

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pengerjaan kerja magang di Astro, dibutuhkan koordinasi yang jelas dan tepat agar proses kerja atau *workflow* dapat berjalan secara efektif dan efisien demi tercapainya tujuan perusahaan. Untuk mencapai hal itu dibutuhkan sistem koordinasi yang dilakukan dalam divisi-divisi termasuk divisi dimana penulis berada. Selain itu, untuk mempercepat proses pengerjaan pekerjaan sebagai orang yang berperan pada aspek visual, penulis menggunakan situs aset *image bank* sebagai aset-aset foto dan grafis yang akan digunakan. Berikut merupakan beberapa penjabaran kedudukan dan koordinasi yang dilakukan dalam proses kerja magang.

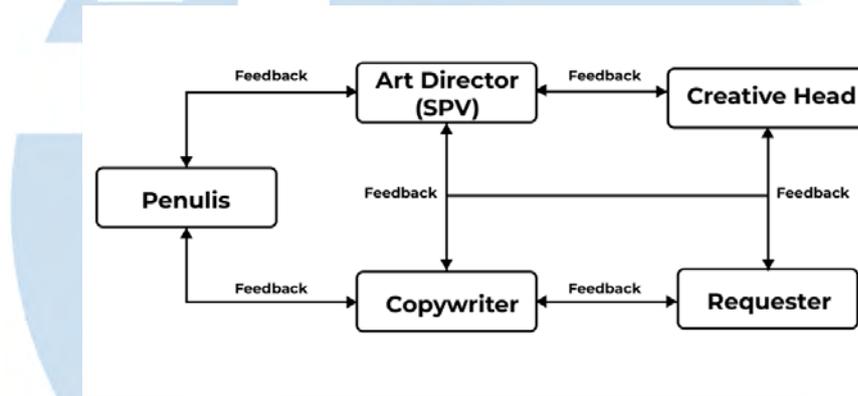
3.1.1 Kedudukan

Dalam hal kedudukannya, penulis memiliki peran sebagai *graphic design intern* yang masuk dalam bagian dari divisi *Marketing*. Penulis berperan untuk melakukan visualisasi terhadap berbagai kebutuhan *campaign* yang akan dilaksanakan oleh perusahaan. Secara spesifiknya, selama periode semester magang yang dijalankan, penulis bertanggung jawab untuk menghasilkan karya visual pada bisnis unit Astro Kitchen. Selain penulis, ada beberapa tim kreatif lain yang juga berperan sebagai *graphic designer* di bisnis unit lain.

3.1.2 Koordinasi

Penulis dipandu bersama Ponco Wirawan selaku *Art Director* dan *Supervisor* penulis sebagai atasan langsung atau *supervisor* yang berperan untuk memastikan visual sebagai luaran dari apa yang dikerjakan penulis sesuai target dan perancangan. Dalam proses koordinasinya, penulis menggunakan *software online* yang disediakan perusahaan dan juga *Google Meet* untuk melakukan *meeting*. Selain itu terdapat juga *Copywriter* yang berperan untuk memberikan *feedback* alternatif *copy* yang akan digunakan

dalam merancang karya visual sebagai *output* dari pengerjaan. *Creative Head* berperan sebagai pihak yang dapat memberikan *approval* hasil dari visual yang dilakukan penulis. *Requester* berperan sebagai pihak yang memberikan *brief* dan masukan terhadap visual yang dilakukan penulis di Astro. *Brief* dilakukan melalui *meeting* dan juga tertulis.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Pada alur pengerjaannya, *Requester* sebagai pemberi *brief* memberikan berbagai *request* visual kepada *Creative Team* melalui *Art Director*. *Art Director* dapat bekerja sama dengan *Copywriter* dalam menentukan bahasa yang tepat terhadap karya visual yang kemudian akan dipasarkan. Setelah itu, *request* visual diserahkan kepada penulis untuk kemudian diproses. Kemudian ketika hasil karya visual sudah selesai, penulis melakukan asistensi kepada *Art Director* dan *Copywriter* untuk memastikan pesan dan eksekusi visual sudah dapat diterima dengan baik. Lalu, karya visual yang sudah dibuat diberikan kepada *Creative Head* beserta *Requester* kembali untuk kemudian disetujui dan kemudian dipublikasikan. Apabila ada *feedback* berupa revisi ataupun tambahan kemudian akan dilakukan mirip seperti *request brief* seperti sebelumnya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai *graphic design intern*, penulis berperan untuk merancang berbagai kebutuhan visual yang diberikan untuk kebutuhan *marketing* promo-promo produk

