# **BAB III**

# PELAKSANAAN KERJA MAGANG

## 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

## 3.1.1 Kedudukan

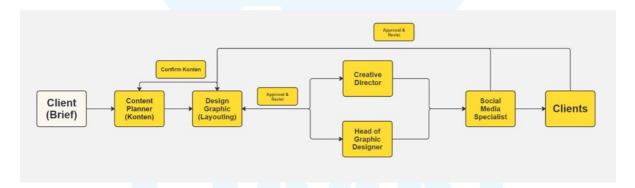
Pada pelaksanaan proses kegiatan magang, penulis berposisi sebagai *Graphic Designer Intern* untuk brand Pickandpack, Aegi, Pesanminum, dan Larocking. Berdasarkan dari bagan struktur organisasi yang ada, posisi penulis berada dibawah *Head of Graphic Designer* yang merupakan posisi dimana para junior berada. Dalam melakukan pekerjaan, penulis harus melakukan laporan kepada *Head of Creative* yaitu Aristo August, untuk membahas hasil dari pekerjaan dan juga mendapatkan ide-ide yang lebih unik. Selanjutnya laporan akan dilanjutkan kepada head of *graphic designer* dan juga *head of content* untuk memastikan pekerjaan yang sudah dikerjakan.

# 3.1.2 Koordinasi

Dalam melakukan proses kegiatan magang ini, penulis tentu harus melalui berbagai tahapan untuk mengerjakan suatu pekerjaan agar proyek tersebut dapat dikatakan selesai. Setiap minggunya pada hari senin, bagian *Content Planner* akan memberikan beberapa konten dari 4 brand yang sudah diterima oleh pihak klien untuk para *graphic designer* mengerjakan desainnya. Konten akan diberikan melalui *Trello Cards* agar dapat diakses oleh seluruh bagian dari agensi.

Selama proses kegiatan magang di Temata Creative, penulis memiliki pekerjaan yang tetap untuk dilakukan setiap harinya, pekerjaan yang meliputi perancangan konten dari 4 brand yang telah diberikan untuk diunggah setiap harinya di Instagram, terutama pada brand Pickandpack. Penulis melakukan perancangan konten dari setiap brand 1 minggu sebelum konten tersebut akan diunggah di Instagram. Ketika konten telah selesai dirancang, penulis akan melakukan diskusi dengan *content planner* untuk mengecek apakah konten yang dibuat sudah sama dengan pemikiran penulis. Lalu penulis mulai

merancang *layout* dan melakukan pemilihan foto, *digital imaging*, dan merapihkan konten-konten yang sudah dibuat. Setelah melakukan layouting, penulis akan menunjukan hasil desain kepada pihak *Head of Graphic Design* dan *Creative Director* untuk menambahkan ide atau melakukan revisi. Pada tahap ini, head of graphic design maupun creative director akan memberikan revisi berupa *layout* dan visual dari hasil foto. Setelah dilakukannya revisi, penulis akan meminta persetujuan untuk mengunggah konten kepada *Social Media specialist* dari setiap brandnya. Pada tahap ini, *Social media specialist* akan melakukan pengecekkan kembali terhadap penulisan maupun hal lainnya. Ketika ada kesalahan atau revisi, penulis akan segera melakukan perbaikan. Setelah disetujui oleh *Social Media Specialist*, pihak ini akan mengunggah hasil konten pada Instagram sesuai dengan jadwal yang telah dibuat oleh *Content Planner*.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

