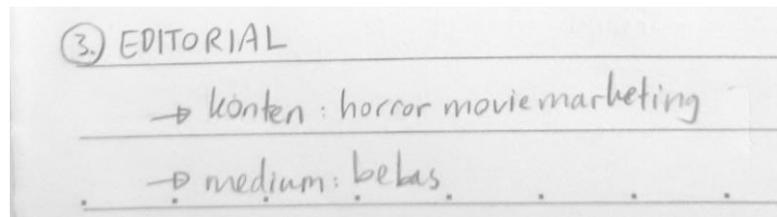
Gambar 3.32. *Final look* konten *post* Strongbow
(Sumber: <https://www.instagram.com/strongbowid/>)

3.3.1.3. Perancangan Editorial

Proyek yang terakhir adalah proyek fiksi yang diberikan oleh Feat Studio. Tujuan dari proyek ini adalah membuat sebuah konten editorial dengan tema tertentu.

1. *Creative Brief*

Penulis mendapatkan *brief* dari Team Management bahwa tema yang akan digunakan sebagai konten editorial ini adalah tentang marketing film horor. Di sini penulis mencari sendiri semua konten yang dibutuhkan sesuai dengan tema dan mengatur alur baca dan isi dari konten yang akan dibahas. Penulis juga dibebaskan untuk mencari media yang akan digunakan.

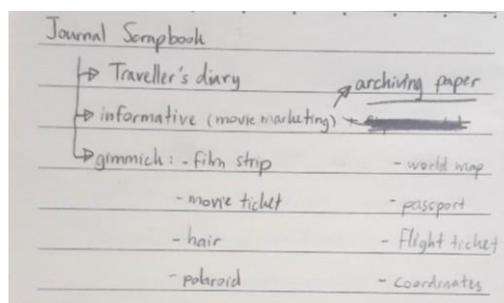


Gambar 3.33. *Creative Brief* Editorial

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

2. *Brainstorming* dan konsep

Penulis mulai dengan mencari data untuk konten dari editorial tersebut. Penulis melakukan riset film horor yang teknik marketingnya sempat viral, dan dipilih lah Ringu (Jeoang) dan Blair Witch Project (US). Setelah terkumpul, penulis mulai mencari konsep yang kira-kira sesuai dengan konten yang ada untuk menentukan output dari editorial ini. Konten akan membahas tentang bagaimana cara setiap negara memiliki sebuah film horor yang viral melalui teknik promosi yang mereka gunakan. Konsep yang digunakan adalah jurnal editorial, tentang seorang traveller yang berkeliling dunia mengumpulkan bukti mengenai cara setiap negara mempromosikan film horornya. Oleh karena itu, output yang digunakan adalah berbentuk jurnal yang berisi potongan koran, booklet, dan brosur.

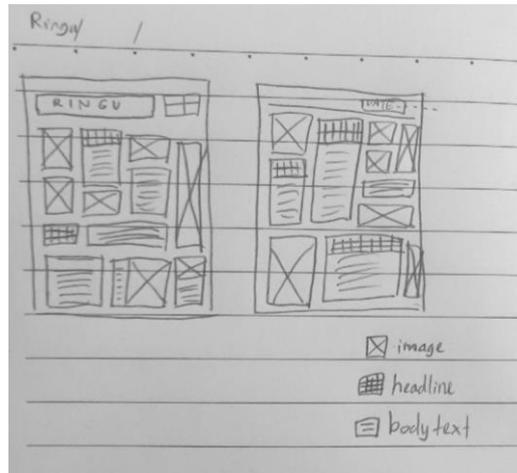


Gambar 3.34. Konsep editorial

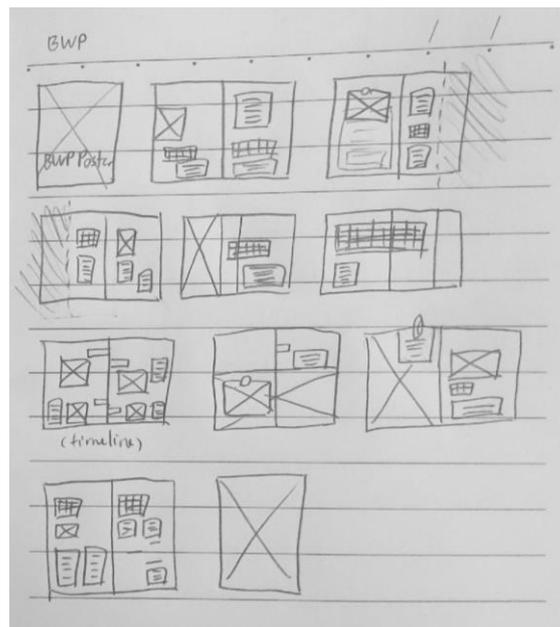
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

3. Sketsa

Setelah asistensi konsep diterima, penulis lanjut dengan membuat spread halaman pada setiap media. Sketsa ini digunakan sebagai *guideline* ketika mengerjakan editorial di Indesign.



