

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Berikut adalah kedudukan dan koordinasi penulis selama menjalani praktik magang di PT Idein Kreatif Indonesia, beserta dengan penjelasan detail mengenaiinya.

3.1.1 Kedudukan

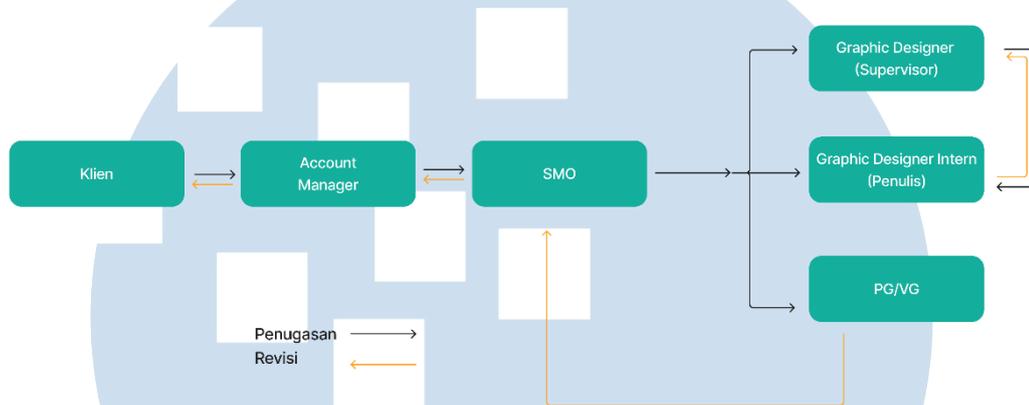
Kedudukan penulis di PT Idein Kreatif Indonesia adalah sebagai *Graphic Designer Intern*. Penulis berada dibawah naungan *Graphic Designer* selaku *Supervisor* yang memberikan arahan dan bimbingan dalam proses desain. Selain dari itu, *Supervisor* juga bertindak sebagai pembimbing lapangan yang memberikan penilaian dan evaluasi terhadap kinerja penulis selama menjalani program magang.

Penulis yang berkedudukan sebagai *Graphic Designer Intern* bertanggung jawab dalam membuat desain yang bertujuan sebagai media promosi untuk kebutuhan manajemen sosial media. Penulis juga terlibat dengan berbagai *brand* yang berkerjasama dengan Idein. Terdapat 3 *brand* yang dipercayakan kepada penulis untuk mengelola kebutuhan desainnya yaitu, Come-Xia, Hi Flawless, dan Daeng Gi Meo Ri Singapore.

3.1.2 Koordinasi

Pada perusahaan Idein Creative, koordinasi penugasan untuk penulis sebagai *Graphic Designer Intern* diberikan oleh dua pihak yaitu, *Graphic Designer/Supervisor* dan SMO (*Social Media Officer*). Pelaksanaan kerja dimulai dari *brief* berupa *content plan* disusun oleh *Social Media Officer* yang diawasi oleh *Account Manager*, jembatan antara Idein dengan klien. Setiap *content plan* disusun oleh SMO melalui aplikasi Notion, yang memberi detail mengenai *brief* seperti *copy*, elemen yang harus dimasukkan ke dalam desain, catatan atau *request* dari klien, dan referensi. Kemudian,

link dari *brief* di Notion akan dikirim melalui group chat di aplikasi Discord untuk ditugaskan kepada Graphic Designer agar bisa dilakukan eksekusi desain dari *content plan*.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

Hasil desain yang telah direalisasikan dari *content plan* akan melalui proses koordinasi yang dimulai oleh *Graphic Designer*. Penulis sebagai *Graphic Designer Intern* harus melakukan asistensi dengan *Supervisor* untuk mengevaluasi karya, serta melakukan revisi. Setelah karya disetujui, penulis melakukan *preview* karya secara *internal* dengan mengunggah hasil desain ke Notion dan memperlihatkan hasil desain ke SMO dengan menyebarkan link ke *group chat* Discord. Karya kemudian akan diteruskan kepada *Account Manager* yang akan melakukan *preview external* kepada klien. Apabila terdapat revisi dari klien, *Account Manager* akan meneruskan pesan tersebut kepada SMO. Selanjutnya, SMO akan menginformasikan revisi tersebut kepada *Graphic Designer*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis sebagai *Graphic Designer Intern* mempunyai tugas utama dalam membuat desain di sosial media khususnya di platform Instagram. Penulis dipercayakan untuk mengelola kebutuhan desain untuk tiga *brand*: Come-xia, Hi Flawless, dan Daeng Gi Meo Ri Singapore yang merupakan klien yang bekerjasama dengan Idein.

Come-xia merupakan restoran dimsum *All You Can Eat* yang halal dan memadukan masakan Jepang dan Cina. Sementara, Hi Flawless merupakan brand

reseller di Indonesia yang menjual produk skincare Aqua+ Series berasal dari Thailand. Selanjutnya, Daeng Gi Meo Ri Singapore adalah cabang yang memasarkan shampoo “Daeng Gi Meo Ri” dari Korea yang beroperasi di Singapura.

Selain dari ketiga brand itu, penulis juga turut membantu mengerjakan kebutuhan desain untuk brand lainnya apabila terdapat permintaan dari *Supervisor* atau *Account Manager*. Brand lain yang pernah ditangani oleh penulis meliputi: Aloclair, Clovertec, Elfbar, MRG Jobs, dan Nozawa. Penulis juga ikut serta dalam membantu melakukan revisi terhadap desain yang telah dibuat oleh *Supervisor*. Berikut merupakan tugas-tugas yang telah dilakukan oleh penulis selama menjalani magang disusun dalam bentuk tabel.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Brand	Keterangan Proyek
1	1 (1-3 Feb 2024)	Comexia	Desain Instagram Story “ <i>Vote and Get Free Xiao Long Bao</i> ” untuk hari pemilu
		Hi Flawless	Desain Instagram Post “Promo Diskon” untuk Chinese New Year
2	2 (5-9 Feb 2024)	Hi Flawless	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain Instagram Post “<i>Monday Glowup</i>” 2. Desain Instagram post “<i>Flawless Glow Toner Symphony</i>” 3. Desain Story Instagram untuk Isra Miraj 4. Desain Story Instagram untuk Chinese New Year 5. Desain Post Instagram <i>Valentine's day</i> 6. Desain Post Instagram “<i>Don't Foget Us on Your Holiday</i>”
		Come-Xia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain Story Instagram mengenai <i>All You Can Eat Notice</i> 2. Desain Story Instagram untuk Isra Miraj
		Nozawa	Desain Story Instagram Isra Miraj <i>Greeting</i>

3	3 (11-16 Feb 2024)	Nozawa	Revisi Post Instagram “ <i>Valentine's Day</i> ”
		Hi Flawless	1. Desain Post Instagram "Lagi Breakout" 2. Desain Post Instagram “ <i>Morning Skincare Routine</i> ”
		Aloclair	Desain banner untuk artikel di website Aloclair
4	4 (19-23 Feb 2024)	Hi Flawless	Desain Post Instagram mengenai “ <i>Morning Skincare</i> ”
		Aloclair	1. Desain banner untuk artikel 2. Desain <i>cover</i> video “Mengobati sariawan dengan jeruk nipis” untuk Instagram Reels 3. Desain carousel Instagram “Wanita Lebih Rentan Terkena Sariawan” 4. Desain carousel Instagram “Sariawan Muncul Tiap Bulan”
		Come-Xia	1. Desain carousel Instagram “ <i>Ramadan Hampers</i> ” 2. Desain carousel Instagram "Ramadan <i>Menu Sets</i> "
		MRG Jobs	Desain carousel Instagram “WPK15- Carrara White”
5	5 (26 Feb- 1 Maret 2024)	Come-Xia	1. Desain Instagram story " <i>Ramadan Menu Sets</i> " 2. Desain Instagram story " <i>Ramadan Hampers</i> " 3. Melakukan revisi untuk Carousel " <i>Ramadan Menu Sets</i> "
		Aloclair	Desain banner artikel "Sariawan saat Puasa"
		Clovertec	1. Desain carousel Instagram "Kelebihan <i>Granite-Multicooker</i> "

			2. Desain Carousel “Clovertec-6 in 1 Chopper”
		Daeng Gi Meo Ri Singapore	1. Desain Instagram post “Women's Weekly Award” 2. Desain Instagram story “Women's Weekly Award”
6	6 (4- 8 Maret 2024)	Hi Flawless	1. Desain Instagram post “Travelling Kit” 2. Desain Carousel Instagram "Tidur di Kasur Bisa Jerawatan" 3. Desain Carousel Instagram "Skin Barrier Rusak" 4. Desain Instagram post "Women's Day" 5. Desain Story Instagram untuk Hari Raya Nyepi
		Come-Xia	Desain Instagram Carousel “Ramadan Menu Details”
		Clovertec	1. Melakukan revisi carousel Instagram "Kelebihan Granite-Multicooker" 2. Melakukan revisi Carousel “6 in 1 Chopper”
		Daeng Gi Meo Ri Singapore	Desain Instagram Post "Benefit Clinic Plus"
		Nozawa	Desain Story Instagram Hari Raya Nyepi
		Idein Workshop	Membantu <i>resize wayfinding signage</i>
7	7 (11- 15 Maret 2024)	Daeng Gi Meo Ri Singapore	1. Membantu <i>Social Media Officer</i> menambahkan logo pada foto produk 2. Desain Instagram Post "Aging Hair" 3. Desain Instagram Post "Medicinal Herb" 4. Desain Post Instagram Post “Vitalizing

