

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

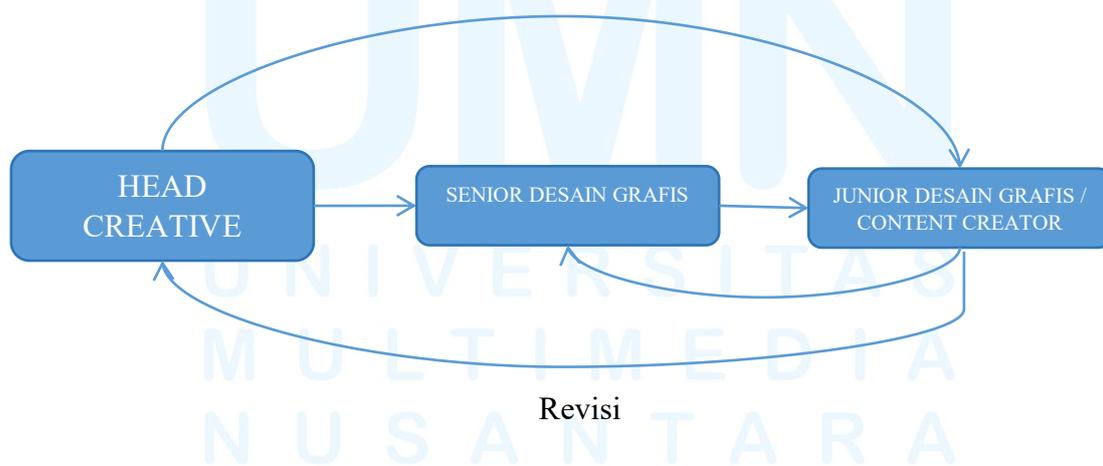
Proses kerja magang di perusahaan M231, khususnya dalam peran saya sebagai content creator dan desainer grafis junior, dijalankan dengan struktur yang terorganisir di bawah pengawasan supervisor saya, June, yang menjabat sebagai head creative. Sebagai bagian dari tim kreatif, saya secara konsisten menerima tugas yang beragam dari June, yang mencakup pembuatan konten visual dan desain grafis untuk berbagai proyek perusahaan. Setiap tugas yang diberikan tidak hanya melibatkan penerapan keterampilan teknis saya, tetapi juga menuntut pemikiran kreatif dan inovatif sesuai dengan standar dan visi perusahaan. Melalui bimbingan dan arahan yang diberikan oleh June, saya dapat mengembangkan kompetensi profesional saya serta berkontribusi secara efektif dalam menghasilkan output kreatif yang berkualitas tinggi.

3.1.1 Kedudukan

Selama menjalani magang di perusahaan M231, saya menduduki posisi sebagai content creator dan desainer grafis junior. Dalam peran ini, saya bertanggung jawab untuk mendukung tim kreatif dengan mengembangkan konten visual yang menarik dan relevan, serta menghasilkan desain grafis yang mendukung berbagai inisiatif pemasaran dan branding perusahaan. Kedudukan saya sebagai magang memberikan kesempatan untuk berkolaborasi dengan berbagai anggota tim, belajar dari para profesional berpengalaman, dan memahami dinamika kerja dalam industri kreatif. Meskipun status saya sebagai magang, tanggung jawab yang diberikan dan partisipasi aktif dalam proyek-proyek penting memungkinkan saya untuk berkontribusi nyata terhadap tujuan dan keberhasilan perusahaan, sekaligus memperkaya pengalaman dan keterampilan profesional saya.

