

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam bagian berikut ini, penulis akan menjelaskan mengenai struktur dari divisi dimana penulis ditempatkan serta alur koordinasi yang dilaksanakan dalam memenuhi pekerjaan yang diberikan selama bekerja sebagai Desainer Grafis di Dermattheory.

##### 3.1.1 Kedudukan

Dermattheory sebagai sebuah merek yang sedang berkembang di industri kecantikan, memiliki sturuktur perusahaan namun tidak terlalu kompleks. Dalam melakukan proses magang ini, penulis ditempatkan di divisi *marketing* dari perusahaan ini, yang mana hanya terdiri dari beberapa orang saja bukan merupakan sebuah divisi besar. Berikut ini adalah bagan dimana penulis ditempatkan di dalam perusahaan Dermattheory.



Tabel 3. 1 Bagan Kedudukan

### 3.1.2 Koordinasi

Dalam melaksanakan pekerjaan sebagai desainer grafis di Dermattheory, penulis memiliki alur koordinasi untuk menyelesaikan pekerjaan yang berkaitan dengan pihak-pihak lain dalam perusahaan. Sebagai bagian dari divisi *marketing* di perusahaan ini, penulis paling banyak berkomunikasi mengenai pekerjaan dengan Irma Rahmasasi sebagai mentor yang membimbing penulis selama melakukan proses magang. Selain itu penulis juga banyak berkomunikasi dengan Dr. Clarissa sebagai pemilik dari perusahaan ini dikarenakan pemilik dari perusahaan ini sering terjun langsung mengurus dan menangani urusan dan pekerjaan dari perusahaan ini utamanya yang berkaitan dengan *marketing*.

Proses penulis dalam melakukan koordinasi dengan pihak perusahaan dalam melaksanakan pekerjaan dimulai dari mentor yang memberikan *request design* dan *brief*. Setelah diberikan *brief* kemudian penulis akan melakukan proses perancangan dan kemudian setelah desain yang diminta sudah selesai dibuat penulis akan melakukan *preview* kepada mentor dan juga kepada owner lewat group. Setelah *preview*, mentor dan owner akan memberikan *feedback* untuk penulis melaksanakan revisi terhadap design yang dibuat. Setelah penulis melakukan revisi, penulis kemudian akan melakukan *preview* kembali untuk memastikan desain yang dibuat sudah sesuai atau belum. Setelah semuanya sudah benar dan sudah diterima oleh mentor dan owner, penulis baru kemudian akan melakukan proses *uploading* di media sesuai kebutuhannya.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3. 2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	I	Pembuatan konten	- Briefing mengenai produk

			<p>serta penyerahan asset</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat instagram story dan feeds</li> <li>- Mendesain promo untuk shopee</li> </ul>
2.	II	<i>New Product Launching</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat Moodboard Photoshoot</li> <li>- Mengatur prop photoshoot</li> <li>- Melakukan photoshoot</li> </ul>
3.	III	<i>Video Shooting</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat instagram story dan feeds</li> <li>- Membuat video dengan KOL</li> </ul>
4.	IV	<i>Giveaway Campaign</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat poster giveaway</li> </ul>
5.	V	<i>Tiktok Videoshooting</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat video untuk Tiktok mengenai produk skincare</li> </ul>
6.	VI	Pembuatan konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain untuk feeds &amp; story</li> <li>- Pembuatan shopee banner</li> </ul>
7.	VII	Pembuatan konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain feeds dan story mengenai promo yang ada di bulan maret</li> <li>- Membuat Video untuk Tiktok</li> </ul>
8.	VIII	Pembuatan konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain untuk feeds &amp; story mengenai good friday</li> </ul>
9.	IX	<i>Photoshoot Lebaran</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat moodboard untuk photoshoot</li> <li>- Mengatur prop photoshoot</li> <li>- Melakukan photoshoot bertema lebaran</li> </ul>
10.	X	Pembuatan Konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit foto hasil photoshoot</li> <li>- Membuat story &amp; feeds bertema lebaran</li> </ul>
11.	XI	<i>KOL Videoshooting</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan pembuatan video dengan KOL</li> </ul>
12.	XII	<i>Briefing Pouch</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan diskusi mengenai</li> </ul>

			<p>pouch yang baru keluar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempersiapkan photoshoot pouch</li> </ul>
13.	XIII	Pouch photoshoot	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempersiapkan moodboard</li> <li>- Melakukan photoshoot</li> </ul>
14.	XIV	Pembuatan konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain feeds dan story mengenai 7 days glow</li> <li>- Membuat desain feeds dan story mengenai promo bulan mei</li> </ul>
15.	XV	Pembuatan Video	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat video yang sedang melakukan treatment Tarik benang</li> <li>- Membuat video untuk Tiktok</li> </ul>
16.	XVI	Pembuatan Video Klinik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan pengarahannya untuk tiktok Clinic</li> <li>- Melakukan pengambilan video</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dibawah ini adalah beberapa proyek pekerjaan yang sudah dipilih oleh penulis yang memiliki hasil terbaik selama proses pelaksanaan magang di Dermattheory sebagai desainer grafis.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Berikut ini adalah proses pengerjaan dan penjelasan mengenai proyek yang dilakukan oleh penulis:

##### 3.3.1.1 Campaign Ramadhan

Dermattheory melakukan *campaign* dan *sale* selama bulan Ramadhan. Dalam proyek ini penulis diminta untuk merancang desain dalam bentuk sosial media marketing untuk Dermattheory Skincare untuk bulan Ramadhan. Desain ini bertujuan untuk mempromosikan diskon dan promo yang ditawarkan oleh Dermattheory khusus selama bulan Ramadhan sampai hari raya

Lebaran. Dalam melakukan perancangan ini penulis menggunakan teori perancangan desain dari Robin Landa yang terdiri dari 5 tahapan yaitu orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi. Dalam tahap orientasi penulis mendapatkan brief yang mana dapat disimpulkan target audience dari desain yang akan dirancang sehingga penulis dapat menentukan orientasi yang akan dituju dalam proyek ini. Di tahap kedua yaitu analisis, dimana penulis menyelidiki dan menganalisis informasi yang telah dikumpulkan di tahap sebelumnya. Selanjutnya di tahap ketiga, yaitu tahap konsep yang mana melibatkan pembentukan ide-ide kreatif dan konseptual untuk memecahkan masalah desain yang ada. Di tahap ini penulis membuat sebuah moodboard sebagai acuan untuk melaksanakan proses desain di tahapan selanjutnya. Tahap selanjutnya adalah tahap desain yang mana penulis memulai proses merancang solusi desain dengan dasar dari moodboard yang sudah dibuat sebelumnya. Di tahap ini penulis melibatkan pengembangan elemen-elemen visual seperti tipografi, warna, komposisi, dan grafik, sesuai dengan konsep dari moodboard yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahapan terakhir yaitu tahap implementasi di mana desain final diterapkan dalam lingkungan yang sesuai yaitu di upload sesuai dengan peruntukannya.

