

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

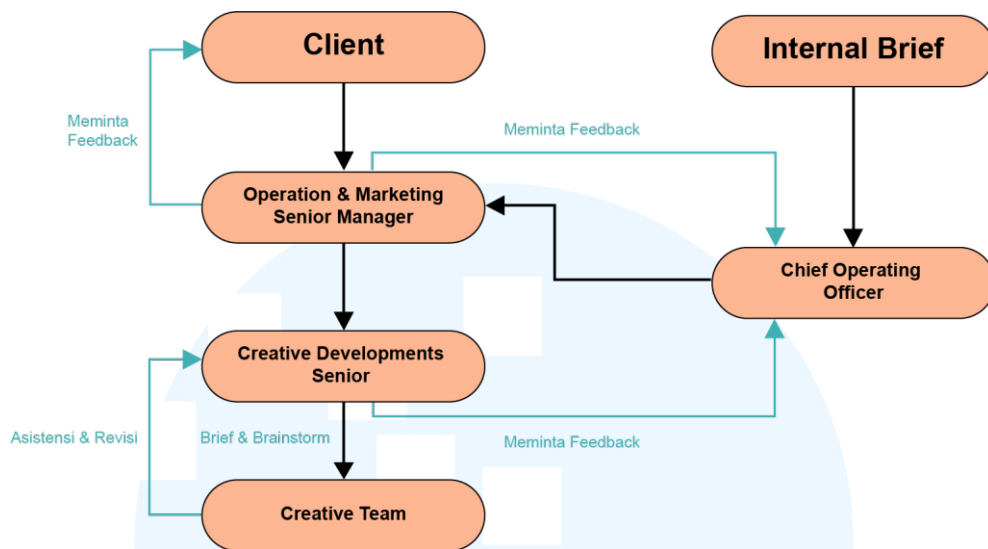
Selama menjalani praktek kerja magang di perusahaan, penulis terlibat secara langsung dalam pengerjaan proyek-proyek untuk klien melalui perusahaan YWMF. Penulis sebagai peserta magang memiliki kedudukan dibawah pengawasan *Creative Development* dan *Graphic Designer*. Perusahaan menetapkan alur kerja atau koordinasi yang sistematis untuk menjaga kelancaran komunikasi dan pengerjaan proyek. Berikut adalah penjabaran dari kedudukan dan koordinasi Yovie Widiyanto Music Factory (YWMF):

3.1.1 Kedudukan

Kedudukan penulis di YWMF adalah sebagai *Graphic Designer Intern* di dalam divisi *Creative Development*. Penulis memiliki kedudukan di bawah bimbingan dan pengawasan dua desainer grafis *full-time*, yang mana kedua desainer grafis *full-time* pun berada dibawah koordinasi *Creative Development Senior Manager* yang juga memonitor aktivitas para divisi *Creative Development* serta desainer grafis sekaligus seorang yang melakukan *approval* terhadap karya yang telah dibuat sebelum diunggah ke sejumlah *platform* maupun dikirim ke klien. Pada beberapa kesempatan penulis melakukan kerja sama dengan tim *Project Officer* dan *Social Media Officer* untuk dimintai merancang konten publikasi media sosial YWMF dan klien perusahaan.

3.1.2 Koordinasi

Setiap tim dalam seluruh divisi di perusahaan YWMF memiliki kewajiban untuk mengikuti alur koordinasi yang telah ditetapkan perusahaan. Berikut adalah alur koordinasi di perusahaan Yovie Widiyanto Music Factory:



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

Setiap tim dalam seluruh divisi di perusahaan YWMF memiliki kewajiban untuk mengikuti alur koordinasi yang telah ditetapkan perusahaan. Setiap *client brief* yang masuk ke perusahaan pertama-tama akan dikirimkan kepada *Operation & Marketing Senior Manager* terlebih dahulu. Proyek yang berhubungan dengan pekerjaan kreatif akan dikirimkan kembali kepada *Creative Development Senior* untuk ditentukan konsep beserta *output* nya. Setelah menentukan konsep kreatif dan *output* nya, *Creative Development Senior* akan memberikan brief kepada *Creative Team* baik secara langsung atau verbal maupun di dalam *request form* berupa Google Sheets. *Creative Team* akan diingatkan kembali mengenai proyek yang perlu dikerjakan melalui pesan Whatsapp.

Tim desain grafis akan mengerjakan proyek tersebut sesuai dengan brief yang diberikan. Setelah pekerjaan telah selesai, tim desain grafis akan mengirimkan hasil pekerjaannya kepada *Creative Development Senior* untuk meminta approval dan *feedback* atau asistensi beserta perolehan revisi bila ada. Bila pekerjaan yang diasistensikan di *approve*, *Creative Development Senior* akan mengirimkan hasil pekerjaan tersebut kepada *Chief Operating Officer* untuk mendapatkan *feedback*. Bila terdapat revisi, hasil pekerjaan tersebut akan dikirimkan kembali kepada *Creative Team* untuk diperbaiki hingga diterima. Sama halnya dengan koordinasi sebelumnya, terdapat

internal brief yang berasal dari divisi lain. *Internal brief* akan dikirimkan terlebih dahulu kepada *Chief Operating Office* dan dikirimkan kembali kepada *Operation & Marketing Senior Manager*. Pekerjaan tersebut bila berhubungan dengan kreatif akan dikerjakan oleh tim desainer grafis dan proses selanjutnya akan berjalan sama seperti alur koordinasi sebelumnya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai seorang desainer grafis magang di YWMF, penulis bertanggung jawab dalam mengerjakan beberapa proyek seperti mendesain tampilan konten media sosial YWMF, membuat release material, materi promosi, ilustrasi untuk *lyric video*, dan lain sebagainya. Berikut adalah tabel berisi karya atau proyek yang dikerjakan penulis selama menjalani program kerja magang di Yovie Widiyanto Music Factory (YWMF) atau PT Swara Infia Mediacom:

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (26 Januari 2024)	<i>Training - photoshoot retouch</i>	Latihan me- <i>retouch photoshoot</i> Arsy Widiyanto, Rachel, dan Gusty sesuai dengan standar YWMF dan klien.
2	Minggu 2 (29-31 Januari & 1-2 Februari 2024)	<i>Training - photoshoot retouch</i>	Latihan me- <i>retouch photoshoot</i> SEMVA sesuai dengan standar YWMF dan klien.
		<i>Press conference material</i> ArTi	Me- <i>retouch photoshoot</i> Arsy Widiyanto dan Tiara Andini untuk <i>preview</i> MV “Lagu Pernikahan Kita” - konferensi pers di Yamaha Music Center Building.
		Instagram Feeds postingan plesetan Lirik – YWMF	Desain konten Instagram Post tentang plesetan lirik lagu “Mirip Kamu” dengan digital imaging.
		Instagram Story playlist template “Lagu Pernikahan Kita”	Berisi beberapa <i>screenshot</i> dari pencapaian “Lagu Pernikahan Kita” di Spotify yang dikompilasi ke dalam template dengan latar <i>photoshoot</i> ArTi.

3	Minggu 3 (5-7 Februari 2024)	Ilustrasi untuk 2 <i>scene Lyric Video</i> “Terindah di Dunia”	Dibuat dengan gaya ilustrasi yang telah ditetapkan. Ilustrasi dibuat dengan sederhana yang kemudian akan disempurnakan oleh para <i>full-timer</i> .
		Instagram Story - Ilustrasi ArTi dari lagu “Lagu Pernikahan Kita”	Membuat Instagram Story ilustrasi ArTi dengan gaya ilustrasi kartunis tanpa outline. Berfungsi sebagai bagian dari <i>marketing</i> lagu “Lagu Pernikahan Kita”
		Instagram Story Isra Mi’raj – YWMF	Membuat Instagram Story untuk perayaan Isra’miraj dengan teknik digital imaging. Desain disesuaikan dengan <i>key visual</i> YWMF terbaru.
		Instagram Story Imlek – YWMF	Membuat Instagram Story untuk perayaan Imlek dengan teknik ilustrasi <i>freehand</i> . Ilustrasi adalah berupa keluarga besar YWMF yang meliputi artisnya.
4	Minggu 4 (12-16 Februari 2024)	Latihan <i>retouch photoshoot</i>	Latihan <i>me-retouch photoshoot</i> Rachel, Mario Ginanjar, dan Elma Dae sesuai dengan standar YWMF dan klien.
		Instagram Feeds <i>Valentine’s Day</i> – YWMF	Membuat desain konten Instagram Post perayaan hari <i>valentine</i> dengan <i>digital imaging</i> .
		Lineart sketsa 2D <i>Animation</i> “Adu Rayu”	Merupakan proyek yang dikerjakan bersama. Penulis mendapatkan bagian untuk membuat <i>lineart</i> pada sketsa yang dikerjakan oleh rekan penulis. Proyek ini adalah perayaan <i>anniversary</i> ke-5 lagu “Adu Rayu”.
		Facebook & Twitter <i>banner</i> ArTi lagu “Masih Hatiku”	Proyek pembuatan Facebook & Twitter <i>banner</i> untuk keperluan promosi perilisan lagu “Masih Hatiku”