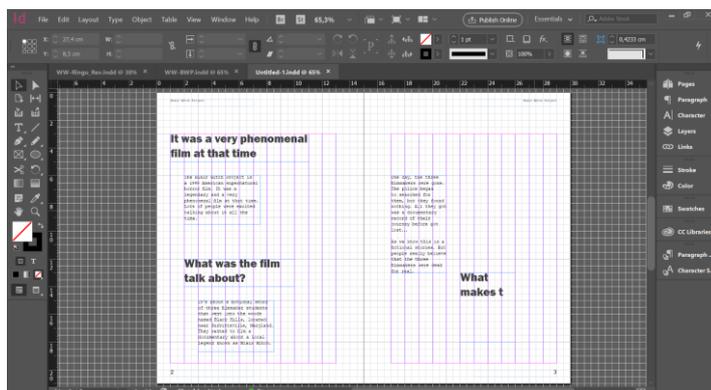
Gambar 3.35. Sketsa *spread page* Editorial koran
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



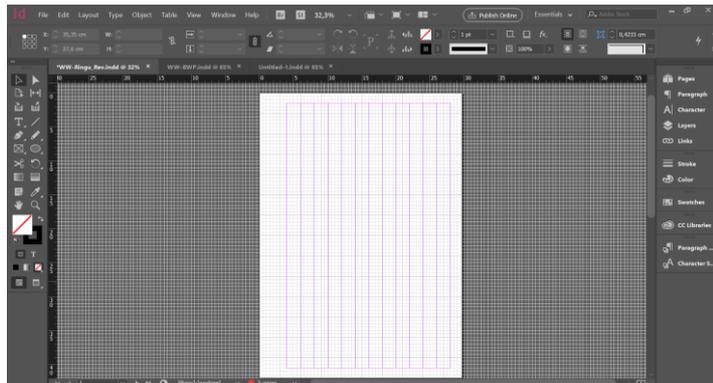
Gambar 3.36. Sketsa *spread page* Editorial booklet
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

4. Digital

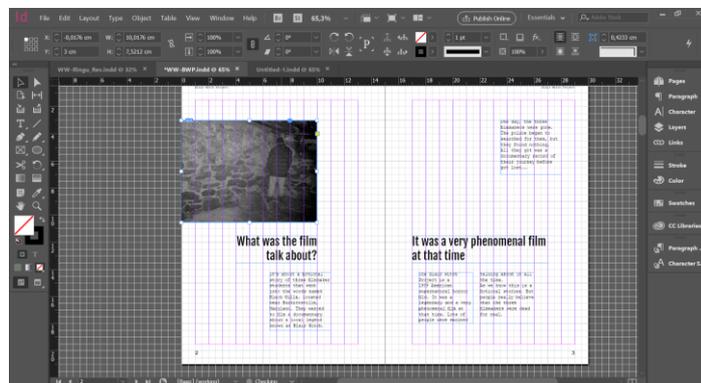
Penulis lanjut ke proses digitalnya dengan menggunakan sketsa sebagai *guidelines*. Penulis dibimbing oleh Team Management Kristin Monica langsung tentang cara mengatur dan mengaplikasikan grid yang baik dan benar pada setiap medium. Awalnya, penulis disarankan untuk menentukan peraturan yang akan digunakan pada konten editorial tersebut. Peraturan yang dimaksud di sini adalah tentang jenis font yang digunakan (untuk main header, bodytext, subtitle, dll) dan bagaimana paragraf tersebut menggunakan pengaturan rata kiri maupun kanan. Kunci dari layouting editorial ini adalah konsisten menggunakan peraturan yang telah ditetapkan, namun diimbangi dengan beberapa hal yang eksploratif atau tidak mengikuti peraturan yang telah dibuat. Grid yang digunakan pada booklet dan koran sama, yaitu menggunakan 12 collumn, karena 12 adalah angka paling ideal dalam penggunaan grid (dapat dibagi 2,3, dan 4).



Gambar 3.37. Pengaplikasian *grid* pada medium booklet
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.38. Proses *layouting* editorial koran
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.39. Proses *layouting* editorial booklet
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

5. Hasil Akhir

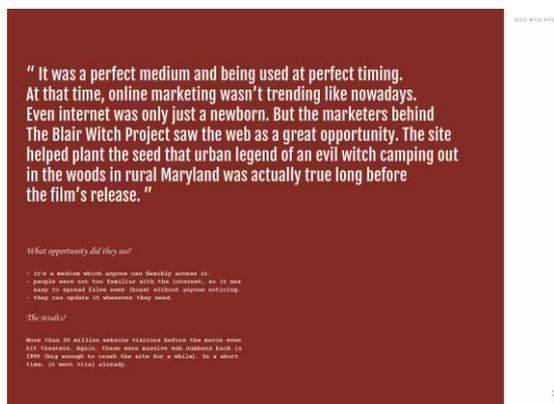


Gambar 3.40. *Final look* editorial koran
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.41. *Final look* editorial booklet 1

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.42. *Final look* editorial booklet 2

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)



Gambar 3.43. *Final look* editorial booklet 3

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019)

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan praktek kerja magang, penulis tidak lepas dari berbagai kendala baik kendala pribadi, proyek, dan komunikasi.

1. Kendala pribadi: kurangnya pengetahuan penulis mengenai teknik layouting yang baik dan benar sehingga saat mengerjakan editorial sempat beberapa kali mengalami revisi.
2. Kendala komunikasi: sempat terjadi miskomunikasi yang terjadi antara penulis dengan anggota tim pada saat pengerjaan editorial, sehingga penulis sempat bingung dengan arahan yang diberikan yang menyebabkan penulis sering bertanya pada anggota tim sampai penulis mengerti apa yang dimaksud.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari seluruh kendala yang penulis alami, penulis selalu mencari solusi supaya dapat tetap mengerjakan pekerjaan dengan maksimal.

1. Kendala pribadi: penulis menjelaskan kekurangan dan kendala yang dialami pada Team Management agar memahami kondisi penulis, lalu penulis meminta bimbingan yang lebih mendetail terhadap masalah yang penulis kurang pahami.
2. Kendala komunikasi: penulis menjadi sering bertanya dan sering melakukan asistensi kepada semua anggota tim untuk meminta saran dan masukan agar penulis lebih paham.