dan juga *campaign* yang direncanakan oleh tim dan *branding* PT Astro Technologies Indonesia. Terlebih untuk bisnis unit Astro Kitchen.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1-20 (10 Juli-10 Desember 2023)	Konten mingguan untuk keperluan sosial media Instagram dan Twitter (x.com) Astro Kitchen.	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten-konten sosial media yang sudah dijadwalkan oleh tim sosial media. - Mencari, merancang template yang kemudian dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan grafis di sosial media. Seperti <i>template</i> grafis, <i>cover</i> fitur <i>highlight</i>, dsb.
2	1-20 (10 Juli-10 Desember 2023)	<i>In App, Pop Up, dan Catalogue</i> Astro Kitchen.	-Membuat <i>banner</i> digital untuk berbagai kebutuhan marketing melalui aplikasi Astro. Dalam bentuk <i>main banner, pop up, dan catalogue</i> .
3	1-20 (10-Juli-10 Desember 2023)	<i>Digital Advertising</i>	- Membuat karya visual yang digunakan untuk berbagai kebutuhan iklan digital melalui berbagai <i>platform</i> yang tersedia di internet.
4	1-8 (10 Juli-10 September 2023)	<i>Offline Flyer & Menu Catalogue</i> Astro Kitchen	-Membuat <i>online flyer</i> ataupun <i>menu catalogue</i> Astro Kitchen untuk kemudian dipublikasikan melalui media <i>offline</i> .
5	9-12 (10 September-10 Oktober 2023)	Turunan <i>campaign</i> #DemiApapunCepat	-Membuat berbagai turunan dan mengajukan <i>key visual</i> turunan dari <i>key visual</i> utama #DemiApapunCepat

6	9-11 (10 September- 2 Oktober 2023)	<i>Teaser campaign #DemiApapunCepat</i>	-Merancang sebuah visual grafis dan gerak untuk <i>teaser</i> yang dipublikasikan melalui media sosial untuk menyambut adanya video <i>TVC #DemiApapunCepat</i>
7	13-15 (17 Oktober-6 November 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue, PN Image, dan Sosial Media “Jumat BOGO”</i>	-Merancang grafis visual untuk kebutuhan <i>marketing</i> produk atau menu-menu Astro Kitchen untuk kemudian ditayangkan pada aplikasi Astro dan sosial media
8	12 (6 Oktober 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue, PN Image, dan Sosial Media “GWP ACAI”</i>	-Merancang sebuah <i>banner</i> grafis untuk memperkenalkan produk kolaborasi dengan <i>ACAI Tea</i> kepada pengguna serta mengkomunikasikan materi promosi yang dilaksanakan
9	9 (8 September 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue, PN Image, dan Sosial Media “Jam Buka Astro Kitchen”</i>	-Merancang sebuah konsep visual untuk kebutuhan komunikasi kepada pengguna aplikasi Astro terhadap jam buka dan jam tutup Astro Kitchen melalui berbagai media informasi dalam aplikasi dan sosial media.
10	1-20 (10 Juli-10 Desember 2023)	Promo Kalendar Astro Kitchen	-Merancang sebuah konsep visual tentang materi promosi yang rutin dilakukan setiap bulannya
11	1-20 (10 Juli-10 Desember 2023)	<i>Mini In App Banner Super Delivery</i>	-Membuat grafis <i>key visual</i> untuk <i>mini in app</i> banner pada aplikasi Astro untuk menandakan segmen-segmen produk tertentu
12	1-20 (10 Juli-10 Desember 2023)	<i>CAT Tile App</i>	-Merancang sebuah <i>CAT Tile</i> untuk memberikan <i>highlight</i> produk-produk tertentu pada aplikasi

13	7 (31 Agustus 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue “Pengguna Baru”</i>	-Membuat sebuah karya visual grafis dalam bentuk <i>banner in app</i> dan <i>pop up</i> untuk mempromosikan materi promosi untuk para pengguna baru
14	1-20 (10 Juli-10 Desember 2023)	<i>Digi Ads Catalogue</i>	-Membuat sebuah visual berbagai menu-menu Astro Kitchen untuk dipromosikan dalam berbagai media informasi dan iklan
15	1-20 (10 Juli-10 Desember 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue, PN Image, dan Sosial Media “Menu Baru”</i>	-Merancang konsep visual grafis untuk kebutuhan <i>launching</i> menu baru Astro Kitchen
16	13 (25 Oktober 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue, PN Image, dan Sosial Media “Halloween Deals”</i>	-Mengkomunikasikan promosi <i>deals</i> Astro Kitchen yang dilaksanakan untuk memeriahkan <i>event halloween</i> pada aplikasi Astro
17	15 (8 November 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue, PN Image, dan Sosial Media “Kopi Susu Astronauts”</i>	-Membuat sebuah konsep visual grafis untuk memperkenalkan produk minuman baru “Kopi Susu Astronauts” yang nikmat dengan cita rasa <i>butterscotch</i> melalui berbagai media informasi seperti aplikasi dan sosial media
18	17 (20 November 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue, PN Image, dan Sosial Media “Beli Large Bayar Regular”</i>	-Merancang sebuah <i>key visual</i> untuk program promosi Astro Kitchen yang bisa membeli sebuah produk berukuran <i>large</i> (besar) dengan harga yang <i>regular</i>
19	18-20 (28 November-5 Desember 2023)	<i>In App, Pop Up, Catalogue, PN Image, dan Sosial Media “BOGO Christmas Theme”</i>	-Merancang promosi beli satu gratis satu terhadap minuman Astro Kitchen dengan desain komunikasi bertemakan natal.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses magang.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

3.3.1.1 Proyek *Key Visual* “*Jumat BOGO*” untuk Media Promosi Astro Kitchen

PT Astro Technologies Indonesia memiliki beberapa bisnis unit, salah satu diantaranya ialah Astro Kitchen. Pada kesempatan praktik kerja magang yang dilakukan penulis semester ini, penulis berada di bisnis unit Astro Kitchen. Sehingga *daily BAU (Business As Usual)* penulis ialah di dalam tim *creative marketing* Astro Kitchen. Salah satu proyek yang penulis lakukan ialah merancang sebuah *key visual* untuk *banner in-app* “*Jumat BOGO*” pada aplikasi Astro.

