

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam suatu Perusahaan, untuk mencapai sebuah tujuan diperlukan adanya kedudukan dan koordinasi dari masing-masing individu dan membentuk sebuah pola komunikasi. Pada pelaksanaan proyek kerja magang di Morningsol, posisi penulis adalah sebagai *creative designer intern*.

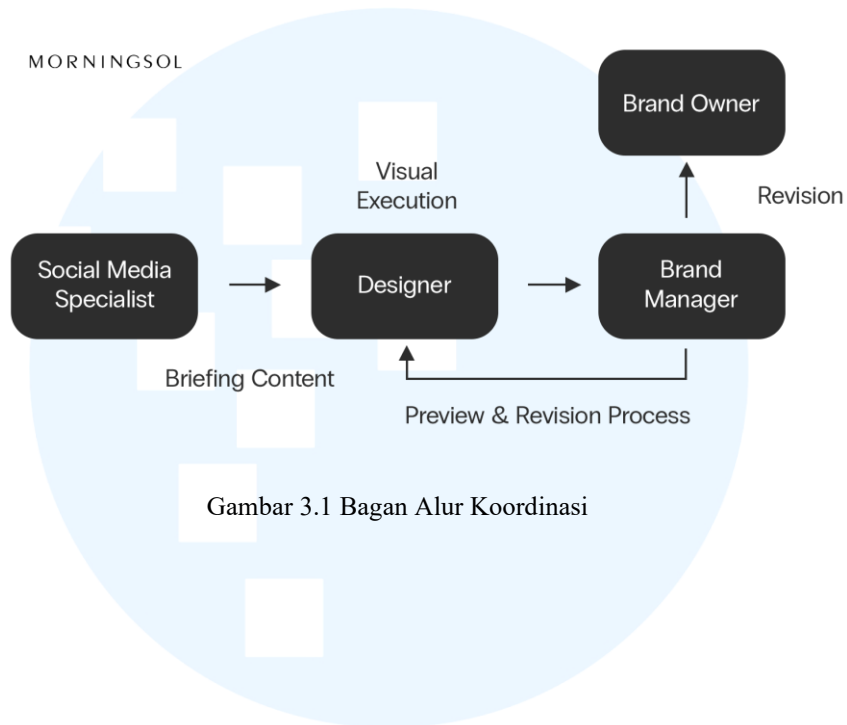
##### 3.1.1 Kedudukan

Penulis menduduki posisi sebagai *creative designer intern*. Penulis berada dibawah pimpinan dan pengawasan Stephanie Nursalim sebagai *Brand Owner* dan Selwyn Revia sebagai *Brand Manager* yang bertanggung jawab untuk menjadi pihak pemberi *brief* dan memilih *key visual* yang telah dihasilkan oleh *designer*.

##### 3.1.2 Koordinasi

Dalam proses perancangan sebuah proyek, penulis melalui proses koordinasi dengan *brand manager* dan *brand owner* serta beberapa divisi yang terlibat. Alur koordinasi untuk merancang sebuah visual adalah bermulai dari *brief* yang diberikan oleh *brand manager* kepada pihak *social media specialist* yang telah disetujui dan diketahui oleh *brand owner*, selanjutnya *brief* tersebut akan dihasilkan dalam bentuk *content plan* diperoleh oleh *designer* dan memiliki *daily task* setiap hari. Selain dalam bentuk *content plan*, penulis juga memperoleh *list point* dari *brand manager* untuk mengerjakan kebutuhan visual per divisi. Sebagai contoh permintaan dari divisi *sales* untuk mengerjakan *ads*, *color retouching* untuk foto produk dan lainnya sesuai dengan kebutuhan divisi terkait. Dalam mengerjakan visual, penulis melakukan asistensi kepada pihak *brand manager* yang kemudian di asistensikan kembali kepada *brand owner* untuk memperoleh

keputusan akhir terhadap suatu *key visual*. Berikut bagan alur koordinasi yang dilalui penulis:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi



### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama periode proyek magang, penulis diberikan *task* untuk setiap harinya. Penulis melakukan perancangan visual sosial media seperti *Instagram story*, *video ads*. Selanjutnya dapat berupa desain katalog atau kebutuhan visual untuk *offline store*, *bazaar* atau *event* dan kebutuhan visual untuk *e-commerce* dan *website* seperti banner. Berikut merupakan proyek penulis selama periode magang berlangsung.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	<b>Minggu 1</b> 15-20 Jan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story Promo</li> <li>2. Offline Invitation Event</li> <li>3. Video Ads untuk Koleksi Lineage: Chinese New Year Outfit</li> </ol>	<p>Mengerjakan visual untuk Instagram story setiap hari, promo mekanik untuk 4 e-commerce yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli serta website morningsol.</p> <p>Mengerjakan undangan online untuk Morningsol event private lunch bersama VIP Customer Plaza Indonesia</p> <p>Membuat Video Ads untuk koleksi Lineage durasi 10s dengan rasio 1:1 dan 9:16</p>
2	<b>Minggu 2</b> 22-27 Jan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story Promo</li> <li>2. MorningsolXKeke Launching Preparation</li> </ol>	Mengerjakan desain katalog untuk koleksi Morningsol x Keke
3	<b>Minggu 3</b> 29 Jan- 3 Feb	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story Promo</li> <li>2. MorningsolXKeke Launching Preparation</li> </ol>	<p>Mengerjakan desain Thank you Card untuk PR Package koleksi Morningsol x Keke</p> <p>Mengerjakan desain Invitation untuk launching event koleksi Morningsol x Keke</p>

4	<b>Minggu 4</b> 5-10 Feb	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Feeds</li> <li>2. MorningsolXKeke</li> <li>3. Market &amp; Museum Bazaar</li> </ol>	<p>Mengerjakan desain feeds untuk Lunar New Year</p> <p>Mengerjakan desain Instagram post dan story untuk promo Market &amp; Museum, mengelola asset yang diberikan oleh Market &amp; Museum.</p> <p>Mengerjakan visual yang akan di print untuk bazaar seperti kartu promosi harga, round sticker untuk gimmick dan hadiah pembelian produk Morningsol</p>
5	<b>Minggu 5</b> 12-17 Feb	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MorningsolXKeke</li> </ol>	<p>Mengerjakan desain photobooth property untuk launching event koleksi Morningsol x Keke</p> <p>Mengerjakan desain banner website untuk koleksi Morningsol x Keke</p> <p>Menghadiri event launching koleksi dan melakukan pengambilan konten untuk Instagram live story report</p> <p>Melakukan color retouching untuk beberapa foto produk</p>
6	<b>Minggu 6</b> 19-24 Feb	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Feeds Post</li> <li>2. MorningsolXKeke</li> </ol>	<p>Membuat Video Ads untuk koleksi Morningsol x Keke durasi 10s dengan rasio 1:1 dan 9:16</p> <p>Mengerjakan digital directory poster &amp; printed</p>