# 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan proses kegiatan magang ini, penulis tentu memiliki tugas harian yang rutin seperti merancang konten untuk keperluan Instagram dan keperluan ecommerce dari setiap brand yang penulis pegang atau tanggung jawab penulis. Berikut merupakan detail dari pekerjaan yang dilakukan penulis selama melakukan proses kegiatan magang:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Ke 1 15 – 19 Januari	Perkenalan Perusahaan	Perkenalan pada perusahaan dan juga jobdesk yang akan dilakukan untuk kedepannya.
1	Ke 2 – 3  22  Januari –  2  Februari	Desain Portfolio Temata Creative Agency	Membuat rancangan untuk portfolio dari Temata Creative Agency sebanyak 9 brand. Dimulai dari melakukan layouting, desain mockup, dan typography.
2	Ke 4 5 Februari	Konten Chinese New Year	Membuat konten Chinese new year untuk Instagram Temata Creative Agency yang berupa short motion dan juga brand Aegi dan Larocking,
3	Ke 5 12 Februari	Shooting konten Larocking	Melakukan visit ke offline store untuk membuat konten video dan pengambilan foto untuk konten feeds
4	Ke 7 26 Februari	Persiapan konten PickandPack & Shooting di pabrik	Membuat moodboard dan juga referensi angle pengambilan foto untuk melakukan photoshoot serta video shoot. Melakukan pengambilan video dan photoshoot di pabrik Pickandpack.
5	Ke 8 1 Maret	Pembuatan konten Pickandpack	Melakukan DI dan pembuatan konten pickandpack serta menyusun reels yang akan diplot.
6	Ke 9 12 Maret	Membuat konten promo untuk Aegi	Melakukan pembuatan konten untuk promo 3.3 dan voucher promo
7	Ke 10 18 Maret	Melakukan photoshoot untuk produk Aegi	Photoshoot flatlay untuk Aegi di sebuah studio untuk menciptakan kesan rumahan.
8	Ke 11 25 Maret	Melakukan photoshoot dan perancanganan konten untuk Pickandpack	Photoshoot produk baru dari pickandpack dan merancang konten untuk keperluan <i>feeds</i> Instagram dan <i>story</i> .

9	Ke 12 1 April	Mengerjakan konten mingguan	Mengerjakan desain konten mingguan untuk brand Larocking, Pesanminum, Aegi, dan Pickandapack.
10	Ke 13 16 April	Mengerjakan konten mingguan dan photoshoot pickandpack	Photoshoot produk pickandpack dan mengerjakan desain konten mingguan untuk brand Larocking, Pesanminum, Aegi, dan Pickandapack.
11	Ke 14 22 April	Promo payday Aegi	Membuat motion reels untuk promo aegi saat payday
12	Ke 15 29 April	Mengerjakan konten mingguan	Mengerjakan desain konten mingguan untuk brand Larocking, Pesanminum, Aegi, dan Pickandapack.
13	Ke 16 2 Mei	Mengerjakan konten mingguan	Mengerjakan desain konten mingguan untuk brand Larocking, Pesanminum, Aegi, dan Pickandapack.
14	Ke 17 10 Mei	Photoshoot Pesanminum dan Aegi	Photoshoot untuk keperluan Instagram feeds Pesanminum dan Aegi.

# 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama penulis melakukan proses magang di Temata Creative Agency, secara garis besar penulis membantu *brand* Pickandpack dalam keperluan desain Instagram dan keperluan sosial media lainnya. Di mulai dari desain untuk keperluan *feeds, story, cover highlights*, dan *cover reels* pada Instagram.

Untuk brand Pickandpack, penulis melakukan *edit preset* filter dari setiap foto yang sudah diambil, Digital Imaging dan juga merapihkan kecacatan yang ada pada foto. Untuk proses dari pembuatan untuk desain PickandPack ini, dimulai dari brief konten yang telah disiapkan oleh Content Planner untuk bagian story pada website Trello. Untuk keperluan feeds, penulis dibebaskan untuk melakukan plotting dari *portfolio* brand Pickandpack dari hasil foto yang telah diambil dari hasil

photoshoot. Lalu penulis akan merancang desain yang telah diplot pada website Trello yang akan dicek kembali oleh content planner mengenai typo atau isi dari konten tersebut. Jika ada revisi, penulis akan melakukan perbaikan dan menyerahkan hasil desain pada Creative Director untuk melakukan Quality Checking secarah keseluruhan dari feeds hingga story. Pada tahap terakhir, penulis akan melakukan approval pada klien Pickandpack, dan ketika sudah melakukan hal tersebut, desain akan di post di Instagram PickandPack oleh admin.

# 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Proses pelaksanaan kegiatan magang yang berlangsung di Temata *Creative Agency*, penulis memiliki pekerjaan untuk membuat rancangan keperluan visual untuk brand Pickandpack secara keseluruhan untuk keperluan sosial media. Berikut merupakan detail dari beberapa proyek yang dirancang oleh penulis untuk proyek harian.