1) *Regroup meeting*

Penulis melakukan *regroup meeting* bersama *requester* untuk mendapatkan berbagai gambaran proyek mengenai “*Jumat BOGO*” atau akronim dari *Jumat Buy One Get One*. Pada *regroup meeting* ini *requester* memberikan proyeksi proyek untuk dibuat keberbagai *sizing* media seperti *main banner in-app*, *catalogue banner*, *pop up banner*, dan *1x1* untuk format Instagram *feeds*.

2) *Briefing*

Setelah melakukan *regroup meeting*, penulis mendapatkan *briefing* kembali oleh *Art Director* dalam pemberian arahan (*direction*) dalam perancangan proyek “*Jumat BOGO*”. *Art Director* secara umum memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan eksplorasi sebebaskan-bebasnya namun tetap memperhatikan *brand identity* Astro Kitchen.

3) *Moodboard* dan *reference*

Dalam perancangan proyek, penulis mengumpulkan terlebih dahulu berbagai *moodboard* dan referensi yang dapat membantu

penulis membuat karya visual yang dapat menarik untuk *audience*. Penulis menjadikan karya desain sebelumnya untuk menjadi referensi penulis dalam merancang perancangan.



Gambar 3. 1 Referensi perancangan dari karya desain yang sudah ada sebelumnya
Sumber: Arsip Perusahaan

Selain itu *brand identity* Astro Kitchen juga dikumpulkan pada tahap ini, seperti logo, *color palette*, *font/typeface*. Sehingga tidak merubah *brand identity* yang saat ini sudah mulai dikenal *audience* Astro Kitchen.



Gambar 3. 2 Logo Astro Kitchen dan Color Palette Astro Kitchen.
Sumber: Olahan Penulis

4) Perancangan dan *Progress Visual*

Setelah mengumpulkan *moodboard* dan referensi, penulis melakukan eksekusi visual dengan mempertimbangkan *brand identity* yang ada serta berdasarkan dengan *brief* yang diberikan.



Gambar 3. 3 Proses perancangan visual Jumat BOGO
Sumber: Olahan Penulis

Perancangan *key visual* yang dilakukan penulis setelah dirasa cukup dilanjutkan untuk diajukan kepada *Art Director* dan *creative head* pada tahap *feedback* dan evaluasi.

5) *Feedback* dan Evaluasi

Penulis mendapatkan *feedback* dari *creative head* saat itu untuk melakukan revisi terhadap *treatment angle* meja yang terdapat di bawah produk SKU dikarenakan *angle* meja tersebut membuat *size* meja seolah-olah sangat besar dibandingkan dengan produk SKU Astro Kitchen. Penulis segera mengevaluasi dan melakukan revisi, yang kemudian diajukan kembali kepada *Art Director* dan *creative head* sampai kemudian disetujui.



Gambar 3. 4 Revisi yang dirancang penulis
Sumber: Olahan Penulis

6) Finalisasi

Setelah karya *key visual* disetujui, penulis melakukan finalisasi terhadap turunan-turunan dari *key visual* yang telah penulis rancang. Kemudian hasil rancangan dikirimkan kepada *requester* sehingga *requester* dapat mengpublikasikan melalui media promosi aplikasi Astro ataupun sosial media.



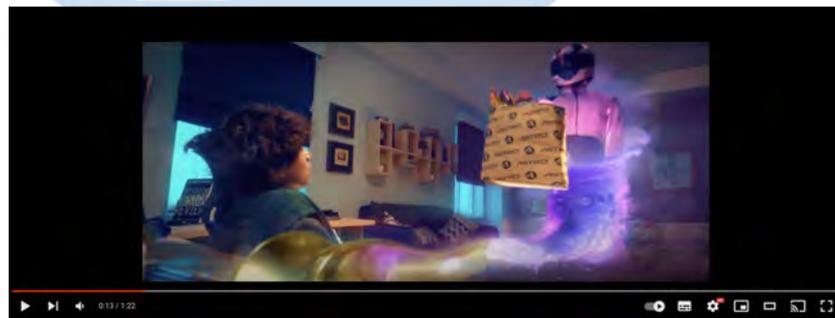
Gambar 3. 5 Final Artworks Jumat BOGO
Sumber: Olahan Penulis

3.3.1.2 Proyek Turunan *Key Visual* TVC #DemiApapunCepat

Salah satu proyek yang dilakukan oleh penulis ialah *campaign TVC* atau *Television Commercial* yang biasanya merujuk kepada iklan-iklan yang dipublikasikan melalui televisi. Penulis berperan untuk mengelola visual grafis turunan *key visual* yang kemudian dapat dipublikasikan melalui berbagai media digital ataupun cetak.