#### A. Brief

Penulis diminta untuk membuat media promosi berupa *digital marketing* baik itu di media sosial sampai dengan *e-commerce* dari Dermattheory Skincare. Media promosi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada calon pembeli dari Dermattheory Skincare bahwa adanya promo dan diskon selama bulan Ramadhan sampai dengan Lebaran. Desain ini harus bertema Lebaran serta menonjolkan produk dari Dermattheory Skincare. Warna utama yang diinginkan dalam visual dari promosi ini adalah hijau dan coklat. Penulis diminta selain mendesain media

promosi, juga melakukan *photoshoot* dari produk Skincare dengan pendekatan yang lebih berkesan Ramadhan, baik dari properti serta warna. Foto yang dihasilkan nantinya akan menjadi visual utama dari desain media promosi yang akan dirancang.

#### B. Konsep

Dari brief yang diberikan, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan perancangan selanjutnya yaitu merancang konsep. Di tahapan ini, penulis kemudian membuat *moodboard visual* secara garis besar, baik untuk foto, properti foto, warna, sampai ke *layout*.



Gambar 3. 1 Moodboard Proyek

*Moodboard* ini nantinya akan menjadi acuan penulis dalam melakukan *photoshoot*, persiapan mencari properti, melakukan

setup foto, sampai proses *editing* dan *layouting* ke media. *Moodboard* yang sudah dibuat juga di *preview* kepada mentor dan owner dari Dermattheory untuk disetujui.

### C. Pelaksanaan Photoshoot

Setelah *moodboard* yang dibuat telah disetujui oleh owner dan mentor, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan selanjutnya yaitu pelaksanaan *photoshoot*. Sebelum hari pelaksanaan *photoshoot*, penulis menyiapkan setiap properti yang diperlukan untuk pelaksanaan pemotretan. Properti yang disiapkan oleh penulis disesuaikan dengan *moodboard* yang sudah dibuat sebelumnya, yaitu menggunakan background warna hijau tua dan coklat, pasir, gliter warna emas, hiasan lebaran berbentuk bulan, lampu lentera, dan skincare yang akan difoto. Selain properti, penulis juga menyiapkan alat alat yang dibutuhkan selama proses pemotretan yaitu kamera dan *lighting*. Semua properti yang digunakan sudah melalui persetujuan dari owner dan mentor dari Dermattheory.



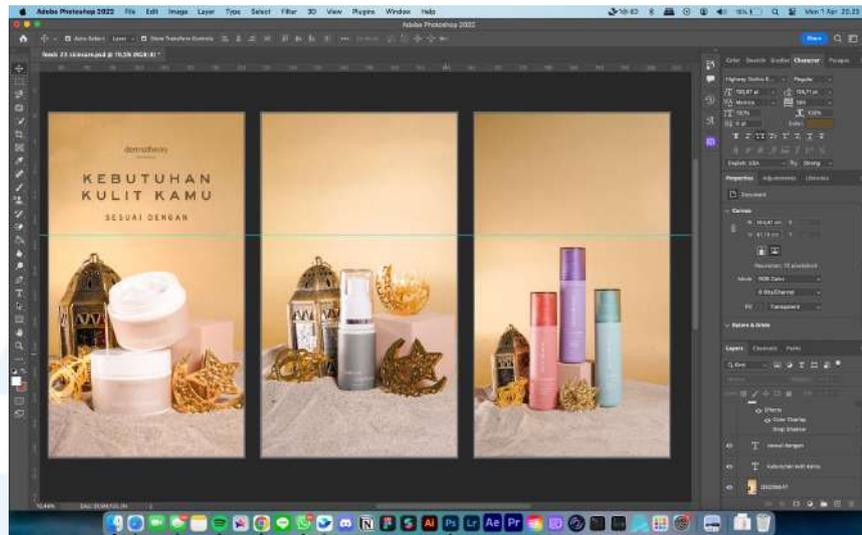
Gambar 3. 2 Pelaksanaan Photoshoot

Setelah seluruh peralatan dan properti yang diperlukan sudah siap dan lengkap, penulis kemudian melakukan pemotretan. Konsep dari pemotretan ini diambil dari moodboard yang sudah dibuat sebelumnya baik secara *angle*, *lighting*, penempatan properti dan lain lain sehingga konsep yang dibuat sebelumnya dapat tereksekusi dengan baik.

#### D. *Editing & Layouting*

Setelah proses pelaksanaan photoshoot telah selesai, penulis kemudian menuju tahapan selanjutnya yaitu *editing* dan *layouting*. Foto-foto yang telah diambil di tahapan sebelumnya akan di proses editing agar dapat digunakan menjadi media promosi. Proses *editing* dan *layouting* ini dilakukan di aplikasi Photoshop. *Output* dari desain yang dibutuhkan oleh Dermattheory Skincare adalah berupa Instagram story, Instagram feeds, serta *banner e-commerce*. Proses *editing* yang dilakukan oleh penulis terhadap foto yang sudah diambil di tahapan sebelumnya adalah mulai dari *editing* warna, agar foto terlihat lebih cerah dan *color grading* agar warna dari produk dan *ambient* properti foto dapat lebih berwarna dan memiliki tone yang seragam satu dengan yang lainnya. Penulis menggunakan fitur Camera RAW Filter dalam melakukan proses ini. Proses selanjutnya adalah melakukan layouting. Proses *layouting* ini juga dilakukan di aplikasi photoshop.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 3 Edit Photoshoot

Awalnya penulis membuat beberapa artboard dengan beberapa ukuran sesuai dengan kebutuhan yaitu 1080x1920 (16:9) portrait untuk media Instagram story, 1080x1080 (1:1) untuk media Instagram feeds, serta 1080x1920 (16:9) landscape untuk media *banner e-commerce*. Setelah itu penulis kemudian memasukkan media foto kedalam artboard yang telah dibuat dan melakukan *proses cropping* dengan menggunakan bantuan grid. Setelah *proses cropping*, penulis kemudian melakukan *proses filling* untuk memenuhi ruang kosong yang tidak *tercover* foto yang sudah di *cropping* dengan menggunakan fitur *content aware fill*. Kemudian seluruh foto yang sudah di *cropping* dan di *fill* masuk ke *proses editing retouch*. Untuk *retouch* penulis menggunakan fitur *spot healing brush tool* di aplikasi Photoshop untuk menghilangkan noda ataupun objek yang tidak diperlukan. Setelah seluruh foto sudah siap sesuai grid dan sudah bersih, penulis kemudian melanjutkan *proses layouting*. Dalam *proses layouting* ini penulis menambahkan logo *Dermatheory Skincare* dan menambahkan teks berupa *headline* dan *sub-headline*.