5	Minggu 5 (19 – 23 Februari 2024)	<i>Lineart</i> sketsa 2D <i>Animation</i> “Adu Rayu” (Scene 1-12)	Merupakan proyek yang dikerjakan bersama. Penulis mendapatkan bagian untuk membuat <i>lineart</i> pada sketsa yang dikerjakan oleh rekan penulis. Proyek ini adalah perayaan <i>anniversary</i> ke-5 lagu “Adu Rayu”.
		Mencari 5 referensi foto untuk <i>Lyric Video</i> lagu “Mantan Terindah” oleh ArTi	5 referensi foto menjadi dasar dan referensi dari penggambaran ilustrasi <i>scene Lyric Video</i> “Mantan Terindah”.
6	Minggu 6 (26-29 Februari 2024) & 1 Maret 2024)	Ilustrasi 4 scene <i>Lyric Video</i> lagu “Mantan Terindah” oleh ArTi	Dibuat dengan gaya ilustrasi yang telah ditetapkan. Ilustrasi dibuat dengan sederhana yang kemudian akan disempurnakan oleh para <i>full-timer</i> .
		Instagram Story hari musik nasional – YWMF	Membuat desain konten Instagram Post perayaan hari musik nasional dengan digital imaging.
7	Minggu 7 (4-8 Maret 2024)	Instagram Story <i>Out now Lyric Video</i> lagu ”Terindah di Dunia” – YWMF	<i>Melayout</i> desain berupa ilustrasi dan judul lagu yang telah disediakan. Kemudian, ditambahkan <i>CTA</i> berupa <i>channel</i> Youtube Arsy Widiyanto
		Instagram Story hari Nyepi – YWMF	Membuat desain konten Instagram Post perayaan hari Nyepi dengan <i>digital imaging</i> .
		Instagram Story <i>Out now Lyric Video</i> lagu ”Mantan Terindah” – YWMF	<i>Melayout</i> desain berupa ilustrasi dan judul lagu yang telah disediakan. Kemudian, ditambahkan <i>CTA</i> berupa <i>channel</i> Youtube Arsy Widiyanto
8	Minggu 8 (11-15 Maret 2024)	Instagram Story ucapan perayaan ibadah puasa – YWMF	Membuat desain konten Instagram Post perayaan ibadah puasa dengan <i>digital imaging</i> .
		<i>Promotional material playlist</i> “Written by Yovie Widiyanto – Youtube <i>channel</i> Yovie Widiyanto	<i>Promotional material</i> dibuat dengan <i>digital imaging</i> dan didominasi elemen bentuk. Berisi karya-karya milik Yovie Widiyanto selama menjadi musisi.

		Desain kemasan <i>hampers</i> Idul Fitri - FIBES & YWMF	Desain yang dibuat adalah berupa: - Label botol <i>room perfume</i> - Box botol <i>room perfume</i> - <i>Outer box</i> besar <i>hampers</i> Komponennya adalah berupa logo FIBES dan YWMF.
		Instagram Reels – <i>template repost</i> Kahitna	<i>Template</i> yang dibuat dengan elemen teks yaitu untuk Kahitna dengan lagunya berjudul “Cantik”.
9	Minggu 9 (18-24 Maret 2024)	Finalisasi <i>FAW</i> desain kemasan <i>hampers</i> Idul Fitri - FIBES & YWMF	Mengirimkan desain siap cetak kepada <i>Creative Development Senior</i> .
		<i>Congratulatory post</i> IGS lagu "Masih Hatiku" - ArTi	<i>Congratulatory post</i> pencapaian 5.000.000.000 pendengar di Spotify untuk lagu “Masih Hatiku” yang diunggah di akun Instagram YWMF.
		Sketsa dan desain <i>layout</i> untuk kartu ucapan idul fitri – FIBES & YWMF	Sketsa dan <i>layout</i> yang dirancang kemudian akan dieksekusi menjadi desain <i>pixel art</i> oleh rekan lainnya.
		Sampul majalah untuk perilisan lagu "Sejauh Dua Benua" - Kahitna	Majalah digunakan sebagai properti untuk <i>shooting</i> MV lagu “Sejauh Dua Benua” dengan teknik <i>digital imaging</i> .
		<i>Cover artwork</i> lagu "Sejauh Dua Benua" (ver 1) - Kahitna	Sayembara perancangan <i>cover artwork</i> untuk perilisan lagu “Sejauh Dua Benua” dengan teknik <i>digital imaging</i> .
10	Minggu 10 (25-24 Maret 2024)	<i>Cover artwork</i> lagu "Sejauh Dua Benua" (ver 1-7) - Kahitna	Merevisi <i>cover artwork</i> untuk perilisan lagu “Sejauh Dua Benua” sesuai dengan kritik dan saran <i>supervisor</i> dan klien.
		4 <i>scene lyric video</i> lagu “Sejauh Dua Benua” - Kahitna	Dibuat dengan teknik <i>digital imaging</i> . Desain dibuat dengan konsep <i>photo collage</i> disempurnakan oleh para <i>full-timer</i> .

11	Minggu 11 (1-6 April 2024)	Logo dan <i>collateral media</i> - MILESTONE Records	Pembuatan alternatif <i>layout logotype</i> pada logo dan untuk <i>collateral media</i> adalah berupa 2 alternatif kop surat.
		Lirik pada <i>scene</i> 1 & 2 LV lagu "Sejauh Dua Benua" - Kahitna	Setelah pembuatan desain per- <i>scene</i> , kemudian ditambahkan teks berupa lirik lagu.
		Postingan Meme Lebaran – Yovie & Nuno	Sarana hiburan dan interaksi dengan penggemar untuk meramaikan Idul Fitri 2024.
12	Minggu 12 (7-19 April 2024)	<i>Lyric video</i> lagu “21” - Eileen	Membuat ilustrasi untuk elemen pada <i>lyric video</i> .
		Instagram Story selamat hari Kartini ”Terindah di Dunia” –YWMF	Membuat desain konten Instagram Post perayaan hari Kartini dengan <i>digital imaging</i> .
13	Minggu 13 (22-29 April 2024)	Poster lagu “Sejauh Dua Benua” - Kahitna	Media promosi perilisan lagu dengan desain yang lebih variatif.
		<i>Preset Publicity Photo</i> lagu "21" - Eileen	Digunakan untuk membangkitkan <i>mood</i> dan kesan sesuai dengan konsep lagu.
		Instagram Story Hari buruh nasional – YWMF	Membuat desain konten Instagram Post peringatan hari buruh dengan <i>digital imaging</i> .
		<i>Music video</i> lagu "21" - Eileen	Mengatur dan menyusun potongan <i>video raw</i> yang kemudian melalui proses pengeditan.
14	Minggu 14 (2-3 Mei 2024)	Logo FIBES	Terdapat variasi dari logo FIBES yaitu: - FIBES Creative - FIBES Records - FIBES Publishing
		<i>Flyer press conference</i> lagu “Bukan Sebuah Rindu” Andmesh x Yovie Widianto	Flyer berisi jadwal <i>press conference</i> beserta lokasi dan jam. Flyer berupa Instagram story.

15	Minggu 15 (12- 17 Mei 2024)	Instagram story ucapan “Hari Waisak”	Membuat Instagram Story untuk perayaan Hari Waisak dengan teknik <i>digital imaging</i> . Desain disesuaikan dengan <i>key visual</i> YWMF terbaru.
		<i>Dummy layout lyric video</i> lagu “Pisah Baik-baik” Elma Dae	<i>Dummy layout</i> adalah sebagai tata letak yang akan diaplikasikan kepada lyric video. Berisi jenis <i>font</i> , warna, dan transisi yang akan dicapai.
		<i>Cover artwork</i> lagu “Pisah Baik-baik” Elma Dae	Perancangan <i>cover artwork</i> untuk perilisan lagu “Pisah Baik-baik” dengan teknik digital imaging.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melakukan kegiatan magang di Yovie Widiyanto Music Factory, terdapat beberapa jenis proyek yang dikerjakan penulis baik untuk media *offline* maupun *online*. Proyek atau pekerjaan yang diajukan kepada penulis adalah seperti media promosi *online*, *packaging*, media cetak, *release* dan *promotional material*, desain untuk media sosial, logo, desain *lyric video*, *cover artwork*, dan lain sebagainya. Proyek biasanya dikerjakan menggunakan software Adobe Photoshop dan Illustrator dengan format 1:1, 16:9, dan ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan perancangan. Selama hari kerja, penulis bekerja selama 7 jam dalam sehari, namun tidak menutup kemungkinan untuk bekerja melewati jam tersebut apabila terdapat permintaan yang mendadak. Pekerjaan yang belum selesai terkadang akan dikerjakan di rumah atau dilanjutkan di hari berikutnya.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Proyek-proyek yang dikerjakan dirancang menggunakan asset yang dibuat sendiri dan asset gratis atau bebas digunakan untuk keperluan komersial seperti melalui Freepik, Pexels, dan Envato Elements. Perusahaan pun menyediakan *asset* berupa foto klien yang telah dikurasi dan sudah melalui proses *retouch* sebelum diaplikasikan pada desain lain. Tata letak dari setiap design yang di *assign* dibebaskan kepada desainer sebagai bagian dari eksplorasi, terkadang pula terdapat *layout* yang ditetapkan untuk dijadikan

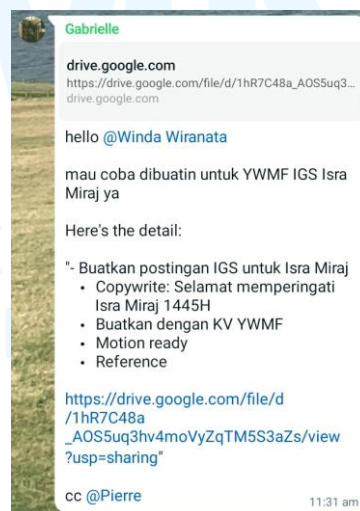
sebagai *template*. Berikut adalah proyek-proyek yang dikerjakan penulis selama melakukan kegiatan magang di Yovie Widiyanto Music Factory (YWMF):

3.3.1.1 Instagram Story Ucapan Hari Raya

Setiap bulannya perusahaan akan mengunggah konten ucapan hari raya di akun Instagram YWMF dalam bentuk Instagram Story. Desain konten ucapan haari raya dibuat dengan tujuan untuk menghormati perayaan setiap agama. Selama melakukan magang, penulis merupakan pemegang yang paling sering diminta untuk merancang proyek ini oleh supervisor dan *Social Media Officer*.