3.1.2 Koordinasi

Alur pekerjaan saya di perusahaan M231 dimulai dari head creative, June, yang mendistribusikan tugas-tugas kepada tim kreatif. Setelah menerima arahan dari June, tugas tersebut kemudian dibagi kepada desainer grafis senior, yang selanjutnya mendistribusikannya kepada desainer grafis junior, termasuk saya, serta content creator. Dalam menjalankan peran ganda sebagai desainer grafis junior dan content creator, saya terlebih dahulu mengerjakan tugas-tugas yang diberikan. Untuk pekerjaan content creation, setelah selesai, saya melakukan revisi dan mempresentasikan hasilnya langsung kepada June untuk mendapatkan umpan balik dan persetujuan akhir. Sedangkan untuk tugas desain grafis, hasil pekerjaan saya harus melalui proses preview dan revisi dengan desainer grafis senior terlebih dahulu. Setelah mendapatkan masukan dari desainer grafis senior, saya melakukan perbaikan yang diperlukan sebelum akhirnya mengembalikan hasil akhir kepada June untuk evaluasi dan persetujuan. Alur kerja ini memastikan bahwa setiap proyek mendapatkan pengawasan dan penilaian yang cermat di setiap tahapannya, menjamin kualitas dan konsistensi hasil akhir sesuai dengan standar perusahaan.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama magang di M231, saya mengemban berbagai tugas penting yang berkontribusi terhadap strategi pemasaran digital dan visual perusahaan. Tanggung jawab utama saya mencakup pengelolaan postingan di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok M231. Dalam menjalankan tugas ini, saya memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan sesuai dengan kalender editorial yang telah dirancang untuk meningkatkan keterlibatan dan jangkauan audiens.

Selain itu, saya juga bertugas menyusun rencana konten (content plan) khusus untuk platform TikTok. Proses ini melibatkan penelitian tren terkini, pengembangan ide kreatif, dan strategi untuk meningkatkan interaksi pengguna. Pembuatan rencana konten ini bertujuan untuk menjaga konsistensi dan relevansi konten yang dihasilkan, serta untuk memaksimalkan potensi viralitas di TikTok.

Sebagai bagian dari tanggung jawab saya, saya juga mengedit foto-foto yang akan dipublikasikan di media sosial. Proses pengeditan ini mencakup penyesuaian aspek visual seperti warna, pencahayaan, dan detail lainnya untuk memastikan setiap gambar tampil profesional dan menarik perhatian audiens.

Lebih lanjut, saya turut membantu dalam mendesain banner untuk keperluan pemasaran di berbagai platform marketplace. Pembuatan desain banner ini memerlukan pemahaman tentang estetika visual dan prinsip-prinsip desain grafis agar dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong konversi penjualan. Semua tugas tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mendukung dan memperkuat citra merek M231 di dunia digital.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama periode magang, saya terlibat dalam serangkaian aktivitas yang berkaitan dengan manajemen konten dan visual untuk media sosial. Tugas utama saya meliputi pengelolaan dan pengawasan postingan konten M231 di platform-platform media sosial, serta pelaksanaan proses shooting untuk kebutuhan konten

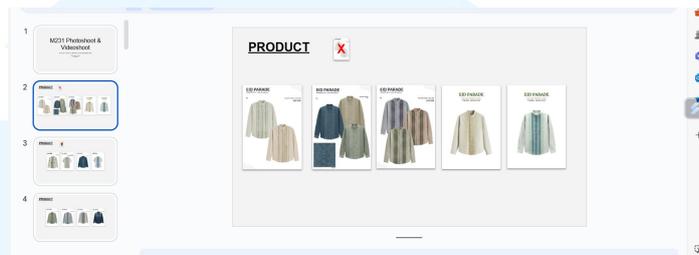
di TikTok dan Instagram. Selain itu, saya juga bertanggung jawab dalam penyusunan rencana konten bulanan untuk media sosial, memastikan konsistensi dan relevansi dalam setiap postingan. Terdapat pula kontribusi saya dalam proses perancangan banner untuk aplikasi Shopee, meskipun tidak sepenuhnya terlibat dalam tahapan pengerjaannya. Keseluruhan pengalaman ini memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital dan keterampilan desain grafis yang bernilai dalam industri e-commerce saat ini.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama masa magang, saya telah terlibat dalam berbagai proyek yang melibatkan strategi pemasaran digital dan pengelolaan konten untuk meningkatkan kehadiran dan keterlibatan pengguna di berbagai platform media sosial. Salah satu proyek signifikan yang saya kerjakan adalah kampanye Ramadan, di mana saya berkontribusi dalam merancang, mengelola, dan memantau performa kampanye untuk memastikan pencapaian tujuan yang ditetapkan. Selain itu, saya juga terlibat dalam merancang banner untuk platform e-commerce Shopee, memperhatikan detail estetika dan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Kolaborasi antara M231 dan jujitsu merupakan salah satu aspek menarik lainnya dari pengalaman magang saya, di mana saya berperan dalam memfasilitasi komunikasi antara kedua pihak, mengkoordinasikan detail-detail kampanye, dan memastikan kesesuaian dengan identitas merek dan kebutuhan pasar. Selain proyek-proyek tersebut, saya juga bertanggung jawab atas pengelolaan konten harian M231 di platform Instagram dan TikTok, yang meliputi perencanaan, pengeditan, dan penjadwalan postingan untuk menjaga konsistensi dan relevansi. Pengalaman ini tidak hanya memperluas pengetahuan saya tentang dinamika industri digital saat ini, tetapi juga meningkatkan keterampilan saya dalam manajemen proyek, desain grafis, dan analisis performa kampanye. Dengan berbagai proyek yang telah saya kerjakan selama masa magang, saya merasa lebih percaya diri dan siap untuk menghadapi tantangan di dunia profesional setelah menyelesaikan program ini.

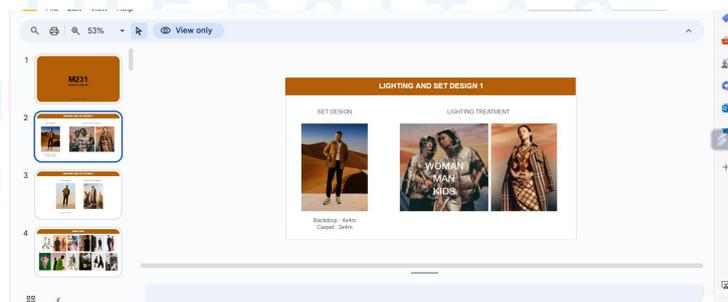
3.3.1.1 Proyek 1 Kampanye Ramadhan

Pada proyek pertama, yaitu kampanye Ramadhan, saya terlibat dalam kegiatan photoshoot, di mana saya ditugaskan untuk mendirect model dan mengerjakan bagian edit foto.



Gambar 3. 2 Brief Photoshoot ramadhan

Tahap pertama dalam proses produksi dimulai dengan penyusunan brief, yang kemudian diimplementasikan selama produksi berlangsung. Brief ini merupakan dokumen penting yang berfungsi sebagai panduan awal dan mencakup berbagai elemen penting seperti tujuan proyek, target audiens, pesan utama, serta spesifikasi teknis yang dibutuhkan. Dengan adanya brief yang komprehensif, seluruh tim produksi dapat memahami dengan jelas visi dan ekspektasi dari proyek tersebut, sehingga setiap langkah produksi dapat diarahkan untuk mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Implementasi brief pada tahap produksi membantu memastikan bahwa semua elemen kreatif dan teknis bekerja secara harmonis, menghasilkan output yang konsisten dan berkualitas tinggi.



Gambar 3. 2 Konsep kampain ramadan

Tahap kedua dalam proses produksi adalah pengembangan konsep. Pada tahap ini, brief yang telah disusun dan disetujui di tahap sebelumnya difinalisasi dan dikembangkan menjadi konsep yang lebih rinci. Konsep ini berfungsi sebagai panduan utama untuk seluruh tim produksi, memastikan bahwa semua aspek dari proyek tetap sesuai dengan visi awal yang diinginkan. Finalisasi konsep melibatkan penjelasan lebih mendetail mengenai elemen-elemen kreatif dan teknis yang akan diterapkan selama produksi, seperti tema visual, narasi, dan pendekatan estetika. Dengan adanya konsep yang telah difinalisasi, tim produksi dapat bekerja dengan lebih terarah dan kohesif, menjaga konsistensi dan kualitas hasil akhir sesuai dengan tujuan proyek. Implementasi konsep yang jelas dan terstruktur sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman dan memastikan bahwa semua bagian dari produksi berjalan lancar dan sesuai rencana.

Selama sesi photoshoot, saya memastikan model berpose sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Setelah itu, saya bertanggung jawab untuk mengedit foto-foto tersebut, memastikan hasil akhirnya sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan. Selain itu, saya juga mengatur jadwal postingan di Instagram, memastikan konten kampanye dipublikasikan tepat waktu dan sesuai dengan strategi pemasaran yang telah ditentukan.

Dalam proses *photoshoot*, saya juga berkontribusi dalam pengaturan *lighting* di set produksi. Tugas ini melibatkan penentuan posisi dan intensitas pencahayaan yang tepat untuk memastikan setiap foto memiliki kualitas visual yang tinggi dan sesuai dengan konsep yang diinginkan. Dengan mengatur *lighting* secara optimal,

saya membantu menciptakan suasana dan efek yang memperkuat estetika keseluruhan dari pemotretan. Kontribusi ini penting untuk menghasilkan gambar yang profesional dan menarik, yang nantinya digunakan dalam berbagai materi pemasaran M231, baik *online* maupun *offline*.



Gambar 3. 3 Edited image M231 x Habib Djafar dan Onadio

Saya memastikan model berpose dengan tepat dan sesuai dengan tema kampanye. Setelah photoshoot selesai, saya mengerjakan proses pengeditan foto, memperbaiki pencahayaan, warna, dan detail lainnya agar hasilnya maksimal. Selesai mengedit, tugas saya berikutnya adalah menjadwalkan postingan di media sosial. Saya merancang jadwal publikasi yang strategis di Instagram untuk memastikan bahwa konten kampanye diposting pada waktu yang optimal untuk mencapai audiens yang lebih luas.

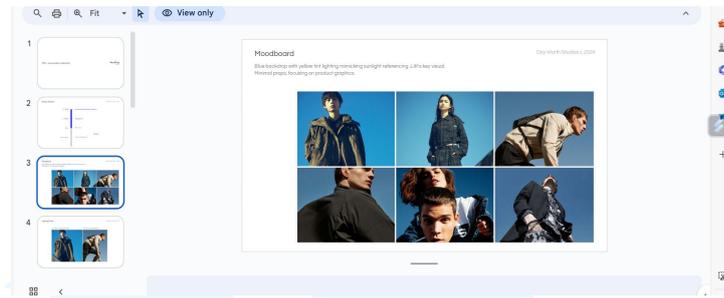


Gambar 3. 4 postingan IG M231 x Habib Djafar dan Onadio

Dalam proses ini, saya juga bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menyelaraskan postingan dengan strategi pemasaran keseluruhan, memastikan bahwa setiap unggahan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga sesuai dengan pesan kampanye Ramadan yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Hal ini melibatkan koordinasi yang baik dan perhatian terhadap detail untuk memastikan bahwa seluruh proses dari photoshoot hingga publikasi berjalan lancar dan efektif.

3.3.1.2 Proyek 2 Kolaborasi dengan Jujutsu Kaisen

Proyek kolaborasi kedua yang saya ikuti adalah kampanye yang menggabungkan merek M231 dengan serial anime Jujutsu Kaisen. Kami memulai proyek ini dengan melakukan serangkaian sesi brainstorming yang intensif untuk menghasilkan ide-ide yang inovatif dan sesuai dengan identitas kedua merek tersebut. Dalam proses ini, kami menyelaraskan konsep-konsep kreatif dengan nilai-nilai yang ingin kami sampaikan kepada audiens kami, yang mencakup elemen kesatria, keberanian, dan semangat pertarungan yang terdapat dalam anime Jujutsu Kaisen, serta kekuatan, inovasi, dan kualitas produk dari merek M231.



Gambar 3. 5 Brief dan konsep kampanye Jujutsu kaisen

Setelah menetapkan konsep yang kuat, kami melanjutkan dengan pembuatan moodboard yang menampilkan inspirasi visual, warna, dan estetika yang ingin kami sampaikan dalam kampanye ini. Moodboard tersebut menjadi panduan utama dalam proses kreatif kami, membantu kami menjaga konsistensi dan kesatuan visual sepanjang proses produksi.

Saya berkontribusi dalam pengerjaan brief dengan fokus pada pencarian referensi gaya untuk model dan pembuatan moodboard foto. Tugas ini melibatkan penelitian mendalam untuk mengidentifikasi tren fashion terkini dan gaya yang sesuai dengan identitas merek M231. Melalui pengumpulan berbagai referensi visual, saya membantu dalam membangun moodboard yang berfungsi sebagai panduan estetika untuk pemotretan. Moodboard ini memainkan peran penting dalam menyelaraskan visi tim kreatif, memastikan konsistensi visual, dan memperkuat pesan merek dalam setiap kampanye pemasaran. Kontribusi ini tidak hanya memperkaya proses kreatif tetapi juga meningkatkan efektivitas strategi komunikasi visual M231.