Headline dan sub-headline yang dimasukkan dalam desain ini berupa promosi yang sudah ditetapkan oleh Dermattheory Skincare mulai dari promo Lebaran dan juga Flash Sale Ramadhan. Seluruh objek yang dimasukkan di layout kedalam artboard dengan bantuan grid.



Gambar 3. 4 Hasil *Layouting*

Setelah semua proses editing dan layouting telah selesai penulis kemudian melakukan proses preview kepada owner dan juga mentor dari Dermattheory untuk diberikan feedback. Setelah diberi feedback penulis melakukan beberapa revisi di media yang sudah dirancang. Setelah feedback dan revisi penulis kembali melakukan proses preview yang kemudian disetujui oleh owner dan mentor dari Dermattheory.

#### E. Upload

Setelah seluruh proses editing dan layouting telah selesai dan penulis sudah melakukan preview dan revisi bersama dengan owner dan mentor yang kemudian mendapat persetujuan, penulis melanjutkan ke proses terakhir yaitu upload. Penulis mendapatkan jadwal untuk melakukan proses uploading di setiap media dari owner dan mentor Dermattheory.



Gambar 3. 5 Feeds

Tahapan terakhir adalah penulis melakukan upload sesuai dengan jadwal yang sudah diberikan di setiap media baik itu Instagram story, Instagram feeds dan juga banner e-commerce. Selain melakukan upload di media yang sudah ditentukan, penulis juga mengupload seluruh asset foto dan juga FAW media promosi ke Google Drive yang dibuat khusus untuk recap media internal dari Dermattheory.

### 3.3.1.2 Launching Cloud Dough

Dermattheory akan melakukan launching produk baru yang mana merupakan jajaran produk Skincare. Produk baru ini ingin dikenalkan kepada para calon konsumennya agar para calon konsumen dapat mengetahui fungsi, kegunaan, serta kelebihan dari produk baru yang di luncurkan oleh Dermattheory Skincare ini. Maka dari ini diperlukan adanya media promosi untuk mengenalkan

produk baru ini. Dalam proses perancangan ini, penulis mengadopsi pendekatan desain yang dikembangkan oleh Robin Landa, yang terdiri dari lima langkah utama: orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi. Pada tahap orientasi, penulis menerima brief proyek untuk menentukan audiens target dan arah yang akan diambil dalam perancangan. Tahap analisis melibatkan penyelidikan dan evaluasi informasi yang terkumpul sebelumnya. Selanjutnya, pada tahap konsep, penulis mengembangkan ide-ide kreatif untuk menyelesaikan masalah desain yang ada, dengan menggunakan moodboard sebagai panduan visual. Tahap desain melibatkan pengembangan elemen visual seperti tipografi, warna, dan grafik, berdasarkan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya dalam moodboard. Langkah terakhir adalah tahap implementasi, di mana desain akhir diterapkan sesuai dengan pengaturan yang ditentukan, seperti diunggah sesuai dengan kebutuhan yang ada.

#### A. Brief

Penulis diminta untuk membuat media promosi berupa digital marketing baik itu di media sosial sampai dengan e-commerce dari Dermattheory Skincare. Media promosi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada calon pembeli dari Dermattheory Skincare bahwa Dermattheory Skincare memiliki produk baru beserta dengan keunggulan dan fungsinya. Desain ini harus mempromosikan dan terfokus pada produk barunya dan juga keunggulan serta fungsinya, yang mana desain harus informatif. Selain itu media ini juga harus di design dengan style yang lebih minimalis dan bertema putih dan biru sesuai dengan warna produknya.

#### B. Konsep

Dari brief yang diberikan, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan perancangan selanjutnya yaitu merancang konsep. Di tahapan ini, penulis kemudian membuat moodboard visual secara

garis besar, baik untuk foto, properti foto, warna, sampai ke layout. Moodboard ini nantinya akan menjadi acuan penulis dalam melakukan photoshoot, persiapan mencari properti, melakukan setup foto, sampai proses editing dan layouting ke media. Moodboard yang sudah dibuat juga di preview kepada mentor dan owner dari Dermattheory untuk disetujui.

### C. Pelaksanaan Photoshoot

Setelah moodboard yang dibuat telah disetujui oleh owner dan mentor, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan selanjutnya yaitu pelaksanaan photoshoot. Sebelum hari pelaksanaan photoshoot, penulis menyiapkan setiap properti yang diperlukan untuk pelaksanaan pemotretan. Properti yang disiapkan oleh penulis disesuaikan dengan moodboard yang sudah dibuat sebelumnya, yaitu menggunakan background warna putih, kapas sebagai awan, podium, kaca, lem, serta pita. Selain properti, penulis juga menyiapkan alat alat yang dibutuhkan selama proses pemotretan yaitu kamera dan lighting. Semua properti yang digunakan sudah melalui persetujuan dari owner dan mentor dari Dermattheory.



Gambar 3. 6 Proses *Photoshoot*

Setelah seluruh peralatan dan properti yang diperlukan sudah siap dan lengkap, penulis kemudian melakukan pemotretan. Konsep dari pemotretan ini diambil dari moodboard yang sudah dibuat sebelumnya baik secara angle, lighting, penempatan properti dan lain lain sehingga konsep yang dibuat sebelumnya dapat tereksekusi dengan baik.

#### D. Editing & Layouting

Setelah proses pelaksanaan photoshoot telah selesai, penulis kemudian menuju tahapan selanjutnya yaitu editing dan layouting. Foto-foto yang telah diambil di tahapan sebelumnya akan di proses editing agar dapat digunakan menjadi media promosi. Proses editing dan layouting ini dilakukan di aplikasi Photoshop. Output dari desain yang dibutuhkan oleh Dermattheory Skincare adalah berupa Instagram story, Instagram feeds, serta banner e-commerce. Proses editing yang dilakukan oleh penulis terhadap foto yang sudah diambil di tahapan sebelumnya adalah mulai dari editing warna, agar foto terlihat lebih cerah dan color grading agar warna dari produk dan ambient properti foto dapat lebih berwarna dan memiliki tone yang seragam satu dengan yang lainnya. Penulis menggunakan fitur Camera RAW Filter dalam melakukan proses ini. Proses selanjutnya adalah melakukan layouting. Proses layouting ini juga dilakukan di aplikasi photoshop.