			<p><i>Essence</i></p> <p>5. Desain Instagram post “<i>What's the Difference</i>”</p>
		Hi Flawless	<p>1. Desain Instagram Post “Cuaca Mendung Pake Sunscreen”</p> <p>2. Desain Instagram “<i>Bright Series</i>”</p> <p>3. Melanjutkan desain Instagram post “Makeup yang Bikin Kulit Sehat”</p>
		Come-Xia	Desain Story Instagram “ <i>Ramadan Hampers-Normal Price Version</i> ”
8	8 (18- 22 Maret 2024)	Hi Flawless	<p>1. Desain carousel Instagram "Jangan Kayak Gini Ya"</p> <p>2. Desain carousel Instagram "Kulit Kering Saat Puasa"</p> <p>3. Desain Instagram Post “<i>Ramadan Night Set</i>”</p>
		Clovertec	Desain promo “ <i>ClovertecxBibli</i> ” yang digunakan untuk <i>motion graphic</i>
		MRG Jobs	<p>1. Desain carousel "Rumah Mewah Sebelum Lebaran"</p> <p>2. Melakukan <i>digital imaging</i> dan perancangan desain carousel "Bosen sama yang <i>basic</i>"</p>
		Daeng Gi Meo Ri Singapore	Desain carousel Instagram " <i>Perfect Hair Match</i> "
9	9 (25- 29 Maret 2024)	Daeng Gi Meo Ri Singapore	<p>1. Desain Story Instagram untuk hari raya Jumat Agung</p> <p>2. Desain Story Instagram untuk hari raya Paskah</p>
		Come-Xia	1. Melakukan perancangan ide&konsep,

			<p>moodboard, dan referensi untuk desain key visual <i>Black Garlic Xiao Long Bao</i></p> <p>2. Desain Post Instagram "DI png <i>Xiao Long Bao</i>"</p> <p>3. Desain Post Instagram "<i>Black Garlic Teaser</i>"</p> <p>4. Desain Post Instagram "<i>Wellness of Black Garlic</i>"</p> <p>5. Desain Story Instagram untuk hari raya Jumat Agung</p> <p>6. Desain Story Instagram untuk hari raya Paskah</p>
		Hi Flawless	<p>1. Desain Story Instagram untuk hari raya Jumat Agung</p> <p>2. Desain Story Instagram untuk hari raya Paskah</p>
		Nozawa	<p>1. Desain Story Instagram untuk hari raya Jumat Agung</p> <p>2. Desain Story Instagram untuk hari raya Paskah</p>
10	10 (1- 5 April 2024)	Daeng Gi Meo Ri Singapore	<p>1. Desain Post Instagram "<i>Must Have Hair Serum</i>"</p> <p>2. Desain Story Instagram untuk hari raya Lebaran</p>
		Hi Flawless	<p>1. Desain Carousel Instagram "<i>Flawless Ramadan</i>"</p> <p>2. Desain Post Instagram "Hari Lebaran"</p>
		MRG Jobs	Desain carousel Instagram "Inspirasi Ruang Tamu Nuansa Coklat"
		Come-Xia	1. Melakukan revisi desain Post Instagram

			<p>"Teaser Black Garlic"</p> <p>2. Melakukan revisi desain Post Instagram "Wellness Black Garlic"</p> <p>3. Membuat desain Story Instagram untuk Hari Raya Lebaran</p>
		Nozawa	Desain Story Instagram Ucapan Hari Raya Lebaran
13	13 (22- 26 April 2024)	Hi Flawless	Desain carousel Instagram "Perbedaan <i>Radiance Essence vs Skin Enhancing Essence</i> "
		Daeng Gi Meo Ri Singapore	Membuat desain post Instagram "3 Reasons <i>Why Vitalizing is Your Bestfriend</i> "
14	14 (29 April - 3 Mei 2024)	Come-xia	<p>1. Desain post Instagram "Promo All You Can Eat hanya139K"</p> <p>2. Desain story Instagram "Promo All You Can Eat hanya139K"</p>
		Hi Flawless	Desain carousel Instagram "Moisturizer Anti Jerawat"
		Daeng Gi Meo Ri Singapore	Desain post Instagram "After Shampoo Routine"
15	15 (6 - 10 Mei 2024)	Come-xia	Desain Instagram Story ucapan hari raya "Ascension Day"
		Hi Flawless	<p>1. Desain carousel Instagram "Libur panjang Kulit Kusam"</p> <p>2. Desain carousel Instagram "Bekas Jerawat Susah Hilang"</p>
		Daeng Gi Meo Ri Singapore	<p>1. Desain Instagram Story ucapan hari raya "Ascension Day"</p> <p>2. Desain carousel instagram "Colored Hair"</p> <p>3. Desain Instagram Post "Anti Hair Loss"</p>

			<i>Tonic</i>
--	--	--	--------------

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalankan magang pada perusahaan PT Idein Creative, penulis bertugas dalam membuat desain untuk kebutuhan sosial media Instagram. Kebutuhan desain yang dikerjakan beragam, meliputi desain yang bertujuan untuk promosi, memberikan informasi, dan mengucapkan hari raya. Desain pada sosial media yang penulis kerjakan memiliki format yang berbeda-beda seperti *single post*, *carousel*, dan *story*. Pada bagian ini, penulis menampilkan 5 proyek dari 4 brand yang berbeda. Penulis memilih 5 proyek tersebut karena memiliki tujuan dan gaya desain yang berbeda-beda.

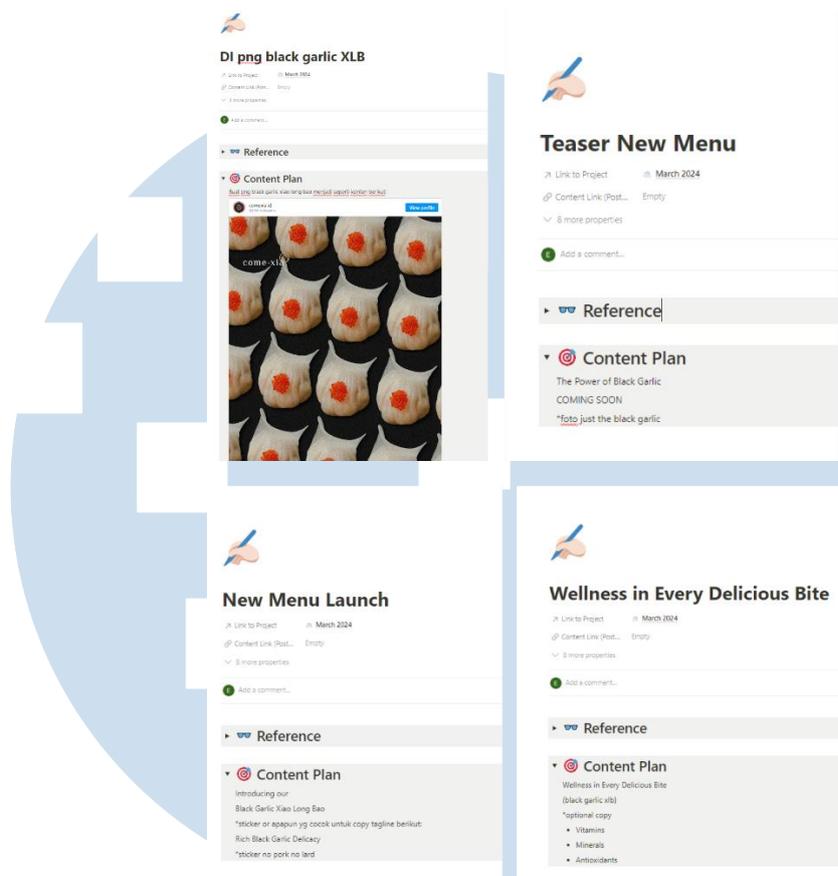
3.3.1 Proses Pelaksanaan

Berikut merupakan proses pelaksanaan beberapa proyek yang penulis kerjakan saat menjalani magang di PT Idein Kreatif.

3.3.1.1 Key Visual *Black Garlic Xiao Long Bao Come-Xia*

Pada tanggal 25 Maret 2024, penulis mendapatkan proyek untuk merancang *key visual* menu terbaru untuk restoran dimsum Come-xia. Restoran Come-xia berencana untuk meluncurkan menu barunya, *Black Garlic Xiao Long Bao* sehingga membutuhkan visual yang memperkenalkan menu tersebut kepada audiensnya di Instagram. Penulis mendapat brief yang disampaikan berupa *content plan* melalui aplikasi Notion dari SMO (*Social Media Officer*).

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. 2 *Brief Notion Key Visual Come-xia*

Berdasarkan brief tersebut, terdapat 4 desain *key visual* yang harus dibuat untuk diunggah ke sosial media Instagram. Desain tersebut menggunakan ukuran 1200x1500 px. Melalui *brief*, penulis mendapatkan informasi mengenai aset visual dan juga elemen teks atau foto yang harus diletakkan dalam karya. Selain dari itu, penulis juga mendapatkan referensi desain melalui *brief* di Notion, yang pernah dibuat oleh *Graphic Designer Idein* sebelumnya sebagai acuan saat mendesain *key visual*.

