

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sebagai *Graphic Design Intern* pada bagian *Marketing Kids*, penulis berada dalam kedudukan *Brand Marketing Team* Multibrand & Hasbro. Terdapat berbagai struktur kedudukan jabatan dan juga alur kerja yang akan dilalui oleh penulis. Pada bagian ini meliputi penjelasan berupa posisi penulis serta alur koordinasi penulis dengan pembimbing lapangan pada saat menjalani proyek/pekerjaan.

3.1.1 Kedudukan

Posisi *Graphic Design Intern* yang penulis jalani dalam naungan tim *Brand Marketing*. Penulis berkesempatan bekerja sebagai *Graphic Design Intern* dibawah bimbingan Yohanna Prieda Marulibasa selaku *Brand Marketing Manager* yang bertanggung jawab dalam pemasaran Hasbro. Selain itu ada Tirza Meilisa sebagai *Brand Marketing Executive* dan Delicia Indri sebagai *Marketing Associate Manager* yang bertanggung jawab dalam pemasaran Hasbro, Dhea Zaneta dan Divinia Erlina sebagai *Brand Marketing Senior Associate* yang bertanggung jawab dalam pemasaran *multibrand*. Berikut ini merupakan bagan kedudukan penulis pada *Brand Marketing Team* Multibrand & Hasbro.

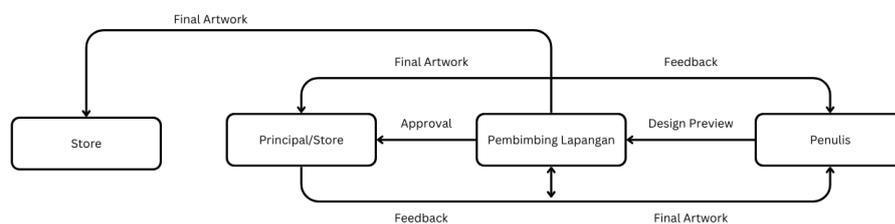


Gambar 3.1 Kedudukan Penulis pada Tim Multibrand & Hasbro
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Sebagai salah satu dari 4 pemegang pada *Brand Marketing Team Multibrand & Hasbro*, penulis berperan dalam pembuatan desain untuk promosi mengenai produk, penawaran, dan berbagai kebutuhan promosi dalam format media sosial, *e-commerce*, dan poster toko fisik (POP). Dalam pembuatan konten untuk promosi ini penulis sudah menerima *style guide* sebagai acuan dalam melakukan perancangan agar sesuai dengan *image* dari *brand* terkait. Segala *brief* mengenai pekerjaan terkait penulis dapatkan dari *supervisor* dan para *user*. *Supervisor* dan *user* ini nantinya yang akan memberi masukan pekerjaan para anak magang agar tetap sesuai dengan pedoman yang sudah ada.

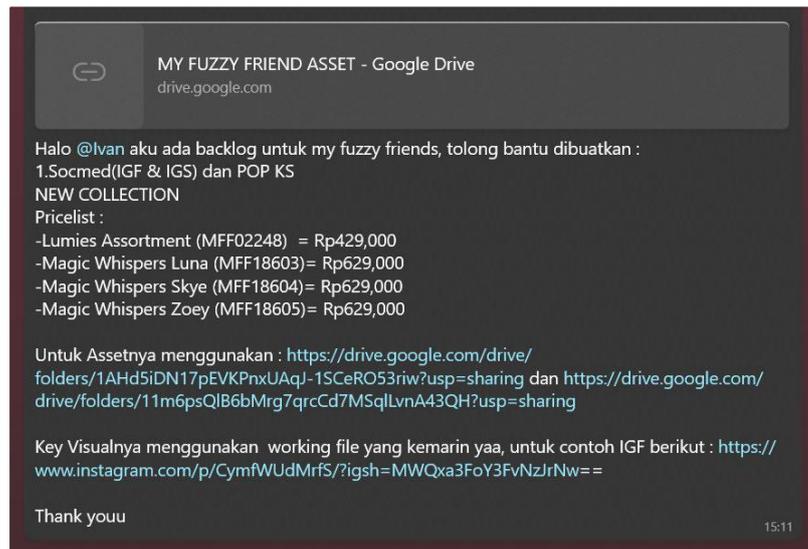
3.1.2 Koordinasi

Pada pengerjaan suatu desain di perusahaan, adapun rangkaian koordinasi sebelum tahap finalisasi. Berikut merupakan alur koordinasi penulis dalam bagan.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Pada alurnya, penulis mendapat suatu pekerjaan & *brief* dari pembimbing lapangan (*supervisor* ataupun para *user* tergantung pada permintaan *brand* yang dibutuhkan) melalui *chat* grup Whatsapp, tugas ini umumnya disebut sebagai *backlog*.



Gambar 3.3 Contoh *Backlog* yang Diberikan oleh *User*

Setelah penulis mengerjakan suatu *backlog*, kemudian penulis akan membagikan *preview* kepada pemberi *backlog* terkait. Setelah memberikan *preview*, kemudian pembimbing lapangan akan mengajukan *approval* kepada pihak *principal*, hasilnya bisa berupa revisi atau final. Apabila hasilnya berupa revisi akan dikembalikan ke penulis hingga mencapai hasil yang disetujui. Apabila telah mencapai hasil final dan disetujui *principal*, pembimbing lapangan akan meneruskan desain yang dibuat oleh penulis kepada *store* ataupun media sosial tergantung pada media apa yang dibuat oleh penulis.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Di bawah ini merupakan tabel yang merinci kegiatan penulis selama pelaksanaan kerja magang di PT. MAP Aktif Adiperkasa, Tbk. Pekerjaan yang penulis terima umumnya seputar konten promosi dalam bentuk Instagram *post*, *story*, *banner e-commerce*, dan POP (Poster A4 *in store*).

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

| No. | Minggu | Proyek | Keterangan |
|-----|--------------------------------|---------------------|---|
| 1. | 1 (5 Februari-9 Februari 2024) | <i>Introduction</i> | Pengenalan sistem kerja oleh <i>Executive Designer & Brand Marketing Team</i> . |

| | | | |
|----|----------------------------------|--|--|
| | | Mengerjakan POP Kidzstation | Promo My Fuzzy Friends, Disney Doorables. |
| | | Mengerjakan IGS & IGF Indomaret & Kidzstation | <i>Event Play-doh Junior Chef Competition, My Fuzzy Friends New Arrivals.</i> |
| 2. | 2 (12 Februari-16 Februari 2024) | Mengerjakan IGF Kidzstation | <i>Callie Hair Play.</i> |
| | | Mengerjakan sosmed, <i>e-comm banner</i> | Promo Ultraman <i>Special Price</i> , Promo Dickie <i>Rushing Price</i> . |
| | | Mengerjakan IGF & IGS | <i>Event Coloring with Play-Doh.</i> |
| | | Mengerjakan IGF, IGS, & POP | Promo Play-Doh <i>Classic Color</i> . |
| 3. | 3 (19 Februari-23 Februari 2024) | Mengerjakan IGF, IGS, & POP Kidzstation | Keppley Sanrio <i>New Arrivals</i> . |
| | | Mengerjakan IGF Kidzstation | Dickie ABC <i>Series New Arrivals</i> . |
| | | Mengerjakan IGF Kidzstation | Dickie ABC <i>lifestyle image</i> . |
| | | Mengerjakan <i>e-comm banner</i> | Ultraman <i>Special Price 80k</i> . |
| | | Mengerjakan IGF- <i>motion Jakarta Toys Comic Fair</i> | Promo <i>Last Deal for Exclusive Fan</i> . |
| 4. | 4 (26 Februari-1 Maret 2024) | Mengerjakan <i>e-comm banner</i> | Promo LOL - <i>Surprising Price</i> , Promo Qman <i>Funtastic Price</i> , Promo Dickie <i>Accelerated Offers</i> . |
| | | Mengerjakan POP Babyzstation | Toddys. |
| | | Mengerjakan <i>Presentation Frame</i> | Gunpla. |
| | | Mengerjakan IGF & IGS Kidzstation | <i>Home of Action Figure Frame</i> . |

| | | | |
|----|----------------------------|---|---|
| 5. | 5 (4 Maret-8 Maret 2024) | Mengerjakan IGF- <i>motion</i> Kidzstation | Mcfarlane. |
| | | Mengerjakan IGF- <i>motion</i> & IGS- <i>motion</i> Kidzstation | Marvel. |
| 6. | 6 (11 Maret-15 Maret 2024) | Mengerjakan IGF & IGS | Promo <i>PlayDoh Mini Food Truck & Play-Doh Single Can.</i> |
| | | Mengerjakan sosmed, <i>e-comm banner</i> | Periode baru promo <i>LOL Surprising Price.</i> |
| | | Mengerjakan IGF <i>carousel</i> Kidzstation | Promo <i>LOL Surprising Price.</i> |
| 7. | 7 (18 Maret-22 Maret 2024) | Mengerjakan IGF- <i>motion</i> Kidzstation | <i>Toddys Product Highlight.</i> |
| | | Mengerjakan POP Kidzstation | Boldcube. |
| | | Menyusun <i>storyline (pre-Production)</i> untuk pembuatan <i>stop-motion.</i> | Mcfarlane & Yolopark. |
| | | Menyusun storyboard <i>(pre-Production)</i> untuk pembuatan <i>stop-motion.</i> | Mcfarlane. |
| 8. | 8 (25 Maret-29 Maret 2024) | Mengerjakan IGS Kidzstation | Promo <i>LOL Surprising Price.</i> |
| | | Melakukan <i>Shooting (production) stop-motion</i> | Yolopark. |
| | | Mengerjakan <i>push notification</i> | Promo <i>LOL Surprising Price.</i> |
| | | Mengerjakan <i>in-app</i> Mapclub | Promo Boldcube. |
| | | Mengerjakan <i>editing (post-production) stop-motion</i> | Yolopark. |

| | | | |
|-----|-----------------------------|---|--|
| | | Mengerjakan <i>landing page</i> Kidzstation | Promo Hasbro. |
| 9. | 9 (1 April-5 April 2024) | Mengerjakan <i>e-comm banner</i> | Periode baru promo LOL <i>Surprising Price</i> . |
| | | Mengerjakan <i>table mockup</i> | Play-Doh. |
| | | Menyusun <i>storyline (pre-production)</i> untuk pembuatan <i>stop-motion</i> . | Mcfarlane |
| | | Melakukan <i>shooting (production) stop-motion</i> | Mcfarlane. |
| | | Mengerjakan <i>editing (post-production) stop-motion</i> | Mcfarlane. |
| 10. | 10 (8 April-12 April 2024) | Mengerjakan <i>editing (post-production) stop-motion</i> | Mcfarlane. |
| | | Mengerjakan <i>e-comm banner</i> | Promo <i>Hasbro Best Price</i> . |
| | | Mengerjakan IGR Indomaret | CAT 1 <i>pack 5 pcs</i> . |
| 11. | 11 (15 April-19 April 2024) | Mengerjakan <i>push notification</i> | Jada Fast & Furious. |
| | | Melakukan <i>brainstorming</i> untuk pembuatan <i>e-catalogue</i> | Kidzstation <i>Girls Power</i> . |
| | | Mengerjakan IGF Kidzstation | Promo Boldcube <i>Hot Items</i> . |
| | | Mengumpulkan aset untuk pembuatan <i>e-catalogue</i> | Kidzstation <i>Girls Power</i> . |
| 12. | 12 (22 April- | Mengerjakan <i>cover e-</i> | Kidzstation <i>Girls Power</i> . |

| | | | |
|-----|--------------------------|--|--|
| | 26 April 2024) | <i>catalogue</i> | |
| | | Mengerjakan IGF KR | Boldcube <i>Starter Scooter</i> . |
| | | Mengerjakan <i>e-comm banner</i> | Periode baru promo LOL <i>Surprising Price</i> . |
| | | Mengerjakan <i>layouting</i> konten <i>e-catalogue</i> | Kidzstation <i>Girls Power</i> . |
| 13 | 13 (29 April-3 Mei 2024) | Mengerjakan <i>layouting</i> konten <i>e-catalogue</i> | Kidzstation <i>Girls Power</i> . |
| | | Mengerjakan <i>brand homepage image & brand pop up image</i> Mapclub | Sonic, Nullset, Revolt, Nerf, Siku. |
| | | Mengerjakan <i>push notification</i> Mapclub | Disney. |
| | | Mengerjakan <i>push notification</i> | Promo Siku Ford GT. |
| 14. | 14 (6 Mei-10 Mei 2024) | Mengerjakan <i>in-app</i> Mapclub | Promo Siku Ford GT. |
| | | Mengerjakan IGF & IGS Aeon | Promo Hasbro <i>Funtastic Fair</i> Aeon. |
| | | Mengerjakan <i>in-store fixture & table</i> | Dickie |
| | | Mengerjakan <i>push notification</i> Mapclub | Promo Qman <i>Keepplay Flash Sale</i> . |
| | | Mengerjakan <i>in-app</i> Mapclub | Dickie |
| 15. | 15 (13 Mei-17 Mei 2024) | Mengerjakan <i>e-comm banner</i> | Periode baru promo LOL <i>Surprising Price</i> . |
| | | Mengerjakan <i>in-app</i> Mapclub | Jada <i>Street Fighter</i> . |
| | | Mengerjakan <i>in-app</i> Mapclub | Majorette <i>Anniversary Edition</i> . |

| | | | |
|-----|-------------------------|--------------------------------------|---|
| | | Mengerjakan IGF carousel Kidzstation | LOL <i>Sweet Nails</i> . |
| | | Mengerjakan IGF carousel Kidzstation | Majorette <i>Castheads Road Racer</i> . |
| | | Mengerjakan IGR Kidzstation | Miniverse. |
| 16. | 16 (20 Mei-24 Mei 2024) | Mengerjakan <i>e-comm banner</i> | Promo Hasbro <i>Flash Sale 20%</i> . |
| | | Mengerjakan Key Visual | Majorette <i>Event</i> . |
| | | Mengerjakan <i>in-app</i> Mapclub | Promo <i>Toddys Special Price</i> . |

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berbagai proyek telah dikerjakan oleh penulis pada saat praktik kerja magang sebagai *Graphic Designer Intern* di PT. MAP Aktif Adiperkasa, Tbk selama 4 bulan. Di bawah ini merupakan rincian proyek-proyek yang telah dikerjakan oleh penulis selama proses magang.

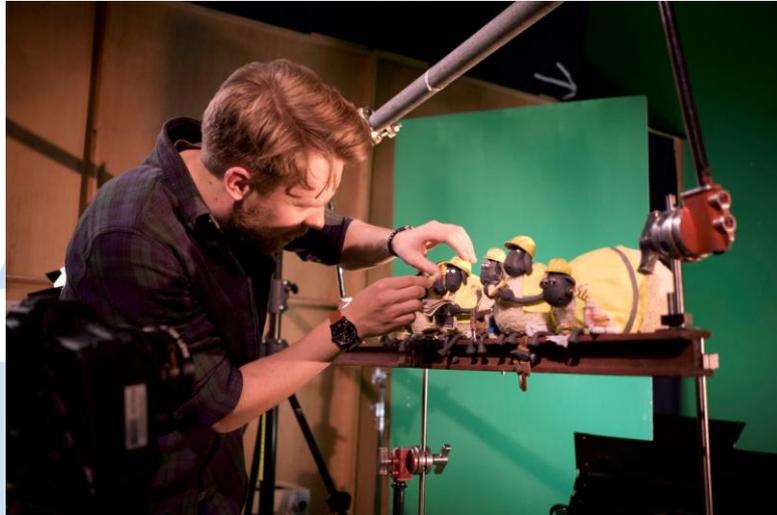
3.3.1 Proses Pelaksanaan

Berikut ini merupakan rincian proses pengerjaan yang dilaksanakan penulis dari awal hingga akhir selama praktik kerja magang berdasarkan masing-masing proyek yang penulis kerjakan.

A. Yolopark Transformers *Stop-Motion*

Yolopark merupakan brand mainan pihak ketiga yang bekerja sama dengan Hasbro yang memproduksi berbagai macam *model-kit* karakter Transformers. Yolopark merupakan *brand* baru pada toko mainan Kidzstation, sehingga penulis mendapat pekerjaan untuk membuat materi promosi terhadap *brand* tersebut. Awalnya penulis ditantang oleh *supervisor* mengerjakan *stop-motion* sebagai bentuk promosi produk tersebut. *Stop-motion* merupakan teknik pengambilan banyak gambar terhadap suatu benda yang digerakan

sedikit demi sedikit, lalu foto-foto tersebut dirangkai seperti benda tersebut bergerak (Edora, Fauzi, Majid, 2023).



Gambar 3.4 Teknik *Stop-motion* pada Serial *Shaun The Sheep*

Sumber: <https://www.cnet.com/culture/entertainment/how-aardman-studio-brings-shaun-the-sheep-farmageddon-to-life-with-thumbiness/>

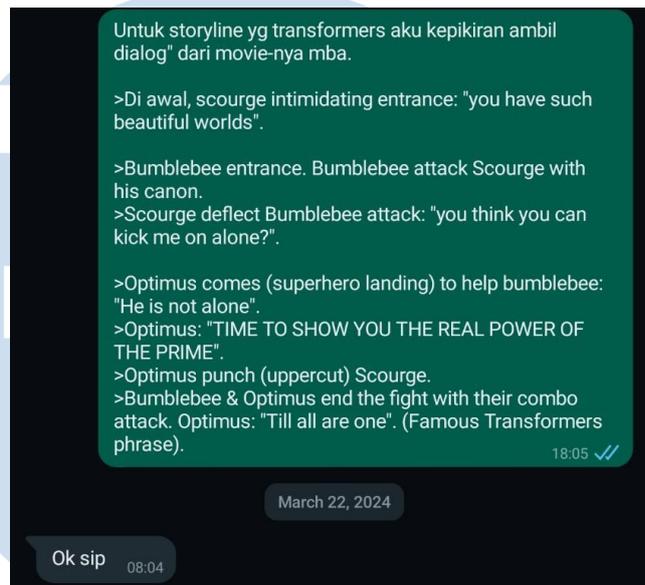
Produk Yolopark yang akan penulis kerjakan ini merupakan model-kit Transformers yang terbaru *Rise of The Beasts*. Karena penulis sudah memahami karakter Transformers, penulis tidak perlu melakukan riset terhadap *brand* terkait. Yang pertama penulis lakukan adalah membuat storyline stop-motion langsung dengan *supervisor*.



Gambar 3.5 Produk Yolopark Transformers *Rise of The Beasts*

Sumber: <https://news.tfw2005.com/2023/05/03/yolopark-amk-series-transformers-rise-of-the-beasts-model-kits-official-reveal-481948>

Pada *stop-motion* ini, penulis harus membuat sebuah pengadeganan terhadap 3 tokoh. Yang pertama adalah Scourge yang akan menjadi karakter antagonis, lalu Optimus Prime & Bumblebee menjadi karakter protagonis.



Gambar 3.6 Penyusunan Storyline dengan *Supervisor*
Sumber: Whatsapp Penulis (2024)

Alur ceritanya adalah, di permulaan akan menunjukkan Scourge yang ingin menguasai planet bumi. Kemudian Bumblebee muncul dan melawan Scourge, akan tetapi serangan yang dilemparkan oleh Bumblebee dapat dihalau dengan mudah oleh Scourge. Setelah itu, Scourge ingin membalas serangan Bumblebee sambil berkata “Kau pikir bisa mengalahkan ku sendiri?”. Dan disaat yang bersamaan Optimus Prime muncul membantu Bumblebee melawan Scourge. Berikutnya adalah adegan terakhir yang ditutup dengan Optimus Prime mengatakan “Hingga semuanya menjadi satu”, dialog Optimus tadi merupakan tagline dari franchise Transformers yang ikonik.

Karena *stop-motion* merupakan hal yang baru dalam promosi produk Kidzstation, ide penulis langsung diterima oleh *supervisor* berikutnya adalah melakukan pengambilan gambar. Dalam

pengambilan gambar, penulis menggunakan hape dan aplikasi Stop Motion Studio.



Gambar 3.7 Interface Aplikasi Stop Motion Studio

Penulis memilih menggunakan aplikasi Stop Motion Studio karena praktis dan sudah menyediakan banyak fitur yang mendukung produksi *stop-motion*. Produksi *stop-motion* ini dilakukan di rumah karena penulis membutuhkan berbagai alat yang memadai seperti tripod, lighting, dan lainnya agar memperoleh hasil yang maksimal.



Gambar 3.8 Proses Pengambilan Gambar

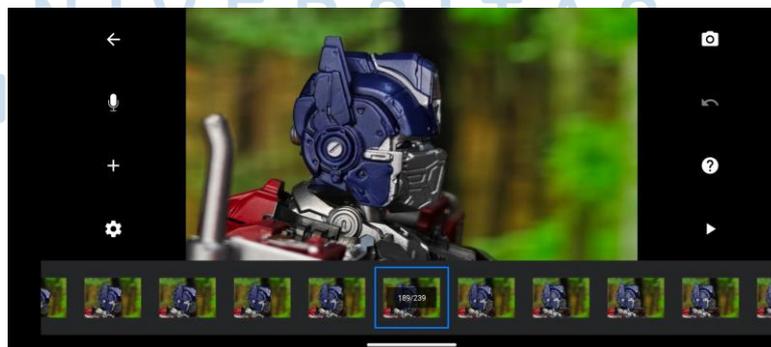
Dalam pengambilan gambar, penulis menggunakan meja sebagai pondasi dari segala objek yang akan penulis rekam. Selain itu penulis menggunakan layer monitor sebagai background.

Penggunaan layar monitor ini agar fleksibel dalam memilih background, karena pada angle tertentu harus memiliki background dengan angle yang juga berbeda. Hal ini penulis pertimbangkan agar menghasilkan background yang dinamis dan terkesan realistis layaknya film.



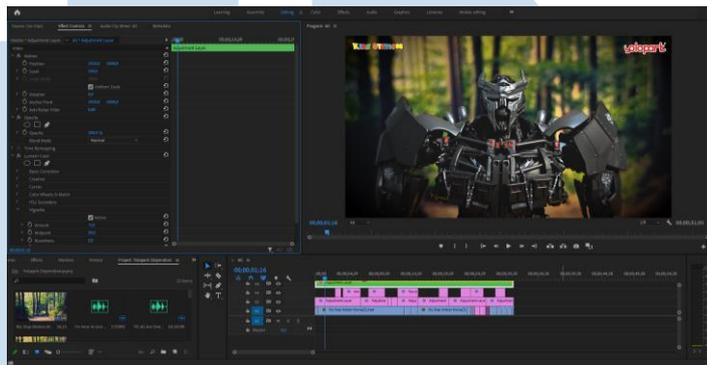
Gambar 3.9 Proses Pengambilan Gambar dengan Angle Berbeda

Dalam proses menggerakkan mainan-mainan ini, penulis terkadang memerlukan usaha yang lebih keras. Hal ini dikarenakan mainan-mainan ini memiliki engsel yang cukup lemas sehingga pose yang dihasilkan cukup terbatas. Penulis juga memiliki tantangan akan bagian-bagian dari mainan yang tidak lengkap yang diakibatkan mainan ini diambil dari gudang dan bukan barang baru. Contohnya pada figure Optimus Prime, antena nya yang hilang pada bagian kanan.



Gambar 3.10 Pengambilan Gambar Optimus Prime dari Samping

Dari kekurangan yang muncul tadi, penulis mencari solusi dengan mengambil gambar kepala Optimus Prime dari *angle* kiri untuk menutupi antena yang hilang pada bagian kanan. Tahap pengambilan gambar ini memakan waktu sekitar 9 jam. Setelah melakukan pengambilan gambar yang penulis lakukan ialah proses pengeditan.



Gambar 3.11 Proses *Editing* Pada Aplikasi *Adobe Premiere Pro*

Pada proses ini penulis menggabungkan semua foto yang telah ditangkap tadi menjadi 1 video dengan aplikasi *Adobe Premiere Pro*. Selain itu penulis juga menambahkan berbagai macam efek visual yang memukau dan bermacam efek suara. *Stop-motion* yang penulis buat ini bertemakan dari film *Transformers Rise of The Beasts*, maka dari itu penulis memutuskan untuk mengambil semua dialog dari karakter-karakter ini dari film nya. Untuk semua musik latar penulis juga ambil dari film nya. Agar *stop-motion* yang dihasilkan terkesan realistis dan tidak seperti mainan, penulis melakukan *color grading* agar warna yang dihasilkan menciptakan kesan sinematik.



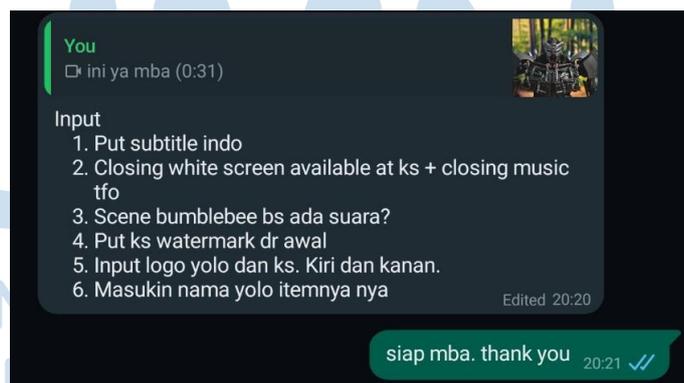
Gambar 3.12 Perbedaan Sebelum (Atas) dan Sesudah (Bawah) *Color Grading*

Proses *editing* ini memakan waktu yang lebih lama dikarenakan penulis harus melakukan eksplorasi terkait efek suara agar suara yang terdengar sudah sesuai dengan apa yang ingin disampaikan dengan memperhatikan kembali referensi film asli. Pengamatan terhadap referensi film asli cukup penulis perhatikan agar dialog setiap karakter tetap sesuai konteks cerita dan musik tema yang sesuai dengan karakter masing – masing. Selain itu penulis juga harus berhadapan dengan laptop yang kurang memadai sehingga pekerjaan yang dilakukan terpaksa memakan waktu yang lebih lama. Setelah selesai melakukan *editing* penulis melakukan *export* video dengan ukuran 1080x1920 dan menunjukkan *preview* kepada *supervisor*.



Gambar 3.13 Preview Kepada *Supervisor* dan *Feedback*

Setelah penulis menunjukkan *preview* kepada *supervisor*, penulis mendapat *feedback* yang positif. Setelah itu *supervisor* mengajukan *preview* tersebut kepada *principal*, kemudian penulis menerima beberapa revisi terkait *stop-motion* yang telah penulis buat.



Gambar 3.14 *Feedback* dari *Supervisor*

Beberapa masukan terkait karya yang sudah penulis buat yaitu menambahkan sub judul bahasa Indonesia agar sesuai target karena dialog yang penulis ambil dari film merupakan bahasa Inggris. Penambahan dialog kepada karakter Bumblebee karena sebelumnya

tidak ada dialog, lalu menambahkan *watermark* logo Kidzstation dan Yolopark.



Gambar 3.15 End Title Card

Terakhir penulis menambahkan *end title card* yang berupa nama dari produk-produk tersebut dan tulisan “*available on Kidzstation*” untuk memberi tahu audiens bahwa produk ini sudah hadir di Kidzstation.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.16 Karya *Stop-motion* Pada Akun Instagram Kidzstation

Setelah penulis melakukan berbagai revisi yang diminta, kemudian penulis mengumpulkan karya final tersebut dan diteruskan kepada tim media sosial. Setelah 1 bulan, konten *stop-motion* tersebut akhirnya diunggah pada akun Instagram Kidzstation.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

B. Kidzstation Girls Power E-Catalogue

Pada proyek kali ini penulis diberikan tugas oleh *supervisor* membuat katalog produk Kidzstation dengan tema *Girl Power*. Sesuai tema, konten dari katalog yang akan penulis rancang ini akan memuat berbagai produk yang menargetkan anak perempuan. Pada proyek ini penulis menerapkan teori *layouting* buku yang sudah pernah diajarkan pada mata kuliah VCD 2.



Gambar 3.17 Contoh Promo Girl Power Kidzstation
Sumber: Instagram Kidzstation (2024)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Sebelumnya Kidzstation sudah memiliki *key visual* untuk tema *Girl Power* ini, sehingga penulis hanya perlu mengikuti desain yang sudah ada. Pada awal pengerjaan penulis diberikan *brief* oleh *supervisor*, brief tersebut menjelaskan akan ada beberapa produk dari 16 *brand*. Pada katalog ini, *brand* yang dimuat meliputi My Little Pony, Baby Alive, Play-Doh, Monopoly, Piggy Piggy, Furby, Peppa Pig, Callie, Maruka, LOL, Just Play, JAKKS, Baby Dolls, Tons O Fun, Sanrio, dan Nullset.



Gambar 3.18 Brief Terkait Daftar Produk yang Akan Dimuat

Selanjutnya yang penulis lakukan setelah mendapatkan daftar produk adalah mengerjakan *cover* dan *frame* yang nantinya akan digunakan di setiap halaman pada katalog yang dibuat. Penulis mendapat *brief* untuk membuat *cover* dan *frame* dengan *key visual* yang tersedia namun dibedakan warnanya. Penulis pun memutuskan untuk membuat warna yang dominan ungu sesuai permintaan *supervisor*, karena katalog ini hanya akan mencakup produk Hasbro & *multibrand* saja sehingga dibedakan dengan *key visual* dari yang sudah dibuat Kidzstation. Foto yang penulis gunakan ialah kedua anak perempuan yang sedang asik bermain dengan mainan yang dikhususkan untuk perempuan agar sesuai dengan tema katalog pada periode ini yaitu *Girls Collection*.



Gambar 3.20 Draft 1 Cover dan Frame

Setelah membuat *cover* dan *frame* sesuai *brief* yang telah diberikan, penulis memberikan *preview* pada *supervisor* dan *user*, penulis memperoleh berbagai *feedback*. *Supervisor* telah berdiskusi dengan pihak terkait yang akhirnya memutuskan untuk warna diubah kembali menjadi pink seperti *key-visual* yang sudah ada.



Gambar 3.21 *Feedback* dari *Supervisor*

Setelah beberapa pertimbangan dengan pihak terkait, penulis diminta melakukan perubahan warna menjadi sama dengan *key visual* yang telah dibuat Kidzstation tadi karena tim Lego dan Smiggle memutuskan untuk memasukan produknya. Setelah melakukan penggantian warna, kemudian penulis dianjurkan untuk memberikan *preview* kepada para *user*.

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 3.22 *Feedback dari User*

Setelah memberikan preview kepada para *user*, penulis memperoleh masukan untuk mengganti foto, karena sebelumnya foto yang digunakan terdapat penempatan produk yang kurang rapi. Setelah itu penulis mengganti foto dengan produk yang lebih tertata dengan rapi.



Gambar 3.23 *Cover Final*

Setelah melakukan perancangan terhadap *cover* dan *frame*, penulis mencari gambar dari produk yang sudah didapatkan melalui portal *brand* terkait, *drive* kantor, dan *e-commerce*. Setelah

mengumpulkan semua gambar produk, penulis melakukan *layouting* pada halaman katalog.



Gambar 3.24 Halaman 1

Pada halaman pertama terdapat *brand* My Little Pony, Baby Alive, Play-Doh, Monopoly, dan Piggy Piggy. Dalam *layout* nya, penulis masih menggunakan model *layout* yang kaku karena terdapat banyak *brand* pada halaman ini sehingga akan terasa sulit dan memakan waktu apabila ingin eksplorasi *layout* yang kompleks.



Gambar 3.25 Halaman 2

Pada halaman kedua terdapat *brand* Furby dan Peppa Pig. Di halaman ini penulis juga masih menggunakan *layout* yang simpel agar masih terlihat keselarasan dengan halaman pertama.



Gambar 3.26 Halaman 3

Berikutnya pada halaman ketiga terdapat *brand* Callie dan JAKKS. Pada halaman ini penulis mulai bereksperimen menggunakan *layout* podium untuk memamerkan produk dari Callie dan *layout* yang terinspirasi dari teater pada produk-produk Maruka.



Gambar 3.27 Halaman 4

Berikutnya pada halaman keempat terdapat *brand* LOL dan Maruka. Pada halaman ini penulis kembali menggunakan *layout* yang simpel.



Gambar 3.28 Halaman 5

Berikutnya pada halaman kelima terdapat *brand* Just Play. Pada halaman ini penulis memaksimalkan penggunaan *lifestyle image* untuk menggambarkan produk-produk Just Play yang beberapa merupakan produk *role-playing*. Selain itu penulis melakukan *layouting* pada produk dengan konsep digantung pada langit-langit.



Gambar 3.29 Halaman 6

Berikutnya pada halaman keenam terdapat *brand* Tons O Fun dan Baby Dolls. Pada *background* Tons O Fun penulis menggunakan *background* yang sudah disediakan oleh *brand* tersebut. Kemudian untuk Baby Dolls, penulis menggunakan tema dan warna yang berkaitan dengan bayi agar sesuai dengan produk yang ditawarkan.



Gambar 3.30 Halaman 7

Berikutnya pada halaman ketujuh terdapat *brand* Nullset dan Sanrio. Produk Nullset meliputi banyak produk sehingga penulis cukup terbatas untuk bereksperimen dalam menentukan *layout*. Sementara produk dari Nullset yang hanya berjumlah 4 penulis menggunakan *layout* podium kembali ditambah dengan *background* awan.



Gambar 3.31 Halaman 8

Selanjutnya adalah halaman Lego. Untuk *background*, penulis menggunakan tekstur dari *baseplate* Lego agar mendapat kesan yang kuat terhadap *brand* Lego. Tidak hanya itu, penggunaan warna pink dalam *baseplate* tersebut untuk menyesuaikan dengan tema *Girl Power*.



Gambar 3.32 Halaman 9 dan 10

Terakhir, merupakan halaman Smiggle. Penggunaan 2 halaman sekaligus oleh 1 brand bertujuan agar tidak menimbulkan 1 halaman yang terlalu sempit. Penulis membedakan 2 kelompok brand tersebut sesuai dengan warna produk yang sama yaitu hitam dan pink.



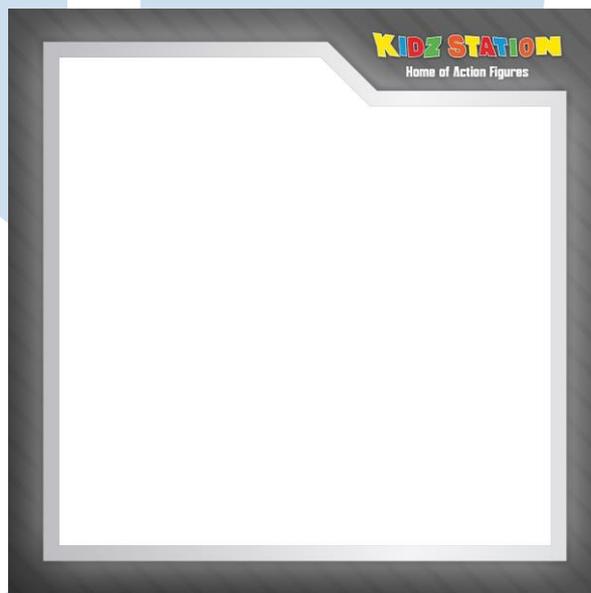
Gambar 3.33 Tampilan Katalog dalam Format AnyFlip

Setelah semua halaman dari katalog selesai, penulis menunjukkan layout kepada supervisor. Penulis berinisiatif untuk menggunakan AnyFlip untuk preview katalog agar tampilan katalog yang dibuat menjadi imersif dan dapat berinteraksi.

C. Kidzstation Home of Action Figure Frame

Pada proyek ini, penulis ditugaskan untuk membuat suatu *template* untuk media sosial yang ditujukan untuk promosi produk *action figure*. Pada awal proyek, penulis memperoleh brief dari *supervisor*.

Supervisor membebaskan penulis ingin dibuat seperti apa. Permintaan khusus dari *supervisor* adalah menggunakan *font* dari Transformers dengan tulisan “*Home of Action Figure*”. Karena penulis dibebaskan dalam perancangan, penulis memutuskan untuk membuat dengan gaya minimalis dan sedikit elegan tapi tidak melupakan kesan *fun*.



Gambar 3.34 Draft 1 Kidzstation Action Figure Frame

Pada draft pertama, penulis membuat frame dengan memberikan kesan yang terlihat seperti besi. Action figure umumnya diminati oleh kaum laki-laki, *supervisor* juga menambahkan fakta bahwa konsumen dari action figure ini memiliki rentang usia remaja sampai dewasa. Maka dari itu Penulis memutuskan menggunakan desain yang cenderung maskulin & tegas.

Untuk *draft* pertama ini, penulis mendapat masukan terkait logo *Home of Action Figure* yang masih terlalu simpel. Maka dari itu penulis berkesperimen lagi untuk menciptakan logo yang baru.



Gambar 3.35 Draft 2 Kidzstation Action Figure Frame

Pada *draft* kedua, penulis bereksperimen dengan logo dengan gaya yang lebih menyala. Akan tetapi *supervisor* masih belum merasa cocok dengan logo ini. Sehingga penulis bereksperimen kembali dengan logo.



Gambar 3.36 Kidzstation Action Figure Frame Final

Pada *draft* terakhir ini, penulis membuat logo yang lebih mirip dengan desain dari *frame* agar tidak terlalu menabrak. Pada akhirnya, *supervisor* menyetujui perubahan ini dan juga penulis membuat satu alternatif yang lain dengan warna yang berbeda.

D. Kidzstation Action Figure Social Media Motion

Proyek kali ini penulis ditugaskan untuk merancang promosi produk *action figure* dari Spider-Man *No Way Home*. Penulis diberikan *brief* untuk mempromosikan 7 produk yang dibagi menjadi 2 Instagram *Post Motion*. Berbagai aset produk yang penulis buat kontennya, diperoleh melalui portal aset resmi dari brand terkait yang sudah bekerja sama dengan PT. MAP Aktif Adiperkasa Tbk.



Gambar 3.37 Layout Awal Action Figure Marvel

Penulis memulai perancangan dengan layouting pada Adobe Photoshop untuk memudahkan pekerjaan, jadi tidak perlu merangkai ulang lagi pada saat dikerjakan di Adobe After Effects. Marvel Legends merupakan produk yang menargetkan konsumen remaja ke atas, maka dari itu penulis ingin menampilkan kesan yang elegan. Penulis menghadirkan produk-produk ini dengan *background* hitam dan dihias dengan cahaya merah & biru sesuai warna karakter Spider-Man.



Gambar 3.38 Penambahan Efek Transisi Produk yang Muncul

Setelah memperlihatkan *layout* awal, *supervisor* ingin menambahkan transisi agar produk tidak monoton. Maka dari itu penulis menyarankan untuk menambah transisi *glitch* seperti pada film animasi Spider-Man. Selanjutnya penulis juga diberi masukan untuk mengubah *layout* produk yang muncul menjadi satu per satu agar setiap produknya menjadi terfokus.



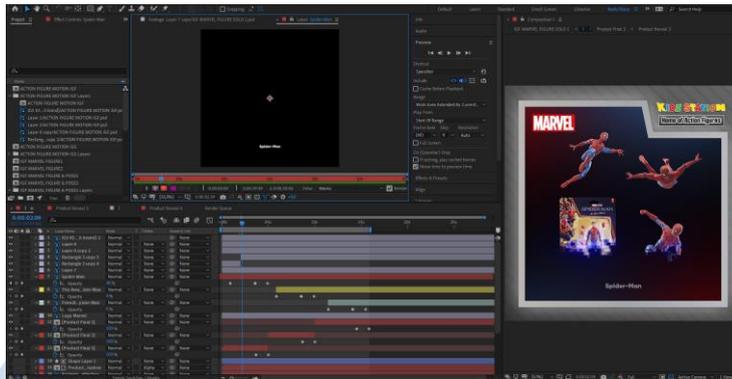
Gambar 3.39 Perubahan *Layout* Menjadi 1 Produk Bergilir

Setelah beberapa pertimbangan, pada akhirnya *supervisor* meminta penulis untuk memasukan beragam pose yang dimiliki produk tersebut untuk menunjukkan artikulasi yang dimiliki. Sehingga konsumen memiliki gambaran fitur apa yang dimiliki suatu karakter tersebut.



Gambar 3.40 Perubahan *Layout* Menjadi Berbagai Pose

Layout telah ditetapkan, selanjutnya yang penulis lakukan adalah membuat *motion* dengan Adobe After Effects. Proses pembuatan *motion* ini cukup memakan waktu karena laptop yang kurang memadai sehingga pekerjaan menjadi lebih lama.



Gambar 3.41 Proses Pengerjaan Karya dengan Adobe *After Effects*

Pada proses *compositing* di aplikasi After Effect ini penulis menerapkan efek transisi *glitch* seperti pada film animasi nya. Penulis memilih ide transisi tersebut karena masih sesuai dengan film Spider-man yang membawa konsep *multiverse*.

E. Dickie Table & Fixture

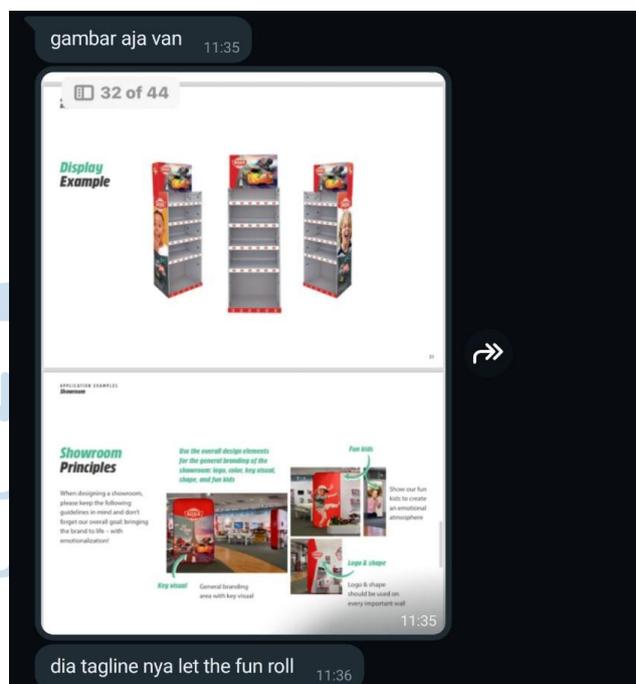
Pada proyek terakhir, penulis berkesempatan untuk membuat media *retail area*. Media *retail area* yang penulis rancang adalah *table & fixture*. *Table* merupakan meja yang digunakan untuk memajang produk, sementara *fixture* adalah rak untuk memajang produk. *Table* terdiri dari 4 sisi dan *fixture* terdiri dari 2 sisi. Proses perancangan *table & fixture* ini merupakan proyek yang menerapkan teori perancangan POP & POS yang diajarkan penulis pada mata kuliah *Media Production Technique*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



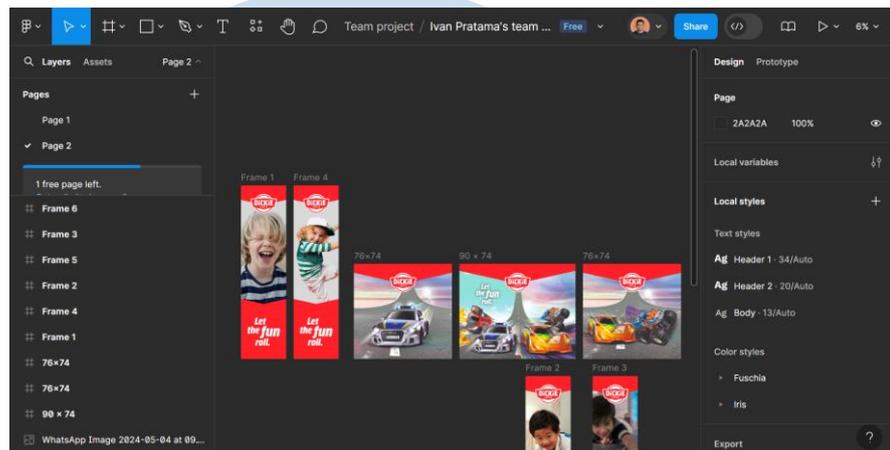
Gambar 3.42 Brief Penjelasan Mengenai Table dan Fixture

Pada awal pengerjaan, penulis diberikan *brief* untuk pengenalan terhadap *table* dan *fixture*. Desain *table* memerlukan ukuran 90x76cm dan 76x74cm, sementara untuk desain *fixture* memerlukan ukuran 135x35cm.



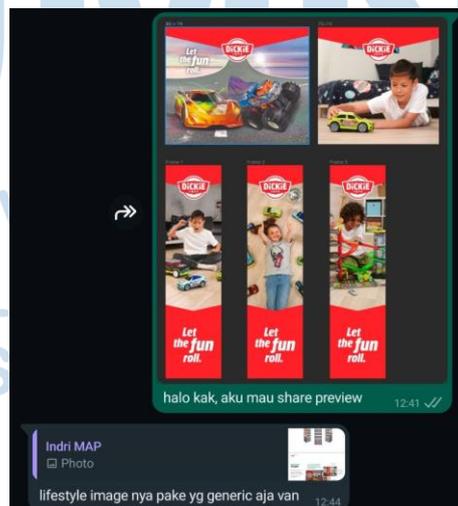
Gambar 3.43 Brief Key Visual

Berikutnya penulis diberi arahan untuk mengambil *key visual* dari *brand* Dickie sebagai acuan desain. Pada hasil akhirnya nanti hanya berupa *lifestyle* photo, logo, dan *tagline*. Selanjutnya penulis merancang desain tersebut pada aplikasi Figma.



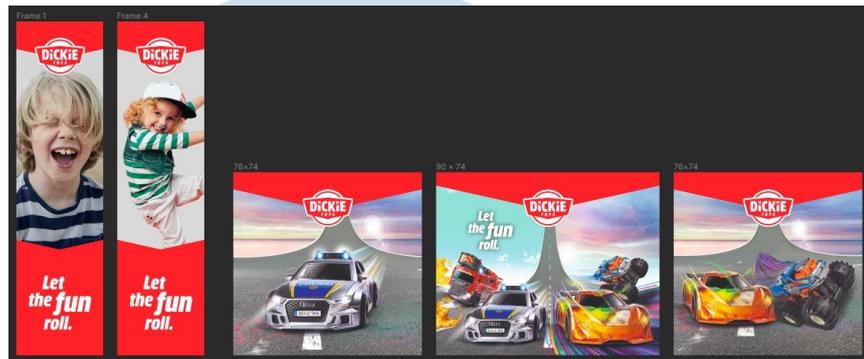
Gambar 3.44 Proses Pengerjaan Dengan Aplikasi Figma

Penulis mempertimbangkan menggunakan aplikasi Figma karena desain *offline* seperti ini harus menggunakan resolusi yang tinggi. Aplikasi Figma sangat ramah terhadap karya beresolusi besar karena aplikasi tersebut berbasis *cloud*, sehingga tidak akan menghambat performa laptop. Setelah melakukan *layouting*, penulis memberikan *preview* kepada *user*.



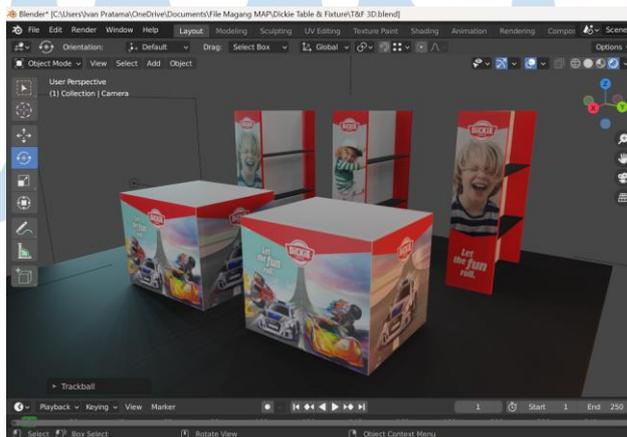
Gambar 3.45 Preview dan Pemberian Masukan Oleh User

Setelah *preview*, penulis memperoleh masukan untuk mengganti beberapa foto dengan foto yang *generic*. Penggantian foto dilakukan karena sebelumnya penulis memilih foto yang tidak sesuai dengan lini produk yang ingin dipasarkan.



Gambar 3.46 Desain Final *Fixture* dan *Table*

Selanjutnya setelah penulis menyelesaikan desain *fixture* dan *table*, penulis ditugaskan untuk membuat *mockup* 3d untuk *layout* store. Pembuatan *layout* ini dibutuhkan untuk diberikan kepada mall yang akan menjadi tempat berdirinya *store* tersebut, sehingga pihak mall memiliki gambaran terhadap *store* terkait. Penulis membuat *mockup layout store* menggunakan aplikasi Blender.



Gambar 3.47 Desain *Mockup Fixture* dan *Table*

Proses perancangan *mockup* pada Blender diawali dengan pembuatan objek *display* sesuai ukuran yang ditentukan. Selanjutnya penulis menempel desain yang sebelumnya penulis buat tadi menjadi

tekstur berbagai objek yang telah dibuat tadi. Setelah semua objek sudah diberi tekstur, penulis melakukan penataan cahaya agar presentasi yang dihasilkan menjadi menarik. Pekerjaan yang memakan waktu lebih lama tidak terhindarkan karena Blender merupakan aplikasi yang berat. Akan tetapi penulis masih bisa menyelesaikannya dengan waktu yang wajar.



Gambar 3.48 Hasil Jadi *Fixture* dan *Table* Dickie

Setelah membuat *mockup layout store*, penulis memberikan *preview* kepada *user* dan diteruskan kepada mall Aeon. Seminggu setelah melakukan perancangan, penulis diberi kabar oleh *supervisor* bahwa desain yang dibuat telah diaplikasikan dalam bentuk *table & fixture*.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Berbagai kendala dialami oleh penulis pada saat pelaksanaan praktik kerja magang, kendala tersebut meliputi kendala dalam penerimaan *brief*, alat yang terbatas, hingga lokasi tempat bekerja magang yang jauh dari tempat tinggal penulis. Kendala pertama yang dialami adalah terkadang penulis kurang memahami *brief* yang diberikan oleh *user* melalui pesan *Whatsapp* dengan baik sehingga penulis membutuhkan waktu yang lebih lama untuk memahami *brief* yang diberikan. Beberapa miskomunikasi kerap terjadi sehingga penulis harus lebih teliti lagi dalam memperhatikan *brief* yang diberikan.

Kendala kedua adalah laptop pribadi yang sedikit kurang memadai untuk mengerjakan proyek-proyek yang besar. Contoh proyek-proyek besar yang penulis pernah kerjakan adalah pembuatan *stop-motion* yang membutuhkan banyak efek visual, pembuatan media *retail area* yang menggunakan resolusi tinggi, dan pembuatan konten motion. Dengan kurangnya spesifikasi laptop pribadi yang dimiliki penulis, sehingga penulis terkadang membutuhkan waktu yang lebih lama dalam proses pengerjaan.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari beberapa kendala penulis selama menjalani praktik kerja magang yang sudah dijabarkan, adapun beberapa solusi yang penulis lakukan untuk menyasati kendala yang terjadi. Kendala pertama adalah kurangnya memahami *brief* yang diberikan oleh *user* sehingga menimbulkan miskomunikasi. Setelah beberapa miskomunikasi yang sudah dialami, pada akhirnya penulis selalu bertanya dan memastikan lagi kepada *user* mengenai *brief* yang diberikan sedetail mungkin agar apa yang diinginkan oleh *user* dapat dipahami penulis dengan baik.

Berikutnya adalah kendala terhadap laptop penulis yang kurang memadai. Pengerjaan *stop-motion* terkadang cukup rumit karena harus menghadapi efek yang banyak, akan tetapi terhambat oleh kondisi laptop penulis yang kurang memadai. Maka dari itu penulis harus memutar otak kembali bagaimana caranya menghadirkan visual yang menarik hanya dengan efek-efek yang terbatas. Dalam pengerjaan media dengan resolusi besar, penulis akan menyasati pekerjaan tersebut menggunakan aplikasi Figma agar laptop tidak menjadi lambat dan menghambat pekerjaan penulis. Aplikasi Figma cukup berguna dalam pembuatan media dengan resolusi besar karena aplikasi tersebut berbasis *cloud* sehingga tidak akan memakan RAM seperti pada saat menggunakan Adobe *Family*.