Awalnya penulis membuat beberapa artboard dengan beberapa ukuran sesuai dengan kebutuhan yaitu 1080x1920 (16:9) portrait untuk media Instagram story, 1080x1080 (1:1) untuk media Instagram feeds, serta 1080x1920 (16:9) landscape untuk media banner e-commerce. Setelah itu penulis kemudian memasukkan media foto kedalam artboard yang telah dibuat dan melakukan

proses cropping dengan menggunakan bantuan grid. Setelah proses cropping, penulis kemudian melakukan proses filling untuk memenuhi ruang kosong yang tidak tercover foto yang sudah di cropping dengan menggunakan fitur content aware fill. Kemudian seluruh foto yang sudah di cropping dan di fill masuk ke proses editing retouch. Untuk retouch penulis menggunakan fitur spot healing brush tool di aplikasi Photoshop untuk menghilangkan noda ataupun objek yang tidak diperlukan. Setelah seluruh foto sudah siap sesuai grid dan sudah bersih, penulis kemudian melanjutkan proses layouting. Dalam proses layouting ini penulis menambahkan logo Dermattheory Skincare dan menambahkan teks berupa headline dan sub-headline. Headline dan sub-headline yang dimasukkan dalam desain ini berupa promosi yang sudah ditetapkan oleh Dermattheory Skincare serta fungsi dan keunggulan dari produk yang sedang dipromosikan. Seluruh objek yang dimasukkan di layout kedalam artboard dengan bantuan grid.





Gambar 3. 7 Hasil *Layouting* Proyek 2

Setelah semua proses editing dan layouting telah selesai penulis kemudian melakukan proses preview kepada owner dan juga mentor dari Dermattheory untuk diberikan feedback. Setelah diberi feedback penulis melakukan beberapa revisi di media yang sudah dirancang. Setelah feedback dan revisi penulis kembali melakukan proses preview yang kemudian disetujui oleh owner dan mentor dari Dermattheory.

#### E. Upload

Setelah seluruh proses editing dan layouting telah selesai dan penulis sudah melakukan preview dan revisi bersama dengan owner dan mentor yang kemudian mendapat persetujuan, penulis melanjutkan ke proses terakhir yaitu upload. Penulis mendapatkan jadwal untuk melakukan proses uploading di setiap media dari owner dan mentor Dermattheory.



Gambar 3. 8 Feeds Proyek 2

Tahapan terakhir adalah penulis melakukan upload sesuai dengan jadwal yang sudah diberikan di setiap media baik itu Instagram story, Instagram feeds dan juga banner e-commerce. Selain melakukan upload di media yang sudah ditentukan, penulis juga mengupload seluruh asset foto dan juga FAW media promosi ke Google Drive yang dibuat khusus untuk recap media internal dari Dermattheory.

### 3.3.1.3 Promosi Free Gift

Didalam proyek ke-3 ini Dermattheory Skincare ingin melakukan promosi dalam bentuk free gift kepada para konsumennya. Free gift yang akan diberikan berupa produk pouch yang dapat digunakan untuk menyimpan dan membawa produk produk skincare Dermattheory. Dalam proyek ini penulis diminta untuk merancang desain dalam bentuk sosial media marketing untuk Dermattheory Skincare yang bertema promosi free gift pouch. Desain ini dibuat

dengan tujuan untuk mempromosikan dan memberi informasi kepada para calon konsumen bahwa Dermattheory akan memberikan hadiah tambahan dalam pembelian produk sehingga dapat menjadi daya tarik lebih bagi para konsumen. Dalam proses perancangan ini, penulis mengikuti pendekatan desain yang dirancang oleh Robin Landa, yang terdiri dari lima langkah utama: orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi. Pada tahap orientasi, penulis menerima brief proyek untuk menentukan audiens target dan arah yang akan diambil dalam perancangan. Tahap analisis melibatkan penyelidikan dan evaluasi informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya. Selanjutnya, pada tahap konsep, penulis menghasilkan ide-ide kreatif untuk menangani masalah desain yang ada, dengan menggunakan moodboard sebagai panduan visual. Tahap desain melibatkan pengembangan elemen visual seperti tipografi, warna, dan grafik, sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya dalam moodboard. Langkah terakhir adalah tahap implementasi, di mana desain akhir diaplikasikan sesuai dengan pengaturan yang telah ditentukan, seperti diunggah sesuai dengan kebutuhan yang ada.

#### A. Brief

Dalam proyek ini penulis diminta untuk membuat media promosi berupa digital marketing baik itu di media sosial sampai dengan e-commerce dari Dermattheory Skincare. Selain media promosi penulis juga diminta untuk membuat design pouch yang akan di cetak dan di produksi. Adanya promosi berupa free gift ini bertujuan agar pembeli lebih tertarik untuk membeli produk dari Dermattheory Skincare dikarenakan adanya hadiah tambahan. Design pouch harus dibuat semenarik mungkin dan harus sesuai dengan branding dari Dermattheory Skincare agar para konsumen dapat selalu ingat dan melakukan pembelian berulang di Dermattheory Skincare. Selain itu media promosi yang akan

dibuat juga harus semenarik mungkin dan harus menjelaskan bahwa adanya hadiah tambahan dari pembelian di Dermattheory Skincare berupa pouch. Tema yang dipilih lebih kearah minimalis dengan background berwarna putih.

### B. Konsep

Dari brief yang diberikan, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan perancangan selanjutnya yaitu merancang konsep. Di tahapan ini, penulis kemudian membuat moodboard visual secara garis besar, baik untuk foto, properti foto, warna, sampai ke layout.



Gambar 3. 9 *Moodboard* Proyek 3

Moodboard ini nantinya akan menjadi acuan penulis dalam melakukan photoshoot, persiapan mencari properti, melakukan setup foto, sampai proses editing dan layouting ke media. Moodboard yang sudah dibuat juga di preview kepada mentor dan owner dari Dermattheory untuk disetujui.

### C. Pembuatan pouch

Setelah moodboard selesai dibuat dan telah disetujui penulis kemudian melanjutkan ke tahapan pembuatan desain pouch. Pouch ini akan dibuat menjadi hadiah tambahan ketika membeli produk Dermattheory Skincare sehingga produk harus dibuat semenarik mungkin namun di sisi lain harus membuat branding

dari Dermattheory Skincare agar pembeli dapat terus ingat dan kembali membeli produk dari brand ini. Dari brief yang diberikan oleh owner kepada penulis, diketahui bahwa elemen utama yang ingin dimunculkan oleh owner dalam desain pouch ini adalah tagline dari Dermattheory Skincare yaitu “Happy Skin Happy Me”. Penulis juga mendapatkan informasi berupa ukuran pouch yaitu 20x15cm landscape dengan bahan transparan dan tambahan seleting berwarna ungu.