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. 3 Referensi Key Visual Come-xia

Setelah mendapatkan *brief*, penulis kemudian melakukan riset dan *brainstorming* terhadap brand Come-xia. Penulis memulai dengan melakukan eksplorasi pada Google Drive Idein untuk menemukan *guideline* desain brand Come-xia. Penulis menemukan palet warna dan tipografi yang digunakan. Palet warna Come-xia merupakan gabungan antara warna coklat, krem, abu-abu, dan hitam. Tipografi yang digunakan adalah font serif Philosopher untuk *heading* dan font *sans serif* Gotham untuk *body text*.



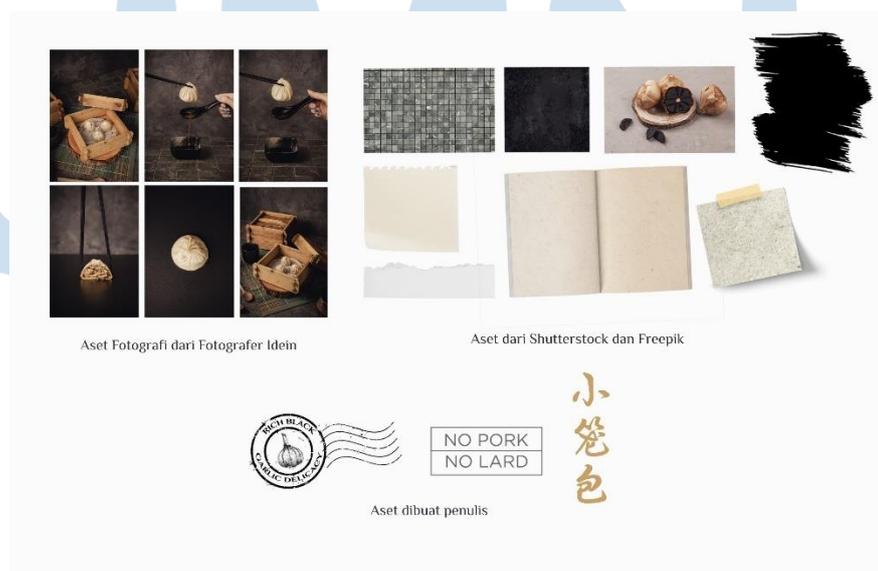
Gambar 3. 4 Guideline Come-xia

Penulis juga melakukan riset pada Instagram Come-xia. *Feeds* terbaru pada sosial media Come-xia menggunakan *tone* warna yang cenderung gelap. Hal tersebut menjadi catatan bagi penulis untuk membuat desain *key visual* dengan tone gelap agar menyatu dengan foto-foto di sosial media Come-xia. Berdasarkan kedua hal tersebut, penulis mengamati bahwa brand Come-xia memiliki konsep yang bertema *vintage*, *retro*, dan *elegan*.



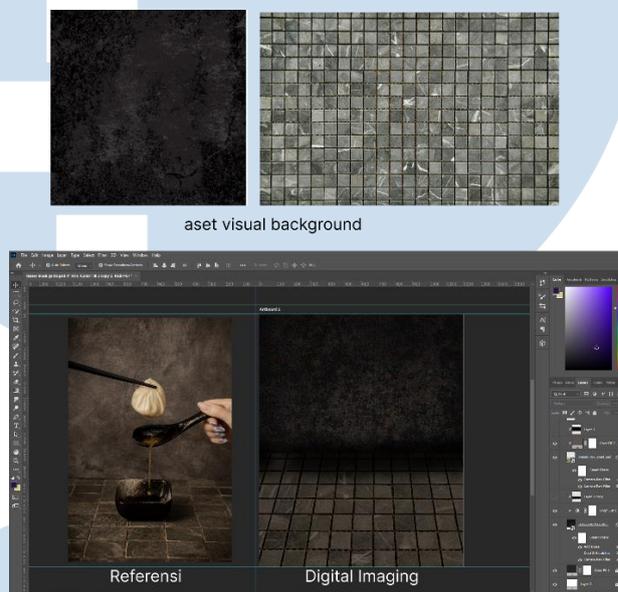
Gambar 3. 5 Instagram Come-xia

Penulis kemudian melanjutkan ke proses pencarian aset visual. Penulis mendapatkan aset visual dari fotografer Idein, serta mengunduh aset tekstur, buku, kertas, dan *black garlic* dari website stok foto. Selain dari itu, penulis juga membuat aset visual cap “*Rich Black Garlic Delicacy*” dan “*No Pork No Lard*” sesuai dengan permintaan SMO, serta tulisan *Xiao Long Bao* dalam aksara Cina yang merupakan inisiatif penulis.



Gambar 3. 6 Aset untuk Key Visual

Setelah itu, penulis membuat sebuah latar dengan teknik *digital imaging* yang akan digunakan dalam *key visual*. Latar tersebut terinspirasi dari salah satu hasil fotografi yang diambil oleh fotografer Idein. Penulis menggunakan aset tekstur yang menyerupai latar tersebut melalui Freepik. Penulis kemudian melakukan pengaturan persepektif pada latar meja melalui *transform persepective*. Pengaturan warna juga dilakukan melalui *tools Camera Raw Filter* dengan menambahkan *temperature* serta, mengurangi *exposure*.



Gambar 3. 7 Proses Pembuatan Latar

Selanjutnya, penulis membuat sketsa untuk keempat *key visual*. Pada *key visual* pertama, penulis akan melakukan *masking* pada gambar *Xiao Long Bao* dengan *angle flat lay* dan menduplikasikan gambar agar terbentuk sebuah *pattern*. Untuk *key visual* yang kedua, penulis membuat *teaser* “*Coming Soon*” yang hanya menampilkan *Black Garlic* sesuai dengan permintaan SMO dan klien.



Gambar 3. 8 Sketsa Key Visual

Kemudian pada key visual ketiga, penulis berencana membuat desain yang memperkenalkan menu *Black Garlic Xiao Long Bao* dalam bentuk buku. Terakhir, pada *key visual* keempat, penulis menggunakan foto *close up* dimsum dan menonjolkan khasiat dari *Black Garlic Xiao Long Bao*. Sketsa kemudian disetujui Supervisor dan penulis lanjut ke tahap digitalisasi di Adobe Photoshop dengan teknik *Digital Imaging*. Berikut adalah hasil draf pertama *key visual* menu *Black Garlic Xiao Long Bao*.



Gambar 3. 9 Draft Key Visual Come-xia

Setelah draf desain dibuat, penulis melakukan *preview internal* kepada SMO melalui discord. Penulis mendapatkan pesan dari klien melalui SMO untuk mengubah gambar *Xiao Long Bao* ke gambar lainnya yang menunjukkan kuah mengalir dari sendok yang disediakan oleh fotografer Idein. Penulis melakukan *preview* untuk kedua kalinya yang memperlihatkan hasil revisi perubahan gambar.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Sebelum Revisi

Revisi 1

Gambar 3. 10 Revisi 1 Key Visual Wellness

Selanjutnya, penulis mendapat pesan kembali dari SMO bahwa klien melakukan *request* untuk menambahkan copy teks pada desain serta menghapus jari pada gambar agar hanya terlihat jempol saja. Penulis pun melakukan revisi kedua kalinya, menghapus jari pada gambar dengan *quick selection tool*. Berikut adalah proses revisi kedua



Gambar 3. 11 Revisi 2 Key Visual Wellness

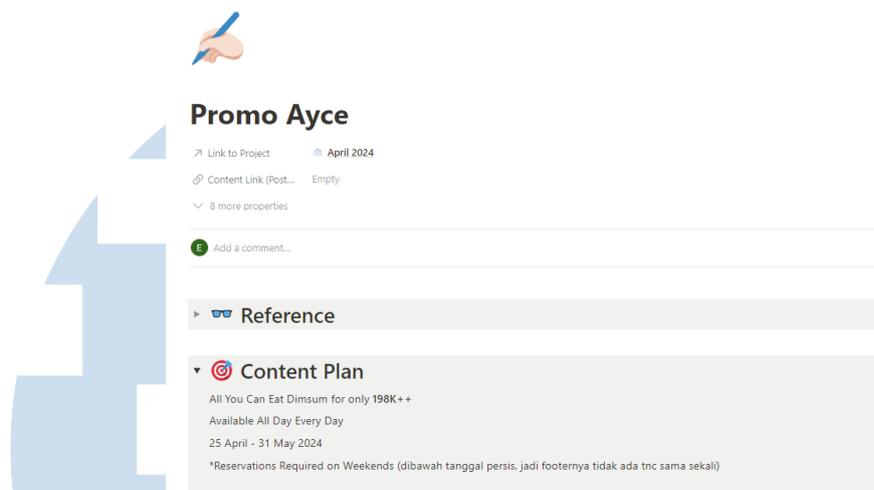
Setelah melakukan revisi, penulis telah mendapatkan persetujuan dari SMO dan klien. Berikut adalah hasil final dari empat key visual *Black Garlic Xiao Long Bao* untuk Come-Xia.



Gambar 3. 12 Hasi Final Key Visual

3.3.1.2 AYCE Promo Come-xia

Pada tanggal 25 Maret 2024, penulis mendapatkan *brief* untuk merancang desain dalam format *feeds* dan *story* Instagram mengenai promo AYCE (*All You Can Eat*) Dimsum yang diadakan oleh Come-xia. Promosi tersebut dilakukan pada tanggal 25 April - 31 May 2024. Penulis mendapat *brief* Notion dari SMO dan terdapat permintaan dari klien untuk membuat desain lebih *classy* dan *simpel*.