1) *Regroup Meeting*

Pada awalnya, *Art Director* memberikan penjelasan secara singkat mengenai proyek yang akan datang, yaitu proyek *TVC* melalui panggilan suara. Penulis diinformasikan bahwa akan dilaksanakan sebuah proyek untuk memperkenalkan *brand* Astro kepada publik secara meluas dan masif. *Art Director* memberikan informasi terkait kampanye *TVC* yang pernah dilakukan sebelumnya dan memberikan referensi melalui media *YouTube*.



Gambar 3. 6 Video TVC Astro Pertama
Sumber: Media Sosial Astro

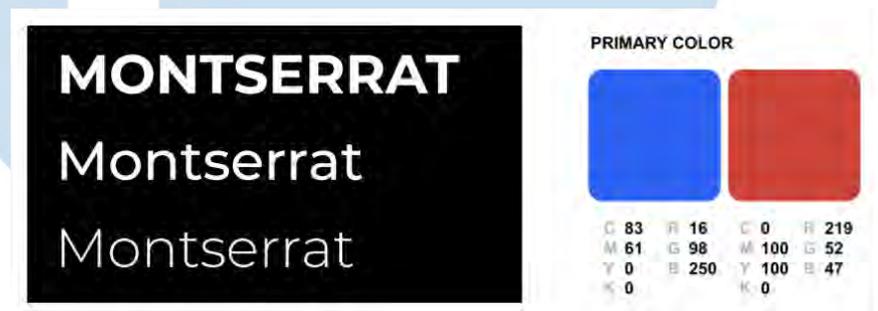
2) *Briefing*

Beberapa waktu kemudian, penulis mendapatkan *briefing* dari *Art Director* mengenai proyek *TVC campaign* yang bertajukkan *#DemiApapunCepat*. Penulis mendapatkan *key visual campaign* dari rekan yang bekerja sama dan bertanggung jawab dalam eksekusi pembuatan *TVC*. Kemudian, *Art Director* memberikan *briefing* kepada penulis untuk melakukan turunan desain ke dalam

beberapa media sehingga *key visual* dan informasinya dapat dipublikasikan dengan tepat sasaran sesuai perencanaan. Beberapa media diantaranya seperti *lift advertising* dan *digital ads*.

3) *Moodboard* dan Referensi

Setelah mendapatkan *brief* dan mengetahui arahan *campaign* sebagai salah satu sarana publikasi, penulis mengumpulkan dan menyusun *moodboard* yang kemudian dapat digunakan sebagai aset-aset pembuatan turunan *key visual*. Penulis mengumpulkan beberapa *moodboard* dan *existing brand identity* seperti *font* yang biasa digunakan, ketebalan *font*, dan *color palette*.



Gambar 3. 7 *Typeface* (Kiri Bawah) dan *Color Palette* (Kanan Bawah)
Sumber: Olahan Penulis

4) *Brainstorming*

Setelah menerima *file key visual* dari rekan perusahaan yang bekerja sama dengan Astro, penulis melakukan analisa *treatment* pada penggunaan *headline*, *hashtag*, aset visual, dan atmosfer yang ingin dibangun. Beberapa metode yang diperhatikan penulis dalam mengumpulkan *moodboard* adalah observasi *treatment* yang dipakai pada *style* desain *key visual*. Menggunakan *stroke* pada *text*, *bevel & emboss*, dan penggunaan *drop shadow* untuk memberikan efek 3D. Selain itu, penulis juga memperhatikan ketebalan *font* yang digunakan pada *key visual*. Proses *brainstorming* ini penulis lakukan tidak hanya sendiri, namun juga

berdiskusi secara intens bersama *Art Director* yang juga merupakan *supervisor* penulis.



Gambar 3. 8 Key Visual #DemiApapunCepat
Sumber: Olahan Penulis

5) Perancangan dan Proses Visual

Penulis melalui *file key visual* yang dikirimkan melakukan *progress* turunan untuk berbagai kebutuhan media, baik itu media cetak maupun media digital. Kemudian penulis juga membuat turunan dengan tetap menggunakan aset-aset visual yang ada berdasarkan arahan dari *brief* yang sebelumnya sudah disampaikan oleh *Art Director* untuk kebutuhan media *online* (*digital advertising*) dan *offline advertising* diberbagai tempat.



Gambar 3. 9 Turunan Key Visual untuk Media Online (sebelah kiri) dan Offline (tengah dan sebelah kanan)
Sumber: Olahan Penulis

6) *Approval* dan Evaluasi

Setelah perancangan visual dirasa sudah selesai, penulis mengajukan rancangan karya visual kepada *Art Director* untuk kemudian diberikan *feedback* berupa masukan-masukan terhadap desain. *Feedback* yang diberikan sudah cukup baik, maka proses *approval* dilanjutkan kepada *creative head*. Pada kesempatan proyek ini, penulis mendapatkan *feedback* oleh salah satu *head* yang juga merupakan *stakeholder* untuk melakukan revisi total terhadap desain karena desain yang digunakan ingin dirancang untuk langsung tersampaikan dengan mudah kepada para *audience*. Penulis segera melakukan revisi sesuai arahan-arahan dari *Art Director*.