Dalam perancangan kolaborasi M231 dengan Jujutsu, tahap awal dimulai dengan sesi brainstorming bersama head creative. Dalam sesi ini, ide-ide kreatif dikumpulkan dan dibahas untuk menentukan konsep terbaik yang akan digunakan. Setelah sesi brainstorming, saya mendapatkan tugas untuk membuat teaser

peluncuran kolaborasi ini yang akan dipublikasikan di media sosial. Untuk pemilihan font yang akan digunakan dan di posting juga sudah di sediakan oleh production house sehingga tinggal melakukan mock up dan layouting. Tugas ini mencakup pembuatan konten visual dan narasi yang menarik untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan antisipasi terhadap peluncuran kolaborasi tersebut.



Gambar 3. 6 alternatif teaser post

Berikutnya, kami merencanakan dan melaksanakan sesi photoshoot yang teliti, di mana kami menggabungkan elemen-elemen kunci dari dunia Jujutsu Kaisen dengan produk-produk unggulan dari M231. Dalam setiap detail, kami berusaha untuk menangkap esensi dari anime tersebut dan mengintegrasikannya dengan merek kami untuk menciptakan gambaran yang kuat dan menggugah minat.

Dalam proses photoshoot, saya juga berkontribusi dalam pengaturan lighting di set produksi. Tugas ini melibatkan penentuan posisi dan intensitas pencahayaan yang tepat untuk memastikan setiap foto memiliki kualitas visual yang tinggi dan sesuai dengan konsep yang diinginkan. Dengan mengatur lighting secara optimal, saya membantu menciptakan suasana dan efek yang memperkuat estetika keseluruhan dari pemotretan. Kontribusi ini penting untuk menghasilkan gambar yang profesional dan menarik, yang nantinya

digunakan dalam berbagai materi pemasaran M231, baik online maupun offline.



Gambar 3. 7 Hasil photoshoot jujutsu x m231

Setelah mendapatkan hasil yang memuaskan dari sesi photoshoot, kami memasuki tahap finalisasi postingan di media sosial. Di sini, kami mempertimbangkan strategi yang matang untuk memaksimalkan jangkauan dan keterlibatan audiens kami. Kami memilih waktu posting yang tepat, menyesuaikan konten kami dengan preferensi dan minat penggemar anime serta calon konsumen M231, dan memastikan bahwa setiap postingan memberikan pesan yang jelas dan mengundang interaksi.



Gambar 3. 8 Mock up

Saya juga terlibat dalam pengerjaan copywriting yang digunakan untuk caption Instagram M231. Tugas ini mencakup

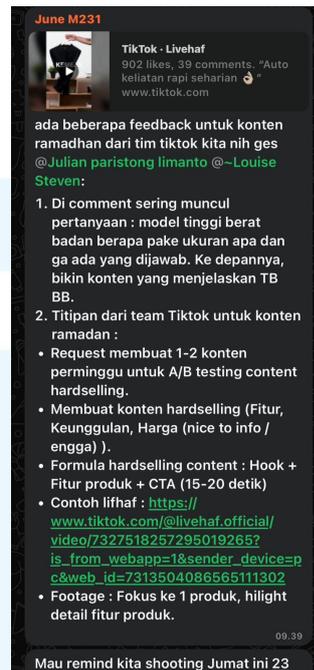
penulisan teks yang menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas merek, yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens di platform media sosial. Dalam proses ini, saya memastikan setiap caption tidak hanya menggambarkan produk dengan tepat tetapi juga mengkomunikasikan nilai dan keunikan M231, mendorong interaksi dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan para pengikut. Melalui kombinasi strategi visual dan verbal ini, saya membantu memperkuat presence digital M231 dan mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan.