Gambar 3. 10 Desain Proyek 3

Untuk membuat design pouch penulis menggunakan aplikasi Photoshop dengan tahapan awal membuat artboard berbentuk landscape dengan ukuran 20x15cm. Setelah proses pembuatan artboard penulis kemudian memasukkan teks berupa tagline dari Dermattheory Skincare dan menggunakan font yang biasa digunakan oleh Dermattheory Skincare yaitu Rounded M Plus dan Pockota. Teks kemudian diubah warnanya menjadi warna ungu menyesuaikan permintaan dari owner dikarenakan pouch yang akan dipesan akan menggunakan seleting berwarna ungu juga. Untuk tampak bagian belakangnya, penulis menggunakan logo Dermattheory Skincare yang diberi warna ungu juga agar

para menggunakannya bisa mengetahui bahwa pouch ini merupakan produk dari Dermattheory dan menjadi bagian dari branding.

#### D. Pelaksanaan Photoshoot

Setelah pouch selesai dibuat dan telah berhasil dicetak, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan selanjutnya yaitu pelaksanaan photoshoot. Sebelum hari pelaksanaan photoshoot, penulis menyiapkan setiap properti yang diperlukan untuk pelaksanaan pemotretan. Properti yang disiapkan oleh penulis disesuaikan dengan moodboard yang sudah dibuat sebelumnya, yaitu menggunakan background warna putih, podium, pouch sebagai objek utama, serta produk Dermattheory Skincare sebagai properti tambahan. Selain properti, penulis juga menyiapkan alat alat yang dibutuhkan selama proses pemotretan yaitu kamera dan lighting. Semua properti yang digunakan sudah melalui persetujuan dari owner dan mentor dari Dermattheory.



Gambar 3. 11 Hasil *Photoshoot* Proyek 3

Setelah seluruh peralatan dan properti yang diperlukan sudah siap dan lengkap, penulis kemudian melakukan pemotretan. Konsep dari pemotretan ini diambil dari moodboard yang sudah dibuat sebelumnya baik secara angle, lighting, penempatan properti dan lain lain sehingga konsep yang dibuat sebelumnya dapat tereksekusi dengan baik.

#### *E. Editing & Layouting*

Setelah proses pelaksanaan photoshoot telah selesai, penulis kemudian menuju tahapan selanjutnya yaitu editing dan layouting. Foto-foto yang telah diambil di tahapan sebelumnya akan di proses editing agar dapat digunakan menjadi media promosi. Proses editing dan layouting ini dilakukan di aplikasi Photoshop. Output dari design yang dibutuhkan oleh Dermattheory Skincare adalah berupa Instagram story, Instagram feeds, serta banner e-commerce. Proses editing yang dilakukan oleh penulis terhadap foto yang sudah diambil di tahapan sebelumnya adalah mulai dari editing warna, agar foto terlihat lebih cerah dan color grading agar warna dari produk dan ambient properti foto dapat lebih berwarna dan memiliki tone yang seragam satu dengan yang lainnya. Penulis menggunakan fitur Camera RAW Filter dalam melakukan proses ini. Proses selanjutnya adalah melakukan layouting. Proses layouting ini juga dilakukan di aplikasi photoshop.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 12 *Layouting* Proyek 3

Awalnya penulis membuat beberapa artboard dengan beberapa ukuran sesuai dengan kebutuhan yaitu 1080x1920 (16:9) portrait untuk media Instagram story, 1080x1080 (1:1) untuk media Instagram feeds, serta 1080x1920 (16:9) landscape untuk media banner e-commerce. Setelah itu penulis kemudian memasukkan media foto kedalam artboard yang telah dibuat dan melakukan proses cropping dengan menggunakan bantuan grid. Setelah proses cropping, penulis kemudian melakukan proses filling untuk memenuhi ruang kosong yang tidak tercover foto yang sudah di cropping dengan menggunakan fitur content aware fill. Kemudian seluruh foto yang sudah di cropping dan di fill masuk ke proses editing retouch. Untuk retouch penulis menggunakan fitur spot healing brush tool di aplikasi Photoshop untuk menghilangkan noda ataupun objek yang tidak diperlukan. Setelah seluruh foto sudah siap sesuai grid dan sudah bersih, penulis kemudian melanjutkan proses layouting. Dalam proses layouting ini penulis menambahkan logo Dermathory Skincare dan menambahkan teks berupa headline dan sub-headline. Headline dan sub-headline yang dimasukkan dalam desain ini

berupa promosi yang sudah ditetapkan oleh Dermattheory Skincare serta fungsi dan keunggulan dari produk yang sedang dipromosikan. Seluruh objek yang dimasukkan di layout kedalam artboard dengan bantuan grid.

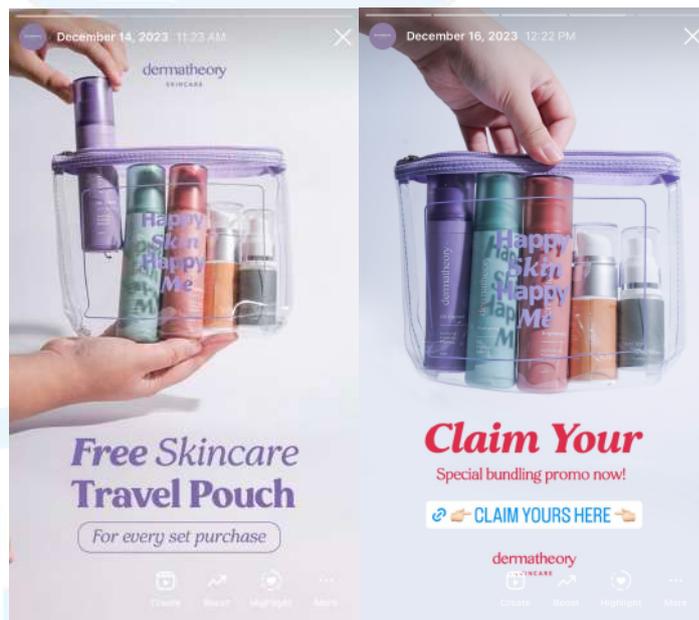


Gambar 3. 13 Hasil Proyek 3

Setelah semua proses editing dan layouting telah selesai penulis kemudian melakukan proses preview kepada owner dan juga mentor dari Dermattheory untuk diberikan feedback. Setelah diberi feedback penulis melakukan beberapa revisi di media yang sudah dirancang. Setelah feedback dan revisi penulis kembali melakukan proses preview yang kemudian disetujui oleh owner dan mentor dari Dermattheory.