Gambar 3. 13 Brief AYCE Promo Come-xia

Setelah mendapat *brief*, penulis melakukan pencarian aset visual pada Google Drive Idein Creative. Pada Google Drive, terdapat *folder* yang berupa hasil fotografi diunggah oleh fotografer Idein saat mengunjungi restoran tersebut. Penulis menemukan dua foto dimsum yang bisa digunakan untuk perancangan desain. Berikut adalah aset fotografi yang akan digunakan.



Gambar 3. 14 Aset fotografi AYCE Promo Come-xia

Selanjutnya, penulis membuat sketsa berdasarkan kedua aset fotografi yang telah dipilih. Penulis berencana membuat desain yang menunjukkan dimsum dalam *angle flat lay* di bagian kiri dan menempatkan elemen teks di bagian kanan agar terdapat

keseimbangan visual. Elemen teks yang menginformasikan tentang *Terms and Conditions* ditempatkan di bawah tengah agar informasi penting ini tetap terlihat dan memberi ruang untuk elemen teks dan elemen foto. Penulis juga menggunakan aset kertas sobek yang ditempatkan di belakang teks *Terms and Conditions* agar menambahkan nuansa *vintage*. Berikut adalah sketsa yang telah dibuat.



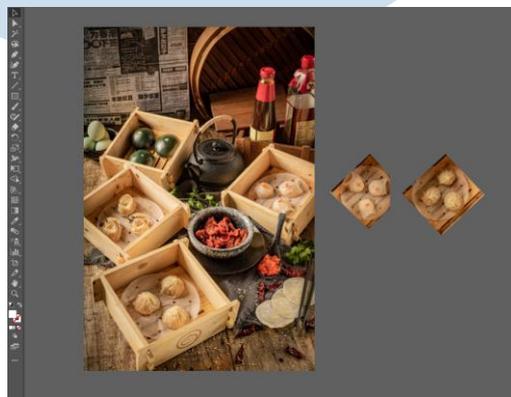
Gambar 3. 15 Sketsa AYCE Promo Come-xia

Tahap selanjutnya, penulis melakukan digitalisasi dari sketsa. Penulis membuat *artboard* berukuran 1200x1500px untuk *feeds* dan 1080x1920 px untuk *story*. Penulis memulai proses digitalisasi untuk *feeds* dengan melakukan *masking* pada aset fotografi pertama melalui *quick selection tool*. Setelah melakukan *masking*, penulis melakukan rotasi *angle* setiap elemen foto, serta mengubah penempatannya.



Gambar 3. 16 Proses *Masking* Foto Pertama

Penulis mendapatkan pesan dari klien melalui SMO untuk hanya menaruh foto dimsum. Maka dari itu, penulis melakukan *masking* pada aset fotografi kedua. *Masking* dilakukan pada gambar menu *Har Gaw* dan *Siu Mai* melalui aplikasi Adobe Illustrator menggunakan *pen tool* dan *clipping mask* agar *masking* terlihat lebih rapih.



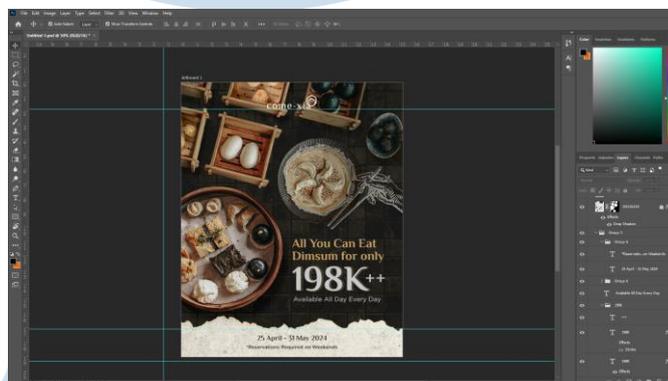
Gambar 3. 17 Proses *Masking* Foto Kedua

Tahap selanjutnya, penulis menduplikasikan 2 gambar dimsum yang sudah ada dari hasil *masking* foto pertama digunakan sebagai aset kotak dimsum. Kemudian penulis menempatkan hasil *masking Har Gaw* dan *Siu Mai* pada aset kotak dimsum. Pengaturan perspektif dilakukan menggunakan *transform tool distort* agar persepektif makanan sejajar dengan kotak. Tidak hanya itu, penulis juga melakukan pengaturan warna dengan menurunkan *temperature* dan *exposure* agar menyatu dengan gambar lainnya.



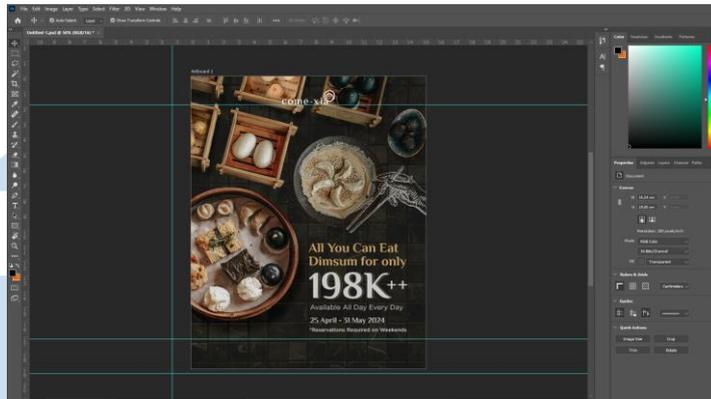
Gambar 3. 18 Digital Imaging Menu Har Gaw dan Siu Mai

Selanjutnya, penulis menggunakan tekstur kotak-kotak yang menyerupai meja di restoran Come-xia sebagai latar. Elemen teks, kertas, dan ilustrasi juga ditambahkan pada desain. Kemudian, penulis melakukan *preview* kepada SMO untuk mendapatkan *feedback* dari klien sebelum melanjutkan perancangan desain dalam format *story* (1080x1920) px.



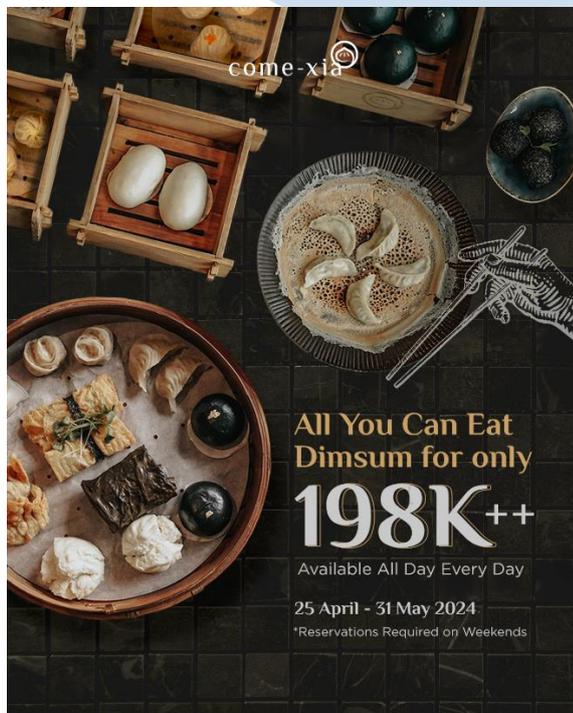
Gambar 3. 19 Penambahan elemen teks dan ilustrasi

Penulis kemudian mendapatkan pesan dari SMO untuk mengubah penempatan teks *Terms and Conditions* ke kanan bawah. Revisi dilakukan dengan menghilangkan elemen kertas, serta memindahkan elemen teks ke kanan dan mengubah *alignment* menjadi rata kiri.

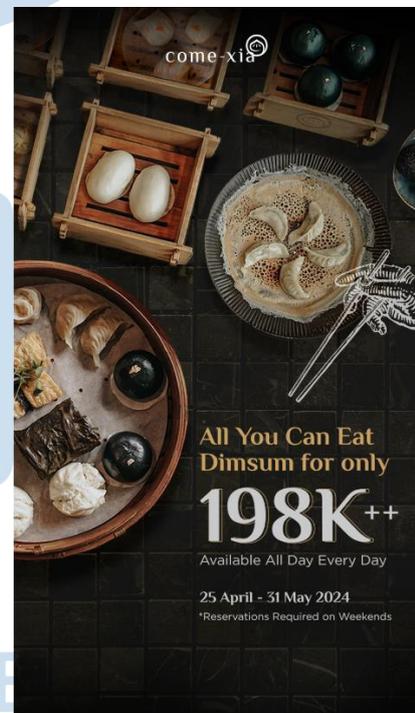


Gambar 3. 20 Revisi AYCE Promo Come-xia

Hasil revisi diperlihatkan kepada SMO dan mendapatkan persetujuan dari klien. Penulis pun melanjutkan proses perancangan ke dalam format Instagram Story. Saat gambar dimsum dipindahkan ke format Story, terlihat hasil masking *Har Gaw* yang terpotong di bagian atas. Dengan itu, penulis memberikan gradasi hitam transparan untuk menutupi hal tersebut. Berikut adalah hasil final dari poster *AYCE Promo* untuk *Come-xia*.