# 3.3.1.1 Instagram Feeds

Dalam perancangan keperluan Instagram dari Pickandpack adalah salah satu dari pekerjaan harian yang harus dilakukan oleh penulis. Penulis memiliki kewajiban dalam merancang konten pickandpack yang berjumlah 6 konten dan akan di upload satu setiap harinya kecuali di hari minggu. Pada hari senin, penulis akan melakukan briefing bersama content planner dan juga creative director untuk membahas mood dan look untuk Instagram dari Pickandpack ini sendiri. Oleh karena itu, dalam proses perancangan dari instagram Pickandpack, penulis membagi menjadi tiga bagian pengerjaan yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

# 1. Pra-produksi

Dalam proses ini, penulis akan membaca konten yang telah dibuat oleh pihak content planner dan mengumpulkan beberapa referensi foto yang dapat menjadi referensi ketika dilakukannya photoshoot bersama tim videographer. Berikut merupakan referensi yang digunakan oleh penulis:



Gambar 3.2 Referensi foto

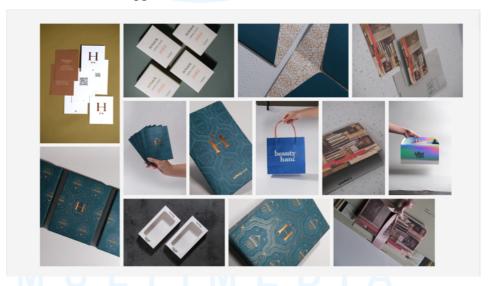
Setelah itu, penulis melakukan foto dari packaging produk oleh Pickandpack sesuai dengan keperluan konten yang sudah ada. Untuk mendukung foto dari packaging, penulis melakukan setting latar background dan juga properti seperti batu, warna latar, dan juga keperluan lighting untuk foto. Penulis melakukan photoshoot bersama tim videographer yang sekaligus melakukan pengambilan shot video untuk keperluan reels dan juga video tiktok. Penulis menggunakan kamera Fujifilm XT-5 atau Fujifilm XT-20, tergantung kamera mana yang sedang tidak dipakai.

Penulis akan mengatur latar mana yang akan dipakai untuk setiap produknya. Jika produk yang akan difoto memiliki warna yang terang, maka latar yang sesuai untuk produk tersebut merupakan latar yang gelap. Untuk latarnya, Temata Creative memiliki beberapa pilihan warna seperti warna

hijau, abu gelap dengan tekstur batu, kuning gelap, dan juga warna abu-abu polos. Untuk produk yang memiliki warna yang gelap, penulis akan memilih warna latar yang terang. Temata Creative memiliki beberapa latar yang berwarna terang seperti abu muda, putih dengan tekstur batu, dan cream dengan beberapa corak. Penulis melakukan ini agar hasil foto yang diambil akan terlihat kontras antara produk dan juga latar yang dipakai agar produk tersebut tidak menyatu dengan latar. Hal ini juga akan memudahkan penulis ketika melakukan *editing* pada Adobe Photoshop.

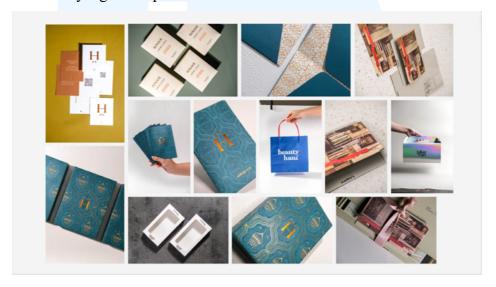
## 2. Produksi

Pada proses produksi, penulis melakukan proses foto dari packaging yang telah dicetak oleh Pickandpack. Penulis melakukan photoshoot mengikuti referensi yang telah diambil dan juga melakukan foto dari beberapa angle yang ada. Jika penulis merasa bahwa angle yang telah diambil susah cocok dan sudah sesuai, penulis akan melanjutkan proses foto pada hasil cetak packaging yang lain untuk memenuhi keperluan koten selama seminggu atau lebih.