1. *Brief*

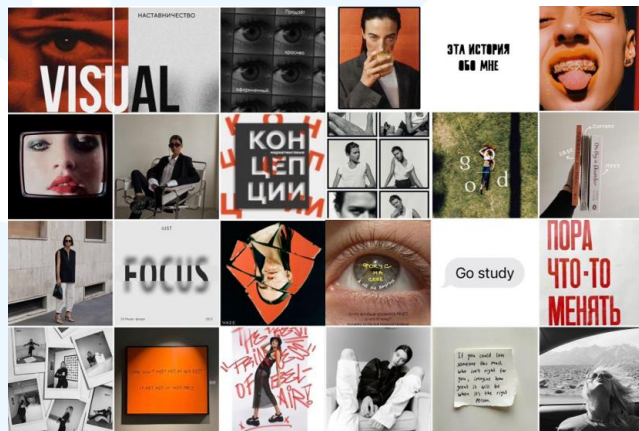
Pada kesempatan ini penulis ditugaskan untuk merancang desain dari ucapan hari raya dengan *key visual* YWMF terbarunya. Request dikirimkan melalui *chat* Whatsapp oleh *Social Media Officer* untuk di-assign kepada penulis. YWMF ingin membuat tampilan media sosial instagram nya menjadi lebih konsisten melalui kesan yang ditampilkan pada *key visual* terbarunya. Setiap proyek desain media sosial akan di-monitori oleh desainer grafis *full-time*.



Gambar 3. 2 *Brief* Perancangan Instagram Story YWMF

2. *Brainstorming*

Setelah memahami *brief* yang diberikan, penulis diberikan sebuah *key visual* terbaru dari YWMF. Sebelum merancang, penulis mencoba melakukan *brainstorming* agar memahami *look & feel* yang dibawakan oleh *key visual*, yaitu mengenai *layout* dan penggunaan *asset* visual seperti apa yang akan sesuai dengan *key visual* terbarunya. Melalui *key visual* yang diberikan, penulis menarik kesimpulan bahwa kesan yang dibawakan adalah *modern*, tegas, namun tetap *vibrant*. Di setiap karya yang akan dirancang akan diimplementasikan logo YWMF warna hitam sebagai *brand mandatory*. Selain itu, setiap desain diwajibkan memiliki warna jingga YWMF sesuai yang tercantum pada *graphic standard manual* YWMF.



Gambar 3. 3 *Key Visual* YWMF

3. Konsep

Setelah melakukan *brainstorming*, penulis menangkap kesimpulan bahwa konsep yang ingin dibawakan adalah yang menggambarkan “anak muda” atau *grunge*. Hal tersebut diperoleh dari informasi yang diberikan oleh *supervisor*, yang mana meskipun para klien atau artis yang dimiliki YWMF beberapa adalah usia senior. Namun, tetap harus menunjukkan image yang terkesan anak muda agar

eksistensi karya nya pun tetap sesuai dengan generasi muda. *Layout* dibuat secara dinamis dengan gaya *photo collage* menggunakan fotografi dan *vector illustration*, konsep ini pun disetujui oleh *supervisor*.

Penulis kemudian mengumpulkan referensi yang di *approve* oleh *supervisor* sebagai arahan desain yang akan dibuat. Referensi adalah berupa referensi visual dan *font*. *Font* yang digunakan bukanlah *font* yang akan digunakan seterusnya untuk setiap perancangan dan dapat berganti dengan menyesuaikan *look and feel* dan konsep. Pemilihan *font* disarankan dengan memadukan *serif* dan *sans serif* untuk menunjukkan kepaduan dan ketegasan. Warna yang dipilih adalah warna dari identitas brand YWMF yang mana hitam melambangkan kekuatan dan elegan. Sedangkan jingga melambangkan kreativitas dan independen.



Gambar 3. 4 Referensi Visual, *Color Palette*, dan *Font*

4. Sketsa

Gambaran yang jelas dapat diperoleh melalui pengerjaan sketsa terlebih dahulu. Penulis membuat sketsa secara digital melalui *software* Adobe Photoshop dengan *layout* yang menampilkan objek visual lebih jelas dengan membuatnya lebih besar. Teks dibuat dengan paragraf rata kiri agar desain menjadi seimbang. Teks yang perlu di *highlight* dengan

ukuran yang besar adalah yang menyatakan hari dari perayaannya.



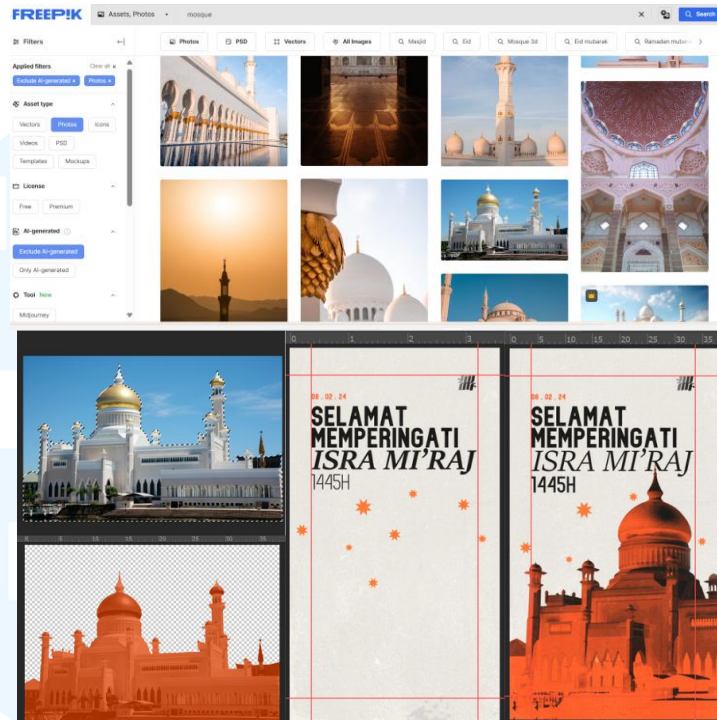
Gambar 3. 5 Sketsa Instagram Story Hari Raya YWMF

5. Digitalisasi

Melalui ide dan konsep yang sudah ditentukan, penulis melanjutkan proses perancangan yang dilakukan di Adobe Photoshop dengan teknik *digital imaging* pada *artboard* berukuran 9:16 px menggunakan asset foto Freepik. Foto yang dipilih kemudian dilalui proses *cropping* menggunakan *quick selection tool*. *Margin* yang digunakan adalah berukuran 1x2 px. Setelah itu, penulis mengatur peletakkan *copywriting* dan diakhiri dengan dikombinasikannya bersama *overlay* dari tekstur kasar seperti kertas untuk menumbuhkan kesan *grunge* sesuai dengan referensi visual. Selain tekstur kertas, penulis juga bereksperimen dengan menggunakan tekstur *halftone*.

Warna jingga diaplikasikan pada *asset* visual dan teks yang akan dijadikan sebagai *sub-headline*. *Mandatory* pada logo diletakkan pada posisi atas. Penulis menambahkan elemen bentuk seperti *shape* bintang sebagai dekorasi untuk

menggambarkan langit dan mengisi *white space* yang ada sehingga tidak menunjukkan kesan terlalu kosong.



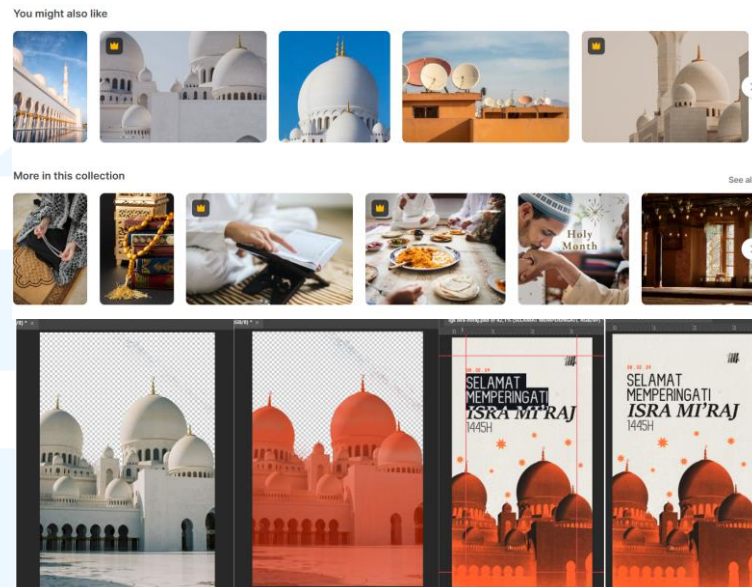
Gambar 3. 6 Proses Perancangan Instagram Story Hari Raya YWMF Pertama

6. Asistensi dan Revisi

Setelah selesai, penulis mengasistensikan karya kepada *supervisor* secara langsung untuk mendapatkan *feedback* dan revisi. *Feedback* yang diperoleh adalah dengan menjadikan kalimat hari raya sebagai *emphasis*. Caranya dapat dengan menambah bobot *font* ataupun mengganti warna *font*. Selain itu, visual perlu lebih dirapikan dengan tidak menampilkan *bleed* ataupun objek-objek yang terkesan mengganggu pada *asset* visual. *Supervisor* menyarankan untuk mencari asset visual masjid lainnya yang lebih rapi dan seimbang.