			<p>banner untuk Morningsol Plaza Indonesia</p> <p>Mengerjakan desain Invitation untuk Plaza Indonesia Fashion Week untuk show FORESTxMorningsol</p>
7	<p><b>Minggu 7</b></p> <p>26 Feb-2 Mar</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Feeds Post</li> <li>2. Kebutuhan visual untuk Plaza Indonesia Fashion Week FORESTxMorningsol show</li> </ol>	<p>Mengerjakan visual untuk Instagram story dan feeds setiap hari</p> <p>Mengerjakan desain frame live report Instagram story untuk runway PIFW Forest x Morningsol</p>
8	<p><b>Minggu 8</b></p> <p>4-9 Mar</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan visual untuk Plaza Indonesia Fashion Week FORESTxMorningsol show</li> <li>2. Women's Day Morningsol</li> <li>3. Daily Instagram Story</li> </ol>	<p>Mengerjakan voucher Women's Day &amp; PIFW</p> <p>Mengerjakan video reels Women's Day</p> <p>Menghadiri PIFW dan menjadi backstage crew untuk shoot behind the scene Forest x Morningsol, mengambil asset foto sebagai fotografer untuk runway</p>
9	<p><b>Minggu 9</b></p> <p>11-16 Mar</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story</li> </ol>	<p>Mengerjakan visual static dan motion untuk Instagram story, promo voucher.</p>
10	<p><b>Minggu 10</b></p> <p>18-23 Mar</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story</li> <li>2. Koleksi Raya 2024 dan photoshoot general products</li> </ol>	<p>Mengerjakan visual untuk Instagram story</p> <p>Membuat moodboard asset kebutuhan foto designer untuk photoshoot raya 2024</p>

11	<b>Minggu 11</b> 25-30 Mar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story</li> <li>2. Koleksi Raya 2024 dan photoshoot general products</li> </ol>	<p>Mengerjakan visual untuk Instagram story, promo voucher</p> <p>Melakukan pemotretan koleksi raya 2024 dan general product</p> <p>Merancang katalog untuk koleksi raya 2024</p>
12	<b>Minggu 12</b> 1-6 April	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story</li> </ol>	<p>Mengerjakan visual untuk Instagram story dan membantu take content reels di Morningsol By The Sea PIK</p>
13	<b>Minggu 13</b> 8-13 April	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story</li> </ol>	<p>Mengerjakan visual untuk Instagram story</p>
14	<b>Minggu 14</b> 15-16 April	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily Instagram Story</li> </ol>	<p>Mengerjakan visual untuk Instagram story</p>



### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis diberikan tugas untuk melakukan eksekusi ide yang telah diberikan menjadi hasil secara visual. Setiap visual yang diberikan bertujuan sebagai sarana promosi di sosial media dan *platform e-commerce*. Penulis belajar untuk mengeksplor jenis visual untuk promosi terutama produk baju perempuan, dengan capaian design per hari berada di kisaran lima sampai enam desain untuk konten *instagram story*. Penulis belajar untuk mengatur waktu dan mengembangkan gaya visual serta eksplorasi *layout* secara minimalis dengan hanya melibatkan tulisan, gambar berupa foto produk.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan magang, penulis mendapatkan tugas untuk mengerjakan desain setiap hari. Jenis desain yang dikerjakan meliputi desain untuk konten sosial media, *e-commerce*, media yang dicetak hingga berbentuk *motion design*. Pengerjaan desain yang diberikan akan melalui proses *briefing*, *brainstorming* hingga *preview* dan revisi sampai kepada tahap *final artwork*.

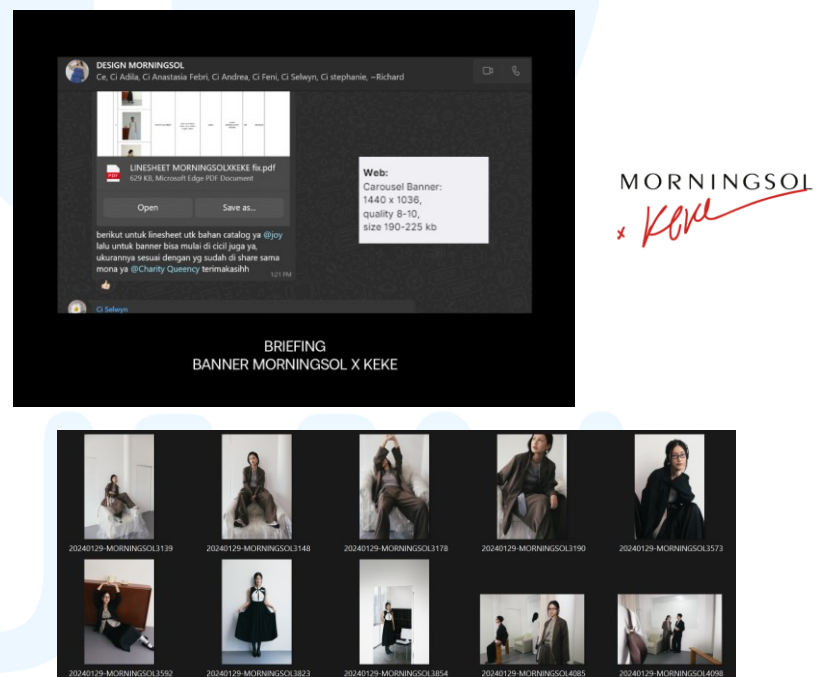
##### 3.3.1.1 *Banner for Special Collaboration*

Morningsol mengeluarkan koleksi terbarunya yang merupakan hasil dari kolaborasi bersama KOL bernama Yosefina Eunike (Keke). Keke merupakan seorang KOL dari bidang *fashion* dan *beauty*, dalam proyek kolaborasi ini Keke dan Morningsol memproduksi jenis pakaian yang minimalis namun multifungsi untuk berbagai jenis acara, untuk *casual* dan formal. Perancangan banner *launching* ini bertujuan untuk menginformasikan produk yang akan dikeluarkan dan ide untuk *styling* produk dari koleksi tersebut. Hasil akhir dari perancangan banner ini diturunkan untuk keperluan *e-commerce* dan *banner website*. Berikut merupakan proses perancangan banner *launching* dimana penulis membuat tiga alternatif dari hasil *photoshoot* yang dikombinasikan menggunakan teknik

*digital imaging* yang menggabungkan beberapa foto dan efek foto pada aplikasi photoshop.

### A. Brief

*Briefing* untuk pengerjaan *banner* dilakukan melalui grup *whatsapp* design Morningsol. Pengerjaan *banner* dilakukan setelah bagian produksi mengeluarkan *linesheet* untuk koleksi terbaru yang akan dirilis. *Banner* yang perlu dibuat berukuran 1440 x 1036 px sebagai *key visual* serta *main banner* untuk koleksi Morningsol x Keke dan akan diturunkan ke beberapa *size* dari setiap *e-commerce*.



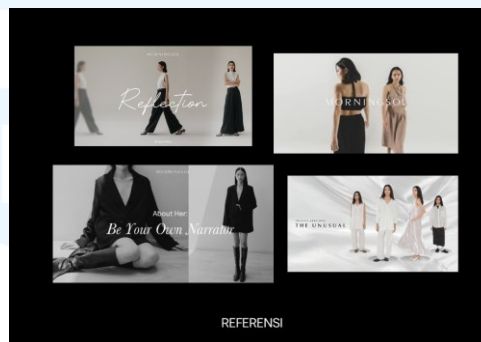
Gambar 3.2 Proses Briefing

*Banner* yang penulis kerjakan harus menggunakan aset foto hasil pemotretan bersama Keke yang memakai beberapa produk secara bersamaan dan bukan menggunakan foto SKU atau foto yang akan menjadi foto katalog. Selain foto, penulis juga memperoleh logo kolaborasi Morningsol x Keke untuk digunakan dalam setiap visual produk kolaborasi.



## B. Referensi

Dalam melakukan perancangan *banner* untuk koleksi terbaru, penulis melakukan riset sebelumnya untuk hasil *banner* yang pernah dirancang untuk koleksi terdahulu hingga yang terkini. Penulis kemudian melakukan analisis dari penggunaan *layout* yang ada, *tipografi*, pemilihan foto, *tone* warna dan efek atau filter dalam proses *digital imaging* yang umumnya dipakai dalam *key visual banner* Morningsol.



Gambar 3.3 Referensi Banner

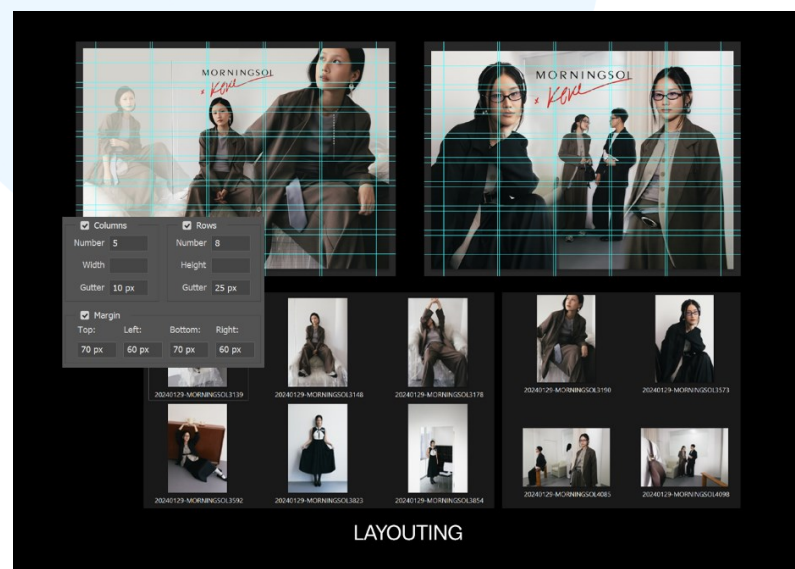
Dari proses analisis yang telah dilakukan, penulis kemudian menyimpulkan bahwa dalam sebuah *key visual banner* untuk koleksi foto terbaru, jumlah foto produk yang umumnya digunakan adalah sebanyak dua hingga tiga foto yang kemudian digabungkan menjadi satu kesatuan selanjutnya untuk beberapa koleksi lain terlihat menggunakan lebih dari tiga foto untuk *banner*. Dalam proses analisis referensi *banner*, penulis mencari informasi mengenai *fashion photography*. *Fashion Photography* merupakan pemotretan yang berpusat pada produk atau barang *fashion*. Tujuan melakukan *fashion photography* adalah sebagai visual untuk promosi secara *offline* seperti *advertising* pada *billboard*

hingga media cetak seperti majalah. Namun perkembangan *fashion photography* sangat pesat sehingga tidak hanya untuk media seperti *billboard* dan majalah saja namun untuk media sosial yang berbasis internet dan *platform* belanja *online* (Choudary, 2017). Jenis foto yang umumnya dipilih adalah foto yang memperlihatkan arah pandangan model ke kamera sehingga menampilkan tampak depan dari produk yang digunakan. Selanjutnya, tipografi yang digunakan dalam *banner* koleksi adalah menggunakan logo atau *special label* untuk koleksi tertentu. Dalam beberapa *banner*, morningsol mempertahankan penggunaan font moderat dan optima dalam *key visualnya* dimana kedua font ini merupakan font utama morningsol lalu ditambahkan font lain yang menjadi pembeda antara satu koleksi dengan koleksi lainnya. Untuk efek yang digunakan dalam pembuatan banner penulis menemukan adanya penggunaan efek *blur*, *grain* dan penggunaan *filter black and white* namun ada pula banner yang mempertahankan warna asli foto.



### C. *Layouting*

Penulis menggunakan *grid* dalam peletakkan aset visual berupa logo dan foto hasil pemotretan. *Grid* merupakan sistem garis horizontal maupun vertikal yang dirancang untuk mengatur penempatan elemen visual yang membantu menyelaraskan dan menyeimbangkan setiap komponen dalam gambar, (Landa, 2011). Penulis menggunakan grid 5x8 dimana terdapat sebanyak lima kolom dan delapan baris dengan *margin* atas dan bawah dengan jarak 70 px serta kiri kanan dengan jarak 60 px.

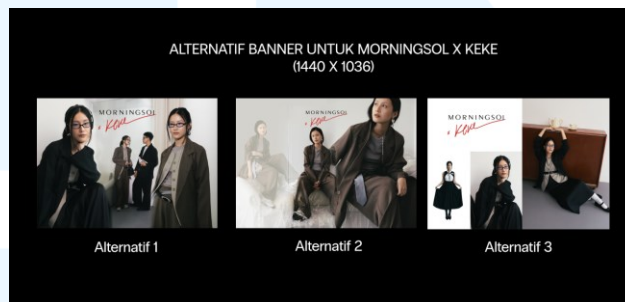


Gambar 3.4 Proses Perancangan Banner

Penggunaan *grid* ini memberikan fleksibilitas bagi penulis dalam menempatkan foto dan logo koleksi. Dalam alternatif yang dirancang oleh penulis, satu buah *banner* yang dirancang menggunakan tiga foto yang dimodifikasi untuk menjadi satu kesatuan yang padu.

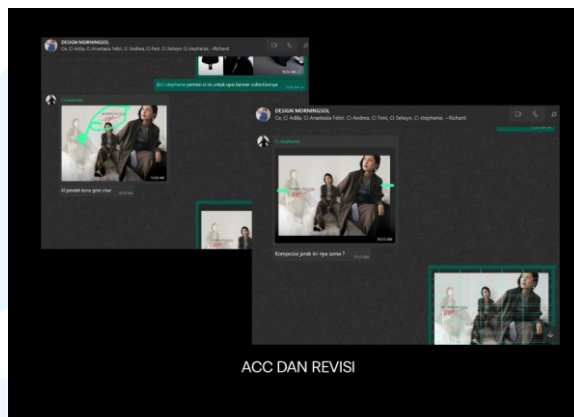
#### D. Asistensi dan Revisi

Perancangan *banner* yang dilakukan penulis telah melalui tahap asistensi dan revisi. Untuk *banner* yang terpilih adalah alternatif nomor dua dengan revisi pada peletakkan aset visual yaitu logo koleksi Morningsol x Keke.



Gambar 3.5 Perancangan Alternatif

Proses revisi diberikan secara langsung oleh *brand owner*. Revisi dilakukan dengan memperhatikan masukan yang telah diberikan untuk bagian peletakkan logo serta jarak foto ke sisi kiri dan kanan.



Gambar 3.6 Proses Asistensi dan Revisi

Berikut merupakan finalisasi *banner* yang telah melalui proses revisi. *Banner* ini terdiri atas tiga buah foto yang berbeda, dimana ketiga foto itu digabungkan dan terdapat penggunaan *treatment overlay* pada foto pertama dari sebelah kiri, dengan *background solid light grey* sebagai

*base* yang menyesuaikan dengan tembok yang menjadi latar belakang dari foto yang digunakan.



Gambar 3.7 Karya Akhir

Dalam proyek perancangan ini, penulis belajar untuk merancang desain yang bersih dan minimalis dengan memaksimalkan penggunaan foto hasil pemotretan serta efek visual dan logo tanpa harus menambahkan aset visual lainnya seperti ilustrasi, ikon dan sebagainya. Dari perancangan banner ini, penulis belajar untuk membuat desain yang mewakili koleksi produk yang akan dirilis. Penempatan foto yang detail namun juga terdapat foto yang menunjukkan keseluruhannya tanpa mengurangi estetika. Hal ini merupakan pembelajaran baru untuk penulis karena dalam melangsungkan pekerjaan *freelance* atau tugas perkuliahan, penulis seringkali membuat aset ilustrasi atau menggunakan berbagai jenis tekstur sehingga desain yang dihasilkan biasanya nampak lebih ramai dan *playful*.

### 3.3.1.2 Instagram Story Mechanic Produk

Dalam periode magang penulis di Morningsol, setiap harinya akun instagram Morningsol memiliki jadwal untuk mengunggah *instagram story* dengan tujuan untuk berinteraksi dengan audiens dalam menjual produk serta membangun hubungan dengan audiens

yang berpotensi menjadi *customer* melalui konten yang dibuat. Jenis *instagram story* yang biasanya menjadi konten harian brand Morningsol adalah *repost content* penggunaan produk Morningsol oleh para *customer*, *promo mechanic* untuk *e-commerce* seperti *voucher* dan bonus pembelian, serta foto produk yang akan disertai link menuju ke *e-commerce* atau *website* Morningsol. Penulis mendapatkan kesempatan untuk mengerjakan jenis *instagram story* yang terakhir yaitu foto produk yang akan disertai *link* menuju *website* Morningsol.

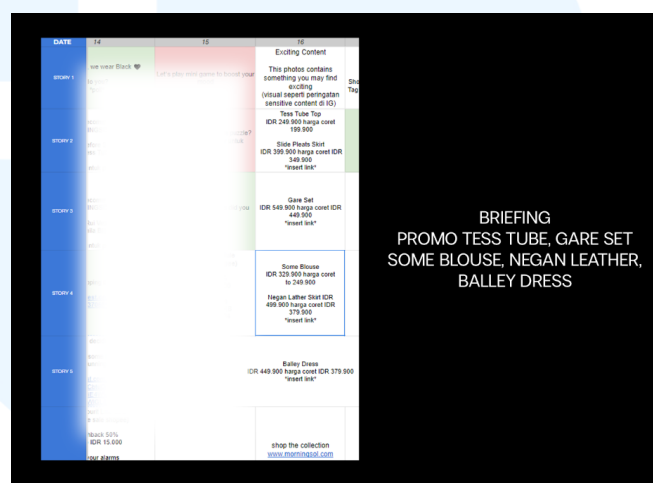
#### A. *Brief*

*Brief* konten yang akan dikerjakan oleh penulis diperoleh dari *content plan* yang telah dibuat oleh *social media specialist*. Dalam *briefing* ini penulis diminta untuk mengerjakan visual dari promosi produk yang sedang diskon dan promosi tersebut hanya berlaku untuk pembelian melalui *website* Morningsol. Terdapat enam produk yang akan dipromosikan yaitu *Tess Tube Top*, *Side Pleats Skirt*, *Gare Set*, *Some Blouse*, *Negan Leather Skirt* dan *Balley Dress*.

Dengan total enam produk yang memiliki diskon yang sedang berlangsung, penulis diminta untuk mengerjakan empat visual *story* dengan ukuran 1080 x 1920 px yang berisikan enam produk tersebut dan mengerjakan 2 visual sebagai pembuka dan penutup konten.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Untuk visual pertama memiliki konsep seperti peringatan konten sensitif yang ada di Instagram, namun dengan *copy* yang menggambarkan bahwa konten ini bukan bersifat sensitif namun bersifat seperti sesuatu yang memicu semangat atau kegembiraan ketika dibuka. Dalam hal ini sesuatu tersebut adalah kumpulan promosi dari produk Morningsol.

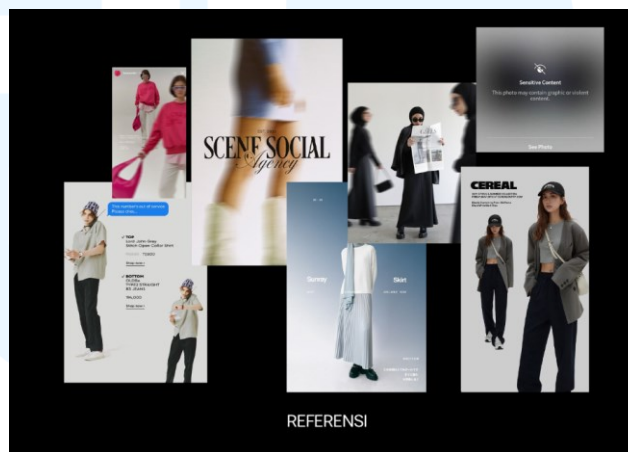


Gambar 3.8 Brief

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## B. Referensi

Setelah memperoleh *brief*, penulis melakukan proses pencarian referensi untuk konten sensitif instagram, jenis efek fotografi yang bisa penulis gunakan, tata letak foto serta penempatan harga produk dalam visual yang telah dirancang namun tetap mempertahankan estetika serta kerapihan dan mengutamakan keterbacaan oleh audiens.



Gambar 3.9 Referensi  
<https://pin.it/4EfussGPF>

Penulis kemudian mengambil beberapa referensi untuk diterapkan dalam visual yang akan dirancang. Penulis kemudian menyesuaikan visual dengan *copy* yang ada untuk konten sensitif yang diganti ke konten *exciting*. Untuk konten sensitif instagram sendiri menggunakan icon mata yang terdapat garis *diagonal* yang melintang dari sebelah kanan atas ke kiri bawah. Dalam pembuatan *instagram story* penulis menggunakan fasilitas aset visual yang disediakan oleh Morningsol menggunakan *website freepik* untuk mencari pengganti visual konten sensitif dan penulis menggunakan visual mata yang menampilkan binar atau



bintang yang menampilkan semangat untuk melihat sesuatu serta dimodifikasi dengan menambahkan *grain* pada *icon*.

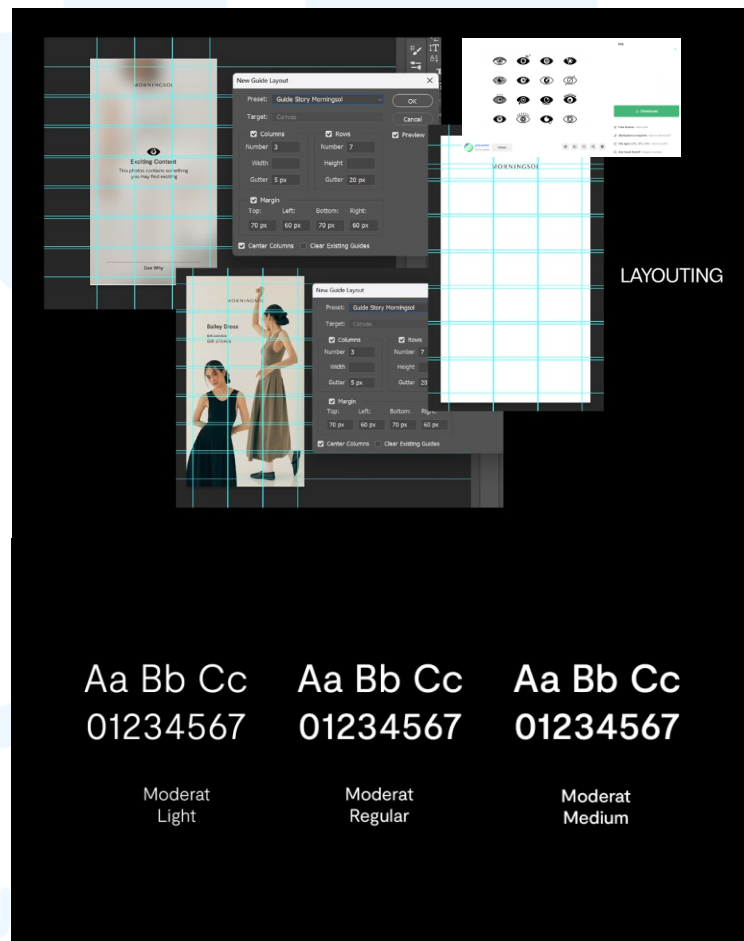
### C. *Layouting & Digitalisasi*

Dalam proses perancangan *Instagram Story*, penulis menggunakan *grid* khusus yang telah penulis rancang untuk peletakkan konten *instagram story* Morningsol. *Grid* tersebut terdiri atas tiga kolom dan tujuh baris serta penulis telah membuat sebuah *template* yang berisi logo Morningsol yang selalu digunakan untuk menciptakan konsistensi pada peletakkan logo di *Instagram Story* yang akan dirancang, karena sebelumnya peletakkan logo belum memiliki *template* dan ukuran khusus.

Dalam perancangan *instagram story* ini, penulis menggunakan efek gaussian blur untuk pembuka rangkaian *story*, selanjutnya untuk visual produknya penulis banyak menggunakan efek *grain* dan terdapat penggunaan *shape oval* pada produk *Tess tube top* dan *Gare Set* untuk meng-*highlight* model yang menggunakan produk dikarenakan warna *background* pemotretan dan warna kulit dari model hampir menyatu sehingga perlu adanya objek atau efek yang membantu menghasilkan kontras antara *background* pemotretan dan model yang menggunakan produk.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

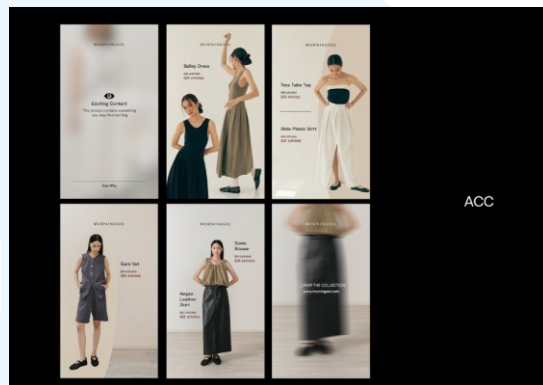
Selain efek *gaussian blur*, penulis juga menggunakan efek *motion blur* untuk menciptakan kesan pergerakan dalam konten visual penutup dengan *copy shop now* di *website Morningsol*. Untuk penggunaan tipografi, penulis menggunakan font dasar dari Morningsol yaitu Moderat dengan hanya mengeksplor ketebalan dari font tersebut seperti menggunakan Moderat Medium untuk nama Produk, Moderat Regular untuk harga promo produk dan Moderat Light untuk harga asli yang dicoret.



Gambar 3.10 Tata Letak dan Aset yang digunakan

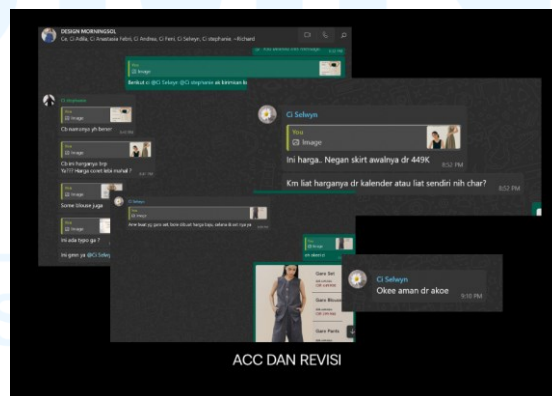
#### D. Asistensi dan Revisi

Setelah melakukan pencarian referensi, penulis melakukan perancangan dan asistensi. Penulis menghasilkan sebanyak 6 visual sesuai dengan *brief* yang diberikan.



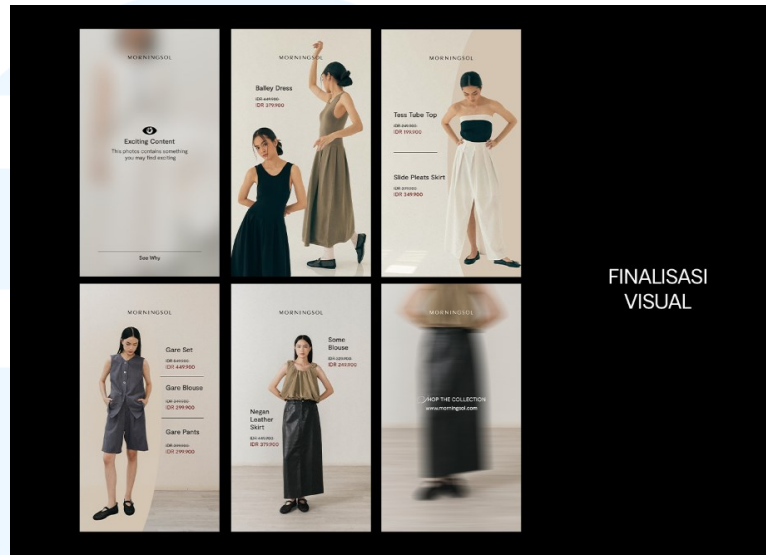
Gambar 3.11 Preview Pertama

Proses asistensi yang berlangsung melibatkan *brand owner* dan *brand manager*. Dalam perancangan karya ini penulis mendapatkan masukan mengenai ketelitian dalam meletakkan *copy* karena terdapat banyak *typo* dan kesalahan penulisan harga yang seharusnya. Penulis juga diberikan masukan mengenai tata letak teks dari produk *Gare Set* yang diminta untuk menambahkan teks yang baru untuk melengkapi visual yang ada.



Gambar 3.12 Proses Asistensi dan Revisi

Berikut yang merupakan hasil akhir setelah proses revisi yang dilakukan oleh penulis atas masukan dari brand owner dan brand manager.



Gambar 3.13 Finalisasi Visual

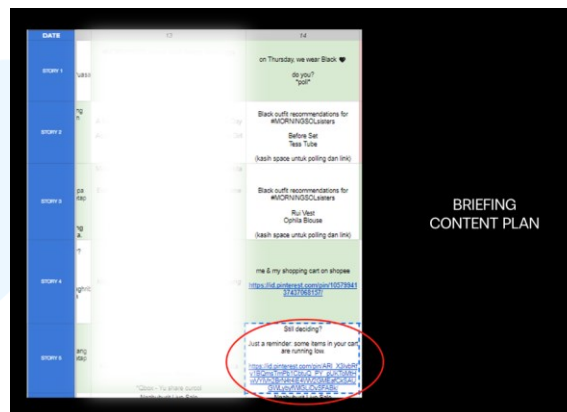
Dari perancangan yang telah dibuat untuk promosi produk di Instagram story ini, penulis belajar untuk melakukan eksplorasi tata letak teks dan gambar. Posisi teks seperti apa yang tidak menutupi gambar dan jelas di mata audiens untuk melihat harga produk namun dapat tetap menikmati estetika dari foto produk yang ditampilkan. Selain itu, penulis belajar untuk lebih teliti dalam mengisi copy untuk desain yang ada karena copy terkait harga sangat penting dan tidak boleh sampai melakukan kesalahan penulisan harga. Penulis mendapat beberapa kendala dalam penulisan copy harga, dikarenakan content plan yang disediakan oleh social media specialist dibuat keliru dan tidak sesuai harga produk aslinya. Penulis hanya mengikuti copy yang ada namun penulis juga ikut mendapatkan masukan untuk melakukan crosscheck terlebih dahulu bersama owner untuk bagian yang seharusnya dilakukan oleh social media specialist.

### 3.3.1.3 Instagram Story Motion Graphic “Still Deciding?”

Dalam proses magang di Morningsol, selain merancang desain secara statis, penulis juga berkesempatan untuk mengerjakan *motion design*. *Motion design* yang dirancang merupakan kebutuhan atau bagian dari *instagram story* harian. *Motion design* yang penulis rancang berisi jenis produk dari Morningsol yang jumlah *stock*nya terbatas dikarenakan tingginya antusiasme pelanggan untuk membeli. *Motion design* yang dirancang bertujuan untuk mengingatkan para audiens untuk segera melakukan *check-out* pada keranjang belanjaan mereka di *e-commerce*.

#### A. Brief

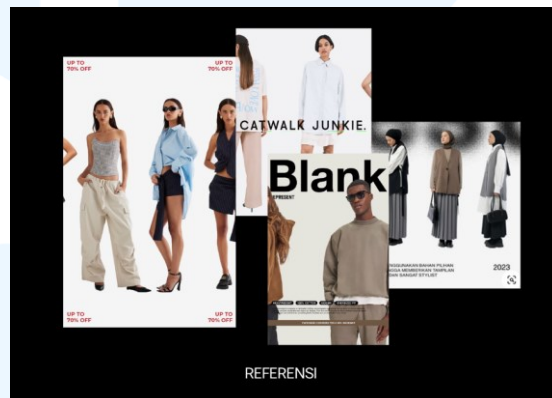
*Brief* untuk *motion design Still Deciding?* diberikan dalam *content plan* oleh social media specialist yang telah disetujui oleh brand manager. Pemberian *brief* disertai referensi dari social media specialist dan daftar produk yang harus ditampilkan dalam motion yang akan dirancang oleh penulis.



Gambar 3.14 Proses Briefing

## B. *Brainstorming* & Konsep

Setelah menerima *brief*, penulis melakukan pencarian referensi *motion design* yang ada dari *brand* lain dan melihat penggunaan aset foto seperti apa dan kebutuhan ukuran foto dalam merancang *motion design* tersebut. Dalam referensi yang penulis temukan, umumnya sebuah *brand fashion* menggunakan aset foto yang diambil menggunakan secara *full-shot* atau mengambil bagian tubuh secara keseluruhan dari kepala hingga kaki. Selain *full-shot* terdapat pengambilan gambar secara *medium shot* yang memperlihatkan area sekitar pinggang hingga kepala, memberikan pandangan yang cukup dekat untuk menampilkan ekspresi wajah dan gerakan tubuh.

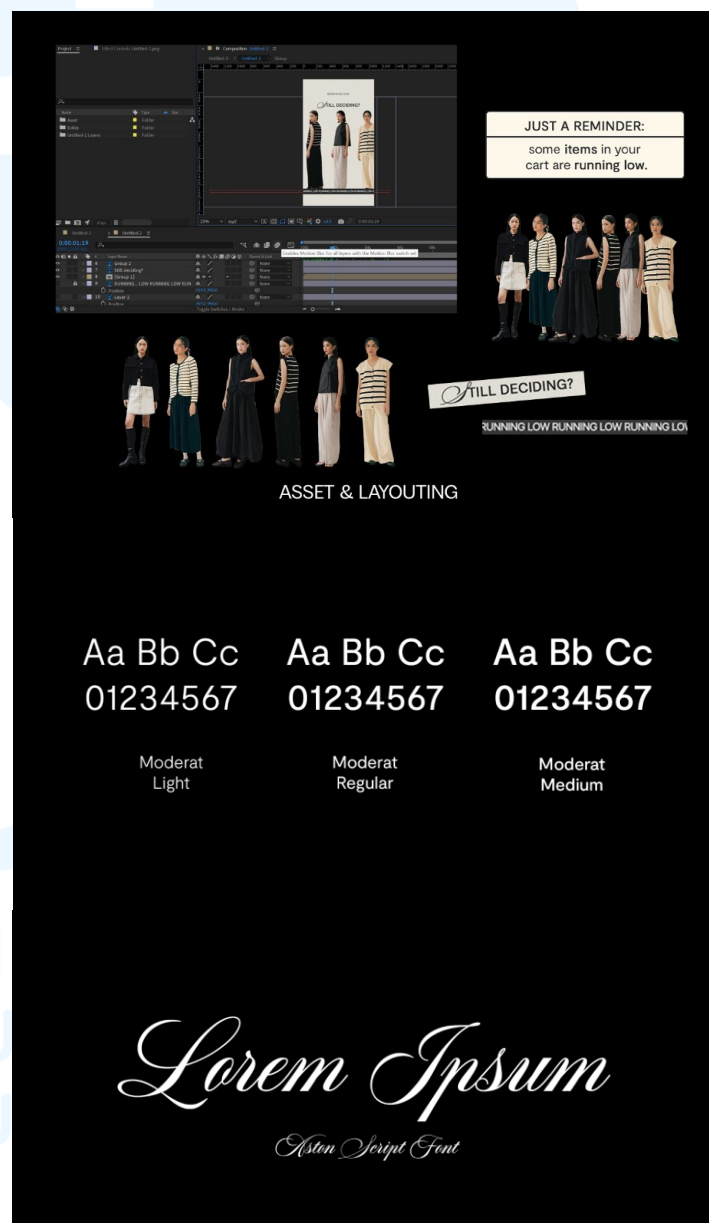


Gambar 3.15 Referensi  
<https://pin.it/4EfussGPF>

## C. *Layouting*

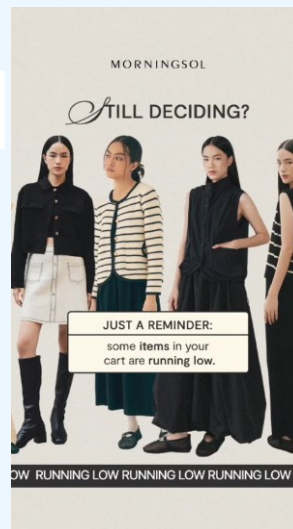
Proses *layouting* dan pembuatan aset dilakukan penulis di aplikasi adobe photoshop dan untuk memberikan pergerakan pada aset visual yang telah dibuat, penulis menggunakan aplikasi adobe after effects.

Proses layouting dilakukan di bidang yang berukuran 1080 x 1920 px beserta foto-foto produk yang akan disertakan dalam video motion. Penulis membuat aset untuk judul konten yaitu *Still Deciding*, *Rolling text* untuk *copy Running Low*, *Still asset* untuk *copy Just A Reminder* menggunakan font Moderat dan Aston Script serta melakukan cropping terhadap foto produk.



Gambar 3.16 Proses Layouting, Digitalisasi dan Aset

Penulis kemudian mengerjakan motion pertama dengan jarak antara satu model dan model lainnya berdekatan dan posisi kotak *Just a reminder* berada di tengah bawah dengan ukuran yang sama seperti panjang *title Still deciding?*

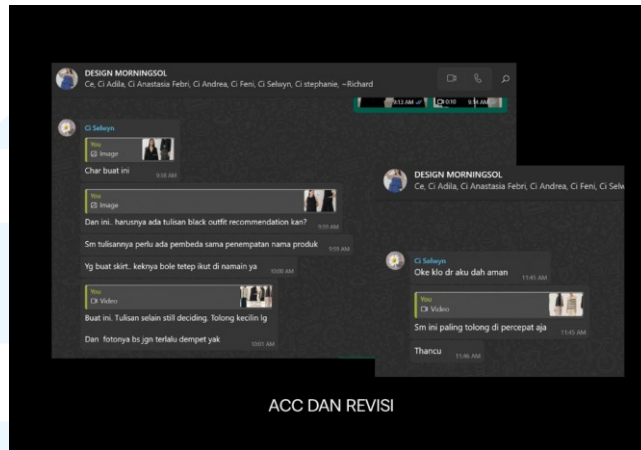


Gambar 3.17 Preview Awal

#### D. Asistensi dan Revisi

Proses asistensi dan revisi untuk motion dilakukan oleh brand manager, dimana penulis mendapatkan masukan mengenai jarak antara model yang terlalu erat sehingga perlu dibuat berjarak lebih jauh antara satu sama lain. Tujuan dibuat berjarak agar setiap produk yang dipakai dapat terlihat secara maksimal dan tidak saling menutupi satu sama lain. Selain jarak, penulis mendapatkan masukan mengenai ukuran dari aset visual foto dan kotak *reminder* yang diminta untuk diperkecil. Masukan yang kemudian diberikan kepada penulis adalah soal durasi video yang telah dibuat agar dipercepat.





Gambar 3.18 Proses Asistensi dan Revisi

Berikut merupakan hasil motion yang telah penulis rancang untuk konten *Instagram Story brand* Morningsol. Perancangan ini telah melalui proses revisi dari segi tata letak, ukuran aset dan durasi konten.



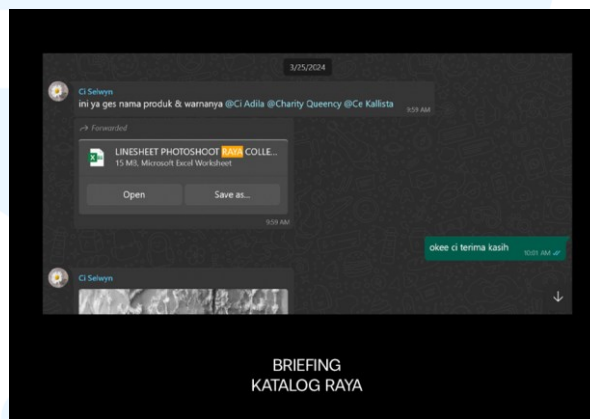
Gambar 3.19 Final Result Motion Graphic

### 3.3.1.4 Morningsol Raya Collection Catalogue

Morningsol mengeluarkan koleksi Raya yang terdiri atas produk yaitu Giri Set dan Penara Dress. Koleksi ini terbatas dan hanya tersedia untuk penjualan online sehingga membutuhkan visual untuk katalog instagram story. Penulis mendapatkan tugas untuk merancang katalog instagram story koleksi Raya Morningsol 2024.

#### A. Brief

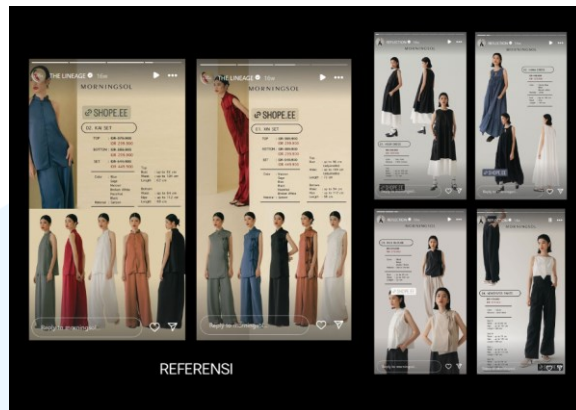
Proses briefing kali ini dilakukan oleh brand manager. Perancangan dimulai setelah penulis diberikan linesheet berisi nama-nama produk untuk ditampilkan dalam katalog.



Gambar 3.20 *Briefing* Katalog Raya

#### B. Referensi

Proses pencarian referensi dilakukan penulis setelah mendapatkan arahan. Penulis melihat *layout* dari katalog koleksi sebelumnya untuk tetap mempertahankan ciri khas *layout* dari katalog Morningsol.



Gambar 3.21 Referensi Katalog

Penulis menemukan ciri khas katalog Morningsol, menggunakan *shape rounded rectangle* dan *line* untuk memisahkan jenis produk dan menjadi *frame* untuk nama produk. Foto yang digunakan juga menggunakan foto tampak depan dan beberapa full shot. Satu halaman katalog memuat foto dengan seluruh warna produk.

### C. Layouting

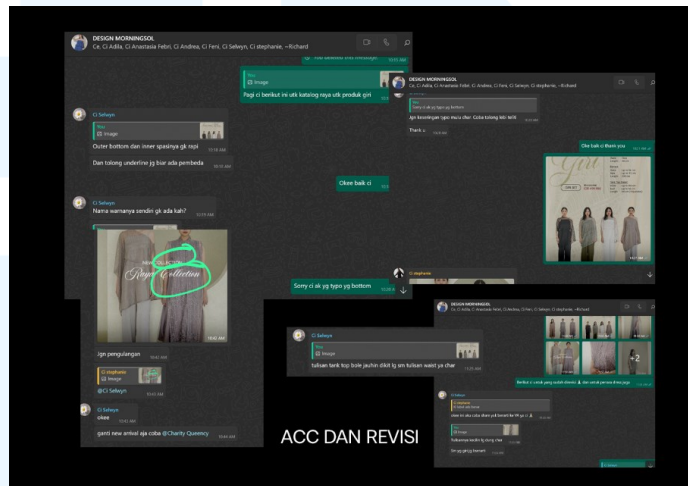
Dalam proses layouting penulis menggunakan *grid* khusus yang telah penulis rancang untuk peletakkan konten instagram story Morningsol. *Grid* tersebut terdiri atas 3 kolom dan 7 baris.



Gambar 3.22 Layouting

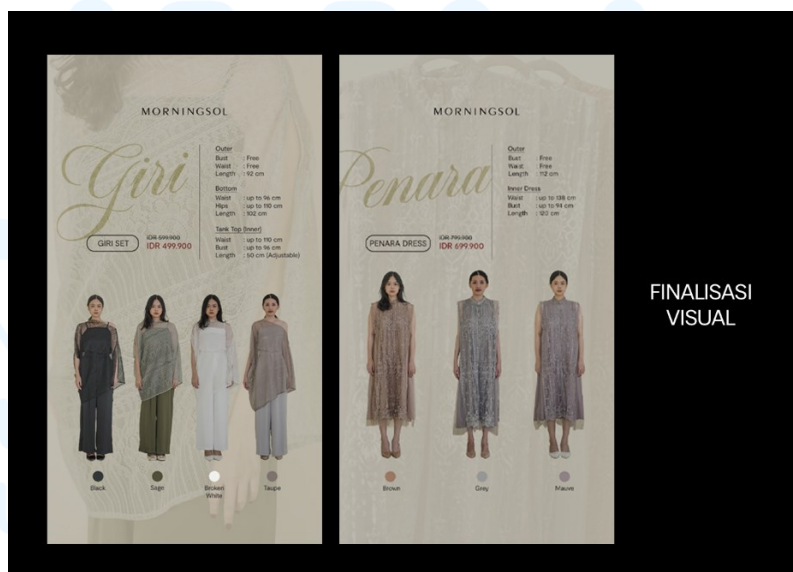
#### D. Asistensi dan Revisi

Proses asistensi dan revisi dilakukan oleh penulis melalui group chat whatsapp yang ditanggapi oleh brand owner dan brand manager. Penulis diberikan masukan soal pemilihan copy dan ketelitian dalam memasukkan copywriting.



Gambar 3.23 Asistensi dan revisi

Berikut adalah hasil akhir dari pengerjaan katalog koleksi Raya yang telah penulis kerjakan.



Gambar 3.24 Final Result Katalog

### 3.3.1.5 Product Color Retouching

Dalam proses magang di Morningsol, penulis memperoleh tugas untuk melakukan *color retouching* pada produk pakaian yang diproduksi. Penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan retouch warna pada pakaian koleksi Raya 2024.

#### A. Brief

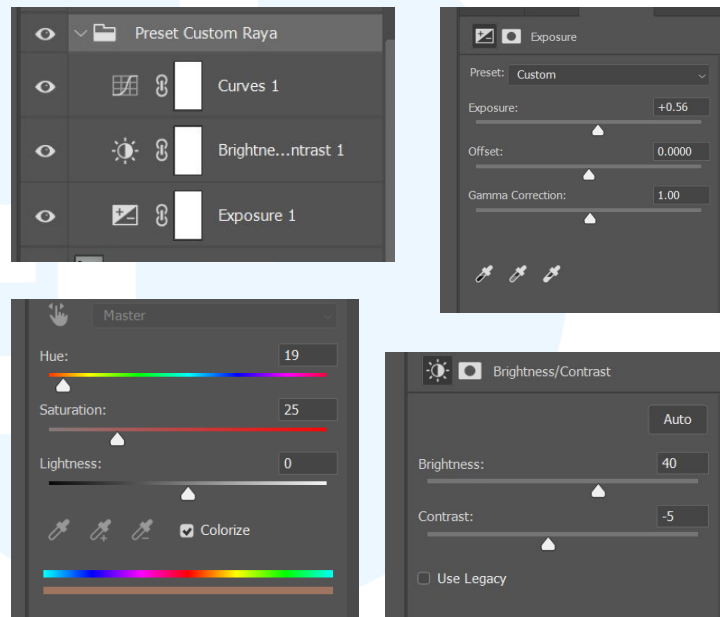
Penulis mendapatkan brief dari pihak produksi untuk melakukan retouch warna produk Penara dress dari koleksi Raya 2024 dimana koleksi tersebut memiliki warna baru yang diproduksi dan tidak ikut pada pemotretan produk pertama.



Gambar 3.25 Foto yang akan diedit

## B. Editing

Proses editing warna dilakukan penulis menggunakan aplikasi adobe photoshop dengan membuat preset warna sendiri.



Gambar 3.26 Editing

Warna baju awalnya berwarna kuning kecoklatan diminta untuk diubah menjadi coklat kemerahan. Proses editing berlangsung dengan menggunakan selection tool untuk menandai area yang akan diubah warnanya, lalu mengatur bagian Hue, Saturation dan Lightness serta menggunakan mode colorize. Setelah mengubah warna baju, penulis juga menggunakan brightness dan contrast untuk merapikan warna dan cahaya dari foto.

### C. Finalisasi

Berikut merupakan hasil akhir proses color retouching pada produk Penara Dress dengan warna yang baru yang telah dikerjakan oleh penulis. Dari proyek ini penulis mendapatkan pengalaman baru dalam menyesuaikan warna produk di gambar dengan warna produk yang nyata.



Gambar 3.27 Finalisasi Retouch Warna Baju

Dari proyek color retouching untuk produk pakaian ini, penulis memperoleh pengalaman baru dalam melakukan retouch warna untuk produk dengan jumlah yang banyak. Selain produk koleksi Raya, dalam sebulan penulis mendapatkan bagian untuk melakukan retouch warna untuk tiga sampai empat produk dengan jumlah dua sampai tiga warna baru dikarenakan Morningsol kerap melakukan penambahan warna baju untuk koleksi yang telah dirilis.

### **3.3.2 Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalankan program magang, terdapat beberapa kendala yang penulis temukan antara lain:

1. Adanya penumpukan beban pekerjaan yang dialami penulis karena adanya perubahan pada tim kreatif yang mengharuskan penulis bekerja seorang diri sebagai desainer grafis satu-satunya dimana penulis harus mengerjakan aset visual untuk kebutuhan online maupun offline dalam minggu ke-3 hingga minggu ke-7 selama masa magang di Morningsol.
2. Adanya kendala dalam proses revisi yang melibatkan banyak pihak sehingga menyebabkan miskomunikasi antara desainer, brand manager dan brand owner namun telah teratasi dengan baik.
3. Adanya kendala dalam proses pengerjaan visual oleh penulis dikarenakan kesulitan untuk memberikan alternatif dalam beberapa karya dikarenakan fokus penulis terpecah pada berbagai jenis visual yang harus dikerjakan (Misalnya saat pengerjaan banner yang mengharuskan adanya alternatif, disaat bersamaan terdapat karya video ads/motion graphic yang mengharuskan adanya alternatif dengan deadline yang sama dimana waktu yang diberikan sangat terbatas yaitu 2 hari pengerjaan).

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

Secara umum, setiap kendala yang dialami oleh penulis pada saat melakukan kerja magang dapat diatasi dengan baik dan tidak menjadi masalah yang berkepanjangan. Kendala penumpukan pekerjaan yang dialami oleh penulis pada masa magang minggu ke-3 hingga minggu ke-7 dapat teratasi dengan adanya satu orang partner desainer grafis yang dilibatkan oleh Morningsol di dalam tim dari minggu ke-8 masa magang penulis. Selanjutnya



untuk kendala miskomunikasi dalam tahap revisi, telah teratasi dengan adanya struktur yang jelas dari pihak Morningsol serta dari kedua pihak yaitu penulis dan pihak brand melakukan evaluasi terhadap cara berkomunikasi melalui chat dan melakukan konfirmasi kembali sebelum sebuah visual di eksekusi dan saat proses revisi, gambaran yang jelas telah diberikan. Hasilnya, proses komunikasi berjalan dengan lancar dan visual dapat dihasilkan dengan baik. Selanjutnya untuk kendala yang ketiga penulis melakukan evaluasi terhadap skala prioritas pekerjaan yang ada dan mengatur waktu dengan baik agar setiap karya dapat diberikan tepat waktu serta sesuai dengan brief yang telah diberikan oleh pihak brand.