Feeds: 1200×1500 px

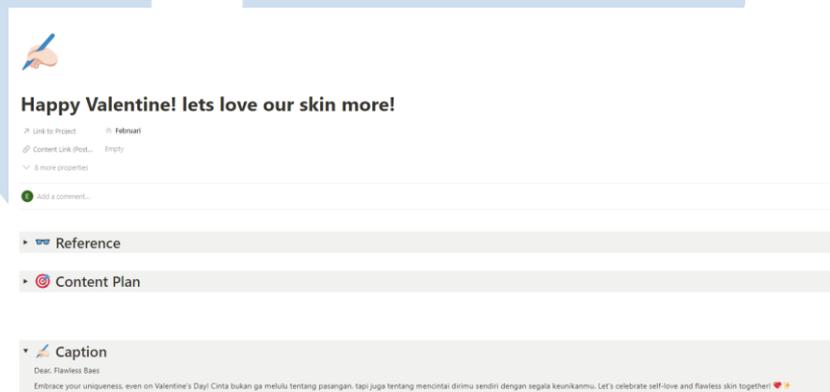


Story: 1080×1920 px

Gambar 3. 21 Hasil Final AYCE *Promo* Come-xia

3.3.1.3 Valentine's Day Hi Flawless

Pada tanggal 7 Februari 2024, penulis mendapatkan *brief* dari SMO untuk membuat desain feeds 1200x1500 px untuk diunggah ke Instagram. Hi Flawless, sebuah *brand reseller skincare* Aqua+ Series ingin mengucapkan hari *Valentine* kepada audiens serta, mengajak para audiens untuk mencintai diri sendiri dengan merawat kulit mereka melalui *skincare*. Penulis juga mendapatkan informasi mengenai *guideline* desain untuk hari raya, dimana visual desain akan mengikuti tema hari raya tersebut. Berikut adalah *brief* yang diberikan.



Gambar 3. 22 Brief Valentine's Day

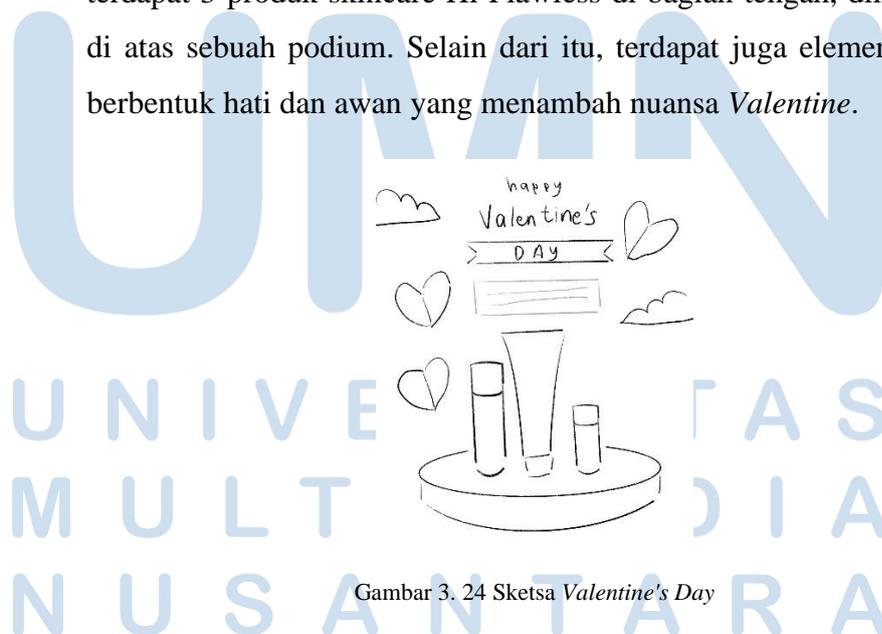
Pada brief terdapat referensi yang diberikan kepada penulis oleh SMO. Dalam referensi tersebut terdapat produk dari brand, bunga, dan latar berwarna pink yang cocok menggambarkan *Valentine's Day* terutama untuk sebuah *brand beauty*. Berikut adalah referensi yang diberikan.

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



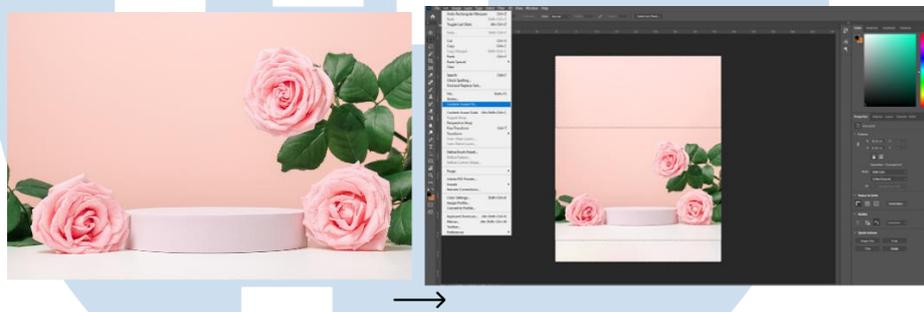
Gambar 3. 23 Referensi *Valentine's Day* yang diberikan

Setelah mendapatkan brief dan referensi, penulis melanjutkan ke tahap sketsa. Penulis berencana membuat desain yang berlatar pink untuk merepresentasikan *Valentine's Day* dan juga target audiens brand Hi Flawless yang merupakan perempuan. Kemudian, akan terdapat 3 produk skincare Hi Flawless di bagian tengah, diletakkan di atas sebuah podium. Selain dari itu, terdapat juga elemen kertas berbentuk hati dan awan yang menambah nuansa *Valentine*.



Gambar 3. 24 Sketsa *Valentine's Day*

Setelah membuat sketsa, penulis melanjutkan proses perancangan dengan melakukan perancangan aset visual. Penulis menemukan aset untuk *background* dari Shutterstock. Aset tersebut berada dalam format horizontal sedangkan artboard yang digunakan adalah vertikal. Oleh karena itu, penulis melakukan *expand image* pada gambar menggunakan *tools Content Aware Fill* di aplikasi Photoshop. Hal tersebut dilakukan agar *background* dapat digunakan dalam format vertikal.



Gambar 3. 25 Proses *Expand Image*

Selanjutnya, penulis melakukan tahap digitalisasi dari sketsa. Penulis menempatkan elemen-elemen teks, produk skincare, dan aset kertas berbentuk hati/awan mengikuti sketsa yang dibuat oleh penulis. Berikut adalah draf desain pertama.



Gambar 3. 26 Draf Desain *Valentine's Day*

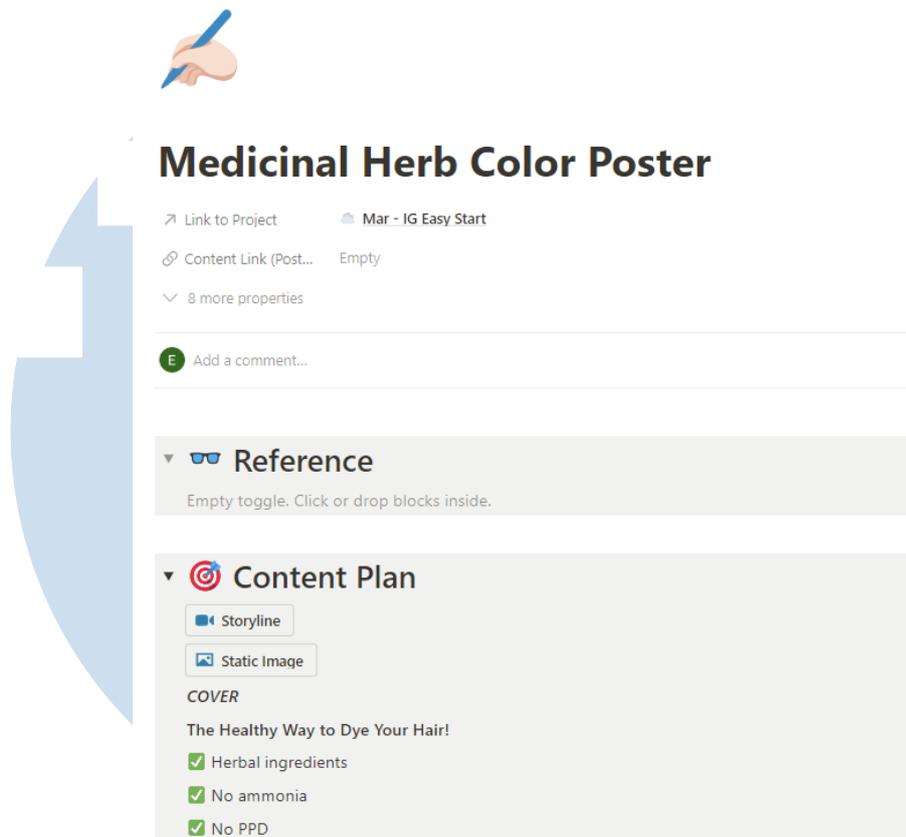
Setelah membuat draf desain, penulis melakukan asistensi kepada *Supervisor* dan mendapatkan saran untuk memindahkan *body text* ke bawah agar tidak menumpuk di bagian atas. Penulis kemudian melakukan revisi pada *body text* sesuai arahan supervisor. Hasil revisi pun disetujui. Berikut merupakan karya final untuk *Valentine's Day Hi Flawless*.