Gambar 3. 10 Rancangan revisi yang dilakukan penulis (Kiri), Asistensi yang diberikan Art Director (Tengah), Hasil dari revisi yang dirancang penulis (Kanan)

Sumber: Olahan Penulis

Setelah melakukan asistensi dan berbagai revisi kepada atasan atau *supervisor* penulis, ia memberikan sebuah *key visual* yang kemudian dilakukan *briefing* ulang untuk dapat dikerjakan turunan-turunannya ke berbagai media iklan.

7) *Final Artwork*

Setelah mendapatkan *feedback* yang kemudian sudah direvisi dan disetujui, penulis menerima arahan *key visual* dari *Art Director* yang kemudian oleh penulis dibuat juga berbagai turunan dan *final artworks* komprehensif. Oleh karena media *advertising* yang digunakan kebanyakan ialah media digital, penulis melakukan *final artworks* dengan format .png dan format warna RGB dengan size menyesuaikan sesuai *brief*.



Gambar 3. 11 Final Artwork Media Lift (Kiri) dan *Digital Ads* (Kanan)
Sumber: Olahan Penulis

3.3.1.3 *Proyek Teaser Campaign TVC #DemiApapunCepat*

Selain proyek turunan *key visual* yang telah dilakukan, penulis juga berperan untuk melakukan eksekusi visual untuk *teaser campaign* sosial media untuk ikut memeriahkan *campaign* utama Astro #DemiApapunCepat. Berikut merupakan tahap-tahap yang dilalui penulis dalam perancangan proyek.

1) *Briefing*

Pada tahapan *briefing*, penulis mendapatkan informasi dari divisi sosial media untuk kemudian membuat sebuah *teaser-*

teaser untuk menyambut *launching* video *TVC* #DemiApapunCepat.

2) *Brainstorming*

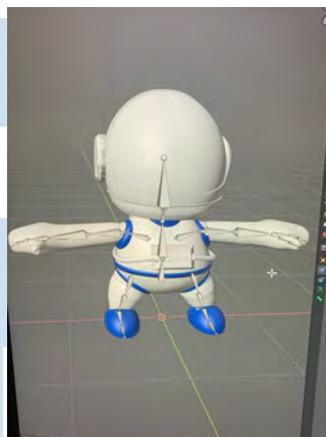
Setelah mendapatkan *brief* dari tim divisi sosial media, penulis bersama-sama dengan *Art Director* melakukan *brainstorming* dan *Art Director* memberikan penulis *direction* berupa gambaran secara lisan untuk membuat *teaser-teaser* yang akan dikerjakan.

3) *Moodboard* dan Referensi

Penulis kemudian melakukan observasi terhadap *brief* yang diberikan dan mulai mengumpulkan serta menyusun *moodboard* yang kemudian dapat digunakan sebagai acuan sehingga *teaser* yang dirancang dapat sesuai dan sejalan dengan *existing brand identity* Astro. Observasi yang dilakukan penulis ialah dengan melihat kembali aplikasi Astro, melihat referensi desain melalui *campaign-campaign* yang sudah pernah dilaksanakan sebelumnya diberbagai media sosial Astro.

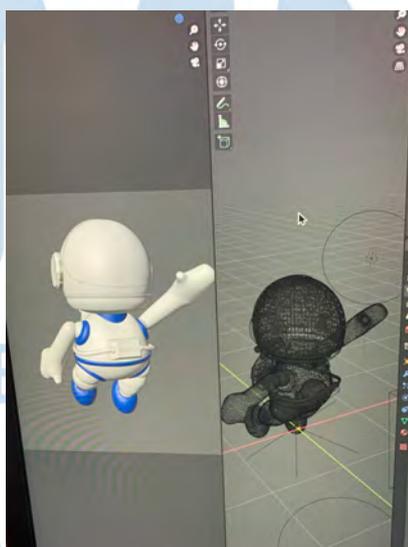
4) Perancangan dan Proses Visual

Setelah mengerti dan memahami tujuan proyek dan mendapatkan *moodboard existing brand identity* Astro penulis memulai perancangan visual. Perancangan berbagai konten kampanye media sosial dengan menjadikan *moodboard* menjadi acuan, sehingga turunan visual yang dirancang tidak melenceng dari obyek visual dan tetap konsisten sehingga audiens dapat menerima pesan *campaign* dengan efektif. Penulis kemudian membuka aset visual yang diberikan.