#### F. Upload

Setelah seluruh proses editing dan layouting telah selesai dan penulis sudah melakukan preview dan revisi bersama dengan owner dan mentor yang kemudian mendapat persetujuan, penulis melanjutkan ke proses terakhir yaitu upload. Penulis mendapatkan jadwal untuk melakukan proses uploading di setiap media dari owner dan mentor Dermattheory.



Gambar 3. 14 Hasil Upload Proyek 3

Tahapan terakhir adalah penulis melakukan upload sesuai dengan jadwal yang sudah diberikan di setiap media baik itu Instagram

story, Instagram feeds dan juga banner e-commerce. Selain melakukan upload di media yang sudah ditentukan, penulis juga mengupload seluruh asset foto dan juga FAW media promosi ke Google Drive yang dibuat khusus untuk recap media internal dari Dermattheory.

#### **3.3.1.4 Reels Endorsement**

Untuk poyek ke-4 ini penulis diminta untuk membuat video reels berupa endorsement untuk Dermattheory Clinic. Video reels ini akan berisi footage mengenai aktifitas yang dilakukan oleh public figure yang bekerja sama dengan Dermattheory Clinic ketika melakukan kunjungan. Kebanyakan video endorsement ini akan berisi aktifitas berupa treatment yang dilakukan terhadap wajah pasien yang datang. Tujuan utama dari pembuatan video berbentuk endorsement ini adalah untuk menarik calon konsumen lain yang ingin melakukan treatment agar dapat melihat seorang tokoh publik yang terkenal sudah melakukan treatment terlebih dahulu. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan calon konsumen terhadap kualitas yang ditawarkan oleh Dermattheory Clinic. Calon konsumen juga dapat melihat treatment yang dilakukan seperti apa dan tindakan yang dilakukan apa saja sehingga calon konsumen dapat mengetahui treatment apa yang harus dilakukan. Dalam proses perancangan ini, penulis mengikuti metode desain yang telah diperkenalkan oleh Robin Landa, yang terdiri dari lima tahap utama: orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi. Pada tahap orientasi, penulis menerima instruksi awal proyek untuk menetapkan audiens target serta arah yang akan diambil dalam perancangan. Tahap analisis melibatkan penelitian dan evaluasi terhadap informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya. Selanjutnya, dalam tahap konsep, penulis menghasilkan ide-ide kreatif guna mengatasi tantangan desain yang ada, dengan menggunakan storyboard sebagai referensi visual. Di

dalam tahap desain terlibat pengembangan elemen-elemen visual seperti tipografi, warna, grafik serta proses editing video sesuai dengan gagasan yang telah ditetapkan sebelumnya dalam storyboard. Langkah terakhir adalah tahap pelaksanaan, di mana desain akhir diterapkan sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan, seperti diunggah sesuai dengan kebutuhan spesifik yang ada.

#### A. Brief

Didalam proyek ini penulis diminta membuat sebuah konten berupa video yang nantinya akan di upload ke akun sosial media Instagram dengan format Reels. Penulis harus melakukan take footage video di clinic Dermattheory dan bertemu langsung dengan dokter serta public figure. Untuk reels kali ini owner memilih Maulina Dwi seorang public figure dan juga bintang film FTV untuk melakukan video endorsement. Owner dan mentor meminta penulis untuk melakukan take video mulai dari awal konsumen masuk ke clinic, melakukan konsultasi, pelaksanaan treatment dan melakukan foto before after. Video akan dibuat cinematic style yang mana hanya beauty shoot saja sehingga nanti di proses editing akan ditambahkan voice over menggunakan suara dari pubic figure. Video hanya menghighlight pelaksanaan treatment secara singkat tidak secara keseluruhan.

#### B. Konsep

Dari Brief yang sudah diberikan sebelumnya, penulis kemudian merancang story board untuk video reels endorsement ini. Story board ini hanya berisi gambaran kecil saja urutan timeline video untuk mempermudah proses jalannya shooting video dan editing. Konsep yang dihadirkan dari pembuatan video reels ini adalah konsep dimana nantinya public figure akan mengajak penonton mengikuti kegiatannya melakukan treatment di Dermattheory

Clinic. Setelah itu dalam video ia akan masuk kedalam klinik dan disambut oleh petugas yang berjaga di Dermattheory Clinic. Setelah itu talent akan diajak untuk memilih treatment apa yang akan ia lakukan. Sebelum melakukan treatment talent akan melakukan konsultasi terlebih dahulu dengan dokter dari Dermattheory Clinic untuk memastikan treatment yang akan ia lakukan sudah sesuai dengan kebutuhan. Setelah proses konsultasi, talent kemudian akan memulai proses treatment dari awal sampai akhir dan di akhir akan ada foto before dan after treatment. Video ini akan berkonsep cinematic beauty shot sedangkan informasi akan disampaikan melalui voice over dari talent dan dibantu dengan captions.

#### C. Persiapan Shooting

Sebelum pelaksanaan shooting, penulis melakukan persiapan untuk mempermudah dan melancarkan proses shooting di Clinic. Persiapan yang dilakukan adalah dengan melakukan briefing dan mempersiapkan tools tools yang diperlukan untuk aktifitas shooting. Briefing yang dilakukan ini bersama dengan dokter, staff Dermattheory dan juga talent public figure. Briefing ini dilakukan untuk menjelaskan konsep video yang akan di take footagenya. Briefing ini dilakukan di lokasi tepat sebelum pelaksanaan shooting. Selain persiapan briefing, penulis juga mempersiapkan alat alat penunjang untuk dipergunakan selama proses shooting. Alat yang digunakan antara lain kamera, gimbal stabilizer, dan juga lighting. Seluruh alat dipersiapkan dengan baik sehingga dapat mempermudah dan mempercepat proses shooting.

#### D. Proses shooting

Setelah persiapan sudah selesai dilakukan, penulis masuk ke tahapan selanjutnya yaitu proses shooting itu sendiri. Proses shooting dilakukan di Dermattheory Clinic sesuai jadwal yang disepakati baik dari pihak klinik, pihak talent public figure dan juga pihak penulis. Penulis melakukan shooting dari awal sampai akhir berdasarkan dari konsep dan story board yang sudah dibuat sebelumnya. Proses shooting ini memakan waktu sekitar 2 sampai dengan 3 jam sesuai lamanya treatment dilakukan. Dari hasil shooting ini, menghasilkan footage-footage pendek berupa beauty shoot cinematic yang nantinya harus di edit oleh penulis di tahapan selanjutnya.