Gambar 3.3 Hasil dari Pengambilan Foto

Setelah foto selesai diambil dan dipilah, penulis melakukan proses editing pada foto untuk preset warna menggunakan software adobe Lightroom. Pada foto yang ada, penulis ingin membuat foto-foto terlihat lebih bersih dan *aesthetically pleasing* dengan memainkan *saturation* warna, *hue, exposure*, dan elemen lainnya yang ada pada adobe Lightroom. Penulis menyesuaikan *mood* dengan preferensi dari klien yang meminta agar fotonya terlihat hangat dan estetik. Foto-foto yang sudah diambil, rata-rata menggunakan preset seperti yang sudah penulis lampirkan. Penulis hanya cukup mengatur ulang beberapa elemen ketika diperlukan di beberapa bagian yang sudah ada. Berikut adalah beberapa hasil foto yang sudah penulis *edit*:



Gambar 3.4 Hasil dari Edit Preset

Setelah proses dari *edit preset* ini selesai dilakukan, penulis akan mulai melakukan proses *editing* di Adobe Photoshop untuk merapihkan beberapa bagian dari packaging atau objek foto yang terlipat, tidak rapih, kotor dan hal-hal yang perlu dilakukan *digital editing*. Untuk beberapa kasus, dibutuhkan editing digital imaging untuk bagian *background* dari hasil foto.



Gambar 3.5 Perbandingan Sebelum dan Sesudah

Hal ini dilakukan berulang kembali pada setiap produk dari *client* dan juga setiap detail dari produk-produk tersebut. Penulis juga sering kali melakukan penyesuaian warna ulang agar terlihat lebih terang, lebih cerah, dan menyesuaikan kembali warna yang sebelumnya kurang pas menjadi lebih sesuai dengan *mood* yang diminta oleh *client*.



Gambar 3.6 Edit Warna Latar

Tidak hanya itu, penulis juga dibebaskan untuk mengganti warna dari latar yang ada. Penulis akan melakukan beberapa percobaan untuk beberapa hasil foto produk. Jika warna dari produk tersebut warna biru, maka penulis akan mencoba mengganti warna dari latar menjadi warna yang senada. Hal pertama yang akan dilakukan oleh penulis adalah melakukan *cropping* pada bagian objek produk, setelah itu penulis akan melakukan teknik *masking* pada bagian tersebut.

Penulis menggunakan Quick Selection Tool untuk mempermudah dalam melakukan masking. Jika ada bagian yang tidak rapih, penulis akan merapihkan kembali menggunakan tool brush secara manual. Hal ini kerap kali terjadi pada bagian ujung objek foto sehingga penulis harus teliti dalam melakukan cropping.



Gambar 3.7 Masking Pada Foto

Selanjutnya penulis akan membuat sebuah *shape* baru dengan warna yang senada dan mengganti efek tersebut menjadi *multiply* atau *overlay*. Shape ini akan disesuaikan kembali opacitynya agar mendapatkan warna yang sesuai. Hal ini dilakukan agar objek utama dari hasil foto tidak tenggelam atau tidak menyatu dengan *background*. Penulis juga harus membuat agar hasil foto tidak terlihat diedit atau hasil *edit* yang terlalu terlihat bahwa hasil fotonya tidak natural.

# 3. Pasca Produksi

Setelah dilakukan proses editing, penulis akan mengatur jadwal posting dan melakukan listing urutan dari setiap konten. Untuk setiap konten yang telah diedit, memiliki isi carousels yang berupa details dari hasil foto produknya. Setelah hal ini dilakukan, penulis akan menunjukkan hasil desain kepada Supervisor atau Head of Creative untuk melihat apakah konten yang telah dibuat sudah cocok dengan mood yang ada. Kemudian jika ada revisi, penulis akan melakukan revisi dan akan memberikan konten yang sudah selesai direvisi kepada bagian Social Media Specialist agar dapat diunggah pada akun sosial media klien setelah melakukan approval kepada klien.

# 4. Instagram feeds untuk brand lain

Tidak hanya brand Pickandpack, penulis juga ditugaskan untuk mengerjakan beberapa desain untuk brand lain yang tidak hanya menggunakan teknik fortografi namun menggunakan teknik desain grafis untuk penyampaian informasi. Penulis mendesain Instagram feeds untuk brand Larocking yang merupakan sebuah brand sepatu, Pesanminum yang merupakan sebuah brand alkohol, dan Aegi yang merupakan sebuah brand alat makan anak bayi.

Berikut merupakan beberapa hasil dari desain Instagram feeds yang telah dibuat oleh penulis selama dalam kegiatan magang di Temata Creative ini:



Gambar 3.8 Instagram Feeds lainnya

Untuk proses dari pembuatan *feeds* Instagram pada brand lain tidak cukup berbeda jauh. Penulis akan mendapatkan konten dari bagian kepala konten kreatif, lalu penulis akan ditugaskan untuk membuat konten. Saat pembuatan konten, penulis akan mencari referensi melalui beberapa website seperti pinterest, behance, maupun website desain lainnya. Ketika penulis sudah mengetahui desain seperti apa yang akan dibuat, penulis akan membuat sebuah rancangan awal dari beberapa asset yang sudah disediakan dari setiap brandnya.