Dengan kerja keras, dedikasi, dan kerjasama tim yang solid, proyek ini berhasil menciptakan kampanye kolaborasi yang mengesankan dan berhasil menjangkau audiens dengan efektif. Kami merasa bangga dapat membawa kedua merek ini bersama-sama dalam sebuah proyek yang memukau dan bermakna bagi penggemar anime dan konsumen kami..

3.3.1.3 Proyek 3 Conten Creator Tiktok

Pada proyek ketiga, saya bertanggung jawab untuk melakukan content planning untuk akun TikTok M231. Proses ini dimulai dengan membuat rencana konten yang komprehensif, yang mencakup ide-ide kreatif, jadwal posting, dan strategi untuk meningkatkan engagement.

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

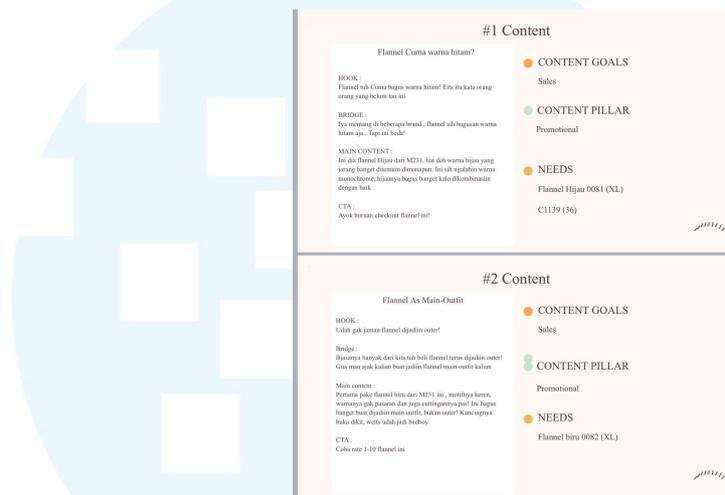


Gambar 3. 9 Brief Tiktok

Pada tahap awal pengerjaan TikTok, saya menerima brief langsung dari Head Creative. Brief ini mencakup panduan mendetail tentang konsep konten, tone, dan gaya yang harus diusung dalam video TikTok M231. Instruksi dari Head Creative membantu saya memahami ekspektasi dan visi yang ingin dicapai, memastikan bahwa konten yang dihasilkan selaras dengan identitas merek dan strategi pemasaran M231. Dengan panduan ini, saya dapat mengembangkan ide-ide kreatif dan konten menarik yang tidak hanya memikat audiens tetapi juga meningkatkan kehadiran digital M231 di platform TikTok.

Saya merancang berbagai jenis konten yang sesuai dengan target audiens, seperti video tren, tutorial, dan behind-the-scenes dari aktivitas perusahaan. Setelah menyusun rencana konten, saya beralih ke tahap produksi, di mana saya membuat dan mengedit video sesuai dengan standar yang diinginkan. Selanjutnya, saya menjadwalkan postingan agar konten dapat dipublikasikan pada waktu yang tepat,

memastikan optimalisasi jangkauan dan interaksi dengan pengikut di TikTok. Sepanjang proyek ini, saya bekerja sama dengan tim untuk memonitor performa konten dan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk mencapai hasil yang maksimal.



Gambar 3. 10 Conten plan tiktok M231

Setelah rencana konten disusun, saya melanjutkan dengan melakukan proses shooting content. Dalam tahap ini, saya mengarahkan dan merekam video sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Saya memastikan setiap video memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan tema yang diinginkan. Setelah proses shooting selesai, saya melakukan pengeditan video untuk memastikan hasil akhirnya menarik dan profesional. Tools yang saya gunakan untuk melakukan pengeditan video adalah aplikasi dari ponsel yaitu Capcut. Terakhir, saya menjadwalkan postingan konten tersebut agar dapat dipublikasikan pada waktu yang tepat, memastikan konten mencapai audiens yang luas dan mendapatkan interaksi maksimal. Selama proyek ini, saya bekerja sama dengan tim untuk memonitor performa konten dan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal.