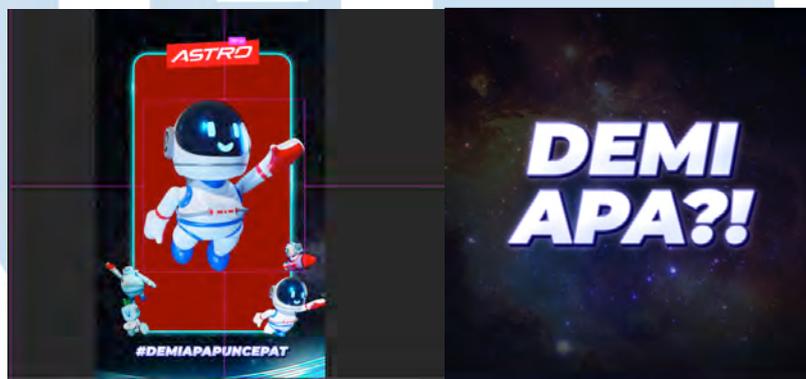
Gambar 3. 12 Aset Key Visual Karakter 3D
Sumber: Olahan Penulis

Kemudian penulis membuat sebuah karya visual dengan menggerakkan sedikit gerakan tangan, punggung, kaki, hingga kepala sehingga dapat membentuk sebuah pose sesuai kebutuhan yang telah disampaikan melalui tahap *briefing* dan *brainstorming*. Melalui pose ini dapat membuat sebuah aset visual yang dapat digunakan untuk kebutuhan *teaser campaign* #DemiApapunCepat. Sehingga *teaser campaign* dapat menjadi lebih menarik dan informatif dalam penyampaian pesannya.



Gambar 3. 13 Proses melakukan pose terhadap aset key visual 3D
Sumber: Olahan Penulis

Ketika pose yang dibutuhkan sudah sesuai, penulis melakukan *render* 3D sehingga kemudian aset visual dapat diaplikasikan kepada *teaser-teaser campaign*. Penulis juga membuat *cover highlight* untuk fitur *highlight* Instagram, sehingga ketika pengguna ataupun calon pengguna berkunjung ke akun Astro, dapat dengan mudah mengidentifikasi *campaign* #DemiApapunCepat yang tengah berlangsung.



Gambar 3. 14 Proses perancangan *teaser* dan *campaign* media sosial #DemiApapunCepat (Kiri) dan *Draft Design Cover Highlight Instagram* (Kanan)
Sumber: Olahan Penulis

5) Approval dan *Feedback*

Ketika proses visual selesai dijalankan, penulis melakukan *approval* kepada *supervisor* dan kemudian dilanjutkan kepada *creative head*. Pada tahap ini, penulis mendapatkan beberapa *feedback* yang kemudian dievaluasi bersama dan dilakukan revisi terhadap karya visual. Salah satunya *feedback* untuk *cover* fitur *highlight* pada media sosial Instagram, untuk memberikan opsi desain lain yang lebih *align key visual* #DemiApapunCepat dan lebih menarik untuk dilihat.



Gambar 3. 15 Proses feedback dan revisi dari *supervisor* dan juga *creative head*
Sumber: Olahan Penulis

Hasil daripada visual pada tahap ini masih berupa *preview* dengan mengutamakan efektivitas waktu sehingga proses *approval* dan evaluasi dapat lebih cepat.

6) *Final Artworks*

Setelah mendapatkan *feedback*, penulis melakukan evaluasi dan revisi kembali sesuai arahan pada *feedback* yang diberikan. Kemudian setelah sudah direvisi dan disetujui, penulis membuat sebuah *final artwork* yang memiliki size dan resolusi lebih tepat untuk media yang ingin dipublikasikan. Aspek-aspek yang diperhatikan penulis ketika membuat *final artwork* dengan memperhatikan *resolution size*, *file size*, dan format warna RGB untuk media digital.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 16 Beberapa contoh hasil atau Final Artworks untuk kebutuhan Instagram
Sumber: Olahan Penulis

3.3.1.4 Proyek *Key Visual* “Jam Buka” untuk Media Promosi Astro Kitchen

Setiap bisnis tentunya memiliki jam buka, ada yang buka 24 jam ada yang buka dalam waktu jam tertentu. Hal ini tentunya merupakan salah satu strategi bisnis yang wajib dilakukan setiap pelaku usaha. Strategi ini perlu dikomunikasikan agar *customer* mengetahui jam buka dan jam tutup sebuah toko. Penulis mendapatkan proyek untuk merancang sebuah *key visual* untuk mengkomunikasikan “Jam Buka” pada aplikasi Astro Kitchen.

1) *Regroup Meeting*

Sama seperti proyek lainnya, untuk mendapatkan sebuah proyek dan memperkenalkan tujuan serta gambarannya diperlukan adanya *regroup meeting* bersama dengan tim kreatif serta

requester. Hal ini diperlukan agar tim kreatif memiliki gambaran yang utuh terhadap sebuah rancangan proyek.

2) *Briefing*

Setelah mengikuti regroup meeting, Art Director memberikan arahan kepada penulis terkait proyek key visual yang akan dirancang. Sehingga proses perancangan dapat berjalan dengan efektif dan efisien, tidak membuang-buang waktu.

3) *Moodboard dan reference*

Ketika brief sudah selesai diterima dan dimengerti penulis, penulis segera mengumpulkan *moodboard* dan *reference* yang kemudian dapat membantu pengerjaan *key visual*. Beberapa *moodboard* yang dikumpulkan tentunya berdasarkan *brand identity* yang sudah ada pada *brand* Astro Kitchen, seperti *color code*, *logo*, *font*, dan *treatment* yang sering digunakan. Hal ini dilakukan agar *audience* dapat dengan mudah mengidentifikasi dan mengenal *brand*.