Gambar 3. 27 Desain Final *Valentine's Day*

3.3.1.4 Medicinal Herb Color Daeng Gi Meo Ri Singapore

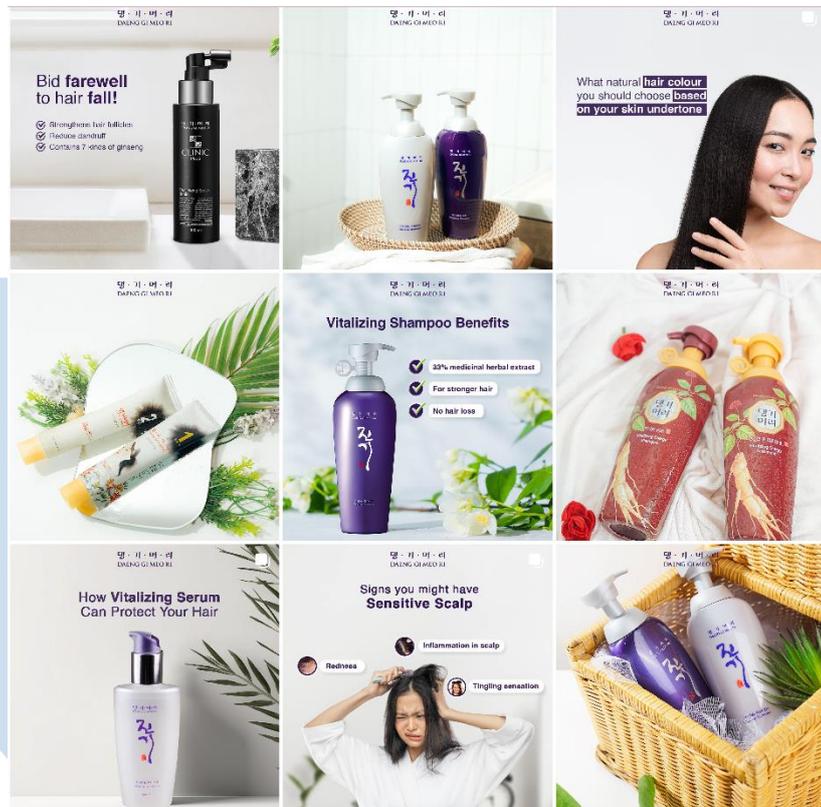
Pada tanggal 4 Maret 2024, penulis mendapatkan *brief* dari SMO untuk membuat desain feeds untuk Instagram berukuran 1200x1500 px mengenai *Medicinal Herb Color*, produk pewarna rambut herbal dari Daeng Gi Meo Ri. Poster ini bertujuan untuk menginformasikan mengenai kashiat pewarna rambut yang herbal dan memiliki komposisi yang dapat menyehatkan rambut. Berikut adalah *brief* yang diberikan.



Gambar 3. 28 Brief Medicinal Herb Color

Setelah mendapatkan brief, penulis melakukan *brainstorming* dengan melakukan eksplorasi terhadap Instagram DGMR (Daeng Gi Meo Ri) untuk mencari referensi desain. Berdasarkan sosial media brand tersebut, didapatkan bahwa desain untuk sosial media seringkali menggunakan teknik *digital imaging* dimana produk shampoo menggunakan latar meja dalam kamar mandi. Selain dari itu, gaya desain yang digunakan cenderung simpel dan minimalis. Tipografi yang digunakan adalah font Helvetica yang merupakan *sans serif* berwarna ungu, sesuai dengan logo DGMR.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



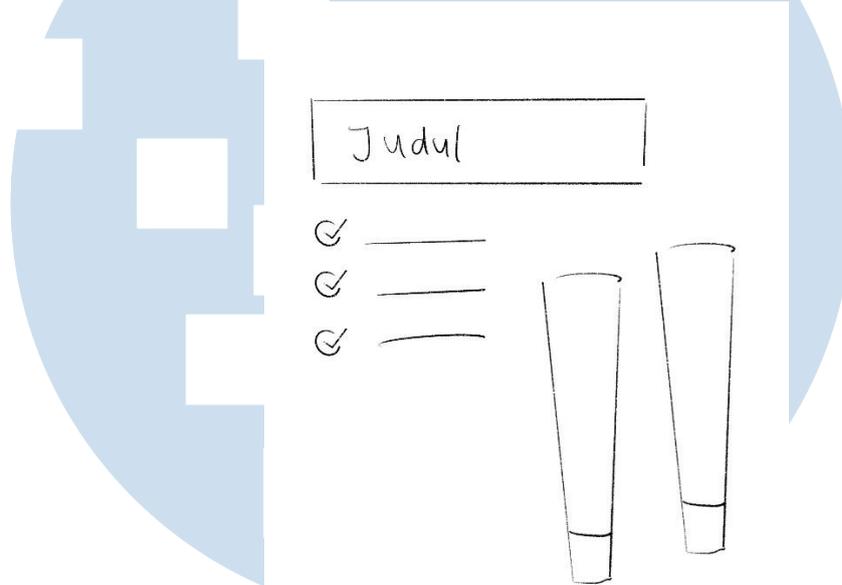
Gambar 3. 29 Instagram DGMR

Selanjutnya, penulis melakukan tahap pencarian aset visual. Hal ini bertujuan untuk mendukung proses perancangan desain penulis. Penulis mendapatkan aset yang akan digunakan sebagai *background* yang berupa meja dengan latar minimalis dari Freepik. Selain itu, penulis mendapatkan aset foto produk diperoleh dari fotografer Idein melalui Google Drive. Berikut adalah aset visual yang akan digunakan dalam desain.



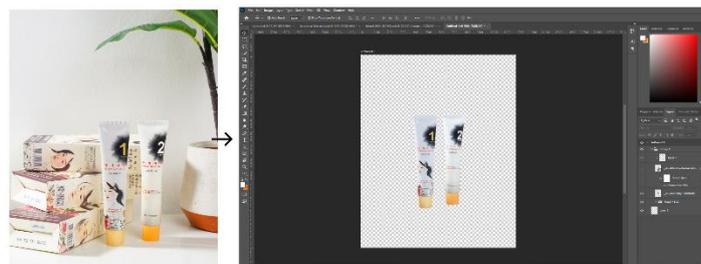
Gambar 3. 30 Aset Visual Medicinal Herb Color

Penulis kemudian membuat sketsa yang memperlihatkan produk *medicinal herb* di sebelah kanan dan teks di sebelah kiri. Penulis memastikan keseimbangan melalui penempatan elemen agar terlihat keharmonisan dalam desain. Setelah membuat sketsa, penulis melakukan *layouting* melalui aplikasi Adobe Photoshop.



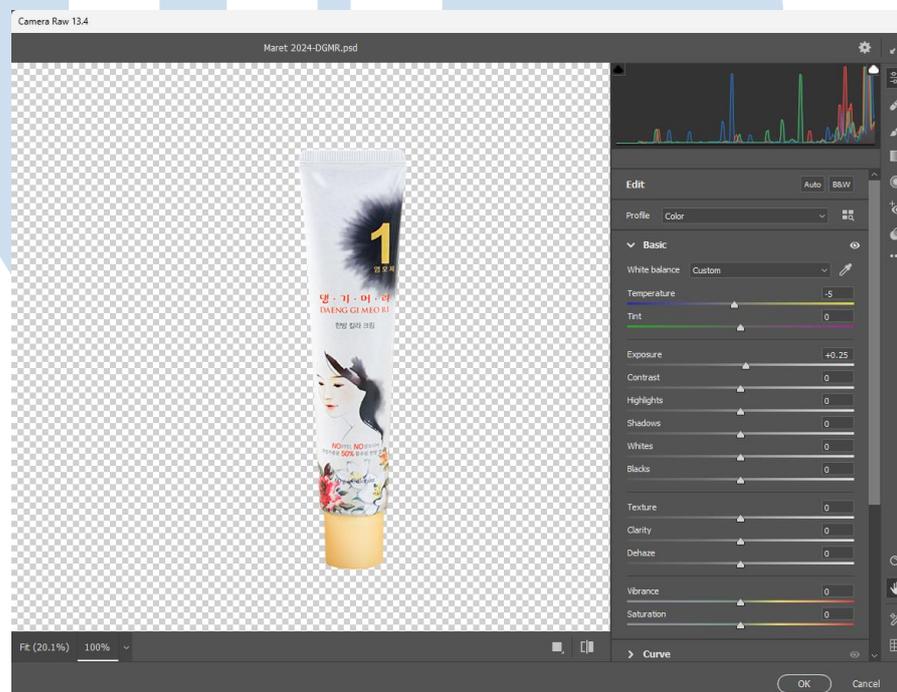
Gambar 3. 31 Sketsa *Medicinal Herb Color*

Selanjutnya, penulis memulai proses digitalisasi dengan melakukan *masking* pada aset foto produk. Hal ini bertujuan untuk menghilangkan *background* dari gambar. Dalam proses ini, penulis menggunakan *quick selection tool* di aplikasi Adobe Photoshop. Berikut adalah proses *masking* pada aset foto produk *Medicinal Herb Color*.



