

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada tahap ini penulis memberikan keterangan serta informasi mengenai kedudukan penulis dan koordinasi yang diberikan oleh pembimbing lapangan saat program kerja magang merdeka sebagai desainer grafis di Argo Asia.

##### 3.1.1 Kedudukan

Pada program magang kerja ini, penulis bekerja dalam divisi *creative team* di Argo Asia yang memiliki peran untuk melakukan perancangan visual desain yang akan diberikan kepada sebuah *brand* sesuai arah yang diberikan dari pihak *brand* berdasar hasil diskusi yang dilakukan oleh *creative team* dan *strategic planner*. *Creative team* di Argo Asia terdiri dari beberapa divisi yang pada sistem alur kerjanya bekerjasama dengan divisi lain yang terlibat seperti *creative team* dan *event team*. Dalam *creative team*, terdapat beberapa kedudukan didalamnya yang terdiri dari:

1. *Creative & Associate Business Director*
2. *Art Director*
3. *Senior 3D Designer*
4. *Senior Designer*
5. *3D Designer*
6. *Graphic Designer*
7. *Motion Artist*

Selama melakukan tugasnya sebagai *graphic design intern*, penulis melakukan *brainstorming* dengan *art director* dan *senior designer* untuk beberapa *project*. Selain itu penulis juga diberikan tugas oleh *art director* maupun *senior designer* untuk mendesain berbagai macam media sesuai kebutuhan yang sebelumnya sudah ada kesepakatan antar *creative team* dengan *team* lainnya untuk media terkait.

### 3.1.2 Koordinasi

Program kerja magang yang penulis lakukan dibawah pengawasan Creative & Associate Business Director, art director, dan senior designer. Koordinasi dilakukan secara tatap muka dikarenakan sistem kerja yang dilakukan Argo Asia secara WFO (*Work from Office*), dan disamping itu agar dapat berjalan lebih efektif dalam memberikan koordinasi ke masing-masing *team* terkait.

Koordinasi pertama berawal dari adanya *brief* yang masuk ke Argo Asia yang diterima oleh perwakilan *account manager* untuk diberikan kepada pihak *creative and associate business director* yang akan dilanjutkan kepada *team strategic planner, creative team, dan event*. *Brief* diturunkan kepada penulis selaku *graphic design intern* setelah *creative team* mendapatkan *brief* dari pihak *creative and associate business director* untuk dilanjutkan ke proses desain yang diiringi dengan proses *decking* dengan melakukan upload hasil desain yang sudah mendapat *approval* ke dalam *deck*. Penulis melakukan asistensi hasil desain kepada *senior designer* untuk mendapatkan *approval* yang selanjutnya akan dilanjutkan ke proses *submit* konten yang telah mendapatkan kesepakatan dari hasil diskusi dari masing-masing *team*. Setelah melakukan submisi kepada klien, tahap koordinasi selanjutnya dilakukan dengan klien memberikan *brief* revisi kepada pihak Argo Asia dan alur koordinasi selanjutnya disesuaikan dengan kebutuhan revisi dari pihak klien.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut dilampirkan hal yang penulis lakukan selama program kerja magang sebagai *graphic designer* di Argo Asia dalam bentuk tabel.

Tabel 3.2 Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hampers Lebaran</li> <li>- CATCHPLAY+ Event</li> <li>- Konten internal Argo Asia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hampers Lebaran: mencari dan mengumpulkan <i>moodboard</i> hampers lebaran Argo Asia untuk klien.</li> <li>- CATCHPLAY+ Event: membuat desain tiket dan <i>redeem coupon</i> untuk pengunjung event CATCHPLAY+</li> <li>- Konten Internal berupa desain Instagram Story untuk Instagram Argo Asia.</li> </ul>
2.	3-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Internal Argo Asia</li> <li>- Desain Nyala Fest OCBC 2024</li> <li>- Desain <i>Promotional Launch Product</i> SAMSUNG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Internal Argo Asia: Desain cover <i>showreel</i> Argo Asia untuk konten <i>reels</i> di Instagram Argo Asia</li> <li>- Nyala Fest OCBC 2024: Desain kebutuhan media untuk <i>event</i> (umbul-umbul, <i>rundown poster</i>, <i>faschia</i>, dan <i>giant map</i>).</li> <li>- Promotional Launch Product SAMSUNG: Desain <i>Key Visual</i>, dan <i>merchandise</i> untuk pengunjung.</li> </ul>

3.	5-6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain WORLEY</li> <li>- <i>Welcome Book</i> Argo Asia</li> <li>- <i>Project</i> GAC dan Magnumiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- WORLEY: Desain <i>event rundown</i> untuk peserta <i>event</i> WORLEY.</li> <li>- <i>Welcome Book</i> Argo Asia: Desain <i>layout welcome book</i> argo asia sebagai panduan kepada HR dan <i>employee</i> baru di Argo Asia.</li> <li>- <i>Project</i> GAC dan Magnumiles: desain <i>playing card</i> untuk project Magnumiles dan desain <i>reward packaging</i> untuk project GAC.</li> </ul>
4.	7-8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Ramadan Argo Asia</li> <li>- <i>Project</i> salah satu perusahaan tembakau di Indonesia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Ramadan Argo Asia: desain dan ilustrasi untuk konten Instagram <i>story</i> Argo Asia.</li> <li>- <i>Project</i> salah satu perusahaan tembakau di Indonesia: membuat <i>journey maps interface</i> untuk pengunjung <i>website</i>.</li> </ul>
5.	9-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Festival Kuliner Sangkuriang</li> <li>- Project ASR</li> <li>- Project INFORUN 2024</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Festival Kuliner Sangkuriang: aset visual berupa ilustrasi makanan yang menggambarkan kuliner khas Bogor, desain <i>key visual</i>, desain POSM kebutuhan festival kuliner.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project ASR: desain frame photobox</i> untuk aktivasi booth ASR 2024.</li> <li>- <i>Project INFORUN 2024: desain medali</i> untuk <i>project INFORUN 2024</i>.</li> </ul>
6.	11-12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welcome Book Argo Asia</li> <li>- Konten Lebaran Argo Asia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welcome Book Argo Asia: mendesain welcome book Argo Asia sesuai konten.</li> <li>- Konten Lebaran Argo Asia: desain ilustrasi cover pada Instagram Feeds dan merancang storyboard untuk konten Instagram Reels lebaran Instagram Argo Asia.</li> </ul>
7.	12-13	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project DSS Rungkut</i></li> <li>- <i>Project Farewell</i> salah satu perusahaan tembakau di Indonesia</li> <li>- <i>Project Nyala Fest OCBC 2024</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project DSS Rungkut: membuat mockup merchandise event</i> dan menyiapkan final <i>artwork</i> dan revisi desain <i>sticker</i> untuk <i>merchandise</i>.</li> <li>- <i>Project Farewell</i> salah satu perusahaan tembakau di Indonesia: finalisasi <i>key visual</i> dan desain <i>AI photoframe</i>.</li> <li>- <i>Project Nyala Fest OCBC 2024: desain interface engagement game</i> dan tampilan visual hasil dari <i>engagement</i>.</li> </ul>

8.	13-14	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project SANGKURIANG</i></li> <li>- <i>Project DSS Rungkut</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project SANGKURIANG:</i> melanjutkan desain logo <i>event</i> dan mengatur ulang ukuran <i>artwork</i> untuk <i>giant map</i> dan <i>rundown event</i>.</li> <li>- <i>Project DSS Rungkut:</i> desain visual <i>storyboard</i> untuk <i>sequence motion</i>.</li> </ul>
9.	15-16	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project</i> salah satu tembakau elektrik.</li> <li>- <i>Project launching special edition brand</i> ternama tembakau elektrik.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project</i> salah satu tembakau elektrik: desain alternatif <i>key visual</i>, desain <i>merchandise</i>, dan seragam <i>usher</i>.</li> <li>- <i>Project launching special edition brand</i> ternama tembakau elektrik: desain <i>merchandise</i>, <i>mall branding</i>, <i>VIP Invitation</i>, dan <i>interface</i> alur registrasi untuk <i>invitation</i>.</li> </ul>
10.	17	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project SANGKURIANG</i></li> <li>- <i>Konten Internal Argo Asia</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Project SANGKURIANG:</i> Revisi desain <i>logo event SANGKURIANG</i>.</li> <li>- <i>Konten Internal Argo Asia:</i> desain poster <i>hiring new employee</i> untuk Argo Asia.</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada pelaksanaan kerja magang yang penulis cantumkan pada tabel, berikut dijelaskan proses desain pada 5 (lima) *project* terbaik hasil kolaborasi yang dilakukan penulis dengan *creative team* selama menjalankan kerja magang di Argo

Asia. *Project* yang dikerjakan oleh penulis bervariasi mulai dari membuat *key visual* hingga membuat desain *merchandise*.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Pada proses pelaksanaan, dimulai dari hadirnya *brief* yang masuk ke dalam *creative team* dilanjutkan dengan pemberian *jobdesk* kepada penulis selaku *graphic designer intern*. Dalam mendesain *project* yang diberikan selama program kerja magang, penulis mengimplementasikan enam tahap *creative thinking* dari buku *Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media* karya Robin Landa (2010) yang terdiri dari *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation*. Pada proses mendesain *project*, penulis lebih sering menggunakan *software* Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop karena sudah cukup familiar dengan *environment software* tersebut dan mobilitas bertukar *file* dalam *creative team* lebih banyak menggunakan *software* tersebut.

#### 3.3.1.1 Desain Keperluan Media Project Nyala Festival by OCBC 2024

OCBC adalah *bank* yang berasal dari China dan memiliki *headquarters* di Singapore. Di Indonesia, OCBC mencanangkan acara tahunan bertajuk membahas segala hal yang berhubungan dengan finansial yang berawal dari Komunitas MeNyala yang dimiliki OCBC Indonesia. Nyala *Festival* pertama kali diadakan di tahun 2023 yang berlokasi di pusat perbelanjaan Senayan City dan berhasil menarik perhatian masyarakat Jakarta.

*Project* Nyala Festival 2024, penulis terima dari *senior designer* dan diberikan *task* untuk mendesain kebutuhan media berupa umbul-umbul pada *venue*, desain *daily rundown* hingga desain *interface* aktivasi pada Nyala *Festival*.

Setelah penulis mendapatkan *brief* berupa *deck* yang sudah dirancang bersama dengan divisi lain yang ada di Argo Asia, penulis diberikan *brief* detail oleh *senior designer* yang membuat

*key visual* untuk *event* Nyala Festival agar desain yang akan dibuat oleh penulis dapat sesuai dan selaras dengan tema yang dibawa secara visual. Nyala Festival tahun 2024 keluar dengan tema yang sama dengan tahun 2023 yaitu memiliki tujuan untuk mengurangi *sandwich generation* yang banyak menjadi perbincangan akhir akhir ini di Indonesia. Hal pertama yang dilakukan penulis adalah mempelajari *key visual* yang diberikan dan melakukan sketsa secara digital melalui *software* Adobe Illustrator. Hal pertama yang penulis lakukan adalah mendesain kebutuhan *faschia* untuk *tenant*, *ticketing*, dan *entrance gate*. Sebelum mendesain kebutuhan media tersebut penulis mencari referensi desain di laman *pinterest*, sesuai dengan kebutuhan media yang digunakan pada *event* Nyala Festival 2024.



Gambar 3.3 *Key Visual* Nyala Festival 2024  
Sumber: Dokumentasi *Agency*

Penulis mengumpulkan beberapa referensi untuk keperluan desain *giant map* dan *daily rundown* yang nantinya akan ditempatkan dekat dengan pintu masuk dan penukaran tiket *event* dengan tujuan memberikan informasi kepada pengunjung terkait acara Nyala Festival 2024. Referensi desain yang penulis ambil tidak jauh dari referensi desain dengan *mood* yang *fun* dan dapat diterima oleh berbagai kalangan khususnya kepada target *audience* dari Nyala Festival 2024. Setelah mengumpulkan referensi desain, penulis melakukan penyesuaian *typography*, warna, dan aset visual yang ada pada *key visual* agar dapat selaras secara visual pada tiap

media disesuaikan juga dengan ukuran yang sesuai dan sudah didisukusikan sebelumnya antar *team*.



Gambar 3.4 Moodboard Nyala Festival 2024  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis melanjutkan proses desain *giant map venue* setelah mendapatkan arahan dari *art director* sembari memberikan *layout venue* Sparks Senayan kepada penulis. Setelah penulis mendapat *layout venue*, dilanjutkan dengan melakukan *input layout venue* ke desain *background giant map* yang dibuat penulis dan diberikan keterangan legenda peta untuk membantu pengunjung mengenali bentuk dan tata letak *venue*. Penulis melakukan asistensi ke *senior designer* terkait dengan *layout* dan visual yang ditampilkan pada *information wall* dan *giant map event* Nyala Festival 2024. Penerapan visual disamakan oleh penulis namun tetap diberikan pembeda dengan memainkan elemen visual berupa *pattern* dan warna *pattern* pada desain *gate*, *information wall* dan *giant map*. Informasi yang harus ada pada *information wall* adalah informasi mengenai *rundown* acara Nyala Festival 2024 mulai dari hari pertama hingga hari terakhir.



Gambar 3.5 Desain Gate, Info Wall, dan Giant Map  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

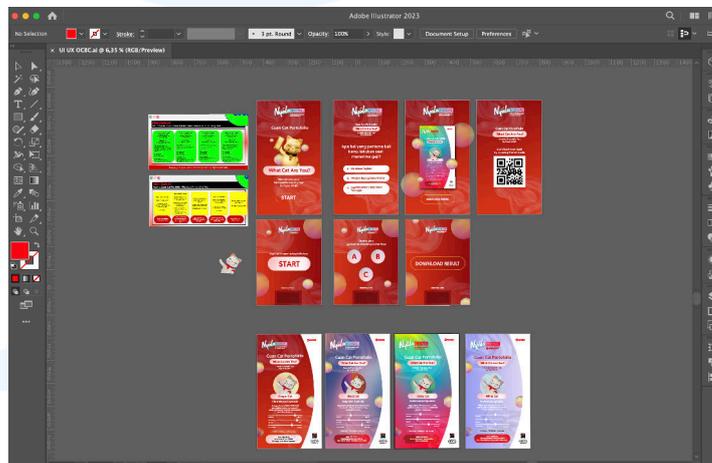
Desain umbul-umbul tetap tidak jauh dari *key visual* yang diberikan oleh *senior designer*, dengan menambahkan *mascot* dari bank OCBC bernama *Cuan Cat* dengan tujuan untuk mengenalkan maskot tersebut kepada masyarakat. Selain menambahkan maskot dan elemen grafis pada umbul-umbul, penulis mencantumkan *tagline* yang *agency* rancang untuk acara Nyala Festival 2024 yaitu “Lebih Bernyawa”, lalu tak ketinggalan juga memberikan logo acara dan logo dari *bank* OCBC pada desain umbul-umbul untuk memberikan *branding event* agar terlihat lebih semarak dan memberikan kesan kepada pengunjung *event* Nyala Festival 2024. Pada meja registrasi pengunjung, penulis juga memasukkan *tagline* dan logo *event* untuk memberikan identitas dan kesan pertama selain *gate* dan umbul-umbul yang pada rencananya ada dalam jumlah yang banyak dan sudah *stand-out* dari kejauhan



Gambar 3.6 *Registration Area* dan Umbul-Umbul Pada *Venue*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah pihak *agency* melakukan *submit* kepada pihak OCBC dan revisi terkait *task* yang sudah dikerjakan sebelumnya, penulis mendapatkan *brief* baru untuk desain *phase 2* (dua) Nyala Festival 2024. Penulis mendapat *task* baru langsung dari *art director* untuk melakukan desain *interface engagement* untuk pengunjung dan desain untuk hasil dari kegiatan yang pengunjung ikuti tersebut. Dalam mendesain *interface* untuk

*engagement* tersebut, penulis diberikan *deck* baru yang sudah di *update* lengkap dengan *key visual* dan desain promosi media baru yang sudah dikerjakan oleh *senior designer* sebelumnya. Sebelum mendesain *interface*, penulis melakukan riset ke berbagai laman termasuk *pinterest* terhadap desain *interface* dengan alur yang mudah dipahami oleh pengguna. Penerapan dan *flow* kerja yang dilakukan penulis tetap sama seperti saat penulis mendesain kebutuhan media promosi sebelumnya, mulai dari melakukan riset media, mempelajari *key visual* yang diberikan, dan yang terakhir mendesain kebutuhan media yang diperlukan sesuai dengan *key visual* agar tercipta keselarasan secara visual. Setelah selesai mendesain *interface*, penulis memberikan *final file* kepada 3D *artist* untuk dimasukkan ke dalam area yang berisi *engagement* dalam bentuk *mockup* agar dapat menjadi gambaran secara utuh bagi pihak klien terhadap *engagement* berupa “*Financial Personality Test*” yang *agency* rancang untuk *Nyala Festival 2024*.



Gambar 3.7 Desain *Interface* Nyala Festival 2024  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

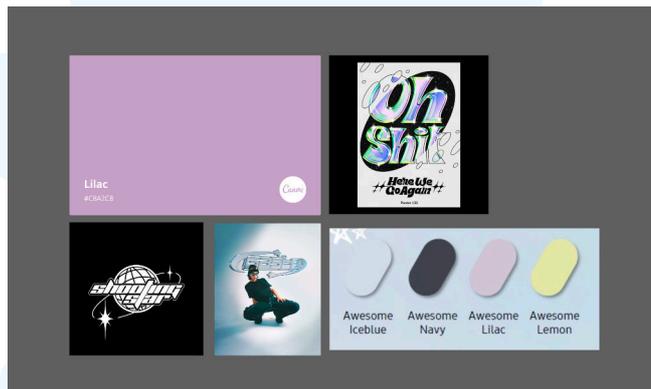
Terakhir, penulis mendapatkan *brief* berupa mendesain hasil dari *engagement* “*Financial Personality Test*” dalam bentuk *resume* sesuai dengan *personality* yang pengunjung dapatkan setelah bermain pada aktivitas terkait. Cuan *Cat*, penulis masukan pada desain dengan tujuan untuk memberikan gambaran

karakter pada *personality* yang pengunjung dapatkan setelah bermain, namun pada desain Cuan *Cat personality* karakter Cuan *Cat* masih sama dikarenakan aset visual dari Cuan *Cat* yang minim, sehingga penulis hanya menggunakan perbedaan warna dengan membuat latar berbentuk lingkaran untuk menggambarkan *personality* pengunjung sesuai deskripsi yang didapatkan mereka untuk menggambarkan karakter mereka sendiri pada saat mengelola keuangan berdasarkan dari jawaban yang pengunjung berikan pada *engagement* “*Financial Personality Test*”. Penulis mendesain 4 (empat) Cuan *Cat personality* menyesuaikan warna dan *pattern* dari desain poster yang sudah *senior designer upload* di *deck* Nyala Festival 2024. Setelah mendesain keperluan media untuk Nyala *Festival* 2024 by OCBC, penulis melakukan *compile* semua karya desain ke dalam bentuk *file* yang terpisah pada Adobe Illustrator yang selanjutnya penulis berikan kepada *art director* atau *senior designer*.

### **3.3.1.2 Desain Promotional Launching Event Project SAMSUNG A35 & A55 Series**

*Launching* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk memulai hal yang baru, memperkenalkan sesuatu yang baru (*Cambridge Dictionary*). *Launching* juga sering digunakan untuk beberapa kelompok masyarakat atau perorangan yang ingin memperkenalkan sesuatu yang mereka rancang kepada khalayak. Hal ini yang dilakukan oleh SAMSUNG sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang elektronik, yang pada tahun 2024 awal ini banyak memproduksi produk baru di Indonesia dan ingin memperkenalkan produk baru tersebut dengan cara melakukan *launching* produk. Selain SAMSUNG S24, pertengahan tahun 2024 ini, mereka juga ingin memperkenalkan produk *handphone A series* mereka yang terdiri dari 2 (dua) tipe baru yaitu SAMSUNG A35 dan SAMSUNG A55 Series yang

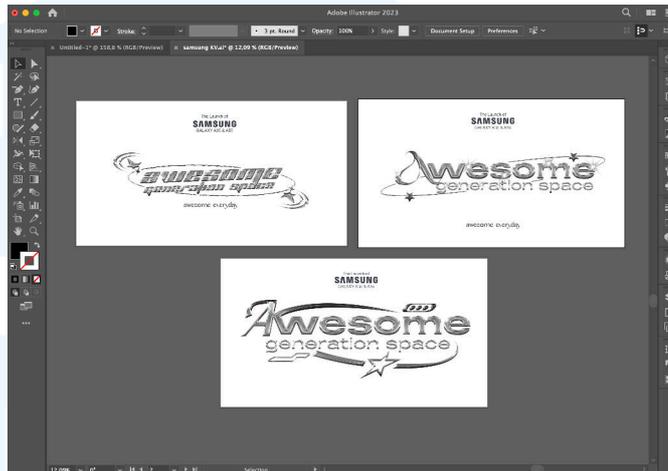
mereka klaim cocok untuk anak muda yang pada saat ini sangat gemar bermain *mobile game* dan membuat konten yang akan nantinya akan mereka *upload* di situs media sosial andalan anak muda saat ini, khususnya di Indonesia. Penulis mendapatkan *brief* dari *art director* untuk membuat *key visual* promosi produk terbaru dari SAMSUNG yang akan diperkenalkan pada awal tahun 2024 ini. Pada *project* ini, penulis bekerjasama juga dengan *strategic planner* untuk memahami lebih lengkap konsep yang akan diusung untuk *launching* SAMSUNG A Series ini. Setelah penulis mendapatkan *creative brief* dan *business brief* dari *art director*, penulis mulai melakukan pencarian *moodboard* sesuai dengan *creative brief*.



Gambar 3.8 *Moodboard Key Visual*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

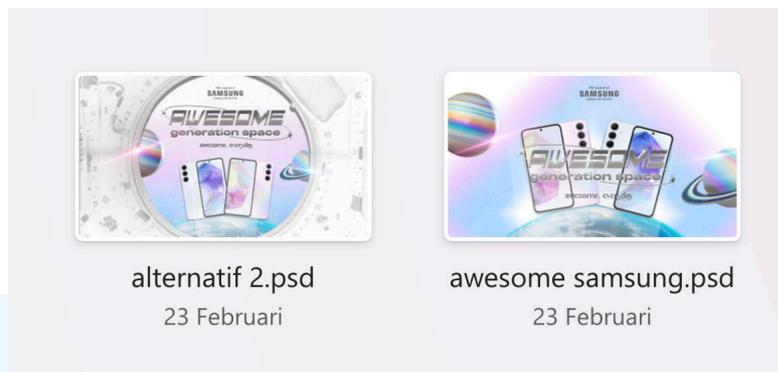
Pada peluncuran produk baru ini, SAMSUNG ingin menghadirkan kesan anak muda dengan mengusung konsep Y2K yang saat ini sedang digandrungi oleh anak muda mulai dari visual foto hingga mode berpakaian mereka. Y2K pada gaya visual memiliki ciri khas pada bentuk permainan *typography*, aset visual yang mengangkat bentuk yang lebih *bold* dan *eye-catching*. Setelah memahami konsep dari Y2K sendiri, penulis mencoba untuk mencari *font* yang dapat menggambarkan konsep dari Y2K itu sendiri dan melakukan pengaturan *headline* sesuai dengan *copywriting* yang sudah dirancang oleh tim *strategic planner*.

Setelah melakukan penyusunan *copywriting*, penulis mengirim alternatif *font* yang akan menjadi *headline* pada *key visual* SAMSUNG *product launch* ke *art director* untuk asistensi dan pemilihan *font* mana yang cocok untuk konten *key visual*.



Gambar 3.9 Alternatif *Headline Font*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penggunaan warna pada *key visual* menggunakan 4 (empat) warna yang sudah didapatkan dari SAMSUNG sendiri yaitu warna yang akan menjadi varian dari *handphone* yang akan diluncurkan. Penulis menggunakan 3 (tiga) warna pada bagian *background key visual*, namun terdapat permintaan khusus dari SAMSUNG sendiri yaitu menggunakan 2 (dua) warna utama yaitu warna *awesome ice blue*, dan *awesome lilac*, termasuk juga dengan visual *handphone* yang akan ada pada *key visual*. Dengan konsep “Awesome Generation Space”, penulis mengambil konsep visual dengan memasukkan elemen luar angkasa dengan mengambil kata “*space*” dengan menghadirkan visual planet dalam bentuk hologram agar dapat juga menghadirkan kesan Y2K yang diinginkan klien. Penulis membuat sketsa kasar untuk *layout* pada *software* Adobe Illustrator dengan menempatkan *headline* dan *sub-headline* pada bagian tengah untuk menciptakan *title* yang lebih *stand-out* dan langsung mendapat atensi dari masyarakat.

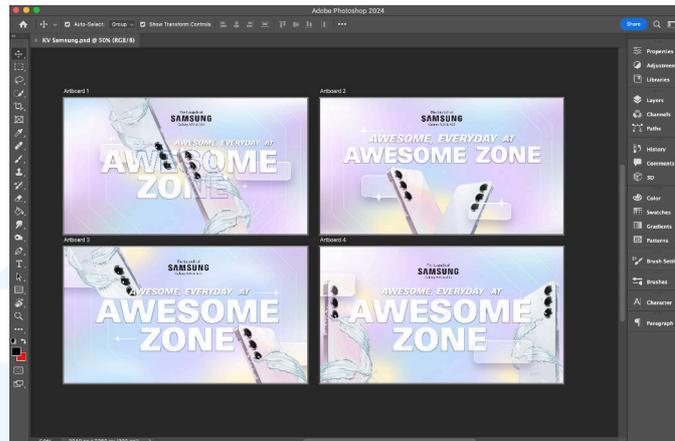


Gambar 3.10 Alternatif *Key Visual*  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis membuat 2 (dua) alternatif *key visual* yang dikerjakan pada *software* Adobe Photoshop karena penulis ingin mencoba, sekaligus belajar bagaimana mendesain sebuah *ads* secara *digital imaging*. Konsep alternatif *key visual* pertama (Gambar 3.9, bagian kanan) yaitu ingin menampilkan produk *A Series* yang terlihat *beyond the space* dengan menggambarkan *handphone* yang diibaratkan sebagai produk yang memiliki kecanggihan yang sangat membuat penggunanya kagum dan nyaman menggunakan produk tersebut hingga tak kenal waktu yang penulis ibaratkan seperti perjalanan dari bumi ke luar angkasa yang terasa sebentar, namun memakan waktu tempuh yang cukup lama jika dihitung menggunakan waktu yang berada di bumi. Pada bagian latar *key visual* alternatif 1 (satu), penulis menggunakan penggabungan 2 (dua) warna utama yang klien inginkan dan membentuk siluet segitiga untuk merepresentasikan huruf “A” pada produk *A Series*. Untuk konsep alternatif *key visual* kedua, penulis tetap mengusung konsep yang sama seperti konsep pertama. Hanya saja, penulis menambahkan visual lain berupa *interior* kapal luar angkasa untuk menggambarkan *point of view* dari astronot yang pada saat menjalankan misinya ke luar angkasa, melihat sebuah benda yang bersinar dekat dengan bumi. Astronot

ini merupakan gambaran kita sebagai masyarakat yang ingin mencari teknologi terkini, khususnya pada *handphone* dan melihat sebuah teknologi baru yang dapat menjadi pusat perhatian bersamaan dengan perasaan takjub. Hal itu penulis gambarkan dengan cahaya yang muncul dari arah bawah visual *handphone* yang sinarnya dibuat seolah-olah juga masuk ke dalam kapal luar angkasa sehingga menyilaukan mata para astronot.

Setelah membuat *key visual* dan mengirimkan hasilnya ke *art director agency*, penulis membantu *senior designer* untuk membuat *merchandise* yang akan dibagikan kepada para partisipan acara yang ikut meramaikan dan ikut dalam aktivasi yang ada pada *booth promotional launch SAMSUNG A35 & A55 Series*. *Merchandise* yang penulis desain berupa gantungan kunci dan *pop-socket* pada bagian belakang *handphone* sebagai *grip* sesuai dengan warna dan *mood key visual* terpilih. Semua kebutuhan visual dari *creative team* sudah terpenuhi, dan dilanjutkan dengan proses *submit deck* ke klien melalui email dan diberikan *brief* baru berupa revisi hasil desain yang sudah di *submit* sebelumnya. Revisi yang diberikan klien adalah, ingin membuat tampilan dari produk mereka lebih terlihat berkelas walaupun hadir dengan warna yang cukup terang dan variatif. Setelah tiap tim melakukan diskusi, diputuskanlah terdapat pergantian *copywriting* pada *headline* menjadi “Awesome Zone” sebagai *headline* utama dan terdapat pertukaran posisi *sub-headline* bertujuan agar audiens dapat membaca secara keseluruhan pesan yang ingin disampaikan oleh produk baru ini. Penulis melakukan perubahan *layout* dan penempatan visual *handphone* dan penggantian *font* agar terlihat lebih *simple* dan *premium* dengan sentuhan yang cukup *fun*. Pihak klien juga tidak ingin menimbulkan *image* acara yang terlalu jauh dari identitas produk yang mau diluncurkan.



Gambar 3.11 Alternatif *Key Visual* (After Revise)

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada revisi kali ini, saya memberikan alternatif *key visual* sebanyak 4 (empat) alternatif dengan melakukan perbedaan pada bagian penataan visual, *layout*, dan perubahan *font*. Setelah selesai membuat alternatif, penulis mengirim hasil dari *key visual* yang baru selesai dilakukan secara desain kepada *art director* terlebih dahulu, untuk memilih yang mana lebih baik secara visual keseluruhan. Setelah melakukan diskusi dengan *strategic planner*, terpilih satu alternatif dari yang penulis desain menggunakan *software* Adobe Photoshop. *Key visual* terpilih, adalah alternatif yang pada visual *handphonenya* membentuk segitiga terbalik dari visual 2 (dua) warna promosi utama *handphone* SAMSUNG A series. Penulis melakukan *oper file key visual* kepada *senior designer* atas dasar masukan dari *art director* untuk lebih mematangkan konsep dan visual sesuai yang klien inginkan serta sesuai dengan *look and feel* yang ingin dibawa pada *lauching product* kali ini. Setelah *senior designer* membantu *finishing key visual* penulis, penulis mendesain *merchandise*. *Merchandise* yang desain merupakan *sticker set*, yang akan dibagikan jika mengikuti aktivasi yang nantinya ada pada *promotional booth*.



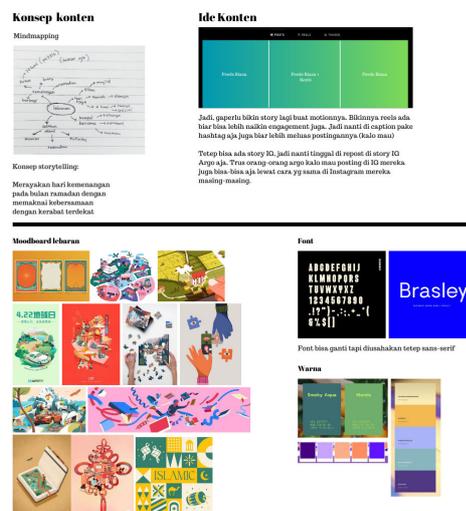
Gambar 3.12 Desain *Merchandise Product Launch*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Bentuk *sticker set* yang akan menjadi *merchandise* nanti, sengaja dibuat berbeda bentuk untuk menimbulkan kesan *fun* dan agar terlihat lebih variatif untuk sebuah *sticker set*. Penggunaan warna pada *sticker*, penulis sesuaikan dengan warna yang dapat menghadirkan *hologram effect* berdasarkan dari *key visual* dan warna yang sudah diberikan oleh klien sebagai *moodboard*. Untuk *copywriting* yang ada pada *sticker set*, sudah diberikan kepada penulis melalui *brief*. Sehingga, cukup memudahkan dan mempersingkat waktu penulis dalam pembuatan *sticker set* yang nanti pada saat produksinya akan menggunakan *finishing cutting die cut* dan akan digabungkan ke dalam kemasan plastik.

### 3.3.1.3 Ilustrasi Konten Lebaran Instagram Argo Asia

Lebaran menjadi hari besar yang ditunggu-tunggu warga Indonesia, khususnya untuk umat Islam yang merayakan hari ray tersebut dan menjadi momen special untuk bertemu sanak saudara dan saling maaf memaafkan. Lebaran disimbolisasikan sebagai hari kemenangan setelah umat Islam menjalankan puasa selama 30 hari. Penulis mendapatkan *brief* dari *senior designer* untuk membuat konten hari raya lebaran yang nantinya akan diunggah di Instagram Argo Asia, dan untuk *project* ini penulis diberikan kebebasan untuk melakukan eksplorasi visual; baik itu secara ilustrasi maupun secara *digital imaging*. Setelah

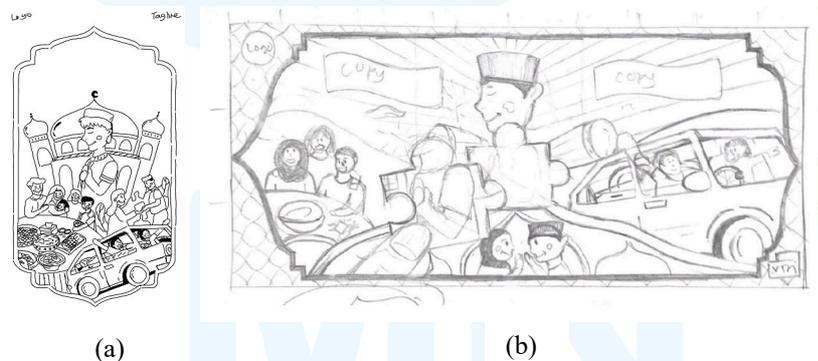
mendapatkan *brief*, penulis melakukan diskusi dengan rekan kerja magang untuk mematangkan konsep secara konten, makna, dan visual apa yang akan diusung nantinya. Penulis dan rekan magang, melakukan diskusi secara *online* dengan membuat *zoom meeting* dan menaruh semua konsep dan ide pemikiran kami di Canva, agar dapat juga dibagikan kepada *creative team* Argo Asia dan dapat di *cross-check* secara langsung melalui *link* Canva.



Gambar 3.13 *Moodboard* Konsep, Visual, dan Typography  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Konsep yang penulis dan rekan magang usung adalah ingin menggambarkan Hari Raya Lebaran sebagai hari kemenangan yang di representasikan dengan pribadi kita yang sukses dalam permainan *puzzle*. Kepingan *puzzle* yang berada pada visual terkait adalah gambaran dari satu hari dimana kita berpuasa, yang diibaratkan dengan “Menata Hari Menuju Hari Kemenangan”. Pada konten ilustrasi, terdapat semua momen yang biasa dilakukan pada hari raya Idul Fitri dan berhubungan dengan kebersamaan dengan rekan terdekat; seperti keluarga, teman, bahkan dengan diri sendiri secara jasmani maupun spiritual. Penulis dan rekan magang melakukan pembagian tugas untuk konten yang akan kami garap bersama dengan pembagian; penulis akan melakukan sketsa ilustrasi, baik secara *raw* (mengggunakan

pensil) hingga sketsa detail secara digital dan penulis juga akan melakukan *finishing* ilustrasi. Rekan magang penulis akan melakukan pembuatan *storyboard* konten Instagram Reels dan memberikan *basecolor* pada konten ilustrasi, serta membuat aset tambahan yang berhubungan dengan Idul Fitri diluar dari sketsa yang akan dibuat oleh penulis. Pembagian tugas sudah dilakukan, pertama-tama penulis membuat sketsa kasar menggunakan pensil yang dilanjutkan dengan melakukan penjelasan konsep kepada *senior designer* secara *online* dan mendapatkan *approval* dari ide yang penulis serta rekan magang diskusikan bersama. Setelah mendapatkan *approval*, penulis melanjutkan *raw sketch* menjadi sketsa digital yang dikembangkan menjadi lebih detail agar dengan mudah menjadi panduan bagi rekan magang penulis yang akan melanjutkan tahap memberikan warna dasar pada konten Idul Fitri Argo Asia sesuai dengan *moodboard* visual.



Gambar 3.14 Sketsa Konten Lebaran. (a) Format Portrait, (b) Format Landscape untuk Instagram Feeds  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya, penulis memberikan sketsa kepada rekan magang untuk melanjutkan pewarnaan *base color* konten sesuai dengan *color palette* yang ada pada *moodboard*. Setelah rekan penulis sudah selesai dengan pembagian kerjanya yaitu untuk melakukan pewarnaan *base color*, penulis melanjutkan *detailed* ilustrasi dengan menambahkan beberapa *shadow*, *detailed* pada bagian wajah karakter yang ada pada ilustrasi dan menambahkan

detail berupa *pattern* pada bagian latar agar tidak terlalu sepi dan terlihat semarak untuk menggambarkan kesan hari raya besar. Pemilihan warna pada ilustrasi di dominasi warna hijau dan ungu, karena ingin menampilkan kesan keanggunan dan ketenangan pada ilustrasi agar sejalan dengan konsep yang diusung. Disisi lain, warna tersebut juga sering dan saat ini menjadi salah satu warna yang identik digunakan pada Hari Raya Lebaran mulai dari digunakan sebagai warna kartu ucapan hingga dekorasi pada Hari Raya Lebaran. Setelah melakukan detailing pada ilustrasi, penulis melakukan pencarian *font* yang cocok untuk konten Hari Raya Lebaran Argo Asia dan *quotes* terkait hari raya, yang dengan harapan dapat memberikan audiens sebuah refleksi terhadap Hari Raya Lebaran dan setelah berhari raya. Setelah menyelesaikan detailing pada konten Instagram Reels beserta dengan aset yang akan diperlukan untuk *motion illustration*, penulis melakukan pemindahan format visual dari yang awalnya menggunakan format *portrait*, dipindahkan ke dalam bentuk *landscape* yang akan menjadi konten Instagram Feeds sekaligus *cover* konten Instagram Reels konten Lebaran Argo Asia. Pemindahan dan *detailing* ilustrasi, dilakukan oleh penulis pada *software* Adobe Photoshop dikarenakan jenis ilustrasi yang penulis gunakan adalah *painting*.



Gambar 3.15 *Final Result* Ilustrasi Konfigurasi *Portrait*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

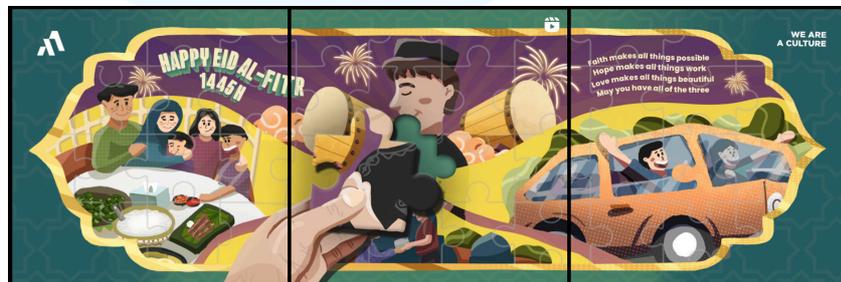
Setelah selesai dengan memindahkan konfigurasi bentuk konten, penulis melakukan *zoom meeting* dengan *motion graphic designer* untuk menjelaskan alur cerita yang mau disampaikan kepada audiens terhadap konten terkait. Setelah melakukan diskusi dengan *motion graphic designer* dan *senior designer*, penulis dan rekan magang melakukan beberapa revisi dan *detailing* beberapa aset yang menurut *motion graphic designer* akan terpotong atau berakhir dengan hasil yang kurang baik. Aset yang sudah final, dipisahkan ke *file* yang berbeda dengan format PSD untuk tiap *scene* yang akan ada pada konten *reels* dan beberapa file dalam bentuk JPG yang berguna sebagai pelengkap dan panduan *motion graphic designer* dalam membuat animasi bergerak. Sembari *motion graphic designer* membuat animasi untuk konten *reels*, penulis melanjutkan perubahan format konten dan menambahkan beberapa visual baru untuk meramaikan konten serta ada perubahan format pada konfigurasi *landscape* tersebut. Konsep *puzzle* secara besar muncul pada konten Instagram Feeds, dikarenakan *space* media yang lebih besar sehingga masih dapat memainkan ruang kosong yang ada pada konten Instagram Feeds.



Gambar 3.16 Konten Instagram Feeds  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah menyelesaikan format *landscape* yang akan digunakan sebagai *cover* Instagram Reels pada bagian Instagram Feeds, penulis mengirim *final artwork* ke grup *creative team* untuk mendapatkan persetujuan dari *creative director* dan *senior*

*designer* terkait konten Lebaran Argo Asia. Revisi didapatkan penulis untuk konten Instagram Feeds, yaitu pada bagian tangan yang ingin menaruh kepingan *puzzle* terakhir sebagai tanda hari terakhir dari puasa. Revisi yang dilakukan penulis adalah membuat kepingan *puzzle* terakhir menjadi lebih *stand-out* dan terlihat seperti ingin baru ingin ditempatkan pada permainan *puzzle* oleh tokoh yang ada pada ilustrasi. Penulis memberikan *inner* dan *outer shadow* pada kepingan *puzzle* yang sedang dipegang oleh tokoh, serta pada bagian kosong kepingan *puzzle* terakhir, agar terlihat berbeda secara *deep* dan *volume* dengan *puzzle* yang sudah terpasangan dengan rapi. Setelah mendapatkan *approval* dari *creative director*, penulis melakukan *slice* konten untuk Instagram Feeds yang secara visual akan terbagi menjadi tiga, dan untuk konten Instagram Reels akan ditempatkan pada bagian tengah dari ketiga *slice* yang ada di Instagram Feeds.



Gambar 3.17 Penerapan Konten Instagram Feeds  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### 3.3.1.4 Desain *Project Festival Kuliner Sangkuriang*

Sangkuriang adalah sebuah merek oleh-oleh khas Bogor yang menjual bolu dengan bahan dasar talas Bogor yang menjadi ciri khas kota hujan tersendiri. Sangkuriang sendiri, sudah berdiri sejak tahun 2011 yang hingga saat ini sudah mengeluarkan banyak varian menu salah satunya adalah lapis Bogor rasa Kopi Susu. Sangkuriang pada tahun 2024, berencana ingin mengadakan festival makanan dan oleh-oleh khas Bogor dengan konsep



Alternatif pertama sudah penulis berikan kepada *art director* sebagai keperluan asistensi untuk *layout*, dan penataan visual pada *key visual*. Penulis mendapatkan masukan dari *art director* untuk meramaikan *key visual* dengan aset visual yang lebih berwarna sehingga dapat menjadi daya tarik pertama kali. Setelah mendapatkan masukan dari *art director*, penulis berpikir untuk mengubah ilustrasi *vector* yang masih dalam bentuk *line* menjadi sebuah ilustrasi yang berwarna dan memiliki warna yang sama dengan warna visual yang dimiliki oleh makanan khas Bogor. Setelah melakukan perubahan pada ilustrasi visual, penulis mulai melakukan penyusunan ilustrasi pada *key visual* membentuk penyusunan yang baru dan sedikit berganti konsep. Konsep ilustrasi yang penulis usung adalah ingin menggambarkan kesan tradisional dengan menghadirkan alat masak tradisional yang banyak digunakan di Indonesia sebagai representasi dari bahwa alat masak berupa kompor menjadi sebuah bakal dari lahirnya masakan yang nikmat dan menjadi *comfort food* bagi orang sekitar khususnya masyarakat Bogor. Pada bagian atas anglo, disusun ilustrasi berupa makanan khas Bogor beserta rempah yang biasa dipakai dalam kuliner Bogor dan diberikan juga representasi dari Kota Bogor berupa angkot, rusa dan tugu secara bersama menjadi satu visual yang utuh.



Gambar 3.19 Ilustrasi *Vector* Representasi Kota Bogor  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

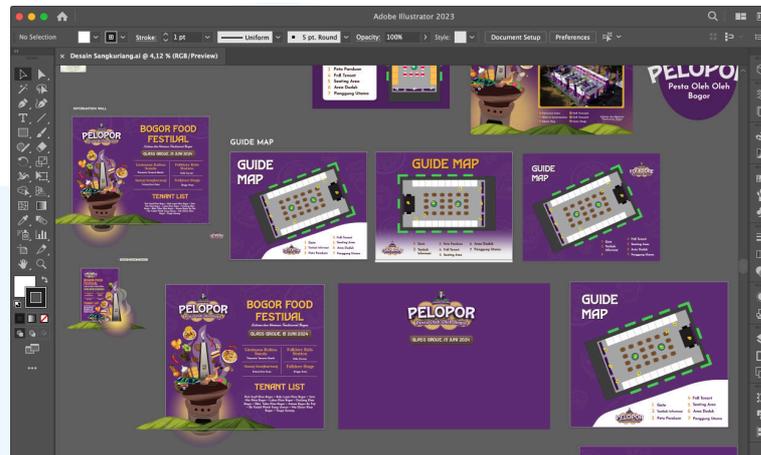
Setelah selesai melakukan pembuatan dan penyusunan aset ilustrasi yang menjadi bagian terlama dalam proses pembuatan *key visual* Sangkuriang, penulis melanjutkan penyusunan layout penempatan ilustrasi yang sudah disusun sebelumnya ke dalam *key visual*. Ilustrasi yang sudah tersusun tersebut ditempatkan dibagian kiri *artboard* dan *headline* akan ditempatkan di sebelah kanan agar tercipta keseimbangan secara visual dan kedua bagian tersebut dapat memiliki daya tarik tersendiri karena tidak ada kesan tertumpuk secara visual. Pada bagian *background key visual*, diberikan *pattern* berupa ilustrasi yang masih dalam bentuk *line* agar tidak terlalu sepi pada bagian latarnya dan ditambahkan juga dengan visualisasi perbukitan pada bagian bawah *artboard key visual* yang penulis ambil dari logo Sangkuriang. Setelah lengkap dengan visual yang dibutuhkan, penulis melanjutkan penyusunan logo acara Sangkuriang dengan *headline* “PELOPOR: Pesta Oleh-Oleh Bogor”. Pada logo festival, penulis menggunakan latar tampah karena setelah penulis melakukan riset mandiri, tampah merupakan barang yang sering menjadi dekorasi di restoran khas Sunda bersamaan dengan anyaman lainnya. Logo festival dibuat penulis berkonfigurasi horizontal untuk menghadirkan kesan seimbang dikarenakan aset visual berupa ilustrasi yang berada dibagian kiri *key visual*. Pembuatan *key visual* ini dilakukan penulis di 2 (dua) *software* yaitu menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Adobe Illustrator penulis gunakan dalam pembuatan aset ilustrasi dan Adobe Photoshop penulis gunakan untuk membuat logo acara festival dikarenakan ingin membuat 3D *effect* pada *copywriting headline* serta untuk menambahkan elemen kain tradisional khas bogor sebagai latar dari *key visual* acara pada bagian kanan atas dan kiri bawah yang terlihat meliuk seperti bendera yang terterpa angin.



Gambar 3.20 *Key Visual* Sangkuriang  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya *senior designer* melakukan pembagian tugas untuk menurunkan visual *key visual* ke beberapa media promosi yang *agency* sarankan untuk klien kepada penulis dan ke rekan magang penulis. Penulis mendapatkan bagian untuk membuat *giant map*, *A3 poster*, dan *information wall* acara festival dari Sangkuriang. Pada saat menurunkan *key visual* ke dalam media promosi, penulis tetap mengikuti *layout* yang ada pada *key visual*. Untuk desain *giant map*, penulis sudah mendapatkan denah dari *team event* dan *art director* yang sudah menyediakan perkiraan ukuran dan *layout venue* sehingga penulis dapat secara langsung pembuatan *layout venue* ke dalam bentuk *vector*. Pada desain *giant map*, penulis membuat 3 (tiga) alternatif *layout* dengan perbedaan visual yang tidak begitu jauh dari masing-masing alternatif yang penulis desain. Untuk desain *information wall*, penulis yang mengisi beberapa konten secara mandiri yang berfungsi sebagai gambaran kecil *layout* dan konten yang akan ditempatkan pada *information wall*. Hal itu, juga diterapkan penulis pada desain poster promosi dikarenakan, penulis mendapatkan arahan dari *senior designer* untuk menyamakan informasi yang akan diberikan kepada masyarakat pada kedua media tersebut. Perbedaan hanya terdapat pada *layout informasi* dan visual untuk media promosi poster dan *information wall* yang akan ditempatkan di *venue event*.

Pada poster, penulis menempatkan visual aset ilustrasi pada bagian kanan poster agar terkesan tidak terlalu berat secara visual jika ditempatkan dibagian kiri poster.



Gambar 3.21 Desain *Guide Map*, *Information Wall*, dan Poster  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah selesai melakukan desain dan *layout*, penulis mengirim desain kepada *senior designer* sebagai *update progress* terhadap pembagian tugas pengerjaan media yang dilakukan oleh penulis. Sembari menunggu *feedback* dari *senior designer*, penulis mencari *mockup* yang cocok untuk media yang sudah di desain sebelumnya pada laman spesialis *mockup*. Setelah mendapat *approval* dari *senior designer*, penulis melanjutkan memasukkan hasil desain ke dalam *mockup* dan melakukan *upload* hasil desain ke dalam *deck project* sebagai gambaran kepada klien terkait media yang diajukan oleh pihak *agency*. Sebelumnya pihak *agency* melakukan *submit task* ke pihak klien, penulis mendapatkan *brief* untuk membuat desain *gift voucher*, *scream meter*, dan melakukan revisi logo acara festival. Untuk desain *gift voucher*, penulis menggunakan *layout* yang sama dengan *layout key visual* dengan informasi *gift voucher* sebagai pembeda penyusunan *layout*. Untuk desain *scream meter*, penulis menggunakan produk Sangkuriang yaitu bolu lapis sebagai visual dan pengukur teriakan pengunjung pada saat mereka mengikuti *activity scream meter* yang *agency*

ajukan ke pihak klien. Setelah selesai mendesain *scream meter*, penulis memberikan format file PNG desain kepada *senior 3D designer* untuk dimasukkan ke dalam mockup *3D design* yang nantinya akan dimasukkan ke dalam *deck*. Penulis melanjutkan revisi desain logo acara ke bentuk yang lebih sederhana dan tidak kalah penting yaitu menjadi satu kesatuan yang utuh dan tidak terkesan tiap visualnya berdiri sendiri. Pada logo terbaru, penulis tidak meninggalkan tampah sebagai ciri khas dari Sunda namun penempatannya yang cukup disamarkan agar tidak terlalu mengganggu visual lainnya karena motif tampah yang cukup kompleks. Warna utama logo yang sudah revisi menggunakan warna kuning, untuk menggambarkan kehangatan dan representasi dari sinar matahari terbit (*Golden Sunrise*) yang terkenal di Bogor, khususnya pada kaki Gunung Salak.

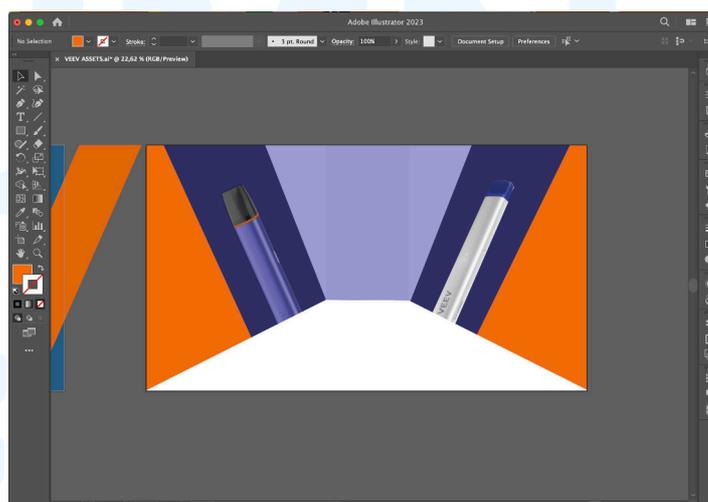


Gambar 3.22 Desain *Gift Voucher* dan *Scream Meter*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3.1.5 Desain *Project* Salah Satu Produk Tembakau Elektrik

Tren tembakau elektrik semakin digandrungi oleh anak muda hingga saat ini, karena hadir dengan banyak varian rasa dan kadar nikotin yang lebih rendah dibandingkan dengan tembakau biasa yang dibakar. Salah satu perusahaan tembakau yang terkenal

di kalangan masyarakat Indonesia, pada tahun 2024 ingin melakukan *launching* produk yang sebetulnya sudah ada di luar Indonesia yaitu tembakau elektrik yang terlihat lebih *exclusive*. Tahap pertama yang penulis lakukan adalah mencari inspirasi *layout* dan penempatan visual produk lewat laman *pinterest*. Setelah itu, penulis melakukan sketsa *layout* berdasarkan dari *master key visual* yang sudah diberikan oleh pihak klien dikarenakan hal tersebut menjadi salah satu *request* dari klien. Dengan mengusung konsep “Ride to Paradise”, penulis memiliki ide untuk membuat sebuah visual berbentuk V sebagai representasi dari *brand* dan juga sebagai bentuk dari *road* yang diambil dari kata “*ride*” yang ada pada konsep. Warna utama dari *brand* yaitu warna biru, jingga, dan ungu yang tiap warnanya menggambarkan *feel and flavour notes* dari karakter tembakau elektrik yang ingin membawa penggunanya menuju “*paradise*” seperti *urban, beach, dan mountain*. Konsep *key visual* yang penulis usung adalah ingin memberikan gambaran berupa *riding* menyusuri “*paradise*” sesuai warna yang *brand* representasikan pada *flavour notes* yaitu *urban* (ungu), *beach* (jingga), *mountain* (biru).



Gambar 3.23 Sketsa Digital *Key Visual* Produk Tembakau Elektrik  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah melakukan sketsa, penulis melanjutkan desain pada *software* Adobe Photoshop dikarenakan penulis ingin membuat desain *key visual* dalam bentuk *digital imaging* untuk membuat transisi yang halus pada perpindahan *flavour notes*. Setelah menemukan konsep dan ide visual, penulis mencari aset visual pada beberapa laman yang menyediakan aset visual seperti *Freepik*, *Pexels*, dan yang lainnya. Visual aset sudah diunduh, penulis mulai mengeksekusi desain untuk *key visual* di Adobe Photoshop dengan ukuran *artboard* 1920pt X 1080pt konfigurasi *horizontal*. Penulis menempatkan *headline* pada bagian tengah visual untuk memberikan kesan yang *eye-catching* dengan perpaduan *typography* jenis sans-serif dan *script* untuk bentuk *headline* yang lebih dinamis. Pada *key visual*, penulis juga memberikan siluet berbentuk huruf V berwarna ungu dengan *opacity* sebesar 20% agar tidak terlalu mengganggu visual *flavour notes* yang ada di samping kanan dan kiri *key visual*.



Gambar 3.24 *Key Visual* Produk Tembakau Elektrik  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah selesai dengan *key visual*, penulis melakukan asistensi dengan mengirim hasilnya kepada *art director*. Dan mendapat masukan berupa, lebih baik visual dari produk

tembakau elektrik tersebut dihilangkan dari *key visual* untuk membuat *key visual* lebih umum. Oleh karena itu, penulis melakukan penyusunan ulang *layout key visual* setelah menghilangkan gambar produk dari tembakau elektrik merek V, dengan hasil akhir seperti pada gambar 3.23. Setelah selesai mendesain *key visual*, penulis melanjutkan desain *merchandise* dan seragam *usher* sesuai dengan warna yang ada pada referensi yang klien berikan dan motif yang diberikan oleh *senior designer* kepada penulis. *Merchandise* pertama yang penulis buat adalah *glow in the dark lanyard*, dengan mengambil motif yang sudah diberikan sebelumnya. Penulis membuat *mockup* untuk *lanyard* dalam tampilan *before-after glow in the dark* sebagai gambaran ke klien bagaimana tampilan *lanyard* tersebut.



Gambar 3.25 Sketsa Konten Lebaran. (a) *Lanyard (Merchandise)*, (b) *Helm (Usher)*, (c) *Visor (Usher)*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya penulis mendesain *pattern* pada helm yang akan digunakan sebagai bagian dari seragam *usher*. Desain helm *usher*, penulis ambil dari *pattern* yang sudah diberikan oleh *senior designer* dengan melakukan pengaturan dan penempatan *pattern* yang ditambahkan dengan logo merek untuk memberikan identitas secara *branding* pada seragam *usher*. Selain mendesain helm, penulis juga membuat alternatif *visor* yang akan digunakan oleh *usher* jika sudah berada di *booth* promosi produk tembakau elektrik. Warna *visor* menggunakan warna yang sama dengan

warna *pattern* untuk menimbulkan keselarasan dengan *key visual* yang dipilih oleh *art director*. Setelah menerima *approval* dari *senior designer*, penulis memasukkan hasil desain yang sudah di desain sebelumnya ke dalam *mockup* seperti pada gambar 3.24.

### **3.3.2 Kendala yang Ditemukan**

Kendala yang dialami oleh penulis selama menjalani program kerja magang di Argo Asia adalah penulis masih sering untuk menunda pekerjaan yang diberikan oleh *senior designer* atau *art director*. Sehingga banyak pekerjaan yang diberikan, selalu diberikan mepet dari waktu yang diberikan oleh mereka.

Kendala kedua yang penulis rasakan adalah jika diberikan *brief* baru khususnya dalam pembuatan *key visual*, penulis sering merasa sedikit panik dan terlalu lama menghabiskan waktu untuk mencari *moodboard* beserta aset yang akan mendukung terbentuk *key visual*. Selain itu, penulis juga sering sungkan untuk bertanya kepada *senior designer* karena ingin memberikan hasil yang berasal dari diri sendiri.

Kendala terakhir yang cukup sering dialami oleh penulis adalah mengalami *art block* pada saat menghadapi sebuah proyek. Dikarenakan cukup banyak proyek yang masuk dan penulis sering dilibatkan untuk membantu proyek yang ada, sehingga menyebabkan penumpukan ide dan konsep yang ada pada penulis. Sehingga terkadang, merasakan *art block* karena terlalu banyak mengerjakan proyek yang banyak dalam waktu yang dekat dan terkadang merasa buntu.

### **3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Solusi untuk kendala pertama sebetulnya dapat dilakukan dengan cara penulis harus lebih fokus terhadap kerjaan yang diberikan dan menghilangkan distraksi dengan mendengarkan lagu dengan *earphone* pada saat mengerjakan proyek.

Untuk solusi dari kendala kedua, sebetulnya dapat dilakukan dengan cara memberanikan diri dan tidak gengsi untuk bertanya hal yang

menjadi *interest* bagi penulis dan memberanikan diri untuk takut gagal untuk mendapatkan masukan yang dapat membantu penulis untuk lebih berkembang kedepannya dari sudut pandang orang yang lebih berpengalaman di bidangnya.

Untuk solusi dari kendala ketiga yang dialami oleh penulis, sebetulnya dapat dikurangi dengan cara “*refreshing*” seperti membuka konten yang cukup membuat penulis terhibur atau membuka konten yang memberikan inspirasi bagi penulis, seperti konten desain dan konten video reels yang ada pada media sosial.