4) Progress Visual

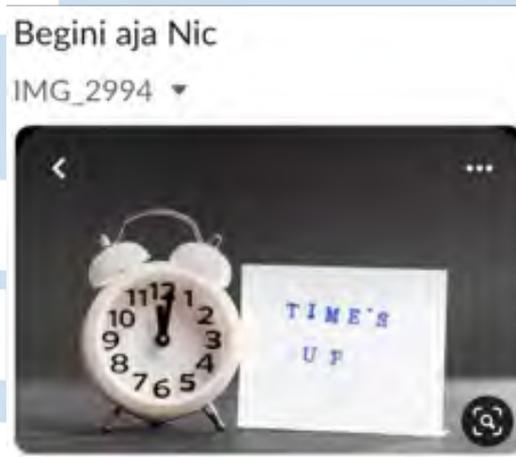
Proses perancangan dapat dimulai penulis ketika penulis sudah memahami, mengerti, dan mengumpulkan ide-ide melalui pengumpulan *moodboard* dan referensi. Pada proses perancangan, penulis memberikan 2 alternatif untuk kemudian diajukan kepada Art Director untuk dipilih.



Gambar 3. 17 Perancangan yang dibuat penulis beserta alternatifnya
Sumber: Olahan Penulis

5) *Feedback* dan evaluasi

Penulis mendapatkan *feedback* dari *Art Director* untuk memberikan gambar atau foto kepada *key visual* agar desain yang dibuat tidak monoton dan lebih menarik. *Art Director* memberikan arahan juga terhadap visual untuk memasukkan jam kedalam grafis *key visual*.



Gambar 3. 18 Arahan dari *Art Director*
Sumber: Olahan Penulis

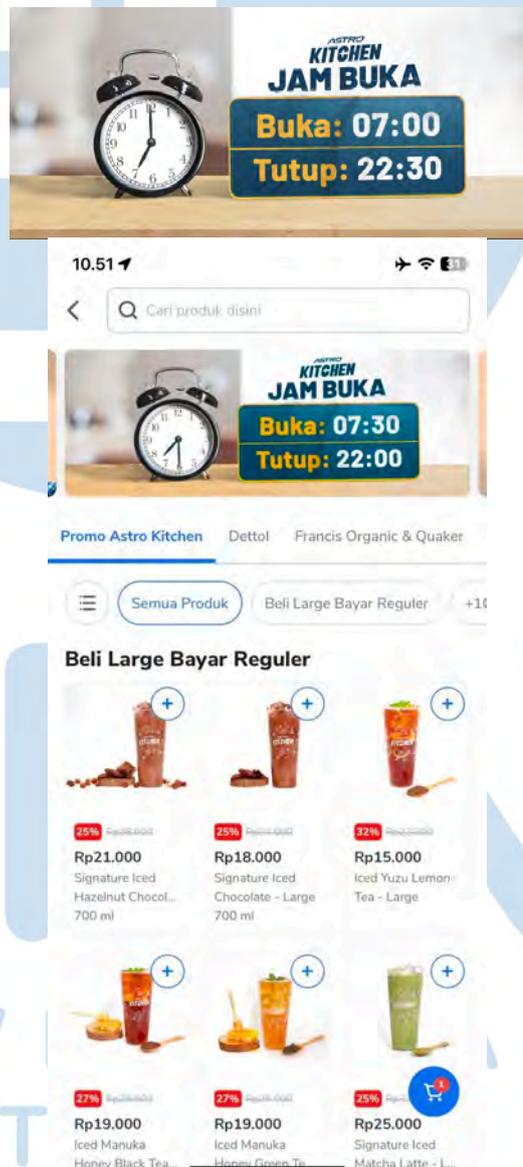
Penulis segera melakukan proses revisi berdasarkan arahan dan *feedback* dari *Art Director*. Penulis memasukkan aset grafis melalui platform yang digunakan perusahaan. Kemudian melakukan penyesuaian terhadap *background* dari grafis.



Gambar 3. 19 Proses perancangan Key Visual setelah mendapatkan *feedback*
Sumber: Olahan Penulis

6) Finalisasi

Setelah mendapatkan berbagai *feedback* dari *Art Director*, penulis melakukan finalisasi. *Art Director* masih memberikan *final feedback* untuk merubah *background* menjadi gambar/foto yang realistis bukan grafis. Kemudian penulis segera melakukan finalisasi dengan menyesuaikan *background* dan *file size* yang sudah disetujui untuk kemudian diberikan kepada *requester*.



Gambar 3. 20 Finalisasi Proyek "Jam Buka" (Atas), Tangkapan layar ketika *banner* tayang di aplikasi (Bawah)

Sumber: Olahan Penulis

3.3.1.5 Proyek *Key Visual* “GWP ACAII” untuk Media Promosi Astro Kitchen

Setiap bisnis memerlukan adanya pembaruan untuk menjadi bisnis yang *up-to-date* dan untuk menjaga relevansi produk terhadap *audience*. Dilansir dari situs foodizz.id, berbagai keuntungan untuk mengeluarkan produk baru dapat dicapai suatu usaha yaitu meningkatkan angka penjualan, *maintaining brand awareness*, dan menghindari perang harga. Astro Kitchen bekerja sama dengan *brand* ACAII Tea untuk mengeluarkan menu baru kolaborasi. *GWP* adalah singkatan dari *Gift With Purchase*. Sebuah teknik penjualan di mana pembeli akan mendapatkan hadiah ketika membeli sebuah produk dengan syarat dan ketentuan tertentu.

1) Regroup Meeting

Tahapan awal yang dilakukan untuk melakukan koordinasi satu sama lain dengan melakukan regroup meeting. Pada tahap ini, tim kreatif dan tim requester melakukan meeting untuk saling memberikan dan menerima gambaran terhadap proyek launching menu baru yang akan dirancang.

2) *Briefing*

Setelah melakukan regroup meeting dan mendapatkan gambaran besar terkait proyek, Art Director memberikan arahan dengan memberikan brief-brief yang diperlukan kepada penulis. Penulis mendapatkan informasi yang kemudian dapat berguna untuk proses perancangan visual.

3) *Moodboard* dan Referensi

Penulis kemudian mengumpulkan *moodboard* dan referensi terkait produk yang akan dirancang. Penulis mendapati bahwa produk yang akan di-*launching* adalah produk minuman segar yang tidak hanya segar dan nikmat, namun juga sehat. Penulis mengumpulkan

referensi dari situs *pinterest.com*. Selain itu, berbagai *brand identity* seperti *typeface* dan *color palette* juga dikumpulkan untuk mempermudah perancangan proyek.

4) *Progress Visual*

Penulis berintuisi untuk membuat sebuah *key visual* yang tidak seperti biasanya namun tetap menjaga *existing brand identity* dari Astro Kitchen. Oleh karena produknya adalah produk minuman segar, penulis berintuisi untuk membuat sebuah *key visual* yang dapat mendukung ‘kesegaran’ daripada produk minuman tersebut.



Gambar 3. 21 Draft perancangan awal yang diajukan penulis kepada *Art Director*

Sumber: Olahan Penulis

5) *Feedback* dan Evaluasi

Penulis mendapatkan *feedback* dari *Art Director* untuk memberikan alternatif lain terhadap *treatment* tulisan yang dirancang penulis. Karena dikhawatirkan *treatment* yang dirancang tidak dapat dengan mudah dibaca oleh *audience*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 22 Revisi perancangan berdasarkan feedback dari Art Director
Sumber: Olahan Penulis

Selain *treatment*, penulis juga mendapatkan *feedback* untuk tidak menutupi sama sekali produk minuman agar produk minuman dapat dengan jelas dikenali dan dilihat *audience*. *Copywriter* juga memberikan *feedback* terkait penggunaan huruf kapital pada *copy* “Belanja 100RB” untuk memberikan *uppercase* terhadap seluruh *copy* tersebut.

6) Finalisasi dan *Final Artworks*

Setelah mendapatkan *approval* dari berbagai revisi *feedback*, penulis melakukan finalisasi *key visual* “GWP ACAII” untuk berbagai turunan ukuran.



Gambar 3. 23 Finalisasi perancangan proyek "GWP Acaii"
Sumber: Olahan Penulis

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan penulis selama praktek kerja magang di PT Astro Technologies Indonesia ialah tantangan untuk berkomunikasi yang efektif dan efisien, karena media koordinasi yang digunakan ialah secara daring dan menggunakan *software online* yang berfungsi sebagai media kolaborasi secara tim. Selain itu, kendala ketika membuat karya visual karena harus menyesuaikan dengan *brand identity* yang sudah ada, namun harus tetap melakukan *refresh* desain agar *brand* tetap terasa *up-to-date*. Terkadang penulis juga mengalami banyaknya *task* yang menumpuk dikarenakan *task-task* yang terkadang terdapat revisi.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi dari kendala-kendala yang sudah disebutkan sebelumnya ialah menyesuaikan diri dan belajar untuk memberikan ataupun menangkap komunikasi secara lebih efektif dan efisien. Salah satu cara konkritnya ialah memahami alur komunikasi dan media-media yang digunakan untuk mendukung pekerjaan dan menyusun agenda pribadi yang berguna untuk mengatur prioritas tugas. Penulis juga bertanya secara aktif kepada Ponco Wirawan selaku *Art Director* dan *Supervisor* penulis terkait *existing brand direction* agar karya visual yang dihasilkan penulis dapat tetap eksploratif namun juga menjaga identitas *brand*.

Dalam pengerjaannya terkadang penulis mengalami *overload* terhadap banyaknya *task* yang menumpuk. Namun, penulis menemukan bahwa dengan berkomunikasi yang baik dengan atasan dan *peer* itu akan sangat membantu jalannya koordinasi antar tim serta penyelesaian dan pembagian *task*. Dengan adanya koordinasi ini, penulis bersama tim bisa saling membantu sama lain bila sedang terlalu banyak memegang *task*. Sehingga *task-task* tetap dapat terselesaikan dengan baik dan selesai tepat waktu sesuai *timeline*.