Melalui revisi yang diberikan, penulis kembali mencari *asset* visual masjid dengan proporsi yang lebih seimbang di Freepik. Selanjutnya penulis mengerjakannya dengan proses digitalisasi yang sama dengan sebelumnya, yaitu dengan

mengganti *asset* visual dengan yang baru dan memperbaiki *layout* teks serta bobot *font*.



Gambar 3. 7 Proses Perancangan Instagram Story Hari Raya YWMF Kedua

7. Finalisasi

Setelah dilakukannya revisi kedua, penulis meminta *approval* kembali kepada *supervisor* dan setelah disetujui. Menurutnya, desain terakhir yang dibuat sudah menunjukkan keseimbangan yang baik. Hal tersebut ditunjukkan dari bentuk visual masjid yang tingginya sama rata.

Desain final atau FAW kemudian dikirimkan kepada *Social Media Officer* untuk diunggah serta disimpan ke dalam Google Drive yang telah disediakan sebagai dokumentasi proyek. Karya yang telah dibuat kemudian diunggah di akun media sosial Instagram YWMF di saat hari perayaan tersebut berlangsung oleh *Social Media Officer*. Desain biasanya diunggah pada pagi hari sekitar jam 07.00 WIB.



Gambar 3. 8 Desain Akhir Instagram Story Hari Raya YWMF

Melalui proses dan cara pengerjaan serupa, penulis menerapkan konsep dan nuansa yang sama pada beberapa desain Instagram Story ucapan perayaan lainnya. Selain menggunakan asset fotografi, penulis juga menggunakan asset ilustrasi yang juga di dapat dari Freepik. Asset ilustrasi yang biasa digunakan adalah *vector illustration*.

Hal yang paling menonjol dari perancangan ini adalah penggunaan warna jingga, monokrom, dan tekstur yang kasar. Supervisor menyarankan untuk tidak membuat desain yang terkesan terlalu literal atau *asset visual* yang menunjukkan secara langsung makna nya.

Melalui pengerjaan proyek ini, penulis mendapatkan pembelajaran bahwa media sosial industri musik pun perlu mengikuti pergerakan tren terbaru untuk menarik minat audiens. Maka dari, itu diperlukan riset mengenai tren yang populer dan tentunya perlu disesuaikan dnegan segmentasi. Berikut adalah beberapa karya lainnya yang disesuaikan dengan *key visual* terbaru YWMF:



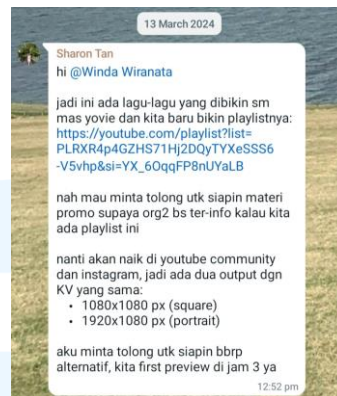
Gambar 3. 9 Keseluruhan Desain Instagram Story Hari Raya YWMF

3.3.1.2 Materi Promosi “Written by Yovie Widianto”

“Written by Yovie Widianto” merupakan *playlist* yang berisikan kumpulan lagu-lagu terdahulu hingga sekarang ciptaan Yovie Widianto baik untuk artis YWMF maupun artis di luar perusahaan. Tujuan dari dibuatnya *playlist* ini adalah agar para pendengar dapat dengan mudah mencari lagu-lagu nya. Selain itu, Yovie Widianto ingin agar semua orang dapat bernostalgia dengan karya-karya ciptaannya.

1. Brief

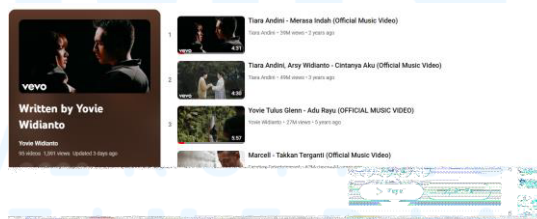
Pada kesempatan ini penulis diminta untuk mendesain materi promosi tersebut dengan memberikan 3 alternatif desain yang kemudian akan diseleksi oleh Project Officer sebelum sampai ke klien. *Brief* dikirimkan melalui *chat* Whatsapp oleh *Project Officer* lengkap dengan *format* nya.



Gambar 3. 10 Brief Materi Promosi “Written by Yovie Widianto”

2. Brainstorming

Maka dari itu, penulis membuat perancangan desain berupa materi promosi yang diunggah ke *channel* Youtube dan Instagram Yovie Widianto. Pembuatan karya ini juga didasarkan dengan tujuan untuk menciptakan *awareness* kepada para audiens agar selalu terinformasikan bila terdapat rilisan-rilisan lagu. Penulis melakukan analisis sederhana pada *playlist* tersebut. Penulis melakukan *brainstorming* dengan memikirkan kesan seperti apa yang ingin dibawakan. Berdasarkan apa yang dipahami, kesannya adalah dengan menampilkan karya yang tetap terlihat *modern*, tidak terlalu “anak muda”, namun di dalamnya terdapat unsur yang bersifat nostalgia.



Gambar 3. 11 Proses Analisis Materi Promosi “Written by Yovie Widianto”

Desain yang dibuat memiliki dua format, yaitu 1:1 dan 16:9. *Brief* juga disertai dengan yang *publicity photos* Yovie Widianto yang semua fotonya telah melalui proses *cropping*.



Gambar 3. 12 *Publicity Photos* untuk Materi Promosi “*Written by Yovie Widianto*”

3. Konsep

Setelah melakukan *brainstorming*, penulis memikirkan konsep yang akan dibawakan. Konsep nya adalah dengan menggunakan teknik *digital imaging* dan ilustrasi *vector* dengan elemen bentuk abstrak melalui referensi gaya ilustrasi Bauhaus. Jenis *font* yang digunakan adalah serif dan sans serif dengan variasi bentuk memanjang dan lebar. Penulis menentukan *color palette* dengan memilih warna-warna netral sebagai kesan nostalgia, kemudian berencana untuk membuat *asset* foto menjadi *black and white*.

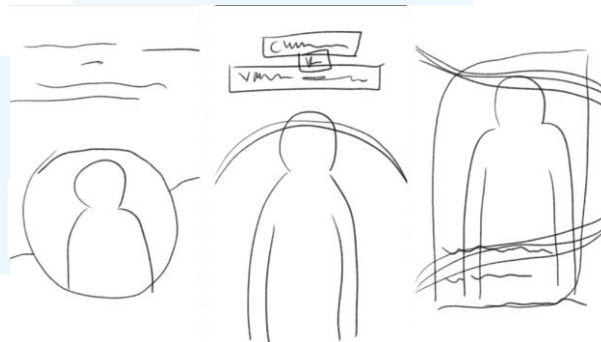


Gambar 3. 13 Referensi Visual, *Color Palette*, dan *Font* Materi Promosi “*Written by Yovie Widianto*”

4. Sketsa

Penulis membuat sketsa terlebih dahulu untuk menentukan *layout* dan desainnya secara *digital* melalui

Adobe Photoshop. Elemen desain yang digunakan sebagian besar menggunakan bentuk dan garis sederhana yang abstrak untuk membuat *asset* visual foto tetap terpusat menjadi *focal point*. Desain yang penulis tentukan adalah dengan membuat *frame* dan teks akan diposisikan di dalam *frame* maupun di luar *frame* namun tetap terpusat pada objek visual.



Gambar 3. 14 Sketsa Materi Promosi “Written by Yovie Widianto”

5. Digitalisasi

Proses digitalisasi dilakukan di Adobe Photoshop, penulis membuat 3 alternatif karya dengan desain yang berbeda dalam format 16:9 untuk *preview*. *Margin* yang digunakan adalah berukuran 0,3 x 0,3 cm atau 1x1 px. Desain yang dibuat pertama kali adalah sebagai *key visual* yang akan diterapkan ke dalam format lainnya. Pertama, penulis membuat terlebih dahulu. Karena *playlist* mengandung lagu-lagu terdahulu hingga sekarang, maka pada beberapa alternatif penulis membuat objek visual menjadi monokrom. Sedangkan untuk *frame* dibuat berwarna untuk menggambarkan kesan *modern* dan “baru” selayaknya lagu-lagu terbaru yang juga terdapat pada *playlist*.



Gambar 3. 15 Proses Perancangan Materi Promosi “Written by Yovie Widianto” Pertama

6. Asistensi dan Revisi

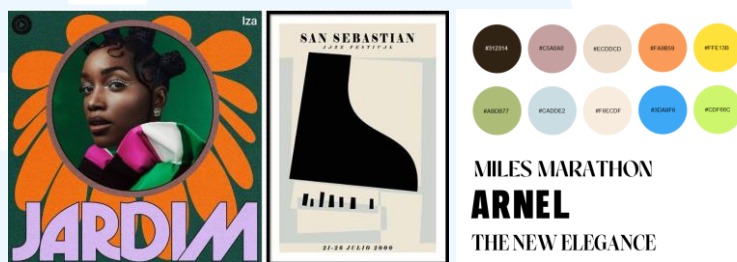
Setelah melakukan asistensi kepada *Project Officer* melalui *chat* Whatsapp, diperoleh revisi dengan mengembangkan desain yang berlatar jingga. Melalui desain tersebut, *Project Officer* memberikan referensi atau saran berupa penggunaan bentuk yang lebih banyak dan *me-layout* sesuai dengan alternatif yang telah dibuat. Selain itu penggunaan warna perlu lebih *vibrant* agar terasa lebih kontras dengan *asset* foto.



Gambar 3. 16 Alternatif Desain Materi Promosi “Written by Yovie Widianto” Pertama

Dari referensi yang dikirimkan, penulis membuat kembali dua alternatif desain dengan pendekatan yang disesuaikan

dengan referensi dan saran yang diberikan. Penulis kembali menentukan *font* dan *color palette* yang akan digunakan berdasarkan referensi, disertai dengan *tone* warna yang lebih muda. Penulis menggunakan *font sans serif* dan *serif* untuk dipadukan pada alternatif pertama. Warna yang digunakan adalah yang lebih *vibrant* sehingga desain semakin terlihat *eye catching*.



Gambar 3. 17 Referensi Visual, *Color Palette* dan *Font* Materi Promosi

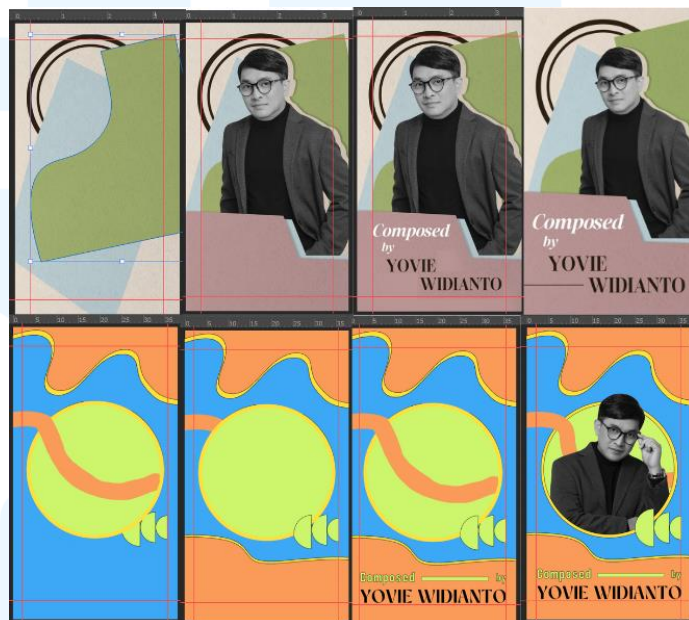
“Written by Yovie Widianto” Terbaru

Sketsa dibuat dalam ukuran 16:9 dengan tetap mempertahankan objek visual berada di dalam *frame* dan percobaan tanpa menggunakan frame. Alternatif dibuat dengan lebih memadukan elemen bentuk geomteris hingga organis yang dibuat secara abstrak.



Gambar 3. 18 Sketsa Baru Materi Promosi “Written by Yovie Widianto” Kedua

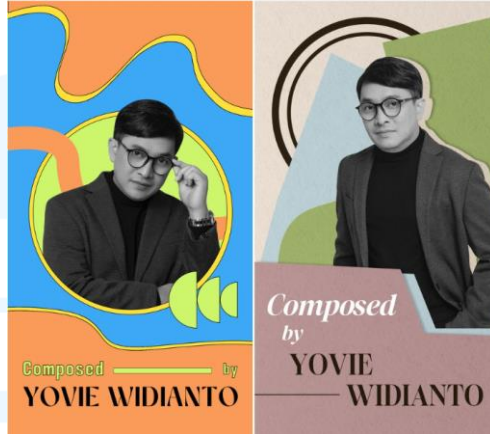
Penulis menambahkan warna-warna yang berbeda untuk menambahkan kesan dinamis pada desain. Desain pertama dibuat dengan konsep yang *groovy* untuk memberikan kesan atraktif dan membahagiakan layaknya lagu-lagu yang diciptakan Yovie Widiyanto. Kemudian untuk desain kedua dibuat dengan tetap mempertahankan unsur *nostalgic* dengan penggunaan warna netral namun tetap *vibrant*. Perancangan dilakukan dengan proses yang sama yaitu menggunakan 0,3 x 0,3 cm atau 1x1 px. Bentuk dibuat menggunakan *pen tool*.



Gambar 3. 19 Proses Perancangan Materi Promosi “Written by Yovie Widiyanto”
Kedua

Desain yang telah selesai dibuat kemudian dikirimkan kembali kepada *Project Officer* untuk memperoleh kritik dan saran. Dari dua desain yang telah dibuat, desain yang terpilih adalah desain kedua. Namun, tetap melalui proses revisi yaitu dengan tidak *mirror asset* foto dan mengganti kata “*compossed*” menjadi “*written*”. Selain itu, penulis diminta

untuk memperbaiki layout tulisan dari desain agar lebih *balance* dan mengubah font *italic* menjadi jenis *regular*.



Gambar 3. 20 Hasil Revisi Desain Materi Promosi “Written by Yovie Widianto”
Kedua

7. Finalisasi

Setelah desain telah diterima, penulis menerapkannya ke dalam format 1:1 dengan layout yang serupa. Desain ini kemudian diunggah di akun Instagram dan Youtube Yovie Widianto. Melalui perancangan karya ini, penulis memperoleh *insight* baru bahwa media promosi menjadi aspek yang penting dalam meraih kesuksesan para musikus dan agar karyanya dapat tetap bertahan. Khususnya dalam menghidupkan karya-karya lama agar tetap didengar oleh masyarakat dari berbagai kalangan.



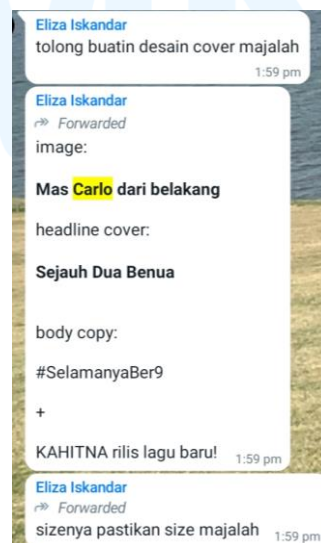
Gambar 3. 21 Desain Akhir Materi Promosi “Written by Yovie Widianto”

3.3.1.3 Sampul Majalah Kahitna Lagu “Sejauh Dua Benua”

Objek majalah digunakan sebagai bagian dari properti pada *shooting music video* lagu “Sejauh Dua Benua” oleh Kahitna. Pada kesempatan kali ini penulis diminta untuk mendesain sampul dari majalah tersebut. Tujuan lainnya adalah sebagai media promosi band Kahitna dan lagu yang sedang dibawakan saat itu. Meskipun makna dari lagu ini adalah tentang cinta dari sepasang kekasih, pihak Kahitna memiliki ide kreatif untuk mengaitkannya dengan lagu untuk kepergian Carlo Saba. Maka dari itu, para desainer grafis perlu membuat bagaimana agar lagu ini menjadi bermakna pertemanan yang kuat.

1. Brief

Brief dikirimkan oleh *Graphic Designer* kepada penulis melalui *chat* Whatsapp. Sebelumnya, para pemegang bersiaga untuk mengerjakan proyek yang akan datang selama para tim menyusun rangkaian proses *shooting* MV Sejauh Dua Benua. Penulis berinisiatif untuk mengambil proyek ini saat Desainer Grafis meng-*assign*. Penulis diminta untuk mengerjakan proyek ini dengan waktu sesingkat mungkin karena cukup *urgent*.



Gambar 3. 22 *Brief* Sampul Majalah Lagu “Sejauh Dua Benua”

2. *Brainstorming*

Konsep dari lagu “Sejauh Dua Benua” adalah untuk mengenang Carlo Saba sebagai vokalis Kahitna. Penulis membuat sampul dari majalah dirancang dengan menampilkan fotografi Carlo Saba pada bagian depan dan kontak dari Kahitna pada bagian belakang sampul. Penulis ingin menggambarkan kepergian Carlo Saba menjadi suatu yang dikenang. Foto Carlo Saba yang menghadap ke belakang menunjukkan kesan yang kuat sebagai salah satu vokalis Kahitna. Maka dari itu, dengan pengaruhnya dalam ikut serta menyukseskan Kahitna membuatnya menjadi sosok yang dihormati.



Gambar 3. 23 *Publicity Photo* Carlo Saba

3. **Konsep**

Brief disertai dengan *publicity photo*, referensi, dan *copywriting* yang perlu diimplementasikan. Pada perancangan ini penulis menggunakan jenis *font serif* dan *sans serif* yang minimalis sesuai referensi yang diberikan dengan berbagai model. Perancangan dilakukan di Adobe Photoshop dengan teknik digital *imaging*. *Color palette* yang ditentukan adalah warna putih, hitam, dan merah Kahitna.

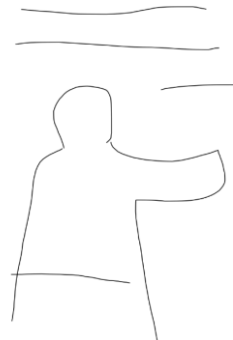
Color palette tersebut dipilih untuk lebih menekankan visual Carlo Saba di latar yang *clean*. Penulis juga menentukan beberapa alternatif dengan teks sans serif dan serif yang terlihat maskulin dan menunjukkan kesan yang kokoh.



Gambar 3. 24 Font Sampul Majalah Lagu “Sejauh Dua Benua”

4. Sketsa

Sketsa dibuat secara digital melalui Adobe Photoshop. Penulis membuat sketsa dengan membuat layout yang disesuaikan dengan referensi. Namun, tetap menyesuaikan pada ukuran *asset* visual dan pola nya. Penulis membuat sketsa dengan tetap memperhatikan *white space* yang ada dan tidak menutupi visual Carlo Saba.



Gambar 3. 25 Sketsa Sampul Majalah Lagu “Sejauh Dua Benua”

5. Digitalisasi

Proses digitalisasi dilakukan di Adobe Photoshop dengan teknik *digital imaging*. Majalah dibuat dalam ukuran 21,08x x 27,69 cm yang merupakan ukuran universal dari sebuah majalah. Penulis menentukan *margin* dan ukurannya terlebih dahulu yaitu dengan ukuran 3x4 cm. Foto yang akan

digunakan untuk sampul depan majalah memiliki warna monokrom dengan latar yang kosong. Maka dari itu, penulis beranggapan untuk tidak mengubah apapun foto tersebut kecuali sedikit menggelapkan *white space* pada foto agar teks dapat terbaca.

Pada bagian belakang sampul penulis mengimplementasikan teks bertuliskan “Kahitna” dengan latar berwarna hitam. Foto diposisikan di tengah-tengah untuk menampilkan Carlo Saba sebagai *emphasis*.

Headline dari majalah adalah menggunakan *font serif* yaitu Amiri untuk alternatif pertama dan *font sans serif* yaitu Francois One untuk alternatif kedua. Sedangkan sampul belakang dirancang secara sederhana dengan menampilkan teks bertuliskan “Kahitna” di tengah-tengah sampul. Kemudian agar background terlihat lebih *clear*, penulis mencoba menghapus bintik-bintik cahaya dengan *content-aware* atau dengan *brush* hitam.



Gambar 3. 26 Proses Perancangan Sampul Majalah Lagu “Sejauh Dua Benua” Pertama

6. Asistensi dan Revisi

Karya yang telah selesai dibuat kemudian dikirimkan kepada *graphic designer full-time* terlebih dahulu sebelum sampai kepada *supervisor*. Diperoleh revisi untuk menebalkan headline dan menjadikan kata “Ber9” sebagai *emphasis*. Adapun masukan dengan lebih menghitamkan latar belakang cahaya atau lampu panggung pada teks agar *readability* teks lebih jelas.



Gambar 3. 27 Sampul Majalah Lagu “Sejauh Dua Benua” Versi Kedua

Setelah karya dikirimkan kepada *supervisor*, diperoleh revisi untuk menghilangkan *background* pada foto sehingga yang hanya tersisa adalah Carlo Saba dengan latar berwarna putih polos. Menurutnya, background warna hitam akan terkesan distraktif dan tidak membuat visual Carlo Saba menjadi *focal point*.

Selain itu penulis diminta untuk menambahkan *barcode* dan informasi mengenai kontak Kahitna pada bagian belakang sampul majalah. *Barcode* yang tertera diambil dari situs Freepik sebagai elemen pendukung. Warna dari *font* bagian isi disesuaikan dengan warna dari latar belakang sehingga terdapat dua warna yaitu hitam dan putih.



Gambar 3. 28 Proses Perancangan Sampul Majalah Lagu “Sejauh Dua Benua” Kedua

Karya yang dikirimkan kembali kemudian di *approve* dan dipilih. Desain sampul yang terpilih adalah yang menggunakan *font sans serif* karena kesan yang cukup *strong* dan seimbang secara hierarki visual. Terdapat perbaikan pada sampul belakang, yaitu dengan menghapus nomor telepon karena dinilai tidak terlalu penting dan sesuai.



Gambar 3. 29 Sampul Majalah Lagu “Sejauh Dua Benua” Versi Kedua

7. Finalisasi

Karya yang dipilih kemudian diproses dengan cara dicetak oleh tim *Project Officer* dan *Producer* menjadi properti berupa majalah. Majalah yang telah dicetak akan menjadi properti yang digunakan Yovie Widiyanto pada saat *shooting music video*.

Melalui perancangan proyek ini, penulis mendapatkan pemikiran bahwa properti ini dapat menjadi semacam “*easter egg*” atau *hint* mengenai lagu baru yang dirilis. Selain itu, juga menjadi strategi marketing kreatif dan promosi Kahitna secara halus seperti apa yang ditunjukkan pada bagian belakang sampul majalah. Penulis memahami bahwa hal sekecil apapun sangat perlu diperhatikan karena mampu membawa pesan dan tentunya menarik perhatian siapapun yang melihatnya.



Gambar 3. 30 Desain Akhir Sampul Majalah Lagu “Sejauh Dua Benua”

3.3.1.4 Logo dan *Collateral Media* “MILESTONE Records”

MILESTONE Records merupakan label rekaman yang segera didirikan oleh Yovie Widiyanto Music Factory sebagai anak perusahaan. Identitas perusahaan menjadi suatu elemen penting dalam

kesuksesan suatu *brand*, terutama untuk menciptakan *awareness* bagi masyarakat.

1. Brief

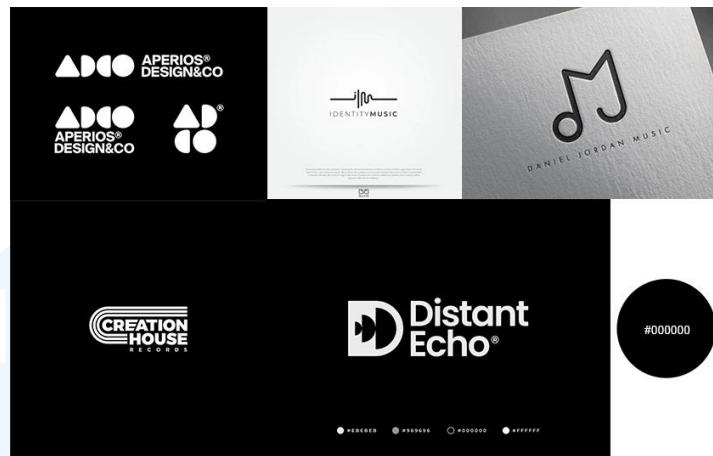
Brief dikirimkan melalui *request form* berupa *sheets*. Logo dibuat dengan warna hitam agar memiliki kejelasan yang baik. Karena *brand* ini baru dibuat dan akan berdiri, baik dari pihak *supervisor* maupun desainer grafis masih belum memiliki detail dan informasi lengkap mengenai *brand*. Sehingga penulis hanya di-*assign* untuk membuat perancangan sesuai dengan referensi dan konsep secara sederhananya.

Ario "Anyo"	Supervisor: PIERRE Designer: ALD WINDA	MILESTONE Records	Rabu, 3 April 2024	Kop Surat Perusahaan MILESTONE Records 1) buat logo MILESTONE Records 2) buat kop surat mengandung: logo tbb alamat perusahaan Gedung Talavera Office Park lantai 28 Jl. TB. Simatupang Kav. 22-26 Cilandak Barat, Cilandak Jakarta Selatan 12430	Referensi: https://www.abonix.com/brand-folder/424784/visuals_c500e-2020-04-03-04-17-11 https://www.instagram.com/abonix	logo hi res 1440 x 1440 px A4	2 Item - logo - kop surat
-------------	--	----------------------	-----------------------	--	--	-------------------------------------	---------------------------------

Gambar 3. 31 *Brief* Logo MILESTONE Records

2. Brainstorming

Penulis bersama salah satu rekan desainer grafis diminta untuk membuat logo beserta *collateral media* berupa kop surat untuk proyek MILESTONE Records. Berdasarkan informasi yang penulis dan rekan penulis peroleh dari *supervisor*, logo perlu dibuat dengan konsep yang *modern*, *elegan*, dan *kokoh* serta menghindari desain yang *sporty*. Kesan tersebut perlu dibentuk layaknya logo YWMF. Meskipun begitu yang terpenting adalah bagaimana logo tetap menunjukkan kesan musik dan perusahaan rekaman. Untuk menggambarkan perusahaan yang terpercaya. Perancangan logo ini disertai dengan referensi visual yang dicantumkan oleh *supervisor* pada *brief*.



Gambar 3. 32 Referensi Visual Logo MILESTONE Records

3. Konsep

Melalui hasil brainstorming yang penulis lakukan, penulis menarik kesimpulan bahwa preferensi logo yang diinginkan adalah yang menggunakan elemen bentuk objek-objek pada musik dan permainan bentuk huruf. Penulis memutuskan untuk membuat beberapa desain logo dengan menggunakan modifikasi bentuk geometris dan huruf yang dipadukan dengan singkatan MILESTONE Records.

Warna dari logo dibuat dengan *solid* untuk menggambarkan kesan kokoh. Adapun pemanfaatan bentuk atau simbol dari musik. Pada kesempatan kali ini penulis dan rekan dibebaskan untuk bereksplorasi membuat logo jenis apapun membentuk logo MILESTONE Records.

4. Sketsa

Penulis bersama rekan penulis membuat sketsa kasar dari logo terlebih dahulu. Penulis membuat beberapa alternatif logo dengan melakukan eksplorasi bentuk dan jenis logo seperti *letterform* dan *monotype*. Bobot dari logo juga dibuat secara variatif dimulai dari yang tipis hingga tebal. Sejumlah sketsa kasar logo yang telah dibuat kemudian dikurasi dan dirapikan menjadi sketsa komprehensif secara digital

menggunakan *software* Clip Studio Paint. Sketsa komprehensif kemudian dimasukkan ke dalam *pitch deck* untuk dipresentasikan kepada *supervisor*.



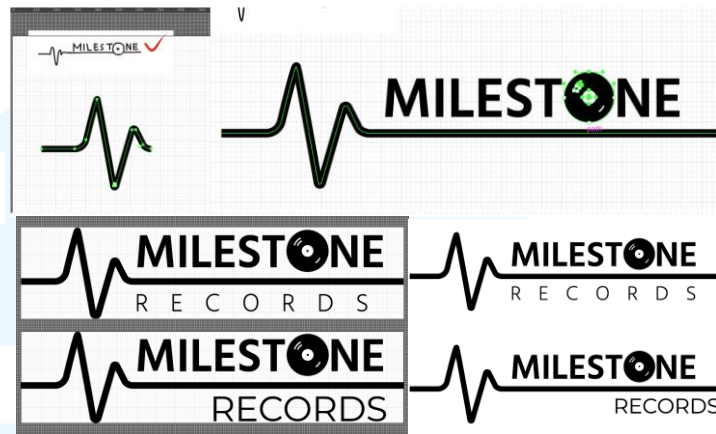
Gambar 3. 33 Sketsa Logo MILESTONE Records

5. Digitalisasi

Logo yang dipresentasikan kemudian dipilih untuk dilakukan finalisasi dalam bentuk *vector*. Logo yang dipilih dan sesuai adalah logo dengan jenis *wordmark*. Diperoleh perbaikan dengan menambahkan kata “*records*” pada logo dan mengganti huruf “*O*” menjadi bentuk *vinyl*. Proses digitalisasi dilakukan oleh penulis di *software* Adobe Illustrator menggunakan *pen tool* dan *shapes*.

Melalui logo tersebut dibuat dua alternatif *layout* dengan kata “*records*”. Logo dibuat dengan ukuran 1440x344 px dengan *grid* yang digunakan adalah berukuran 75 px. Bentuk dari *beat* dibuat menggunakan *pen tool* yang ukurannya telah sesuai dengan *grid* yang digunakan. Penulis menggunakan *font* Hindi Siliguri untuk alternatif pertama dan untuk

alternatif kedua menggunakan *font* Montserrat pada kata “records”.



Gambar 3. 34 Proses Perancangan Logo MILESTONE Records

Kedua logo yang telah didigitalisasi kemudian diimplementasikan ke dalam *collateral media* berupa kop surat. Kop surat dibuat dengan desain yang clean dan kosong sesuai dengan permintaan *supervisor*. Adapun penambahan elemen desain bentuk strip vertikal sebagai dekorasi. Kop surat dibuat dalam ukuran A4 dengan *margin* berukuran 1,5x2 cm. Informasi yang ditambahkan adalah alamat perusahaan yang diletakkan dibagian bawah surat.

Teks informasi menggunakan *font* yang sama seperti logo yaitu Hindi Siliguri. Adapun penambahan elemen desain berupa *icon sound wave* vertikal yang dibuat dengan *pen tool* sebagai simbol untuk menunjukkan bahwa MILESTONE Records adalah perusahaan musik. Kop surat dibuat dalam ukuran A4 dengan *margin* berukuran 1,5x2 cm



Gambar 3. 35 Proses Perancangan Kop Surat MILESTONE Records

6. Asistensi dan Revisi

Setelah penulis mendesain logo dan kop surat, penulis melakukan asistensi kepada *supervisor* melalui chat Whatsapp. Hasil asistensinya adalah bahwa logo sudah disetujui. Namun, untuk kop surat penulis perlu lebih menggeser *icon* ke kanan pada bagian alamat. Icon yang dibuat merupakan bentuk berupa elemen yang berhubungan dengan musik atau rekaman.

7. Finalisasi

Baik kedua logo dan kop surat akan diserahkan kepada bagian *Chief Operating Officer* untuk dipilih salah satunya. Keputusan dari desain yang telah diajukan belum dapat diberi kepastian hingga waktu yang belum dapat ditentukan atau di *hold*, mengingat perusahaan yang akan didirikan masih belum sepenuhnya terbentuk dan *workload* perusahaan yang tengah padat dalam menangani proyek lain yang harus segera dilakukan.



Gambar 3. 36 Hasil Akhir Logo dan Kop Surat MILESTONE RECORDS

Penulis mengimplementasikan desain ke dalam bentuk *mock up* untuk memberikan gambaran yang lebih jelas bila akan dicetak. Dari pengerjaan proyek ini, penulis mendapatkan pengalaman bahwa perancangan logo akan menjadi cukup menantang bila tidak dilatarbelakangi oleh informasi lengkap mengenai perusahaan.



Gambar 3. 37 Implementasi Logo MILESTONE Records

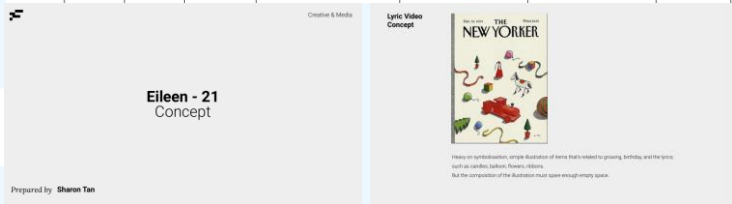
3.3.1.5 Eileen “21” Lyric Video

Proyek ini merupakan pembuatan *lyric video* lagu berjudul “21” oleh Eileen selaku klien YWMF. Perilisan lagu ini adalah untuk memperingati ulang tahun klien yang ke-21 tahun. Proyek ini dikerjakan oleh 3 orang yaitu terdiri dari satu desainer grafis *full-time* dan dua orang desainer grafis magang termasuk penulis.

1. Brief

Brief dikirimkan melalui *request form* dari *Project Officer* kepada tim desain grafis. *Brief* disertai dengan *pitch deck* berisi referensi dan daftar objek yang perlu diilustrasikan.

Sharon	Echa, Winda, Ais	Eileen	Selasa, 23 April 2024	Publicity Photos Touch Up & Editing Akan dikirim deck untuk pilihan foto dan arahan	Asset: https://drive.google.com/drive/folders/12-8620m9c4w5687MFX4655QUM8-Sema3Lwv6v8t8arac https://drive.google.com/drive/folders/12-8620m9c4w5687MFX4655QUM8-Sema3Lwv6v8t8arac	Keep the original ratio of the photos	11 Items
--------	------------------	--------	-----------------------	--	--	---------------------------------------	----------

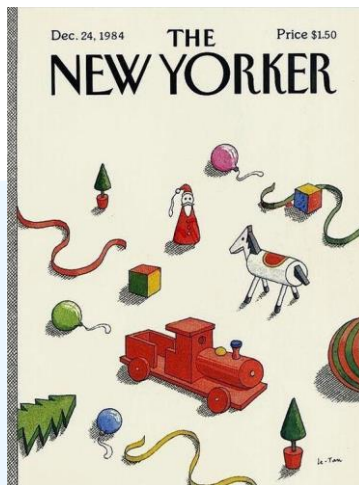


Gambar 3. 38 *Brief Lyric Video* Lagu “21” Eileen

2. Brainstorming

Konsep yang dibawa untuk proyek ini adalah ulang tahun dengan menampilkan simbolisasi yang kuat melalui penggunaan ilustrasi berupa objek-objek yang menyimbolkan ulang tahun, bertumbuh, dan segala macam benda yang disukai oleh klien. Sebelumnya, klien merupakan mahasiswa yang berkuliah di Amerika sehingga klien ingin menggambarkan bagaimana suasana ulang tahunnya saat ia jauh dari rumah. Orang-orang yang dekat dengannya menjadi sosok yang berkontribusi.

Tentunya objek-objek adalah yang berhubungan dengan klien selama berkuliah di Boston. Ilustrasi terinspirasi dari referensi sampul majalah *The New Yorker*. Penulis mengadaptasi bentuk objek dari foto yang diambil melalui situs *Freepik* untuk memudahkan pengerjaan.



Gambar 3. 39 Referensi Perancangan *Lyric Video* Lagu “21” Eileen

3. Konsep

Penulis beserta tim lainnya melakukan *list* untuk menentukan objek-objek apa yang akan dirancang. Sarannya adalah tidak terlalu memiliki kesan manis dan lucu serta benar-benar menggambarkan ulang tahun. Selain itu, klien juga menambahkan objek yang diwajibkan ada dalam *lyric video*.

Objects Associated with Birthdays:

- Cake - Kak Echav
- Candle - Windav
- Birthday Hats - Alodiav
- Confettis - Alodiav
- Gift Wrap - Alodiav
- Pita - Windav
- Balloon - Windav
- Flowers - Alodiav
- Birthday Cards - Kak Echav

Ei is from Boston

- Boston Postcard - Kak Echa v
- Boston Railway train [TOY] - Kak Echa
- Movie Ticket - Windav
- Music sheets - Windav
- Photo Frame - Alodiav
- T-Rex figure - Kak Echav
- Lampu jalan - Alodiav
- Pohon2 - Kak Echa
- Topi boston (logo boston) - Windav



- Mercusuar boston (Boston Harbor Islands National & State Park) - Kak Echa

Gambar 3. 40 Proses Penentuan Objek *Lyric Video* Lagu "21" Eileen

Setelah mendaftarkan objek yang akan digambar, setiap orang menentukan objek yang akan digambar atau membagi tugas. Bersama dengan rekan penulis, *color pallete* yang ditentukan adalah warna netral dan cenderung *earth tone* untuk menggambarkan kesan sendu disesuaikan dengan warna pada referensi dan *mood* dari lagu.



Gambar 3. 41 *Color Palette Lyric Video* Lagu “21” Eileen

4. Sketsa

Sebelum melakukan sketsa, penulis mencari dan mengumpulkan terlebih dahulu objek-objek yang menjadi referensi untuk digambar. Objek ditemukan melalui situs Freepik dan Envato Elements. Beberapa bentuk objek diambil dari referensi majalah *The New Yorker*.



Gambar 3. 42 *Objek Lyric Video* Lagu "21" Eileen

Proses perancangan dilakukan secara digital di *software* Adobe Photoshop dan dimulai dengan melakukan sketsa terlebih dahulu. Sketsa dirancang secara sederhana menggunakan *brush* bertekstur pensil yaitu *Kyle's Ultimate Pencil Palooza*. Karena desainnya yang sederhana, penulis tidak membuat *lineart* dan *outline* yang digunakan berasal dari sketsa yang telah dirapikan.



Gambar 3. 43 Sketsa Ilustrasi *Lyric Video* Lagu “21” Eileen

5. Asistensi dan Revisi

Sketsa yang telah dibuat kemudian dikirim ke *supervisor* untuk memperoleh *approval* dan revisi. Didapat hasil untuk tidak menggunakan objek seperti kacamata karena terlalu membawa kesan bahagia. Setelah asistensi penulis diminta untuk melanjutkan pada proses digitalisasi yaitu pewarnaan.



Gambar 3. 44 Hasil Asistensi dan Revisi *Lyric Video* Lagu “21” Eileen

6. Digitalisasi

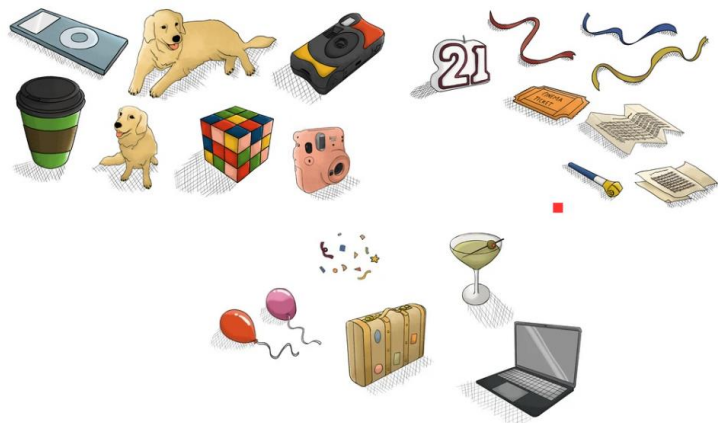
Setelah mengumpulkan sketsa atau *outline* terpilih, penulis melanjutkan proses pengerjaan yaitu pewarnaan. Penulis mengaplikasikan warna-warna *color pallete* ke beberapa objek yang relevan dengan warna yang dipilih. Pewarnaannya menggunakan *brush* dengan tekstur cat air dan kapur untuk memberikan kesan seakan ilustrasi yang digambar langsung. *Shading* bayang dibuat seperti jaring layaknya arsiran pensil dan dihadapkan ke depan karena cahaya datang dari sebelah kanan objek.



Gambar 3. 45 Proses Digitalisasi *Lyric Video* Lagu “21” Eileen

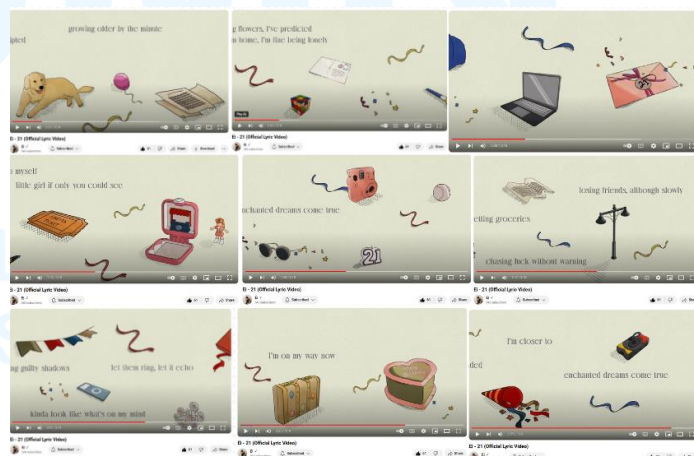
7. Finalisasi

Pada tahap ini, setelah penulis selesai melakukan digitalisasi penulis hanya perlu mengasistensikan kepada desainer grafis. Setelah karya disetujui, penulis mengirimkan file FAW kepada desainer grafis untuk proses berikutnya. Ilustrasi yang telah dibuat kemudian di kurasi atau dipilih yang layak dan di-*layout* oleh desainer grafis *full-time* kedalam artboard yang siap untuk melalui proses *motion graphic*.



Gambar 3. 46 Ilustrasi *Lyric Video* Lagu “21” Eileen

Ilustrasi diletakkan secara berpecah untuk memberikan ruang yang akan diisi oleh teks berupa lirik lagu. Konsep dari *lyric video* adalah dengan *panning* secara terus menerus ke sebelah kanan dan ilustrasi dibuat tetap diam. Melalui pengerjaan proyek ini, penulis memahami bahwa meskipun *lyric video* berisi ilustrasi dan *motion* sederhana, tetap dapat memberikan makna mendalam mengenai cerita dari lagu. Selain itu, penulis mempelajari bagaimana cara membangun *mood* lagu yang sesuai melalui elemen desain sebagai objek komunikasi sehingga audiens juga merasakan makna dari lagu.



Gambar 3. 47 Implementasi Ilustrasi Penulis pada *Lyric Video* Lagu “21” Eileen

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Bekerja disuatu perusahaan atau industri musik tentunya menjadi pengalaman yang menarik bagi penulis. Pekerjaan yang dijalani penulis selama bekerja di Yovie Widiyanto Music Factory tentunya tidak luput dari kendala yang dialami oleh penulis. Kendala pertama yang dialami adalah berupa kurangnya pengalaman penulis dalam menguasai *software* yang biasanya digunakan di perusahaan. Lebih jelasnya adalah kurang pemahannya penulis dalam menggunakan *shortcut* guna mempersingkat pengerjaan proyek. Selanjutnya adalah kendala dalam komunikasi untuk mempresentasikan dan menjelaskan proyek kepada *supervisor*. Hal tersebut menyebabkan miskomunikasi antara pesan atau makna yang ingin disampaikan penulis tidak tercapai kepada *supervisor*.

Adapun kendala mengenai proses *approval* kepada *supervisor*, mengingat padatnya pekerjaan atau *workload* dari tim lainnya yang lebih urgent dan perlu didahulukan. Hal tersebut membuat penulis untuk menunggu giliran yang cukup lama walaupun telah mendekati *deadline*. Alhasil, penulis perlu mencari celah waktu yang luang untuk melakukan *follow up* atas pekerjaan yang telah diselesaikan oleh penulis.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Beberapa kendala yang dialami penulis di Yovie Widiyanto Music Factory bukanlah masalah besar yang menyulitkan penulis dalam bekerja. Kendala-kendala tersebut dapat diatasi oleh penulis dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Melalui solusi yang ditemukan penulis, penulis tetap bisa bekerja dengan baik dan efektif.

Kurangnya pengalaman dan kemahiran dalam menguasai *software* dapat penulis atasi dengan mengasah kemampuan penulis baik saat memiliki waktu kosong di kantor maupun di rumah saat pulang bekerja. Penulis tidak segan untuk bertanya dan meminta bantuan kepada desainer grafis lainnya untuk mengajari penulis. Melalui pengajaran dan *skill* yang semakin diasah, penulis telah mampu mengerjakan proyek dengan cepat dan efektif dari segi

waktu. Relasi dengan rekan-rekan kerja menjadi awal untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi kepada semua orang tak terkecuali saat penulis akan mempresentasikan proyek yang dikerjakan. Selain itu, penulis perlu memahami lebih dalam mengenai konsep suatu perancangan dengan baik.

Terkait kendala terakhir, penulis memahami bahwa hal tersebut lumrah terjadi dan dialami oleh semua perusahaan. Cara penulis mengatasi hal tersebut adalah dengan bekerja sesingkat mungkin lebih cepat dari *deadline*. Maka dari itu, penulis dapat terlebih dahulu melakukan *approval* atau berhadapan dengan *supervisor*. Apabila keadaan di perusahaan memang sudah padat, penulis mencari waktu yang kondusif untuk meminta *approval* sehingga proses revisi dapat berjalan dengan cepat.