Gambar 3. 11 Hasil konten tiktok M231

Saya juga memastikan bahwa hasil konten yang saya buat memberikan dampak positif terhadap akun TikTok M231. Dengan memonitor metrik performa seperti peningkatan jumlah pengikut, tingkat interaksi, dan visibilitas akun, saya dapat mengevaluasi efektivitas setiap konten yang dipublikasikan. Jika diperlukan, saya melakukan penyesuaian strategi untuk terus meningkatkan engagement dan mencapai target yang telah ditetapkan. Upaya ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan tidak hanya menarik tetapi juga berdampak signifikan pada pertumbuhan dan keberhasilan akun TikTok M231.

3.3.1.4 Proyek 4 Content Creator Instagram

Pada proyek keempat, saya bertanggung jawab untuk mengelola keseharian Instagram M231 dengan memposting konten

yang telah dijadwalkan. Saya memastikan setiap postingan dipublikasikan sesuai dengan jadwal yang telah disusun sebelumnya, menjaga konsistensi dan kesinambungan dalam aktivitas media sosial. Selain itu, saya memantau performa setiap postingan untuk mengevaluasi efektivitas strategi konten dan membuat penyesuaian jika diperlukan. Tugas ini juga melibatkan interaksi dengan pengikut, menjawab komentar, dan memastikan engagement yang tinggi untuk meningkatkan visibilitas dan popularitas akun Instagram M231.

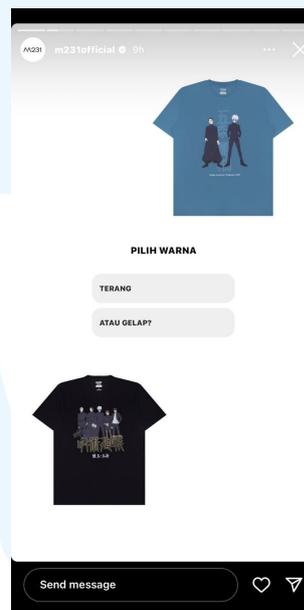


Gambar 3. 12 Postingan feeds M231

Saya juga terlibat dalam pengerjaan copywriting yang digunakan untuk caption Instagram M231. Tugas ini mencakup penulisan teks yang menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas merek, yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens di platform media sosial. Dalam proses ini, saya memastikan setiap caption tidak hanya menggambarkan produk dengan tepat tetapi juga mengkomunikasikan nilai dan keunikan M231, mendorong interaksi dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan para pengikut. Melalui kombinasi strategi visual dan verbal ini, saya membantu

memperkuat presence digital M231 dan mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan.

Sebagai pengelola konten digital, saya bertanggung jawab tidak hanya atas pembaruan feed Instagram M231 menggunakan materi yang disediakan oleh divisi senior desain grafis, tetapi juga atas konten untuk cerita Instagram (story). Dalam hal ini, tugas saya melibatkan penciptaan konten story yang relevan dan menarik yang tidak hanya mempertahankan kohesi dalam brand messaging tetapi juga meningkatkan keterlibatan pengikut. Saya diberikan kebebasan penuh untuk berinteraksi dengan audiens melalui story Instagram, memungkinkan saya untuk menyesuaikan konten secara dinamis sesuai dengan respons dan preferensi pengikut.



Gambar 3. 13 Story IG M231

Dalam tahap pengerjaan Instagram Story, saya memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di platform Instagram untuk meningkatkan engagement. Fitur-fitur seperti polling, question stickers, swipe-up links, dan interactive quizzes digunakan secara strategis untuk menarik interaksi pengguna dan mendorong

keterlibatan audiens. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen interaktif ini, saya berupaya menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan dinamis bagi pengikut M231, sehingga meningkatkan visibilitas konten dan memperkuat hubungan antara merek dan audiens di media sosial. Upaya ini bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan jumlah tampilan dan respon tetapi juga membangun loyalitas dan minat yang lebih dalam terhadap brand M231.

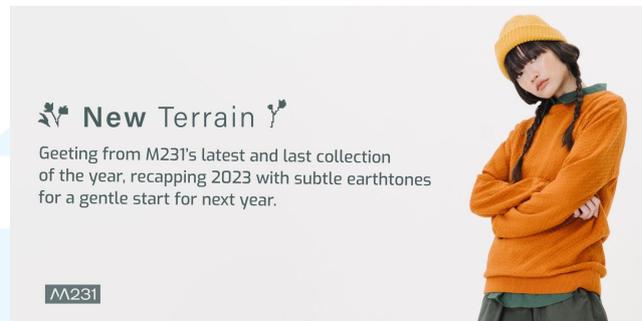
Dengan demikian, saya dapat memastikan bahwa setiap story yang diposting tidak hanya memperkuat citra merek M231 tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dan interaktif dengan target audiens, meningkatkan pengalaman pengguna dan keterlibatan secara keseluruhan.

3.3.1.5 Proyek 5 Banner Shopee

Pada proyek kelima yang diberikan kepada saya, tanggung jawab saya melibatkan pembuatan sebuah banner yang akan dipasang di aplikasi Shopee. Tugas ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip desain grafis serta spesifikasi teknis yang diperlukan untuk media promosi di platform e-commerce tersebut. Banner yang dirancang harus memenuhi persyaratan ukuran dan format yang ditetapkan oleh Shopee untuk memastikan tampilan yang optimal pada berbagai perangkat pengguna.

Selain itu, desain banner harus mencerminkan identitas merek M231 secara konsisten, menggabungkan elemen visual yang menarik dan harmonis dengan pesan yang ingin disampaikan. Pemilihan warna, tipografi, dan gambar harus dipertimbangkan dengan cermat untuk menarik perhatian pengguna aplikasi dan menyampaikan informasi secara efektif. Pesan yang disampaikan melalui banner ini harus jelas dan langsung, mengarahkan pengguna

untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mengunjungi toko, melihat produk baru, atau memanfaatkan promosi khusus.



Gambar 3.14 Banner shopee

Dengan merancang banner yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga fungsional dan informatif, saya bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk atau promosi tertentu di Shopee. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan interaksi pengguna dengan toko M231 di platform tersebut, mendorong lebih banyak pengunjung untuk menjelajahi produk yang ditawarkan, dan pada akhirnya meningkatkan konversi penjualan. Proyek ini tidak hanya menantang keterampilan teknis saya dalam desain grafis, tetapi juga menuntut pemahaman strategis tentang bagaimana visual marketing dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks e-commerce.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Salah satu kendala yang saya temui selama menjalani magang di perusahaan M231 adalah komunikasi mengenai revisi dengan head creative, June. Sebagai head creative, June memiliki tanggung jawab yang besar dan jadwal yang sangat padat, sehingga sering kali sulit untuk mendapatkan waktu yang cukup untuk mendiskusikan revisi secara mendetail. Keterbatasan waktu yang dimiliki June menyebabkan adanya keterlambatan dalam mendapatkan umpan balik yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan efisien. Kondisi ini terkadang menghambat alur kerja dan mempengaruhi jadwal penyelesaian proyek, menuntut saya untuk

lebih proaktif dalam mencari solusi, seperti mengatur pertemuan yang lebih efisien atau menggunakan alat komunikasi alternatif untuk memastikan revisi dapat diselesaikan tepat waktu.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala komunikasi mengenai revisi dengan head creative yang sibuk, beberapa solusi dapat diterapkan. Pertama, saya bisa menjadwalkan pertemuan rutin dengan June untuk mendiskusikan revisi, misalnya dalam bentuk rapat mingguan yang sudah terjadwal sebelumnya, sehingga waktu untuk konsultasi revisi sudah teralokasikan dengan jelas. Kedua, penggunaan alat komunikasi digital seperti email, platform manajemen proyek, atau aplikasi pesan instan dapat dimaksimalkan untuk menyampaikan revisi secara tertulis. Dengan cara ini, June dapat meninjau dan memberikan umpan balik sesuai dengan jadwalnya tanpa harus bertemu langsung. Ketiga, mendokumentasikan setiap revisi yang dibutuhkan secara detail dan jelas akan membantu mempercepat proses persetujuan, karena June dapat langsung memahami kebutuhan perubahan yang diperlukan. Terakhir, meningkatkan kolaborasi dengan desainer grafis senior sebagai penengah dalam beberapa kasus revisi juga dapat meringankan beban komunikasi langsung dengan June, sehingga alur kerja tetap lancar dan efisien. Dengan menerapkan solusi-solusi ini, proses revisi dapat menjadi lebih terstruktur dan mengurangi hambatan yang disebabkan oleh kesibukan head creative.

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