Gambar 3.9 Instagram Feed Pesanminum
Salah satu brand yang penulis kerjakan merupakan brand
Pesanminum, yang merupakan brand alcohol. Untuk brand ini, penulis
mengajukan ide untuk perubahan desain yang mengarah ke tema retro.
Dalam perancangan feeds untuk brand ini, penulis dilatih untuk mencari
keselarasan antara foto dan juga konten.

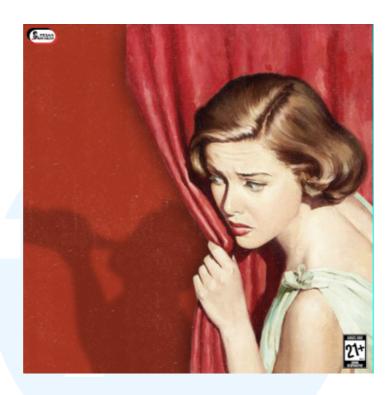
# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.10 Cropping awal

Pada awalnya, penulis akan melakukan *cropping* pada bagian objek wanita atau illustrasi yang ada. Setelah itu penulis akan membuat sebuah latar dengan warna yang sudah menyesuaikan dari brandnya yaitu warna merah yang agak gelap. Karena konten yang dibuat merupakan "Adegan konten dewasa" yang mengacu dalam melakukan aksi minum alcohol, maka penulis mencari sebuah ilustrasi dari seorang pria yang sedang meminum alcohol dari botol. Untuk membuatnya lebih misterius, penulis memilih ilustrasi dari siluet lelaki itu.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.11 Penambahan Aset

Setelah itu, penulis akan menambahkan tulisan copywriting yang sudah disediakan agar informasi yang disampaikan lebih terlihat jelas. Hasil dari desain yang sudah ada juga akan ditambahkan efek seperti noise dan juga efek dust agar terlihat lebih retro dan juga lebih menyatu dalam satu kesatuan.



Gambar 3.12 Hasil Akhir feed

Penulis mendapatkan asset-asset tersebut dari Head of Creative Design dan juga Creative Director. Saat asset-asset sudah diberikan, penulis akan mencoba untuk melakukan layouting sesuai dengan brief yang sudah diberikan oleh content planner. Ketika desain sudah selesai dibuat, penulis akan melakukan asistensi atau approval pada Head of graphic design dan juga creative director untuk mendapatkan masukkan yang dapat meningkatkan hasil dari pekerjaan. Ketika hasil dari desain sudah disetujui, penulis akan melakukan finalisasi dan melakukan export pada desain. Setelah itu penulis akan melakukan peng-uploadan pada google drive Temata agar dapat melakukan approval pada klien. Hasil dari desain akan diserahkan kepada social media specialist atau admin dari Instagram brand tersebut.

# 3.3.1.2 Instagram Stories

Untuk *brand* Pickandpack, ketentuan yang telah ditentukan oleh client saat diadakannya meeting yaitu 5 *feeds* Instagram, 1 *reels*, dan 6 *editorial stories*. Untuk pembuatan stories, dibutuhkan konten-konten yang membahas seputar cara pemesanan, *personality brand*, keunggulan, testimoni, *question and answer*, dan kegiatan pada saat di pabrik. Konten-konten akan disediakan dari pihak konten planner yang akan menyesuaikan pembahasan di setiap minggunya.

Untuk desain dari setiap *story* yang ada, penulis dibebaskan untuk membuatnya dalam bentuk vektor, teks saja, atau dapat digabungkan dengan hasil-hasil foto yang sudah diambil oleh penulis. Biasanya penulis melakukan pembagian kategori untuk story yang menggunakan teks saja dan ilustrasi vektor dan konten yang menggunakan hasil foto menjadi dua bagian yang berbeda.





Gambar 3.13 Inspirasi Instagram Story

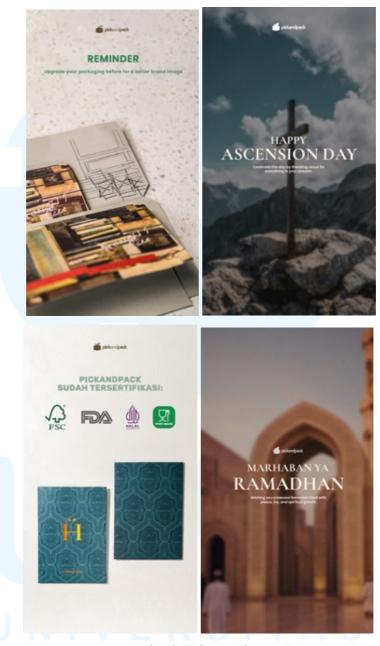
Berikut merupakan beberapa hasil dari referensi desain yang penulis temukan maupun hasil permintaan dari pihak konten. Untuk *story* yang menggunakan vektor, biasanya penulis akan diberitahu dari pihak konten untuk membuat konten yang mirip-mirip dengan referensi yang sudah ada. Penulis kerap kali mendapatkan referensi dan juga inspirasi melalui website Pinterest.



Gambar 3.14 Story Vektor

Untuk story yang menggunakan vektor dan hanya teks saja, penulis biasanya menggunakan background polos dengan warna yang menyesuaikan dengan color palette dari brand. Kebanyakan penulis mengunakan 2 warna primer utama yaitu warna cream dan warna hijau.

Untuk warnanya, penulis mengambil dari hasil turunan warna primer utama dari brand tersebut.



Gambar 3.15 Story Gabungan Foto

Untuk *story* yang menggunakan campuran foto dan teks, biasanya merupakan penjelasan mengenai brand, keunggulan brand, dan juga ucapan untuk hari raya. Penulis diberi kebebasan dalam pemilihan foto produk maupun untuk ucapan hari raya. Setelah hasil desain ini sudah selesai dirancang, penulis akan melakukan *approval* kepada client bersandingan

dengan konten Instagram yang akan dinaikkan pada minggu tersebut. Ketika sudah disetujui oleh *client*, penulis akan memberikan hasil rancangan kepada bagian admin agar team admin dapat melakukan *posting*.

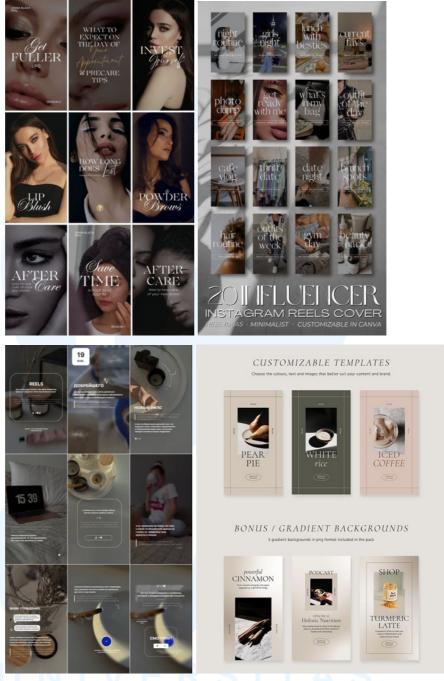
# 3.3.1.3 Cover Reels

Untuk pembuatan cover reels, brand Pickandpack ini meminta agar dibuatkan sebuah cover yang memiliki konsistensi dan keseragaman dalam covernya. Pembuatan cover reels ini telah melewati beberapa proses, dimulai dari melakukan pengajuan beberapa alternatif desain agar client dapat menentukan desain mana yang cocok dengan mereka. Berikut merupakan alternatif dari desain yang telah penulis buat:



Gambar 3.16 Alternatif Cover Reels

Alternatif yang telah dibuat oleh penulis merupakan hasil dari beberapa referensi yang telah dikumpulkan melalui website pinterest. Karena klien meminta cover yang mementingkan estetika dan juga keselarasan dari tema. Penulis mengumpulkan beberapa referensi seperti berikut ini:



Gambar 3.17 Referensi Cover Reels

Setelah pembuatan beberapa bentuk alternatif, telah diputuskan bahwa alternatif ketiga yang akan dijadikan sebagai template dari cover reels. Dari template yang sudah dibuat, penulis juga membuat beberapa alternatif warna yang bisa dipakai berulang kali agar tidak monotone dan 1

warna saja. Penulis membuat 3 alternatif warna yang bisa dipakai seperti berikut ini:



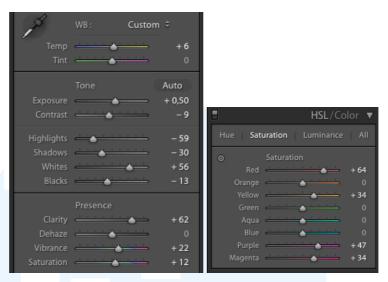
Gambar 3.18 Alternatif Warna Cover Reels

Penulis menyediakan tiga alternatif warna yang bisa digunakan yang merupakan color palette dari brand Pickandpack sendiri. Warna ini terdiri dari warna putih gading, hijau pastel, dan kuning-jingga. Warna ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kelarasan dengan konten-konten yang ada pada minggu itu. Untuk kotak yang menjadi *highlight* pada setiap judulnya, akan berubah mengikuti dari teks yang ingin ditonjolkan secara lebih dan agar lebih terbaca oleh para *target* audiens.

# 3.3.1.4 Preset Lightroom

Selain dalam mengatur kebutuhan Instagram feeds dan story, penulis juga melakukan project untuk melakukan edit dalam setiap foto yang sudah diambil. Penulis membuat sebuah preset foto lightroom agar dapat digunakan oleh tim kreatif lain dan juga menjadi asset kantor serta client.

Untuk pembuatan preset lightroom ini, mood atau tema yang ingin dicapai merupakan kesan hangat, bersih, dan hasil foto yang professional. Penulis menggunakan software Adobe Lightroom agar mempermudah pekerjaan dengan cara membuat satu preset yang dapat disesuaikan kembali tergantung dari hasil foto yang sudah diambil.



Gambar 3.19 Preset Awal Pickandpack

Untuk preset awal, penulis menetapkan temperatur +6 atau +5 agar dapat menampilkan kesan hangat. Lalu untuk *exposure*, penulis akan melakukan penyesuaian kembali berdasarkan foto yang diambil agar mendapatkan keterangan yang sesuai. Untuk mendapatkan kesan yang lebih bersih dan terang, penulis akan mengatur kembali pada bagian *contrast*, *highlights* dan juga bagian *white*. Untuk memperjelas tampilan objek foto, penulis akan mengatur bagian *clarity*. Untuk memainkan warna pada objek agar objek terlihat lebih mencolok dan menampilkan warna yang lebih menarik, penulis akan mengatur pada bagian *saturation*, *vibrance*, dan juga *HSL color* pada bagian *saturation*.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

# **Before**



# After



Gambar 3.20 Hasil dari Preset Lighroom

Preset yang sudah dibuat, akan dikirimkan kepada Head Creative agar dapat digunakan oleh para tim kreatif lainnya yang akan ikut terlibat dalam pembuatan projek Pickandpack di masa yang akan mendatang. Dari hasil foto-foto yang ada, penulis akan melanjutkan pengerjaan Instagram feeds dengan merapihkan foto-foto dan memanipulasi beberapa foto agar objek foto terlihat bersih, dan rapih tanpa cacat.

# 3.3.1.5 Video Motion – Bumper logo & Product Selling

Selain pembuatan desain dan membuat preset untuk Adobe Lightroom, penulis juga ditugaskan untuk membuat sebuah video bumper logo untuk penutup dari video tiktok maupun reels untuk brand Pickandpack dan juga video Motion unutk brand Aegi.

# 1. Video Bumper Logo

Video bumper ini akan berguna untuk membuat sebuah ciri khas tersendiri untuk video-video yang dimiliki oleh brand Pickandpack ini. Video bumper yang diinginkan oleh klien merupakan sebuah bumper yang sangat simple dan menunjukkan professionalitas serta estetikanya. Penulis menggunakan software Capcut untuk mempermudah pengerjaan dalam pembuatan bumper. Penulis membuat beberapa asset yang akan dibuat motion untuk bumper seperti logo dan tagline dari brand Pickandpack. Efek yang digunakan untuk pembuatan bumper ini hanyalah *fade in* dan *fade out*.

Gambar 3.21 Scene 1

Untuk scene awalnya, penulis membuat sebuah background dengan warna yang sudah disesuaikan, yaitu warna primer dari logo Pickandpack itu sendiri. Karena klien menginginkan bumper yang minimalist dan terlihat elegant, oleh karena itu penulis hanya menggunakan efek fade in untuk dibagian logo.



Gambar 3.22 Scene 2

Setelah efek *fade in* diaplikasikan terhadap logo yang ada, selanjutnya penulis akan memasukkan slogan dari brand Pickandpack secara satu-satu dengan menggunakan efek *fade in*.



Gambar 3.23 Scene 3 Sampai 5

Untuk slogan, penulis membuatnya muncul satu persatu menggunakan efek fade in. Hal ini penulis lakukan agar terlihat lebih rapih

dan juga teratur dalam pemunculan setiap kata dari slogan. Tidak hanya itu, hal ini penulis lakukan untuk menambah estetika dari bumper video. Bumper ini ditutup dengan fade out pada seluruh bagian komponen yang ada di bumper secara bersamaan. Bumper tidak diberikan lagu apapun agar para tim videographer dapat menyesuaikan lagu untuk setiap video yang akan dibuat dan dirancang.

## 2. Video Motion

Penulis juga membuat video motion untuk keperluan promosi dari brand Aegi yang akan diiklankan pada masa promo 2.2 di bulan Februari. Video motion ini menunjukkan bahwa Aegi akan melakukan promo pada beberapa produk mereka. Penulis membuat asset-asset terlebih dahulu menggunakan Adobe Photoshop untuk mengubah beberapa foto produk menjadi png atau dengan *background transparent*. Lalu untuk menggerakan objek, penulis menggunakan software Capcut. Untuk efek yang digunakan tidak terlalu sulit, hanya pergerakan fade in dan fade out, serta pergerakan kecil untuk beberapa objeknya saja.



Gambar 3.24 Video Motion

Untuk *motion graphic* ini, scene awal dari video diawali langsung dengan tulisan promo 2.2 agar dapat menarik perhatian dari para konsumen atau orang-orang yang melihat video ini. Aset-aset yang sudah dibuat, akan bergerak secara terus menerus pada setiap

objek yang ada. Setiap *scenenya* akan berubah sesuai dengan produkproduk yang sedang promo. Penulis juga memilih lagu yang sesuai untuk *brand* nya, yaitu lagu anak-anak yang ceria. Video ini akan diiklankan oleh *brand* untuk menggait konsumen melalui *story* maupun *reels* yang lewat di Instagram.

# 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama kegiatan proses magang ini, penulis menemukan beberapa kendala yang dirasakan. Yang pertama merupakan kultur serba cepat. Karena tempat magang penulis merupakan sebuah agensi kreatif yang dimana setiap graphic design dan juga per individunya memegang lebih dari 3 brand sekaligus. Oleh karena itu, penulis dituntut cepat dalam pengerjaan setiap pengerjaan dalam seminggu. Penulis juga dituntut untuk lebih kritis dalam perihal desain agar dapat menjadi lebih kreatif dalam pembuatan konten Instagram pada setiap brand nya.

Selain itu, penulis juga mengalami kendala dalam pemahaman dan style desain yang diinginkan client dan juga head creative yang sering kali bertabrakan atau bertolak belakang. Dimana hal ini sering terjadi ketika pada awal perubahan tema desain atau ketika memulai kampanye. Hal ini membuat penulis cukup bingung dengan brief mana yang sesuai untuk desainnya sehingga terkadang penulis harus merubah ulang desain dan layout kembali untuk menyesuaikan dengan brief dan juga preferensi desain client. Hal ini tentu berpengaruh pada jangka waktu proses pengerjaan.

# 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dengan semua kendala yang dialami oleh penulis, tentu penulis menemukan solusi-solusi untuk hal tersebut. Untuk kultur yang serba cepat, penulis perlahan-lahan mampu untuk beradaptasi dengan cara bekerja mereka. Penulis harus mengatur jadwal pengerjaan agar dapat mengelola waktu jam kerja menjadi seefektif mungkin. Penulis juga meminta beberapa saran dan pendapat kepada pekerja lainnya untuk tips dalam mengatur waktu agar tidak terlambat dalam pengumpulan pekerjaan.

Penulis juga sering kali melakukan pengecekkan ulang dan juga menanyakan kepada *Head Creative* untuk pemahaman gaya desain yang diinginkan oleh client dan juga bagian pihak konten agar dapat menyamakan ide desain yang akan dibuat. Penulis biasanya melakukan ini pada hari Senin sebelum mengerjakan konten-konten yang sudah dibuat oleh pihak content planner dan melakukan diskusi bersama untuk alur dan juga gaya desain yang diinginkan oleh pihak brand.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA