

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

PT. Realfood Karya Indonesia dipimpin oleh general manager dan terbagi menjadi beberapa bagian untuk mendukung proses pengelolaan usaha Realfood dengan baik. Bagian tersebut antara lain adalah tim *brand marcomm*, *e-commerce*, *KOL specialist*, *creative*, dan *business strategist*.

3.1.1 Kedudukan

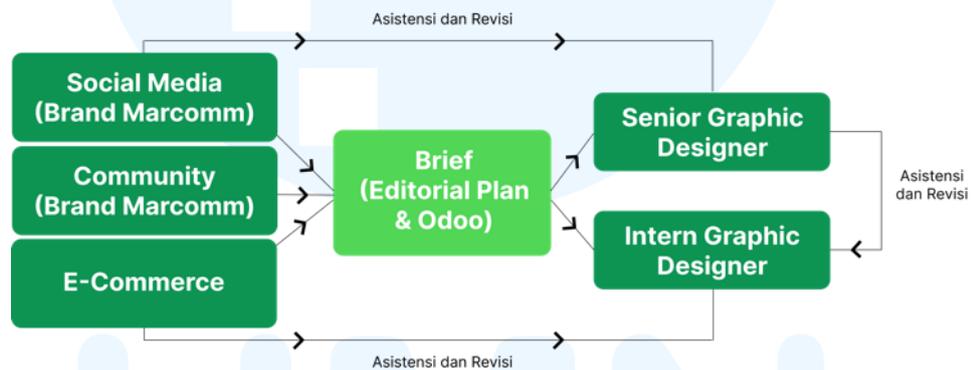
Kedudukan penulis dalam menjalankan program magang di PT. Realfood Karya Indonesia adalah sebagai staff magang desain grafis yang bekerja dibawah tim kreatif. Tim ini dipimpin oleh Head of Creative yang juga berperan sebagai supervisor penulis. Dalam tim kreatif ini juga terdapat senior graphic designer yang berperan sebagai mentor penulis. Selain itu, dalam tim kreatif juga terdapat motion dan 3D designer untuk melengkapi keperluan tim kreatif dalam merancang desain untuk berbagai media. Dalam tim kreatif juga terdapat *content creator* sebagai bagian dari tim produksi konten kreatif, dimana tim ini memiliki tugas untuk membuat konten video untuk keperluan kolaborasi dengan brand eksternal atau untuk promosi.

Selain itu tim kreatif juga bekerjasama dan memiliki hubungan yang erat dengan divisi lain. Seperti dengan tim brand marcomm, visual memiliki tugas untuk mendesain konten yang telah dirancang oleh tim brand marcomm baik itu berupa kolaborasi ataupun dalam bentuk konten rutin untuk setiap brand Realfood. Konten ini disusun dalam sebuah *deck* atau susunan yang biasa disebut dengan *editorial plan (ep)*. Setiap media sosial *brand* dan juga komunitas dalam Realfood memiliki susunan *ep*-nya masing-masing yang biasa dibuat setiap bulannya untuk di desain atau di buat kontennya oleh tim kreatif. Selain itu, tim kreatif juga bekerjasama dengan tim e-commerce untuk

membuat berbagai keperluan visual baik itu display produk, banner, hingga obs untuk penjualan di *live* tiktok.

3.1.2 Koordinasi

Dalam koordinasi dengan tim internal biasanya dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung dapat menggunakan Whatsapp atau langsung koordinasi tatap muka dan tidak langsung biasanya menggunakan aplikasi Odoo untuk membantu koordinasi juga dengan tim lain, baik itu dari sales ataupun marcomm. Contoh skenarionya adalah dari tim e-commerce terdapat keperluan untuk visual sales payday. Tim sales akan membuat brief melalui aplikasi Odoo dan di tuju kepada tim kreatif. Dari *brief* tersebut supervisor dari tim kreatif dapat mengarahkan tugas tersebut kepada anggota timnya atau kepada *intern*.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Dalam bagan tersebut terdapat alur koordinasi yang biasanya terjadi terdapat 2 tim yang biasanya bekerja sama dengan tim kreatif yaitu tim marcomm yang terdapat tim media sosial dan komunitas, serta terdapat tim e-commerce untuk keperluan platform e-commerce dan sales. Tim marcomm biasanya menggunakan editorial plan (ep) apabila diperlukan desain untuk media sosial. Namun apabila terdapat keperluan konten untuk partnership dan kolaborasi dengan *brand* eksternal, koordinasi dialihkan dengan menggunakan Odoo agar dapat di pantau oleh berbagai pihak. Setelah mendapatkan brief, supervisor membagikan tugas kepada designer dan juga penulis. Lalu setelah penulis mengerjakan tugas yang diberikan, penulis mengunggah ke Dropbox dan linknya dibagikan kepada supervisor dan pihak

yang terkait (e-commerce, sosial media, dan community) untuk melakukan asistensi dan revisi. Apabila hasil desain sudah di setujui maka penulis akan melanjutkan untuk mengerjakan tugas yang lain.

Namun, seiring waktu penulis langsung melakukan koordinasi terhadap pihak terkait seperti pada bagan tersebut, dari tim eksternal media sosial atau community langsung mengkontak penulis untuk penugasan, tetapi penulis tetap melakukan asistensi dan revisi kepada supervisor untuk persetujuan karya finalnya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Saat menjalankan program magang penulis memiliki tugas utama seputar media promosi untuk mendukung promosi dan penjualan dari brand Realfood. Penulis mengerjakan beberapa tugas dan brief yang telah

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

| No. | Minggu | Proyek | Keterangan |
|-----|-----------------------------------|---|--|
| 1 | 1 (4 Jan - 12 Jan 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up | Melakukan desain untuk keperluan poster promosi media sosial Realfood Up berupa desain grafis statis. |
| 2 | 2 (15 Jan - 19 Jan 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood Mengerjakan Direct Sales untuk Chinese New Year | Melakukan desain untuk keperluan poster promosi media sosial Realfood Up berupa desain grafis yang akan diproses menjadi motion. Membuat desain poster informasi untuk media sosial komunitas Realfood. Membuat desain direct sales untuk Chinese New Year Hampers |
| 3 | 3 (22 Jan - 26 Jan 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood |

| | | | |
|----|------------------------------------|---|--|
| 4 | 4 (29 Jan - 2 Feb 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood Mengerjakan Direct Sales untuk tanggal cantik | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood Membuat media promosi direct sales untuk promosi produk tanggal cantik. |
| 5 | 5 (5 Feb - 9 Feb 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan komunitas Realfood | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood |
| 6 | 6 (12 Feb - 16 Feb 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan komunitas Realfood | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood acara live IG dan kolaborasi dengan merek lain |
| 7 | 7 (19 Feb - 23 Feb 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood Mengerjakan Direct Sales untuk Payday | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood Membuat direct sales untuk momen payday. |
| 8 | 8 (26 Feb - 1 Mar 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood Mengerjakan Direct Sales untuk tanggal cantik | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood dan membuat direct sales uuntuk tanggal cantik |
| 9 | 9 (4 Mar - 8 Mar 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood |
| 10 | 10 (11 Mar - 15 Mar 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan Jelly dan community Realfood Desain Media Sosial Brand Realfood | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk |

| | | | |
|----|------------------------------|---|---|
| | | Up dan community Realfood | komunitas Realfood dan acara Bukber community |
| 11 | 11 (18 Mar - 22 Mar 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood Mengerjakan Direct Sales untuk Payday | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood dan acara Bukber community Membuat desain direct sales untuk payday |
| 12 | 12 (25 Mar - 29 Mar 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up, Fit with Realfood, dan community Realfood Mengerjakan Direct Sales untuk tanggal cantik | Membuat desain untuk promosi brand Realfood Up membuat direct sales untuk tanggal cantik, dan desain media informasi untuk komunitas Realfood Membantu membuat desain untuk Fit with Realfood |
| 13 | 13 (1 Apr - 5 Apr 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood dan acara Bukber community |
| 14 | 14 (8 Apr - 12 Apr 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood Membantu desain direct sales launching produk baru | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood dan acara Bukber community Membuat direct sales launching produk baru Litepresso oleh Realfood Cleanse |
| 15 | 15 (15 Apr - 19 Apr 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood dan acara Bukber community Membuat direct sales launching produk baru Litepresso oleh Realfood Cleanse |

| | | | |
|----|------------------------------------|---|--|
| 16 | 16 (22 Apr - 26 Apr 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood acara live IG dan kolaborasi dengan merek lain |
| 17 | 17 (29 Apr - 3 May 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood Desain CTWA untuk promosi soft selling | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood acara live IG dan kolaborasi dengan merek lain Membuat desain CTWA untuk promosi |
| 17 | 17 (22 Apr - 26 Apr 2024) | Desain Media Sosial Brand Realfood Up dan community Realfood Membuat desain undangan untuk Momiku | Membuat desain media sosial untuk promosi brand Realfood Up dan desain media informasi untuk komunitas Realfood acara live IG dan kolaborasi dengan merek lain Membuat desain undangan untuk launching party brand baru dari Realfood Momiku. |

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Seperti yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, penulis lebih banyak ditugaskan untuk mengerjakan konten media sosial dari *brand* Realfood Up, komunitas Mom Community, Beauty Community, dan Fit and Diet Community. Namun, hal ini tidak menutup kemungkinan penulis untuk membantu desain brand lain atau media lain diluar dari yang telah ditugaskan kepada penulis. Seiring waktu penulis juga ditugaskan untuk membuat desain poster untuk *direct sales* yang biasa di unggah di Instagram Ads. Berikut merupakan beberapa proyek yang telah penulis kerjakan selama masa magang.

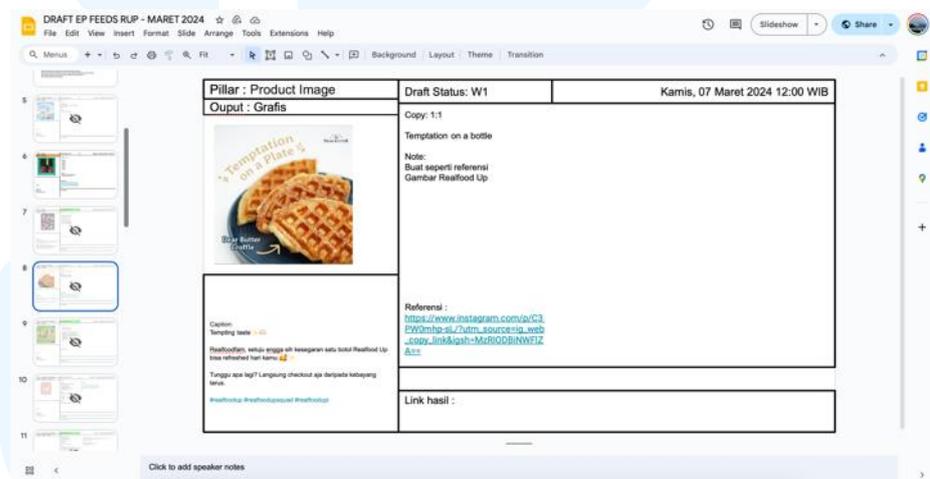
3.3.1 Proses Pelaksanaan

Secara umum, proses pelaksanaan setiap proyek diawali dengan pengenalan mengenai *product knowledge* dan mengeksplor *look and feel* dari setiap akun Instagram yang akan didesain. Setelah itu, penulis mendapatkan

brief dan dapat memulai mendesain setiap *brief* sesuai dengan *deadline* yang ditetapkan. Setelah itu, penulis melakukan asistensi dengan supervisor dan juga diperiksa kembali dengan setiap tim brand marcomm atau e-commerce yang memegang akun yang bersangkutan. Setelah mendapatkan approval maka setiap poster dapat digunakan.

3.3.1.1 Perancangan Desain Media Sosial Brand "Realfood Up"

Proyek pertama dan utama yang penulis kerjakan adalah membuat desain media sosial untuk *brand* Realfood Up yang merupakan sebuah *brand* minuman sarang burung walet yang ditujukan untuk generasi muda. Terdapat 3 varian untuk produk ini dan dalam perancangan desain media sosial Realfood Up penulis menggunakan guidelines yang sudah ditetapkan mulai dari *color pallate, look and feel, layout, penggunaan gambar dan ilustrasi.*



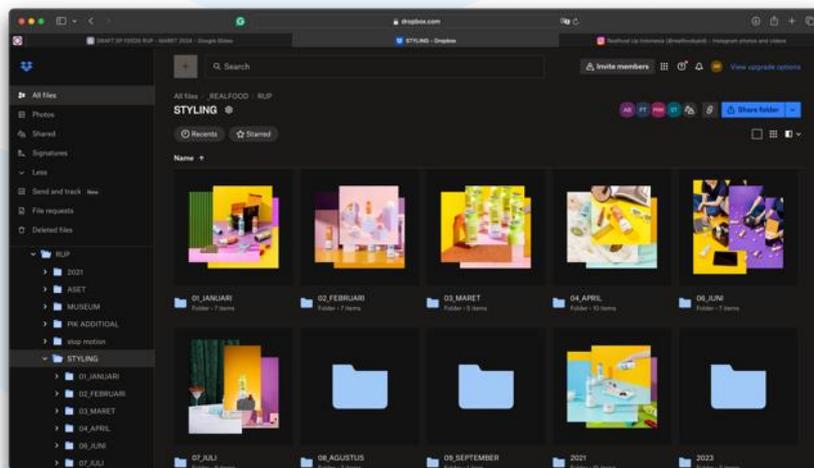
Gambar 3.2 Tampilan Brief dalam bentuk Editorial Plan (EP)

Proyek ini diawali dengan *brief* yang penulis dapatkan melalui editorial plan (ep) di Google slides. Gambar diatas merupakan salah satu contoh editorial plan yang penulis kerjakan. Dalam brief ini terdapat penjelasan mengenai output, referensi visual, dan *copy* yang digunakan dalam desain dan tenggat waktu untuk diunggah. Berikut merupakan tampilan referensi yang diberikan oleh brand marcomm.



Gambar 3.3 Tampilan Referensi

Setelah penulis mempelajari *brief* dan referensi visual tersebut, maka penulis dapat mulai membuat desain. Dalam *brief* terdapat catatan untuk membuat visual sesuai referensi dan terdapat aset yang diminta dalam visualnya yaitu botol produk Realfood Up.



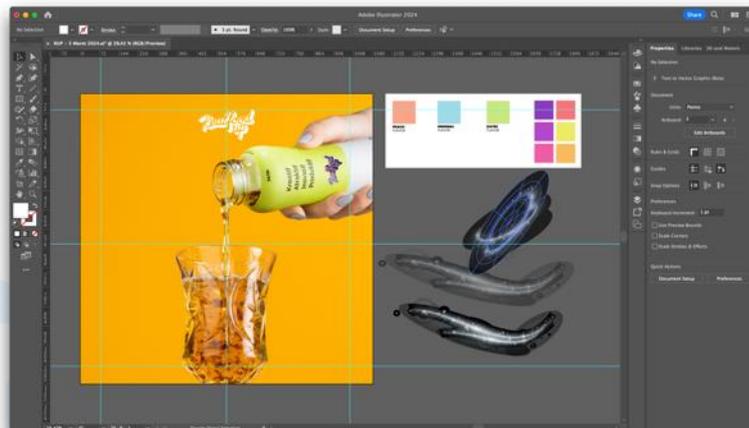
Gambar 3.4 Tampilan Cloud Storage Dropbox

Dalam tahapan mulai mendesain penulis biasanya mengumpulkan aset-asetnya terlebih dahulu. Pertama adalah aset foto produk yang biasa penulis dapatkan dari aset perusahaan melalui cloud storage di Dropbox. Berikut merupakan aset fotografi yang penulis gunakan dalam desain yang akan penulis buat.



Gambar 3.5 Aset Fotografi Milik Perusahaan

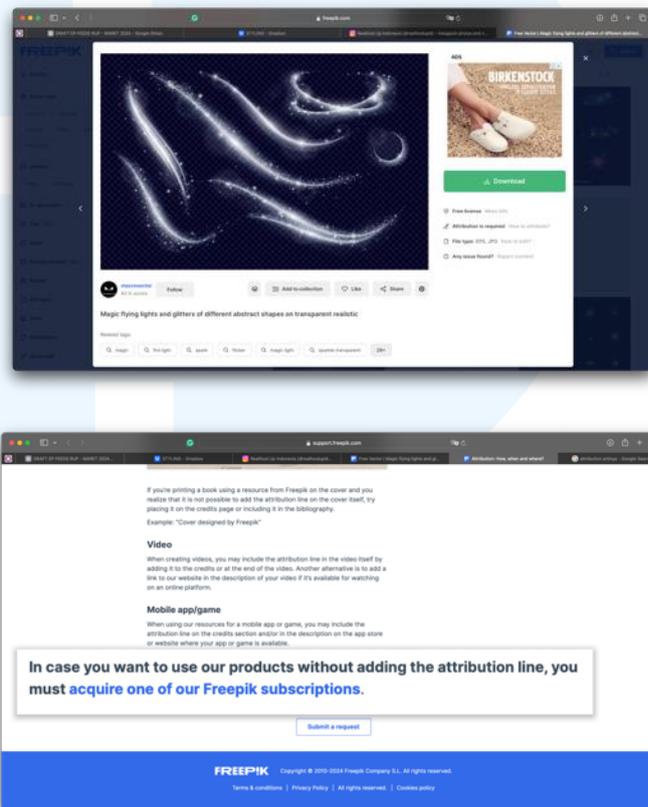
Setelah itu, penulis mulai menyusun *layout* untuk desain menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Pertama penulis menyusun *layout visual* aset foto dalam artboard yang berukuran 1080 x 1080 px, karena poster ini akan digunakan untuk diunggah di Feeds Instagram Realfood Up.



Gambar 3.6 Tampilan tahap awal desain konten

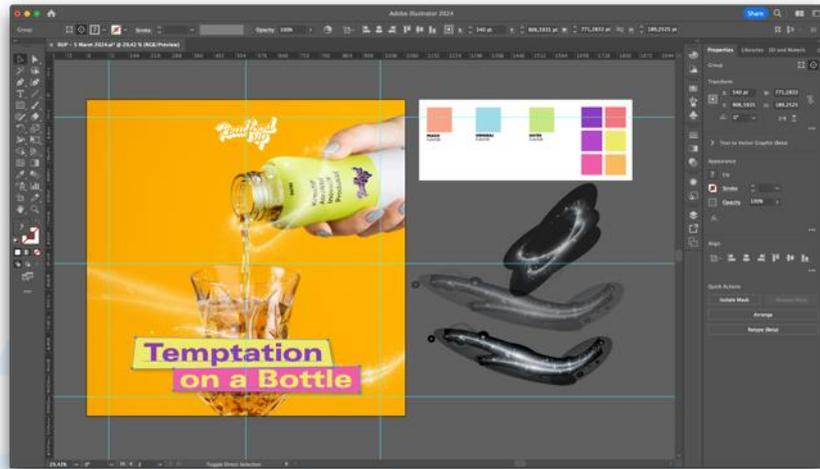
Lalu untuk mendukung visual dari aset foto ini penulis menambahkan aset dari Freepik menggunakan akun premium milik perusahaan yaitu aset sebagai berikut. Aset ini dipilih untuk mendukung *copy* visualnya yaitu "*Temptation*" atau godaan. Berikut

merupakan aset yang penulis gunakan. Salah satu syarat untuk penggunaan aset dari Freepik adalah untuk mencatumkan atribusi. Namun, di laman bantuan Freepik dijelaskan kembali apabila menggunakan akun premium, maka tidak diperlukan untuk memberikan atribusi. Seperti aset dibawah ini dibuat oleh Macrovector di Freepik.



Gambar 3.7 Tampilan Aset Freepik

Setelah itu, penulis mulai menambahkan aset tersebut dan juga teks kedalam desain yang dibuat. Aset tersebut disusun mengelilingi produk tersebut agar memberikan efek godaan dan terpusat pada produk. Setelah itu, penulis mulai menyusun teks yang digunakan yaitu dengan menggunakan font Univers LT Pro dan diberikan grafis kotak serta warna yang sesuai dengan color pallate yaitu warna yang bold dan pop.



Gambar 3.8 Tampilan Penggunaan Aset Freepik

Setelah penulis sudah selesai mendesain maka penulis *export final artworknya* dan menguploadnya di Dropbox. Setelah itu link karya penulis kirimkan ke supervisor untuk melakukan proses asistensi. Berikut merupakan tampilan *final artwork* yang telah penulis buat.



Gambar 3.9 Tampilan *Final Artwork*

Penulis kemudian mengunggah desain poster ini ke Dropbox dan melakukan asistensi dengan supervisor dengan menggunakan Whatsapp, agar dapat diperiksa kembali oleh supervisor. Dalam hal ini supervisor sudah setuju dan approve untuk desain tersebut. Apabila sudah sesuai dan di approve maka penulis

kembali mengupload link dalam editorial plan pada bagian "Link Hasil". Setelah itu dilakukan pemeriksaan oleh tim brand marcomm. Apabila tidak terdapat feedback lagi maka dari tim brand marcomm dapat langsung mengunggah poster tersebut.

3.3.1.2 Perancangan Desain Media Sosial brand "Realfood Up" dengan Menggunakan Motion Graphic

Sama seperti yang telah dijelaskan sebelumnya *brief* pertama kali penulis dapatkan melalui editorial plan dan setelah itu penulis mulai mengeksplor kebutuhan aset yang kira-kira diperlukan. Berikut merupakan tampilan brief yang penulis dapatkan.

| | | |
|--|---|---|
| Pillar : Trivia | Draft Status: | Sabtu, 17 Februari 2024 12:00 WIB |
| Output : Motion  | Copy : Scene 1 4 Emosi yang sering kamu hadapi - Marah - Sedih - Takut - Capek Scene 2 Atasi dengan Realfood Up!  Sarang Burung Walet Buah Peach dan Kolagen Buah Kurma Note : Gambar Realfood up 3 varian | Referensi : https://www.instagram.com/p/Cfoaky0JiBJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFFZA== |
| Caption: Marah, capek, sedih, atau takut? RealFood Up jawabannya! Atasi emosi negatitmu dan bangkit dengan energi positif! 🌟💪 #RealFoodUp #EmosiPositif #Realfood #MencapaiLevelBaru | Link hasil : | |

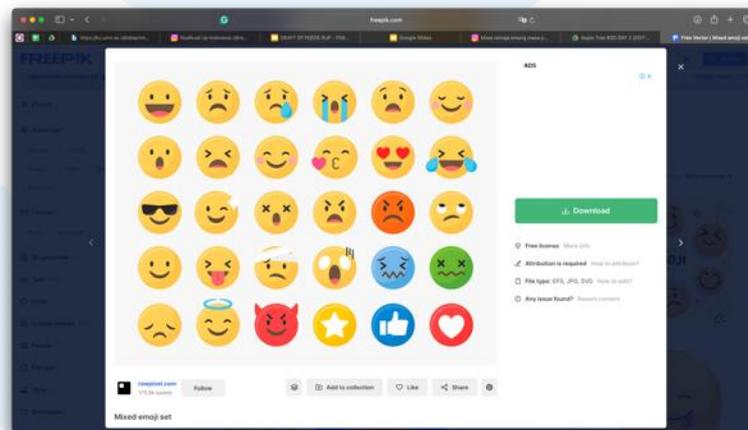
Gambar 3.10 Tampilan *Brief Artwork Motion*

Berbeda dengan *brief* sebelumnya, dalam *brief* ini tim marcomm membagi briefnya menjadi setiap skenario dimana artinya penulis harus membuat tampilan skenario. Berikut merupakan tampilan referensi yang diberikan oleh tim brand marcomm.



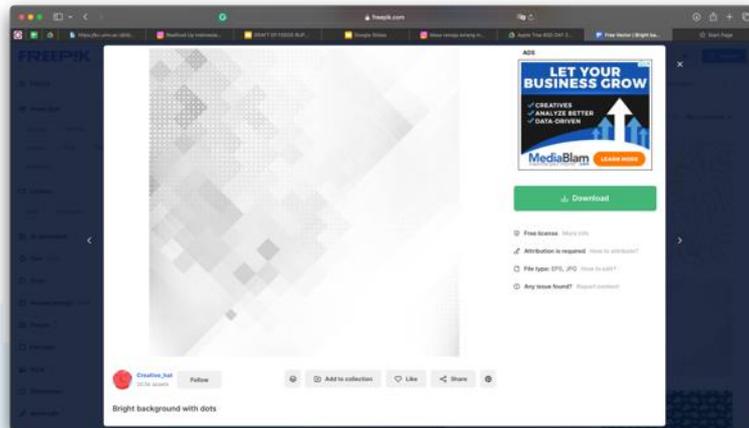
Gambar 3.11 Tampilan Referensi

Dari referensi yang diberikan tidak berupa motion namun referensi tersebut merupakan gambaran dari 2 skenario yang nanti akan dibuat menjadi motion. Setelah penulis mempelajari referensi dan brief makapenulis mulai mengumpulkan aset yang digunakan. Gambar ilustrasi yang penulis gunakan diambil dari Freepik yang merupakan karya dari rawpixel.com. Berikut merupakan gambar aset yang penulis gunakan.



Gambar 3.12 Tampilan aset dari Freepik

Selain itu, penulis juga menggunakan aset *background* untuk memberikan dimensi dan juga agar karya yang dibuat tidak polos dan monoton. Aset backgorund ini juga penulis dapatkan melalui Freepik yang dibuat oleh Creative_hat. Berikut merupakan tampilan dari aset yang penulis gunakan.



Gambar 3.13 Tampilan aset dari Freepik

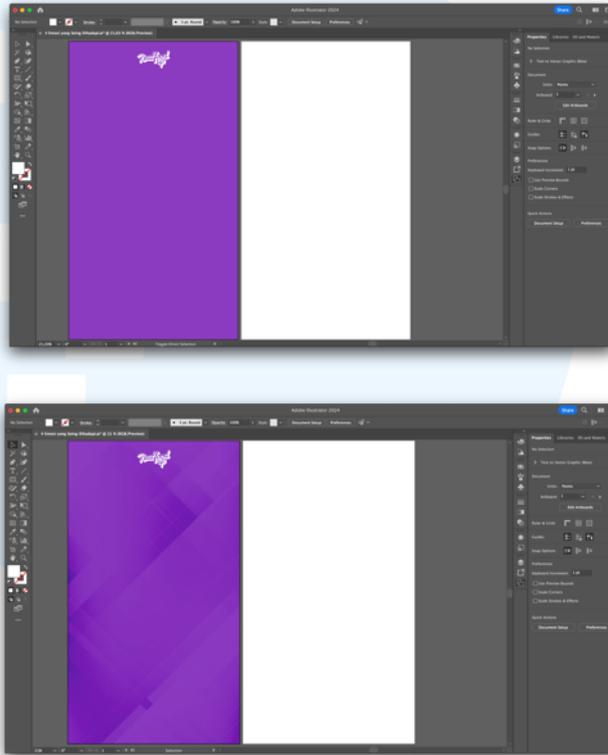
Selain itu, penulis juga menggunakan aset 3D product milik perusahaan untuk skenario ke 2 dari brief motion ini. Gambar 3D yang penulis gunakan adalah gambar 3D product Realfood Up dan ketiga variannya Peach, Original, dan Dates. Berikut merupakan tampilan aset gambar 3D yang penulis gunakan.



Gambar 3.14 Tampilan aset 3D

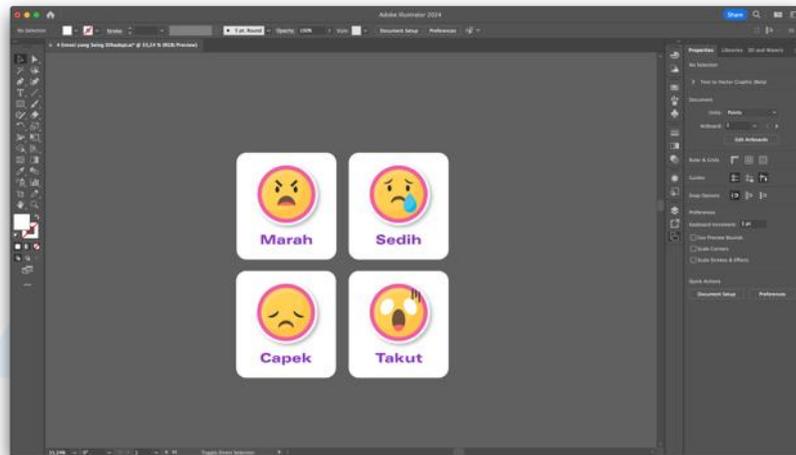
Setelah semua aset dikumpulkan, penulis kemudian mulai mendesain di aplikasi Adobe Illustrator. Dimana pertama, penulis membuat 2 artboard untuk 2 skenario yang memiliki ukuran 1080 x 1920 px karena untuk keperluan motion biasanya diunggah ke Instagram Reels. Artboard pertama untuk skenario pertama dimana penulis membuat latarnya terlebih dahulu yaitu dengan menggunakan

aset tadi dan mengubah *transparency* gambar menjadi *color burn* agar tekstur yang diberikan memiliki tone warna yang sama dengan warna latar yang sudah ditetapkan yaitu warna ungu. Berikut merupakan tampilan susunan layout.



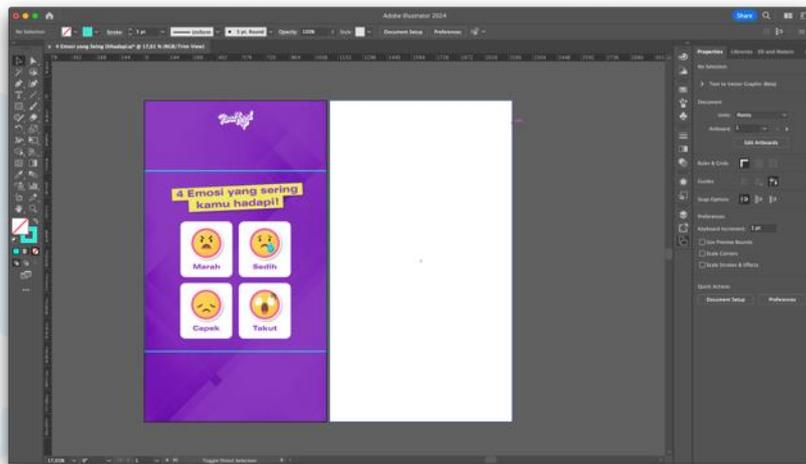
Gambar 3.15 Tampilan sebelum dan sesudah diberikan background

Setelah itu penulis mulai menyusun ilustrasi yang sudah penulis temukan tadi dan menyusunnya sesuai dengan brief yang diinginkan yaitu menjadi 4 bagian yang menunjukkan emosi negatif seperti marah, sedih, capek, dan takut. Empat tampilan ekspresi yang penulis gunakan penulis tambahkan *outline* pink dan putih untuk membuatnya menjadi terkesan seperti sticker. Lalu penulis juga menambahkan drop shadow pada ilustrasi tersebut. Setelah itu penulis susun menjadi 4 bagian dan memberikan rounded rectangle sebagai kotak tempat emosi-emosi itu berada dan hasil akhir tampilan ilustrasinya adalah sebagai berikut.



Gambar 3.16 Tampilan aset visual utama

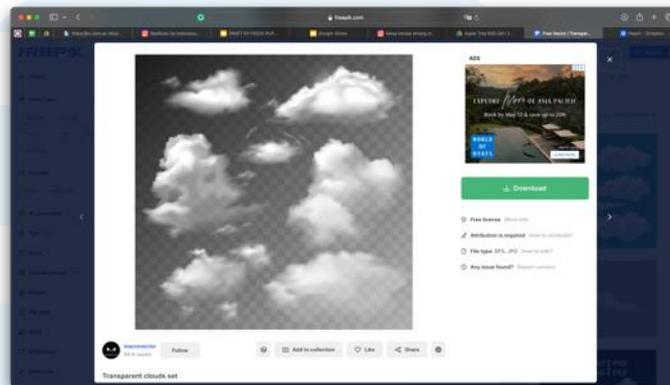
Lalu penulis menyusun teks, ilustrasi, dan background yang sudah penulis rancang menjadi satu dan disesuaikan dengan grid ukuran 1080 x 1080 px di tengah sebagai pembatas bagian yang akan ditampilkan di cover feeds. Berikut merupakan tampilan akhir desain dari skenario pertama.



Gambar 3.17 Tampilan skenario pertama

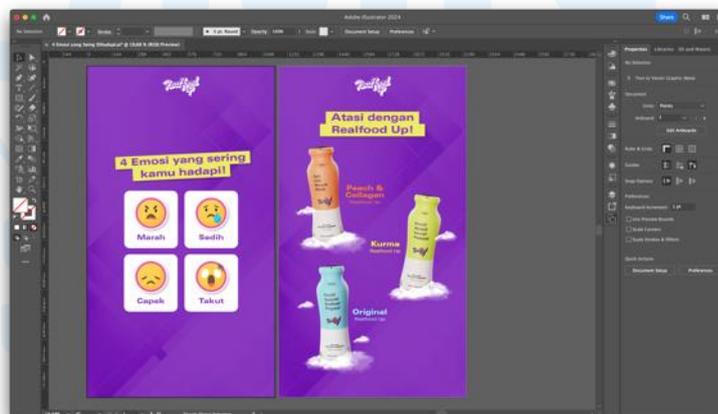
Selanjutnya penulis merancang skenario kedua dari proyek ini yaitu pengenalan ketiga produk dari Realfood Up. Penulis akhirnya menyusun skenario kedua jadi seakan-akan botol Realfood Up melayang diatas awan sebagai tanda bahwa produk-produk ini dapat

menaikan mood dan dapat dikonsumsi untuk mendukung kegiatan sehari-hari. Penulis akhirnya menambahkan aset awan untuk mendukung konsep tersebut. Berikut merupakan tampilan aset awan yang penulis gunakan.



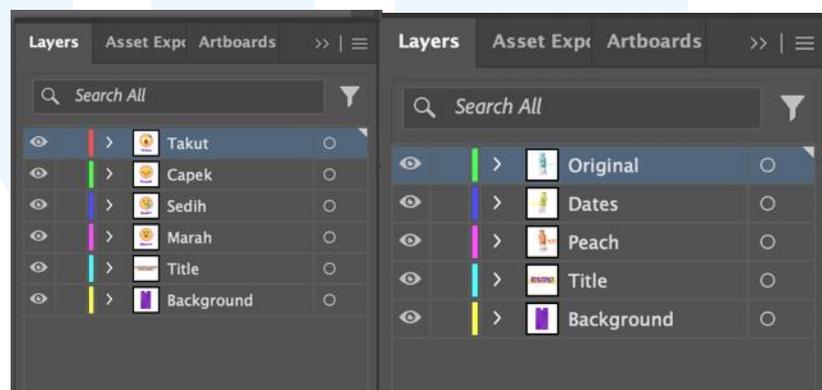
Gambar 3.18 Tampilan aset awan yang penulis gunakan

Penulis kemudian menyusun skenario kedua tidak mengikuti grid yang sama seperti skenario pertama. Namun, dapat lebih bebas karena skenario kedua tidak ditampilkan di *cover feeds*. Skenario kedua ini penulis menyusun botol-botol Realfood Up diatas awan dan menambahkan teks, *background* yang digunakan juga sama seperti *background* skenario pertama. Berikut merupakan tampilan skenario kedua yang telah penulis rancang.



Gambar 3.19 Tampilan skenario kedua

Penulis membuat teks setiap varian Realfood Up menyesuaikan dengan warna dari setiap variannya. Setelah penulis selesai mendesain kedua skenario ini penulis melakukan asistensi dengan supervisor terlebih dahulu sebelum diproses untuk menjadi motion oleh *motion graphic designer*. Desain yang telah dibuat penulis ini sudah disetujui oleh supervisor dan dapat dilanjutkan menjadi *motion*. Penulis membantu *motion artist* dengan memisahkan kedua skenario menjadi *file* yang berbeda dan setiap aset menjadi *layer* yang berbeda.



Gambar 3.20 Tampilan pemisahan layer yang penulis lakukan

Gambar diatas merupakan *layer* yang penulis pisahkan untuk membantu memudahkan motion artist. Setelah itu, penulis mngirimkan file desain ke motion artist denegan mencantumkan referensi melalui Whatsapp. Setelah itu apabila ada aset yang hilang maka motion artist akan meminta desainer untuk melakukan revisi. Setelah diproses hasil karya motionnya dikirimkan ke group Whatsapp yang dalamnya terdapat tim brand marcomm. Setelah itu, penulis juga mencantumkan link Dropbox hasil *motion* ke slide EP dan mengabarkan tim brand marcomm.

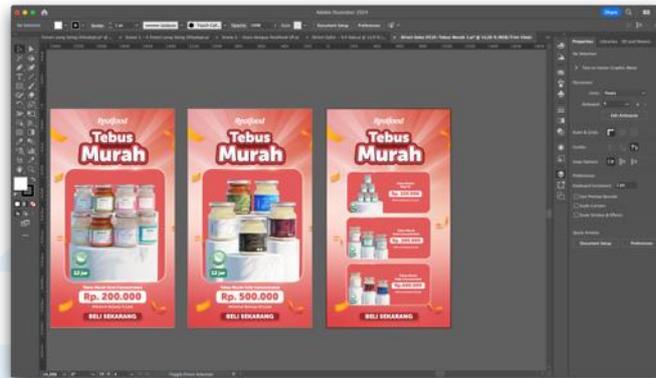
3.3.1.3 Perancangan Desain Direct Sales pada Instagram Ads Atau Whatsapp Broadcast

Direct sale merupakan media promosi yang digunakan untuk menawarkan promosi secara langsung pada konsumen, baik itu melalui Instagram Ads ataupun dengan promosi secara langsung melalui Whatsapp. Dalam merancang desain *direct sales* penulis awalnya mendapatkan *brief* dari supervisor yang kemudian mengirimkan *link* google sheets yang isinya daftar berbagai promosi yang ingin diadakan oleh Realfood. Biasanya promosi ini diadakan saat *payday sale*, tanggal cantik, atau hari raya. Berikut merupakan tampilan dari *brief direct sale* yang penulis dapatkan.

| No | Request Date | Headline | SKU List | Product Price | Harga Cost | Month Price | Harga Jual | Brand | Visual Refer |
|----|--------------|----------------------------|---|--|--|--------------------------|--------------------------------------|---|--------------|
| 47 | 26-Mar-2024 | | Realfood New Catalogue | | | | | | |
| 48 | 27-Mar-2024 | R.6 MAMIR HEMATI | Bundlo 3 Semi Concentrated Bundlo 3 Full Concentrated | Semi 6 + Jelly 6 Jelly 6 + Jelly 12 | Rp2,325,000 Rp4,425,000 | Rp475,000 Rp1,225,000 | Rp2,649,000 Rp4,499,000 | Dipastikan 1 Visual | |
| 49 | 27-Mar-2024 | R.6 SUPER SALE! | Bundlo 2 Semi Concentrated Bundlo 2 Fully Concentrated | Jelly 6 Jelly 6 | Rp1,400,000 Rp1,700,000 | Rp300,000 Rp300,000 | Rp1,349,000 Rp1,849,000 | Dipastikan 1 Visual | |
| 50 | 27-Mar-2024 | R.6 MESA MARI | Bundlo 2 Fully + 2 Semi | Total Fully + Semi | Rp4,325,000 | Rp1,425,000 | Rp4,499,000 | Dipastikan 1 Visual | |
| 51 | | | Bundlo 4 Semi Concentrated | | Rp2,400,000 | | Rp2,299,000 | | |
| 53 | 27-Mar-2024 | R.6 MISI 4 (SEM HEMATI) | Bundlo 4 Jelly 12 Bundlo 4 Agave Bundlo 4 Protein Power | | Rp1700,000 Rp700,000 Rp1,000,000 | | Rp1699,000 Rp399,000 Rp499,000 | Dipastikan 1 Visual | |
| 54 | | | All SKUs Promo Regular April 2024 | | | | | | |
| 55 | | | Tabung Murah April 2024 | | | | | | |
| 56 | 14-Mar-2024 | Blessed Ramadan Sale! | Bundlo 3 Qiana (DPFG) Bundlo 3 Nagma 1 (DPFG) | 3 Sapekah Mini + Nagma 1 5 Sapekah Mini + Nagma 1 | Rp1,850,000 Rp1,900,000 | Rp450,000 Rp1,250,000 | Rp2,499,000 Rp2,399,000 | Dipastikan 1 Visual (Detail dan About format square) | |
| 57 | 14-Mar-2024 | Getzgar Ramadan Sale! | Bundlo 2 Qiana Bundlo 2 Nagma 1 | Sapekah Mini + Jelly 12 Sapekah Mini + Jelly 12 | Rp2,275,000 Rp1,575,000 | Rp275,000 Rp275,000 | Rp2,399,000 Rp169,000 | Dipastikan 1 Visual (Detail dan About format square) | |

Gambar 3.21 Tampilan *brief direct sale*

Dari brief tersebut penulis dapat mengetahui judul promosi yang sudah ditetapkan, produk-produk atau SKU list yang digunakan untuk promosi, dan harga promosi. Dari brief tersebut penulis lanjut merancang tampilan promosi yang akan digunakan. Dalam desain *direct sale* supervisor sudah menetapkan *template* yang dapat diikuti oleh penulis. Format yang sudah ditetapkan adalah sebagai berikut.



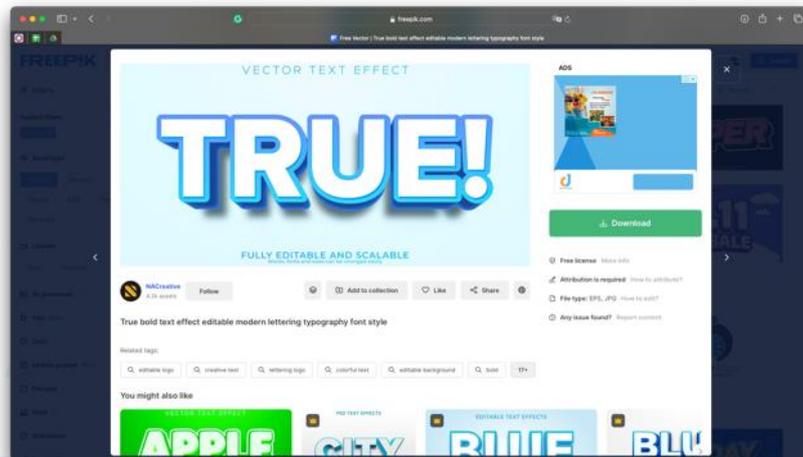
Gambar 3.22 Tampilan contoh dari *direct sales* sebelumnya

Seperti contoh diatas format yang ditetapkan adalah terdapat judul, gambar produk, dan CTA 'beli sekarang'. Penulis kemudian melakukan urutan proses kerja yang sama seperti sebelumnya, yaitu mengumpulkan aset yang diperlukan untuk *direct sales* contohnya adalah untuk *direct sales* tanggal cantik 4.4. Dari brief sebelumnya terdapat list SKU yang digunakan. Penulis akhirnya mnegumpulkan list SKU tersebut dari Dropbox yang dalamnya terdapat berbagai tampilan SKU 3D yang khusus dibuat untuk keperluan *direct sales*. Penulis mengumpulkan aset SKU yang diperlukan sebagai berikut.



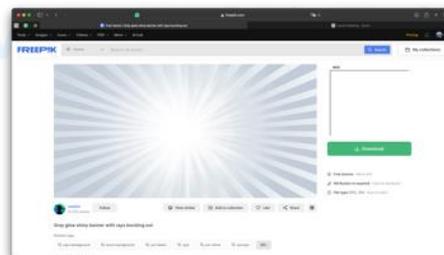
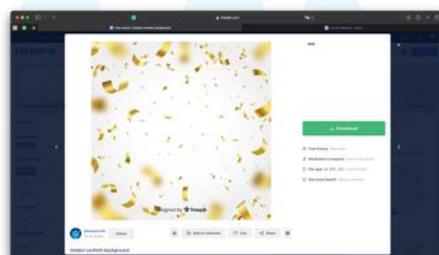
Gambar 3.23 Tampilan aset yang akan digunakan

Penulis juga menggunakan penggunaan teks yang sudah di desain dari Freepik agar dapat menonjolkan headline dengan baik, dan penulis mengedik kembali font yang digunakan dan juga warna teks. Berikut merupakan tampilan dari format teks Freepik yang penulis gunakan dari Nacreative.



Gambar 3.24 Tampilan aset *font* yang akan digunakan

Selain *font* penulis juga mengumpulkan aset untuk background dari *direct sales* yang akan dibuat yaitu untuk memeriahkan media promosi ini, penulis menambahkan confetti untuk memeriahkan desain promosi dan juga *background lightray*. Kedua aset tersebut penulis juga dapatkan melalui media Freepik. Berikut merupakan tampilan aset yang digunakan diambil dari kreator pikisuperstar dan starline.



Gambar 3.25 Tampilan aset background pendukung yang digunakan

Setelah mengumpulkan aset-aset yang akan digunakan, penulis mulai melakukan desain di Adobe Illustrator dengan ukuran artboard 1080 x 1920 px. Pada promosi tanggal cantik 4.4 ini terdapat 4 poster promosi yang harus penulis rancang yaitu yang fokusnya pada promosi 3 produk Fit with Realfood, 2 produk Fit with Realfood, 1 produk Fit with Realfood, dan 3 produk Realfood lainnya (Fit with Realfood, Cleanse, dan Jelly). Dalam mendesain poster ini penulis mengikuti *color palette* dari Realfood secara umum. Berikut merupakan *color palette* Realfood yang diambil dari *guidelines*-nya.



Gambar 3.26 Tampilan *color guidelines* Realfood

Pada perancangan media promosi ini penulis menggunakan warna hijau dan kuning. Setelah itu, penulis merancang desain promosi dimulai dari *layout* yang penulis terapkan sesuai dengan referensi. Kemudian penulis juga merancang susunan *display* produk sesuai dengan *brief* yang diberikan. Pada poster pertama penulis menyusun latar posternya terlebih dahulu. Kemudian menambahkan judul dengan menggunakan aset *vector editable text* yang sudah penulis dapatkan sebelumnya.



Gambar 3.27 Tampilan proses desain latar poster *direct sales*

Selanjutnya penulis menambahkan 3 persegi panjang untuk menempatkan produk-produk yang sedang dipromosikan. Setelah itu, penulis juga menambahkan display produk dan penulisan harga coret dan promosi hadiah gratis yang sedang diadakan. Penulis menambahkan dekorasi berupa *confetti* untuk menambahkan kemeriahan promo yang sedang ditawarkan.



Gambar 3.28 Tampilan proses desain keseluruhan poster *direct sales*

Setelah itu, penulis memastikan kembali penulisan harga dan promo yang dicantumkan sudah sesuai dengan brief yang diberikan dan kemudian penulis melakukan asistensi dengan supervisor. Saat itu supervisor sudah menyetujui untuk desainnya sehingga penulis dapat menjutkan desain 4 poster yang lain dengan visual yang serupa karena

4 poster ini ada dalam satu rangkaian promosi yang sama. Berikut merupakan tampilan karya final yang sudah dibuat penulis.

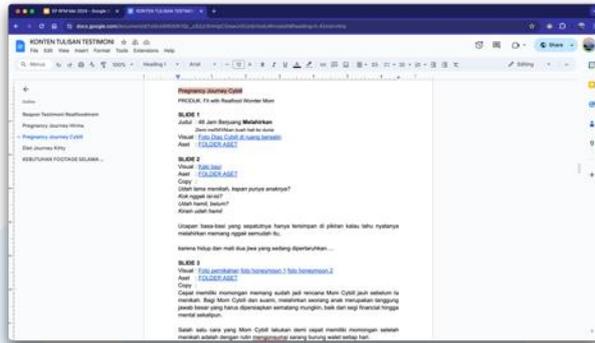


Gambar 3.29 Final artwork poster direct sales

Setelah penulis menunggah ke Dropbox dan *update* tautannya di Google Sheets maka penulis menunggu persetujuan dari tim sales, dan setelah di setujui maka desain tersebut akan digunakan untuk direct sales melalui Whatsapp ataupun Instagram ads.

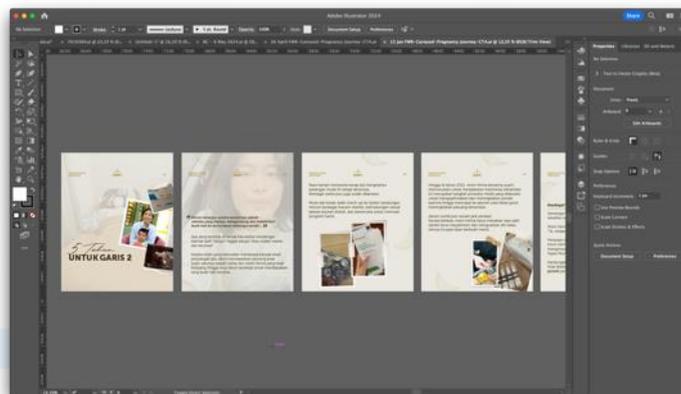
3.3.1.4 Perancangan Desain CTWA pada Instagram Ads

CTWA atau *Call to Whatsapp* merupakan salah satu media promosi yang digunakan Realfood untuk mengarahkan pelanggannya konsultasi dengan nutrisionis Realfood melalui Whatsapp. Kali ini penulis diberikan *brief* untuk membuat CTWA pada Instagram Ads. CTWA untuk instagram ads dibuat dalam bentuk poster *carousel* yang membahas mengenai cerita atau pengalaman Realfoodfam (pelanggan Realfood) dengan menggunakan produk Realfood. Karena produk Realfood merupakan produk kesehatan dengan keunggulan sarang burung waletnya, maka untuk semakin menarik perhatian pelanggan digunakan promosi secara *storytelling* dan testimoni. Berikut merupakan *brief* yang penulis dapatkan dari *content creator*.



Gambar 3.30 Tampilan *brief* CTWA

Brief CTWA ini memiliki teks atau *copy* yang digunakan dalam desain dan foto testimoni yang sudah dikumpulkan oleh *content creator* untuk digunakan. Pada brief kali ini penulis diminta untuk membuat desain CTWA untuk promosi produk Fit with Realfood Wonder Mom dan testimoni program hamil dari salah satu Realfoodfam. Gaya visual yang digunakan sudah ditentukan oleh supervisor yaitu memiliki kesan scrapbook. Penulis juga sudah mendapatkan *template* untuk CTWA yaitu sebagai berikut.



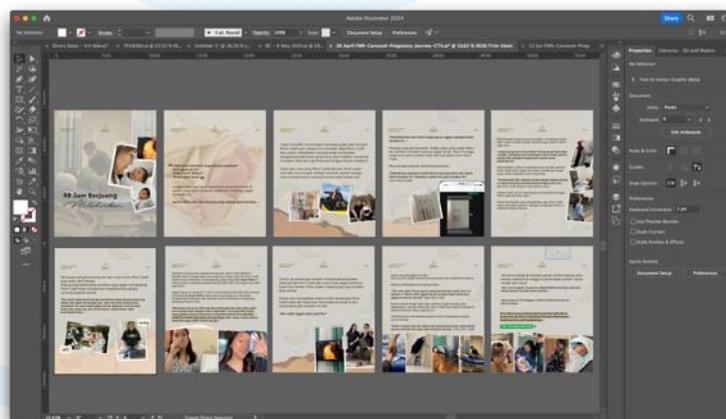
Gambar 3.31 Tampilan referensi CTWA

Grafis-grafis yang digunakan dalam perancangan desain ini menggunakan grafis yang sudah disediakan dalam *template* tersebut. Penulis membantu menambahkan konten baru dan merapikan



Gambar 3.34 Tampilan *cover* desain CTWA ditambahkan elemen

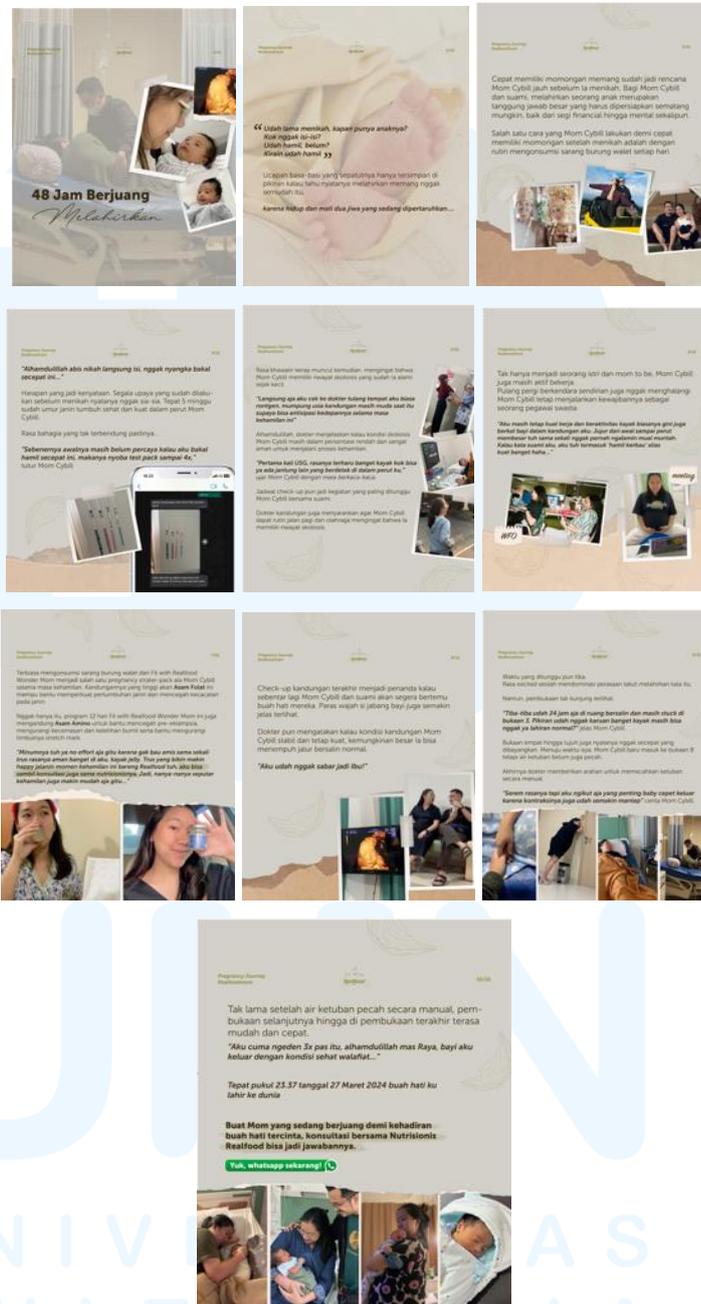
Kemudian penulis lanjut memasukan *brief* selanjutnya yaitu gambar-gambar yang sudah ditentukan oleh *content creator* dan *copy* yang sudah dibuat juga. Penulis menambahkan aset-aset tersebut dan menyesuaikan dengan *template* yang sebelumnya sudah diberikan. Berikut merupakan keseluruhan tampilan desain CTWA yang sudah penulis buat.



Gambar 3.35 Tampilan keseluruhan desain CTWA

Seluruh konten yang penulis tambahkan sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *content creator* yang dalamnya dituliskan proses melahirkan dan bagaimana produk Realfood membantu proses tersebut. Penulis melakukan asistensi langsung dengan *content creator* untuk menyesuaikan preferensi dan karena sudah sesuai maka

desain ini diberikan kepada bagian sales. Berikut merupakan tampilan akhir dari proyek CTWA.

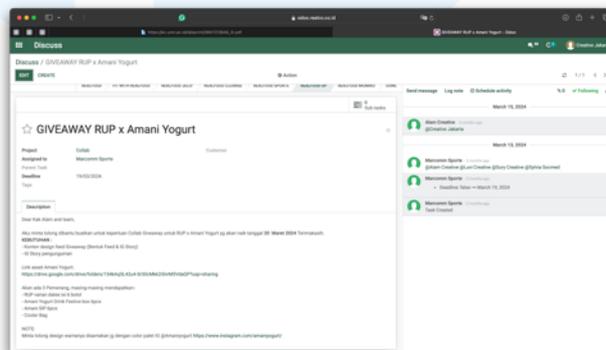


Gambar 3.36 Tampilan final desain CTWA

Diakhir dari rangkaian poster testimoni ini disertakan dengan CTWA yang ditujukan secara langsung pada nutrisionis Realfood agar konsumen dapat berkonsultasi mengenai rekomendasi produk Realfood yang cocok untuk tujuan mereka. Dalam Instagram ads-nya juga memiliki tombol CTA yang secara langsung mengarahkan konsumen ke Whatsapp Realfood.

3.3.1.5 Perancangan Desain Kolaborasi dan Giveaway Pada Instagram Realfood Up

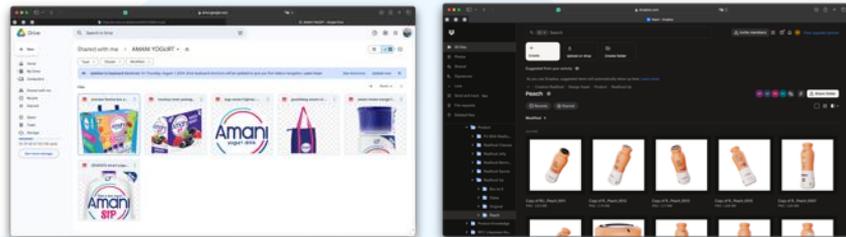
Giveaway atau kolaborasi merupakan salah satu cara untuk mempromosikan merek dan produk kepada target market yang lebih luas. Kali ini penulis mendapatkan proyek untuk membuat poster kolaborasi dan *giveaway* produk Realfood Up dengan Amani Yogurt. *Brief* penulis dapatkan dari Odoos yang diberikan oleh tim brand marcomm. Berikut merupakan tampilan *brief* tersebut.



Gambar 3.37 Tampilan *brief giveaway* Realfood Up dengan Amani Yogurt

Dari brief tersebut penulis mendapatkan detail produk dan persetujuan dari tim brand marcomm Realfood dengan tim Amani. Detail posternya juga dituliskan secara rinci mulai dari penggunaan warna poster yang ingin disesuaikan juga dengan *brand* Amani dan

Realfood Up karena akan diunggah di dua akun. Serta ketentuan lain seperti pemenang, copy, produk-produk yang akan digunakan, dan lainnya. Aset yang digunakan adalah aset visual Realfood Up dan Amani Yogurt sebagai berikut.



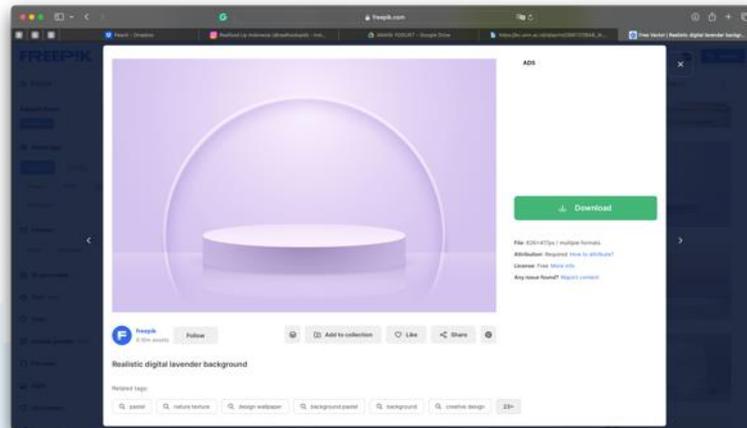
Gambar 3.38 Tampilan Aset produk Realfood Up dengan Amani Yogurt

Selain itu karena penulis ingin menyesuaikan warna dari Amani Yogurt dan Realfood Up maka penulis melihat Instagram Amani Yogurt sebagai referensi. Dari melihat referensi tersebut penulis akhirnya dapat menetapkan *color palette* dan gaya visual yang kiranya sesuai dengan kedua merek tersebut.



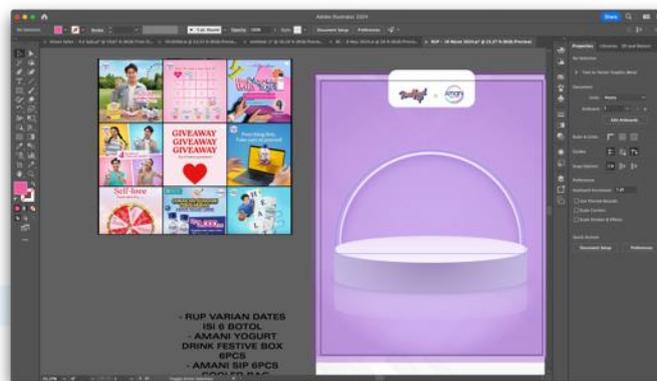
Gambar 3.39 Tampilan Referensi Instagram Amani Yogurt dan Realfood Up

Akhirnya penulis menetapkan warna ungu muda dapat menjadi jembatan visual dari kedua merek dengan aksen merah muda juga dapat mendukung kesatuan visual. Penulis juga mengambil beberapa aset pendukung dari website Freepik menggunakan akun premium dari kantor untuk mendukung visual. Berikut merupakan aset yang penulis gunakan.



Gambar 3.40 Tampilan aset visual latar dari Freepik

Aset tersebut merupakan aset latar untuk menempatkan produk. Aset ini secara langsung dibuat oleh Freepik dan dapat digunakan untuk keperluan komersil. Setelah itu penulis membuat desain poster pada *artboard* ukuran 1080 x 1350 px. Ukuran ini digunakan oleh penulis sesuai dengan *brief* yang diberikan. Setelah itu, penulis mulai meletakkan latar dan kembali menyesuaikan warnanya sesuai dengan kedua merek tersebut.



Gambar 3.41 Tampilan hasil desain tahap awal *giveaway* Amani Yogurt dan Realfood Up

Setelah menetapkan posisi yang sesuai maka penulis mulai menambahkan produk sesuai dengan daftar yang ada pada *brief*. Selain itu penulis juga menambahkan teks yang dibuat seperti merek

Realfood Up tetapi menggunakan warna dari Amani Yogurt. Berikut merupakan tampilan setelah penulis menyusun produk dan teks.



Gambar 3.42 Tampilan hasil desain *giveaway* halaman pertama Realfood Up dan Amani Yogurt

Setelah itu penulis mulai menyusun halaman kedua pada poster *giveaway* ini yaitu mengenai syarat dan ketentuan dari *giveaway* produk. Halaman ini di desain sesuai dengan halaman pertamanya yang berisi teks syarat dan ketentuan. Selain itu, penulis juga diminta untuk membuat visual pengumuman pemenang dengan ukuran 1080 x 1920 px untuk Instagram story yang dibuat juga sesuai dengan halaman pertama. Setelah itu, penulis melaporkan hasil desain ke supervisor untuk dilakukan asistensi.



Gambar 3.43 Tampilan final desain *giveaway* halaman pertama Realfood Up dan Amani Yogurt

Setelah di setujui oleh supervisor penulis mengirimkan hasil desain ke tim sosial media dan diteruskan kepada tim brand marcomm untuk di asistensikan kepada merek yang bersangkutan. Setelah semua pihak sudah menyetujui maka desain tersebut dapat diunggah ke media sosial dua belah pihak merek. Berikut merupakan hasil akhir desain yang telah dibuat penulis.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama 6 bulan penulis melaksanakan praktik kerja magang terdapat beberapa kendala yang penulis alami, antara lain adalah:

1. Proyek-proyek yang dapat datang secara mendadak. Saat menjalankan praktik magang penulis mendapatkan beberapa proyek yang datangnya secara dadakan atau dengan tengat waktu yang sangat singkat.
2. Komunikasi dengan banyak tim dan bagian. Selama menjalani program magang penulis bekerja sama dengan berbagai tim dan berbagai merek. Sehingga terdapat banyak komunikasi yang harus dijaga dan *brief* yang harus diikuti.
3. Prioritas desain yang dapat berubah sewaktu-waktu. Ditengah pengerjaan suatu proyek penulis dapat mendapatkan *brief* baru yang prioritasnya lebih tinggi dibandingkan dengan yang sedang dikerjakan oleh penulis.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang penulis alami, penulis juga menemukan solusi untuk kendala tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Penulis dapat menyiapkan diri terlebih dahulu dengan menyelesaikan tugas-tugas yang sudah pasti terlebih dahulu. Apabila dirasa tidak dapat terselesaikan, maka penulis melakukan diskusi dengan supervisor, dan membahas jalan keluarnya. Apabila ada yang bisa di *hold* maka penulis akan memprioritaskan desain yang lebih penting.

2. Komunikasi merupakan hal yang penting dalam menjalin kerjasama dengan tim. Oleh karena itu, penulis berusaha untuk adaptasi dengan dinamika yang baru. Selain itu penulis jadi belajar cara untuk mengatur waktu dan lini masa agar setiap pengajuan desain dapat dikerjakan dengan baik.
3. Apabila ditemukan prioritas desain yang dapat berubah-ubah penulis mulai belajar untuk beradaptasi dengan sistem ini. Dimana apabila tengat waktu dan urgensinya lebih penting maka penulis akan langsung memprioritaskan desain tersebut, dan kemudian lanjut membuat desain yang sebelumnya dikerjakan.