#### E. Editing

Setelah seluruh footage berhasil diambil di hari shooting, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan selanjutnya yaitu editing. Di tahapan editing ini, penulis mengawalinya dengan memilih footage footage terbaik dari banyaknya footage yang sudah diambil sebelumnya. Setelah seluruh footage video yang dibutuhkan sudah lengkap dan sudah di sortir yang akan digunakan, penulis kemudian memasukan footage tersebut ke aplikasi untuk editing video.



Gambar 3. 15 Pembuatan Video proyek 4

Dalam proyek ini penulis memilih untuk menggunakan aplikasi Capcut dikarenakan proses editing yang dibutuhkan cukup sederhana sehingga aplikasi ini sudah cukup dan sangat mempermudah penulis menyelesaikan proses ini dengan lebih cepat dan ideal. Setelah seluruh footage yang akan digunakan sudah dimasukkan kedalam aplikasi Capcut, penulis kemudian melakukan editing timeline dalam bentuk cut to cut sesuai dengan urutan video yang sudah diambil sesuai dengan storyboard. Setelah editing timeline dengan metode cut to cut, penulis kemudian menambahkan bumper depan, bumper bagian belakang, dan penambahan background sound. Setelah semua elemen yang dibutuhkan di proses editing sudah ditambahkan, penulis kemudian melakukan color grading untuk memperbaiki

dan membuat warna video menjadi lebih menarik. Setelah seluruh proses telah selesai, penulis kemudian mengexport video dari aplikasi Capcut. Hasil video yang sudah di export kemudian dikirimkan ke mentor untuk diteruskan kepada talent public figure untuk dibuatkan voice over.



Gambar 3. 16 Proses Editing

Setelah voice over sudah dibuat oleh talent dan dikirimkan kembali, penulis kemudian memasukkan voice over tersebut melalui aplikasi capcut. Di tahap ini penulis kembali melakukan editing dengan mencocokkan timeline dengan voice over yang dibuat oleh talent. Sesudah timeline dengan voice over sudah sesuai, penulis kemudian menambahkan caption pada video untuk mempermudah penonton menerima informasi. Setelah semua sudah selesai penulis kembali mengexport video dari

aplikasi capcut menjadi file mp4. Setelah video final sudah di export, penulis kemudian mengirimkan preview kepada owner dan mentor untuk diberikan feedback.

#### F. Upload

Setelah seluruh proses yang penulis lakukan di tahapan editing sudah selesai dan video yang dibuat sudah di terima oleh owner serta mentor, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan terakhir yaitu tahap upload. Di tahap ini penulis melakukan upload sesuai jadwal yang diberikan oleh mentor. Proses upload ini dilakukan di sosial media Instagram dengan format Reels. Upload ini juga di atur agar berformat kolaborasi post dengan talent public figure yang bersangkutan di dalam video.

#### **3.3.1.5 Giveaway Produk**

Didalam proyek ke-5 ini Dermattheory Skincare ingin mengadakan giveaway kepada para pengikutnya di media sosial. Giveaway ini akan menjadikan skincare dari Dermattheory sebagai hadiahnya. Para pengikut akun Instagram Dermattheory Skincare dapat berpartisipasi dan berkesempatan memenangkan hadiah skincare. Tujuan utama dari adanya giveaway ini adalah agar menjadi media untuk mempromosikan Dermattheory Skincare juga kepada rekan dan kerabat dari pengikut akun. Hal ini dapat diwujudkan dari adanya peraturan harus melakukan tag kepada 3 orang di kolom komentar untuk dapat berpartisipasi. Dalam melakukan proses perancangan ini, penulis mengadopsi teori perancangan desain yang dikembangkan oleh Robin Landa yang terdiri dari lima langkah utama: orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi. Pada tahap orientasi, penulis memperoleh brief proyek yang memungkinkan identifikasi audiens target dari desain yang akan

dibuat, sehingga penulis dapat menetapkan arah yang akan diambil dalam proyek ini. Tahap kedua, yaitu analisis, melibatkan penyelidikan dan evaluasi terhadap informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya. Tahap selanjutnya, yaitu tahap konsep, mencakup pembentukan ide-ide kreatif dan konseptual untuk menyelesaikan masalah desain yang ada. Penulis menggunakan moodboard sebagai panduan visual dalam proses desain di tahap berikutnya. Tahap desain, sebagai langkah berikutnya, melibatkan pengembangan elemen-elemen visual seperti tipografi, warna, komposisi, dan grafik, yang sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya dalam moodboard. Tahapan terakhir adalah tahap implementasi, di mana desain final diaplikasikan dalam lingkungan yang sesuai, seperti diunggah sesuai dengan tujuannya yang spesifik.

#### A. Brief

Dalam proyek ini penulis diminta untuk membuat media promosi giveaway berupa digital marketing yaitu di media sosial dari Dermattheory Skincare. Adanya promosi berupa giveaway ini bertujuan agar para pengikut Dermattheory Skincare dapat merasa lebih dekat dengan adanya hadiah yang diberikan, adanya rasa penasaran dan rasa ingin memenangkan hadiah dari para pengikut. Di sisi lain hal ini dapat menjadi media promosi dikarenakan peserta harus melakukan tag kepada 3 orang teman atau kerabatnya di kolom komentar untuk berpartisipasi. Desain harus dibuat semenarik mungkin namun tetap informatif, dikarenakan media promosi ini merupakan sebuah giveaway yang mana memiliki peraturan dan akan dicari pemenangnya. Selain hal itu juga media promosi ini harus dibuat menarik dengan foto produk yang ditampilkan agar pengikut akun dapat lebih tertarik karena melihat gambar produk yang dapat dimenangkan secara cuma-cuma. Dermattheory Skincare melalui

mentor dan owner sudah memberikan informasi apa saja yang harus dicantumkan dan peraturan yang ada dalam giveaway ini.

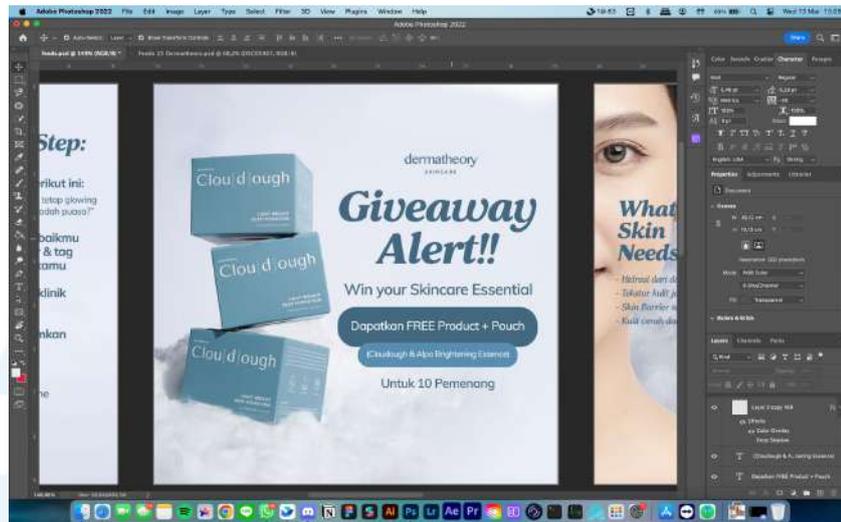
## B. Konsep

Dari brief yang diberikan, penulis kemudian melanjutkan ke tahapan perancangan selanjutnya yaitu merancang konsep. Di tahapan ini, penulis kemudian membuat moodboard visual secara garis besar, baik untuk foto, warna, sampai ke layout.

Moodboard ini nantinya akan menjadi acuan penulis dalam melakukan photoshoot, persiapan mencari properti, melakukan setup foto, sampai proses editing dan layouting ke media. Moodboard yang sudah dibuat juga di preview kepada mentor dan owner dari Dermattheory untuk disetujui.

## C. Editing & Layouting

Setelah proses konsep telah selesai, penulis kemudian menuju tahapan selanjutnya yaitu editing dan layouting. Foto-foto diambil dari asset yang sudah dimiliki oleh Dermattheory Skincare didalam Google Drive internal. Setelah foto dipilih dan di download, foto kemudian akan di proses editing agar dapat digunakan menjadi media promosi. Proses editing dan layouting ini dilakukan di aplikasi Photoshop. Output dari design yang dibutuhkan oleh Dermattheory Skincare adalah berupa Instagram story dan Instagram feeds. Proses editing yang dilakukan oleh penulis terhadap foto yang sudah diambil di tahapan sebelumnya adalah mulai dari editing warna, agar foto terlihat lebih cerah dan color grading agar warna dari produk dan ambient properti foto dapat lebih berwarna dan memiliki tone yang seragam satu dengan yang lainnya. Penulis menggunakan fitur Camera RAW Filter dalam melakukan proses ini. Proses selanjutnya adalah melakukan layouting. Proses layouting ini juga dilakukan di aplikasi photoshop.



Gambar 3. 17 Editing Proyek 5

Awalnya penulis membuat beberapa artboard dengan beberapa ukuran sesuai dengan kebutuhan yaitu 1080x1920 (16:9) portrait untuk media Instagram story dan 1080x1080 (1:1) untuk media Instagram feeds. Setelah itu penulis kemudian memasukkan media foto kedalam artboard yang telah dibuat dan melakukan proses cropping dengan menggunakan bantuan grid. Setelah proses cropping, penulis kemudian melakukan proses filling untuk memenuhi ruang kosong yang tidak tercover foto yang sudah di cropping dengan menggunakan fitur content aware fill. Kemudian seluruh foto yang sudah di cropping dan di fill masuk ke proses editing retouch. Untuk retouch penulis menggunakan fitur spot healing brush tool di aplikasi Photoshop untuk menghilangkan noda ataupun objek yang tidak diperlukan. Setelah seluruh foto sudah siap sesuai grid dan sudah bersih, penulis kemudian melanjutkan proses layouting. Dalam proses layouting ini penulis menambahkan logo Dermatheory Skincare dan menambahkan teks berupa headline dan sub-headline. Headline dan sub-headline yang dimasukkan dalam desain ini berupa promosi yang sudah ditetapkan oleh Dermatheory Skincare serta fungsi dan keunggulan dari produk yang sedang

dipromosikan. Seluruh objek yang dimasukkan di layout kedalam artboard dengan bantuan grid.



Gambar 3. 18 Hasil *Layouting* Proyek 5

Setelah semua proses editing dan layouting telah selesai penulis kemudian melakukan proses preview kepada owner dan juga mentor dari Dermatheory untuk diberikan feedback. Setelah diberi feedback penulis melakukan beberapa revisi di media yang sudah dirancang. Setelah feedback dan revisi penulis kembali melakukan proses preview yang kemudian disetujui oleh owner dan mentor dari Dermatheory.

#### D. Upload

Setelah seluruh proses editing dan layouting telah selesai dan penulis sudah melakukan preview dan revisi bersama dengan owner dan mentor yang kemudian mendapat persetujuan, penulis melanjutkan ke proses terakhir yaitu upload. Penulis mendapatkan jadwal untuk melakukan proses uploading di setiap media dari owner dan mentor Dermattheory.



Gambar 3. 19 Upload Proyek 5

Tahapan terakhir adalah penulis melakukan upload sesuai dengan jadwal yang sudah diberikan di setiap media baik itu Instagram story, Instagram feeds dan juga banner e-commerce. Selain melakukan upload di media yang sudah ditentukan, penulis juga mengupload seluruh asset foto dan juga FAW media promosi ke Google Drive yang dibuat khusus untuk recap media internal dari Dermattheory.

### **3.3.2 Kendala yang Ditemukan**

Selama penulis bekerja di Dermattheory, penulis menemukan beberapa kendala seperti, istilah-istilah kecantikan yang masih awam bagi penulis. Selain itu penulis juga menemukan kendala seperti terlambatnya request konten dari Dermattheory sehingga waktu deadline terlalu mepet. Penulis juga menemukan kendala seperti lamanya mentor dalam membalas chat preview yang dikirim sehingga penulis terhambat menunggu *feedback*.

### **3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Solusi yang penulis lakukan terhadap kendala yang ditemui berupa istilah-istilah kecantikan yang masih awam adalah dengan bertanya kepada mentor dan owner mengenai istilah tersebut sehingga penulis dapat lebih memahami produk maupun treatment yang terdapat di Dermattheory. Selain itu penulis juga mendapatkan guideline mengenai product knowledge baik skincare maupun treatment dari Dermattheory. Untuk kendala yang kedua yaitu lamanya balasan dari mentor untuk request konten serta *feedback*, penulis menanggulangnya dengan cara melakukan double text ataupun bertanya langsung kepada owner sehingga *feedback* didapatkan lebih cepat.