Gambar 3. 32 Proses *Masking Medicinal Herb Color*

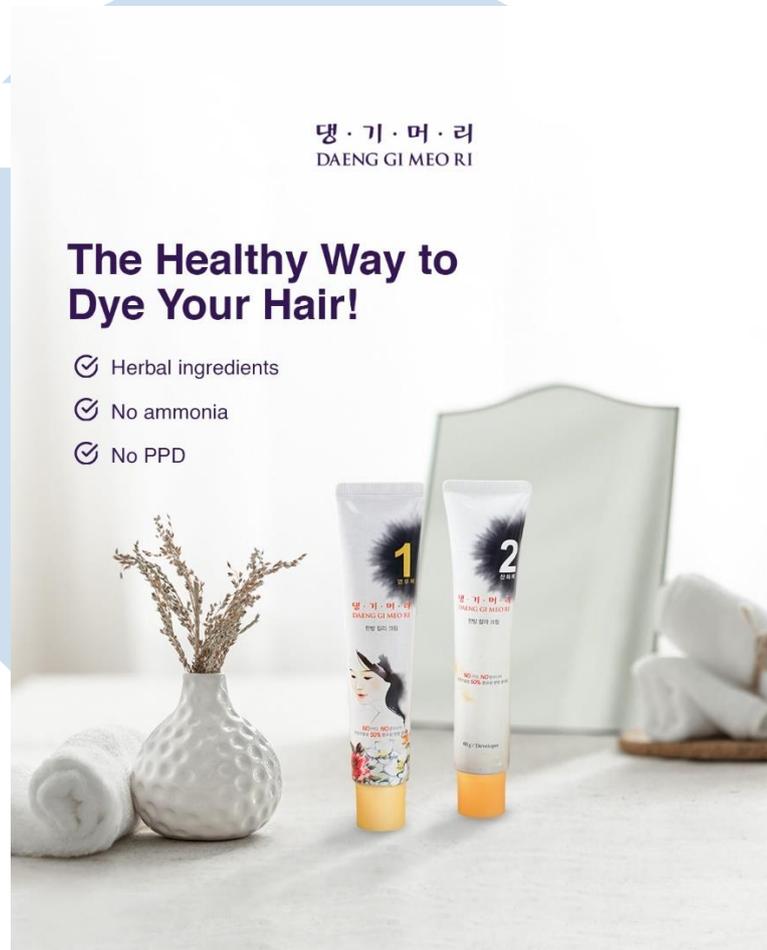
Setelah proses *masking*, penulis melakukan *adjustment* pada gambar produk agar warnanya lebih menyatu dengan *background*. Penulis menggunakan *Camera Raw Filter* untuk melakukan proses ini. Aset visual untuk *background* memiliki *tone* warna yang *cool*, sedangkan *tone* warna pada foto produk adalah *warm*. Penulis melakukan *adjustment* dengan menurunkan *temperature* pada gambar. Selain dari itu, penulis juga menaikkan *exposure* agar produk terlihat lebih terang. Berikut adalah proses *adjustment* warna yang dilakukan.



Gambar 3. 33 Proses *Adjustment* Warna DGMR

Selanjutnya, penulis menempatkan gambar produk yang telah melalui proses *masking* dan *adjustment* warna ke aset *background* ke dalam artboard berukuran 1200x1500 px. Penulis kemudian menambahkan bayangan pada produk melalui *duplicate object* dan mewarnainya menjadi hitam. Lalu, penulis menggunakan *transform tool* untuk mendistorsi arah bayangan agar sesuai dengan arah bayangan pada cermin dan handuk pada latar. Penulis juga menempatkan elemen teks pada bagian kiri dengan *alignment* kiri

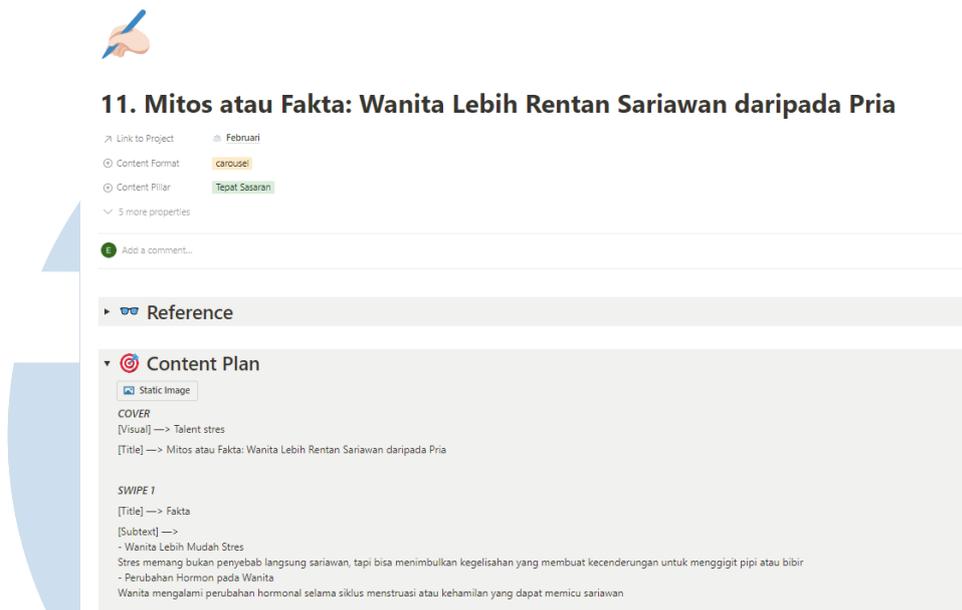
yang memudahkan audiens untuk membaca informasi yang diberikan. Berikut adalah desain final untuk Medicinal Herb Color.



Gambar 3. 34 Desain Final *Medicinal Herb Color*

3.3.1.5 Mito atau Fakta Aloclair

Pada tanggal 27 Februari 2024, penulis membantu *Supervisor* untuk mengerjakan desain konten sosial media untuk Aloclair. Brand ini merupakan obat yang dapat menangani sariawan tanpa mengakibatkan rasa perih. Maka dari itu, konten yang dibahas di media sosial Aloclair seputar sariawan dan *oral health*. Penulis kemudian mendapatkan brief dari SMO yang berjudul "Mito atau Fakta: Perempuan lebih rentan sariawan daripada Pria" berikut adalah *brief* diberikan.



Gambar 3. 35 Brief Mitos atau Fakta

Setelah mendapatkan brief, penulis melakukan *brainstorming* dengan membuka *creative communication plan Aloclair*. Hal ini bertujuan agar penulis dapat membuat desain yang dipahami target audiensnya. Penulis kemudian mendapatkan bahwa *tone of voice* brand aloclair adalah *fun* dan *vibrant* serta memiliki target audiens millennial. Penulis juga melakukan eksplorasi terhadap Instagram Aloclair sebagai referensi. Berdasarkan Instagram Aloclair, desain feeds seringkali menggunakan teknik digital imaging yang memperlihatkan foto *talent/ model* berada di *background* ruang tamu yang *blur*, menggunakan kombinasi warna krem dan biru, serta menggunakan font sans serif Poppins. Berikut merupakan *screenshot* dari Instagram Aloclair.

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. 36 Screenshot Instagram Aloclair

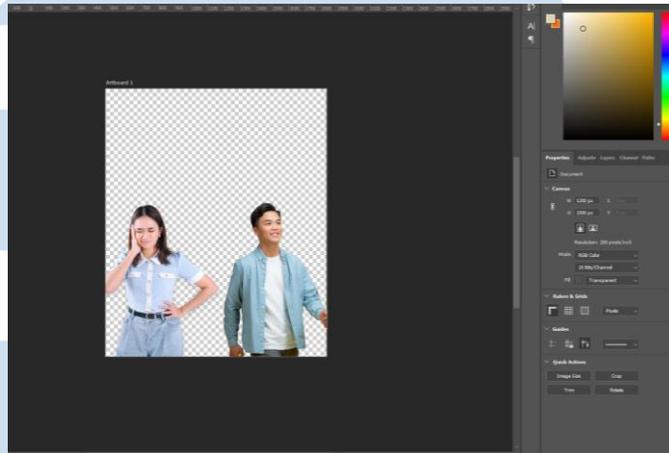
Penulis kemudian melanjutkan ke tahap pencarian aset visual. Berdasarkan *brief* SMO, dalam desain harus terdapat *talent* wanita terlihat sedang stress. Penulis kemudian mendapatkan aset *talent* wanita dari Google drive yang diunggah oleh fotografer Idein. Selanjutnya, penulis menemukan aset background ruang tamu dari Freepik dan aset *talent* pria dari Shutterstock. Berikut adalah aset visual yang akan digunakan.



Gambar 3. 37 Aset Visual Mitos atau Fakta

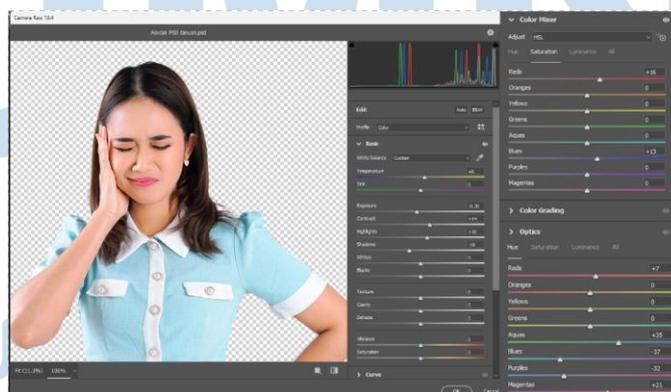
Selanjutnya penulis melakukan *masking* pada kedua foto talent. *Masking* dilakukan untuk memisahkan objek dengan latar dan

membuat gambar menjadi PNG dengan latar transparan. Penulis melakukan *masking* menggunakan *Quick Selection Tool* dan *Object Selection Tool* pada aplikasi Adobe Photoshop.



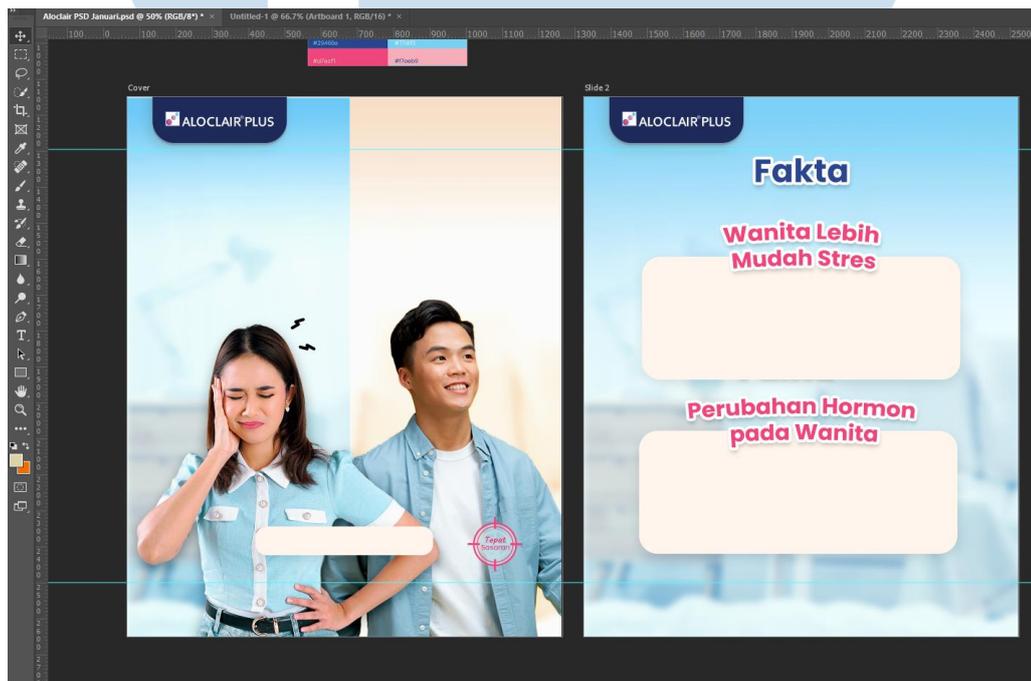
Gambar 3. 38 Hasil *Masking*

Penulis selanjutnya dibimbing oleh Supervisor dalam melakukan pengaturan warna melalui *Camera Raw Filter*. Dikarenakan gambar talent wanita terlihat lebih pucat dibandingkan talent pria, penulis melakukan *adjustment* warna dengan menambahkan *temperature*, menurunkan *exposure* dan *shadow*, serta menaikkan *contrast*. Penulis juga melakukan penyesuaian warna biru pada pakaian *talent* wanita agar sama dengan warna biru pada pakaian *talent* pria. Penulis melakukan *adjustment* warna biru melalui *Color Mixer* dengan memainkan *hue* dan *saturation* pada *blue*, *aqua*, dan *purple*.



Gambar 3. 39 Proses *Adjustment* Warna Mitos atau Fakta

Pada tahap selanjutnya, penulis melakukan proses *layouting* dengan menempatkan semua aset visual. Penulis menggunakan latar ruang tamu yang *blur* dan terbagi menjadi dua warna. Warna gradasi biru di sebelah kiri dan gradasi krem di sebelah kanan. Penulis ingin menunjukkan perbandingan antara *talent* wanita yang terlihat sakit karena sariawan dengan *talent* laki-laki yang terlihat sehat. Penulis kemudian menambahkan efek yang memperlihatkan ekspresi kesakitan pada *talent* wanita. Pada slide 2, penulis juga melakukan proses *layouting* dengan menempatkan judul di bagian atas dan dibawahnya terdapat *sub heading* beserta dengan *body text* berupa informasi penjelasan yang akan ditempatkan dalam persegi panjang berwarna krem.



Gambar 3. 40 Proses Digitalisasi Mitos atau Fakta

Setelah itu, penulis melakukan asistensi dengan supervisor. Penulis mendapatkan saran untuk menambahkan aset gambar emoji pada slide kedua agar tidak terlihat kosong dan juga menambahkan kesan *fun*. Berikut adalah hasil final desain dari Mitos atau Fakta untuk Alocclair.



Gambar 3. 41 Desain Final Mitos atau Fakta

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama 6 bulan menjalani magang di Idein, penulis mendapatkan banyak pengalaman baru serta, memperoleh keterampilan baru. Namun, di sisi lain penulis beberapa kali menghadapi kendala selama praktik magang. Berikut adalah kendala yang ditemukan penulis selama menjadi *Graphic Design Intern*.

1. Menggunakan teknik *digital imaging*

Banyak dari konten sosial media yang penulis kerjakan menerapkan gaya desain yang melibatkan teknik *digital imaging*. Penulis mengalami kendala karena belum terbiasa menggunakan teknik ini, sehingga sulit menyesuaikan diri pada saat awal magang. Selain dari itu, penulis juga harus melakukan revisi beberapa kali karena hasil *digital imaging* yang masih kurang optimal seperti penempatan bayangan objek.

2. Kapasitas laptop

Penulis beberapa kali mengalami hambatan saat mengerjakan desain yang disebabkan oleh kapasitas laptop yang kurang memadai. Ketika mengerjakan desain di aplikasi Photoshop, seringkali terjadi *lag* ataupun *crash*. Hal ini berdampak dalam memperlambat proses pembuatan desain.

3. Kurang teliti

Penulis beberapa kali kurang teliti saat membaca *content plan*. Hal ini membuat penulis melakukan revisi desain yang berulang.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala yang penulis temukan selama magang, penulis menemukan solusi sebagai berikut:

1. Aktif bertanya dan belajar

Penulis mengusahakan untuk selalu aktif bertanya kepada Supervisor jika mengalami kesulitan saat melakukan *digital imaging*. Tidak hanya itu, penulis juga banyak mempelajari mengenai *tools-tools* di Adobe Photoshop melalui *Adobe Community* atau menonton *tutorial* di YouTube apabila penulis merasa kebingungan.

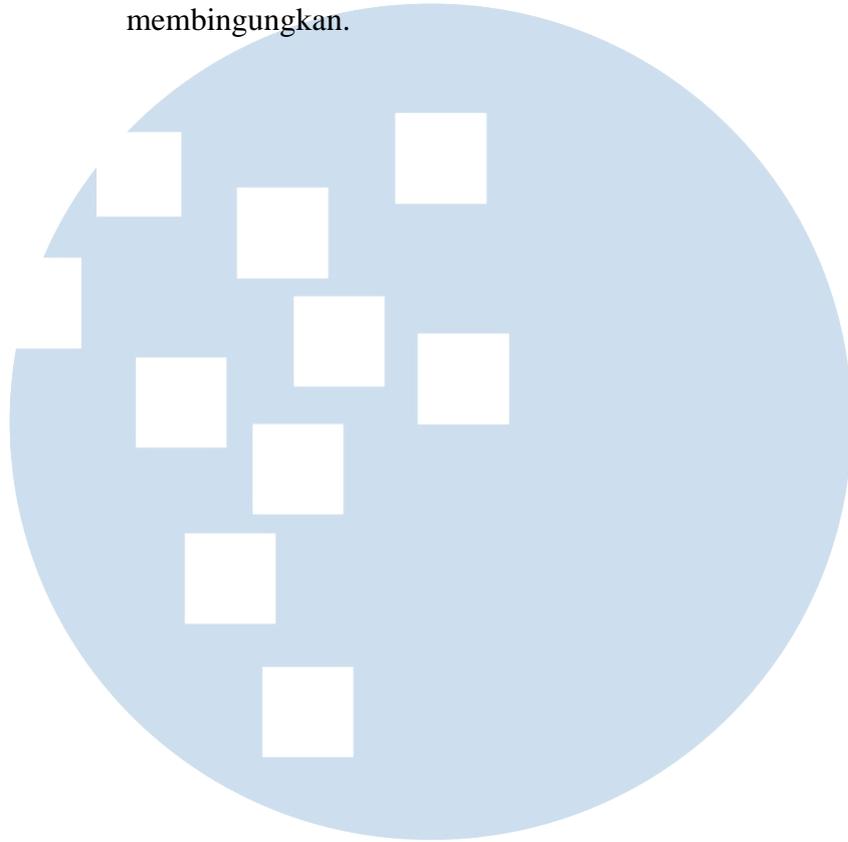
2. Menghapus atau memindahkan file ke *hard disk*.

Penulis melakukan penghapusan aplikasi dan *file-file* lainnya yang dianggap tidak penting. Untuk file penting lainnya, penulis pindahkan ke *hard disk external* pribadi dan Google Drive. Selain dari itu, penulis juga meminjam hard disk dari Idein agar *file-file* yang dikerjakan selama magang tidak memenuhi memori di laptop.

3. Tidak terburu-buru saat membaca *brief*.

Penulis membiasakan diri untuk tidak terburu-terburu dan membaca *brief* desain dengan seksama. Penulis juga aktif

bertanya kepada SMO atau *Supervisor* apabila ada bagian yang membingungkan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA