

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani magang di tentangKita, penulis menempati posisi tertentu dan menjalin koordinasi dengan pembimbing sepanjang jalannya proyek. Dengan kedudukan dan alur koordinasi ini, penulis dapat pengarahannya proyek dari tahap awal brief hingga mencapai hasil akhir dengan lebih efektif. Di dalam alur kerja tentangKita, penulis menempati posisi sebagai anggota tim *marketing* yang dipimpin oleh *general manager* tentangKita yaitu Valencia Suteja. Selama pelaksanaan proyek, penulis menerima *brief* dari Jessica Seravin selaku *content marketing* tentangKita yang bertugas membuat konten-konten *Instagram*. Penulis juga mendapatkan *brief* dari *general manager* tentangKita terkait proyek-proyek yang berkaitan dengan produk-produk tentangKita ataupun produk kolaborasi. Selain mendapat bimbingan untuk proyek dari *content marketing* dan *general manager*, penulis memiliki kesempatan untuk berkoordinasi dengan *supervisor* lainnya sesuai kebutuhan proyek. Penulis juga sering berinteraksi dengan *gifting assitent* untuk menyelesaikan proyek yang diminta oleh divisi tersebut.

3.1.1 Kedudukan

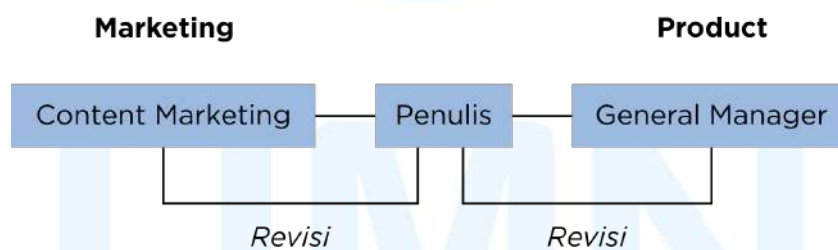
Dalam proses magang di tentangKita, penulis diangkat sebagai *visual content producer* yang memiliki tanggung jawab utama dalam menciptakan konten visual untuk media sosial, khususnya konten untuk *feed Instagram*. Tugas-tugas utama penulis meliputi pembuatan *visual feeds*, pengambilan gambar dan video, penyuntingan video, serta perancangan produk untuk merek tentangKita maupun produk kolaborasi.

Sebagai *visual content producer*, penulis bertanggung jawab untuk menghasilkan konten *visual* yang menarik, kreatif, dan sesuai dengan identitas merek. Ini melibatkan pemilihan gambar dan video yang tepat, penyuntingan yang baik, dan desain yang menarik. Selain itu, penulis juga

harus memiliki keterampilan fotografi, videografi, serta kemampuan dalam pengeditan gambar dan video untuk menciptakan konten yang berkualitas tinggi. Dengan kedudukan ini, penulis menjadi bagian integral dari tim kreatif perusahaan, berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan citra merek yang kuat melalui konten visual yang menarik dan relevan.

3.1.2 Koordinasi

Dalam menyelesaikan proyek tertentu, khususnya yang terkait dengan konten untuk *feeds Instagram*, penulis akan mendapat *brief* dari *content marketing* kemudian penulis akan melakukan *finalize visual* konten dengan kebebasan untuk mengembangkan ide *visual* sendiri maupun request dari *content marketing*. Setelah penulis menyelesaikan rancangan *visual*, penulis akan melakukan asistensi dengan *content marketing*, kemudian dari *content marketing* akan melakukan *asistensi visual* dan juga isi konten tersebut kepada *general manager*, jika terdapat revisi dari *general manager* akan dilangsungkan kepada *content marketing* kemudian dikoordinasikan lagi dengan penulis.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

Untuk proyek yang berkaitan dengan produk, penulis akan menerima *brief* langsung dari *general manager* langsung, setelah mendapat *brief*, penulis akan merancang *visual* produk kemudian diasistensikan langsung dengan *general manager*. Sebagian besar waktu, penulis menerima *brief* atau ide konten dari divisi *marketing* yang kemudian dijalankan dan dieksekusi oleh penulis. Namun, selain proyek utama tersebut, penulis juga sering diberi tugas oleh divisi lain, seperti foto untuk kebutuhan katalog produk di marketplace, membuat ads, dan lain sebagainya. Dalam hal koordinasi proyek-proyek tersebut, penulis akan diberi *briefing* oleh kepala divisi terkait,

kemudian mengeksekusi tugas tersebut, dan akhirnya akan penulis asistensi kepada divisi yang berkaitan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam peran sebagai *visual producer*, penulis bertanggung jawab untuk menciptakan konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi untuk digunakan dalam berbagai platform media sosial dan pemasaran. Berikut ini merupakan tugas maupun proyek yang dilakukan oleh penulis:

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (29 Januari – 2 Februari)	Bloom Box Valentine tentangKita	a. Teaser feeds, b. banner, c. stiker valentine, d. konten organik, e. tK for business, f. Katalog bloom box, g. ads organik.
2	Minggu 2 (5 – 9 Februari)	Bloom Box, Consign, diMobil	a. Video unboxing bloom box, b. stiker valentine, c. organik consign, d. konten organik imlek, e. ads, f. motion diMobil.
3	Minggu 3 (12 – 16 Februari)	Konten Valentine & Imlek	a. Konten organik, b. foto b2b, c. highlight tK for business.
4	Minggu 4 (19 – 23 Februari)	Konten organik, tK for POSHMARKET, b2b	a. Foto b2b, b. konten organik, c. brosur tK for business, d. menu & e. poster tK di poshmarket.
5	Minggu 5 (26 Februari – 1 Maret)	PASERBA & POSHMARKET	a. Konten organik, b. ads, c. menu & poster tK di poshmarket,

			d. menu & poster tK di paserba.
6	Minggu 6 (4 – 8 Maret)	Bloom Box Ramadan	a. Foto dan video bloom box, b. katalog bloom box, c. ads, d. konten organic, e. tK for business.
7	Minggu 7 (11 – 15 Maret)	Eid Mubarak	a. Revisi katalog eid Mubarak, b. konten organic, c. ads
8	Minggu 8 (18 – 22 Maret)	Ramadan, Stiker Freebies, edisi Mantan	a. Konten organic, b. desain edisi Mantan 5s, c. Katalog baru, d. banner, e. highlight consign, f. ads, g. Hokkaido & melts, h. bloom box
9	Minggu 9 (25 – 29 Maret)	B2B dan Ramadan	a. OATSIDE, b. Booth tK, c. Stiker ramadan, d. konten organic, e. The Headline, f. Hokkaido & Melts
10	Minggu 10 (1 – 5 April)	OATSIDE, ASTRO, DORSKIN, TUKU	a. Konten organic, b. desain side b outside, c. tK x ASTRO, d. Sleeve dorskin, e. foto tuku
11	Minggu 12 (15 – 19 April)	OATSIDE, the headlines	a. Konten organic, b. ads, c. banner, d. revisi box the headlines, e. revisi kartu tk x outside
12	Minggu 13 (22 – 26 April)	Konten organic, ads	a. Nyicil konten organic 1 minggu, b. ads promo gratis edisi Mantan 5s

13	Minggu 14 (29 April – 3 Mei)	Stiker Gemini, ads, konten organic	a. Mulai nyicil desain stiker gemini, b. ads promo giftwarp
14	Minggu 15 (6 – 10 Mei)	Edisi Ulang tahun tentangKita, stiker gemini	a. Kartu jumbo tentangKita birthday, b. revisi stiker,
15	Minggu 16 (13 – 17 Mei)	Stiker Ujian Pasangan, Signage tentangKita, oatside, kartu jumbo	a. Desain stiker ujian pasangan, b. moodboard signage tentangKita, c. foto oatside, d. foto kartu jumbo edisi ulang tahun tentangKita.
16	Minggu 17 (20 – 24 Mei)	Ulang tahun tentangKita ke-4 tahun	a. Kartu edisi ulang tahun tentangKita b. Foto kartu jumbo c. Ads d. Konten organic e. Banner & katalog f. bonding
17	Minggu 18 (27 – 29 Mei)	PDKT Level 2	a. desain stiker pdkt level 2 b. desain keychain pdkt c. konten #ngertapisedap

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis telah diberikan sejumlah proyek yang beragam selama magang di perusahaan tentangKita, mulai dari proyek *Valentine*, konten-konten organic, ads hingga proyek menjelang ramadan. Di bawah ini akan dijelaskan beberapa proyek yang telah penulis kerjakan selama masa magang di perusahaan tentangKita.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

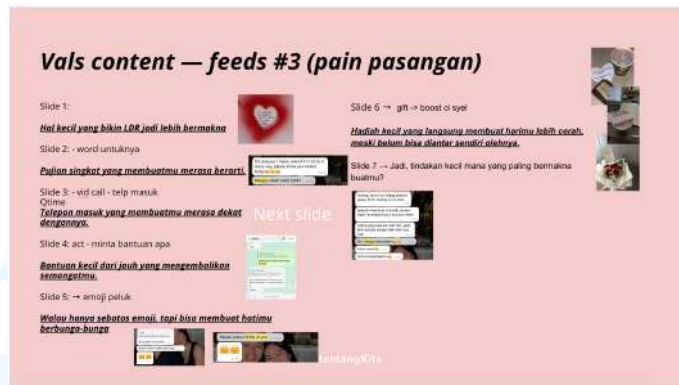
Selama penulis menjalani program magang di tentangKita, tugas utamanya adalah memvisualisasikan konten-konten *instagram* dan kebutuhan produk tentangKita sesuai dengan petunjuk yang tertera dalam *task brief* yang disediakan oleh tim marketing maupun produk. *Task brief* ini tersedia dalam format *google slides* untuk referensi yang jelas. Selain itu, penulis juga diarahkan untuk mematuhi pedoman dari setiap merek yang

terlibat, sambil tetap berani mengeksplorasi ide-ide kreatif yang dapat diterapkan dari pedoman tersebut.

3.3.1.1 Instragram Konten *Organic* tentangKita

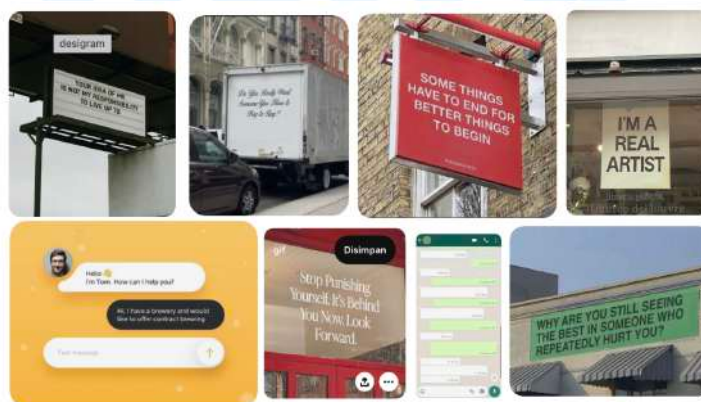
Penulis telah bertanggung jawab untuk membuat desain konten Instagram untuk tentangKita, yang merupakan bagian penting dari strategi pemasaran perusahaan. Konten-konten ini dirancang dengan memperhatikan karakteristik unik tentangKita, yang cenderung diambil dari kejadian kehidupan nyata dan memiliki visual yang autentik dan natural. Dalam menyusun desain-desain ini, penulis berusaha untuk menciptakan gambaran yang realistis dan memukau yang bisa merangkul pengalaman manusia sehari-hari, sehingga menarik perhatian audiens dengan cara yang jujur dan mendalam. Dengan pendekatan yang mengutamakan keaslian dan keterlibatan emosional, desain-desain tersebut diharapkan dapat memperkuat citra merek tentangKita dan meningkatkan keterlibatan pengguna di platform media sosial.

Dalam proyek ini, penulis diberikan *task brief* yang berisi konten tentang "Hal kecil yang bikin ldr jadi lebih bermakna" yang spesifik untuk perayaan *Valentine*. Tugas penulis adalah mengeksekusi visual dari konten tersebut, menjadikannya menarik secara visual dan relevan dengan tema yang diberikan. Proses ini melibatkan pemikiran kreatif dan penggunaan desain untuk menyampaikan pesan dengan cara yang emosional dan berarti. Penulis melakukan pendekatan yang sensitif dan inovatif dalam merancang visual untuk konten tersebut.



Gambar 3. 2 Task BriefKonten IG Valentine

Dengan mempertimbangkan esensi dari hubungan jarak jauh (LDR) dan momen spesial seperti Hari *Valentine*, penulis menciptakan gambar-gambar yang menggambarkan momen-momen kecil yang dapat membuat hubungan LDR menjadi lebih berarti dan berharga. Desain-desain tersebut mungkin mencakup gambar-gambar yang menunjukkan keintiman dalam komunikasi jarak jauh, kejutan yang menyenangkan, atau momen-momen kecil yang memperkuat ikatan emosional. Penulis memulai desain konten tersebut dengan mengumpulkan beberapa refrensi desain konten, chat yang dijabarkan dalam bentuk sebuah moodboard. Penulis ingin menggambarkan hook judul konten tersebut dengan menggunakan beberapa tempat *object* atau barang yang kemudian akan diletakan sebuah *hook* judul konten tersebut.



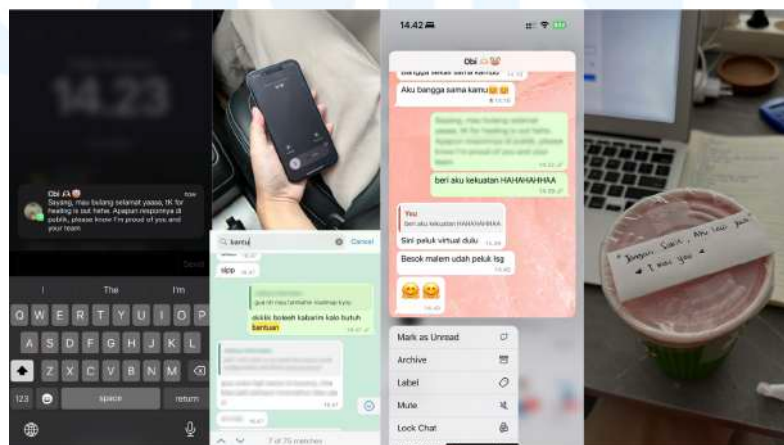
Gambar 3. 3 Moodboard Konten

Setelah mendapat *object raw* yang di dipilih dari saran *content marketing* Jessica Seravin, penulis mulai mengesekusi visual tersebut dengan langsung meletakkan hook "Hal kecil yang bikin ldr jadi lebih bermakna" dengan berwarna merah dengan penulisan semua huruf besar yang membuat mata audiens langsung tertuju pada tulisan hook tersebut.



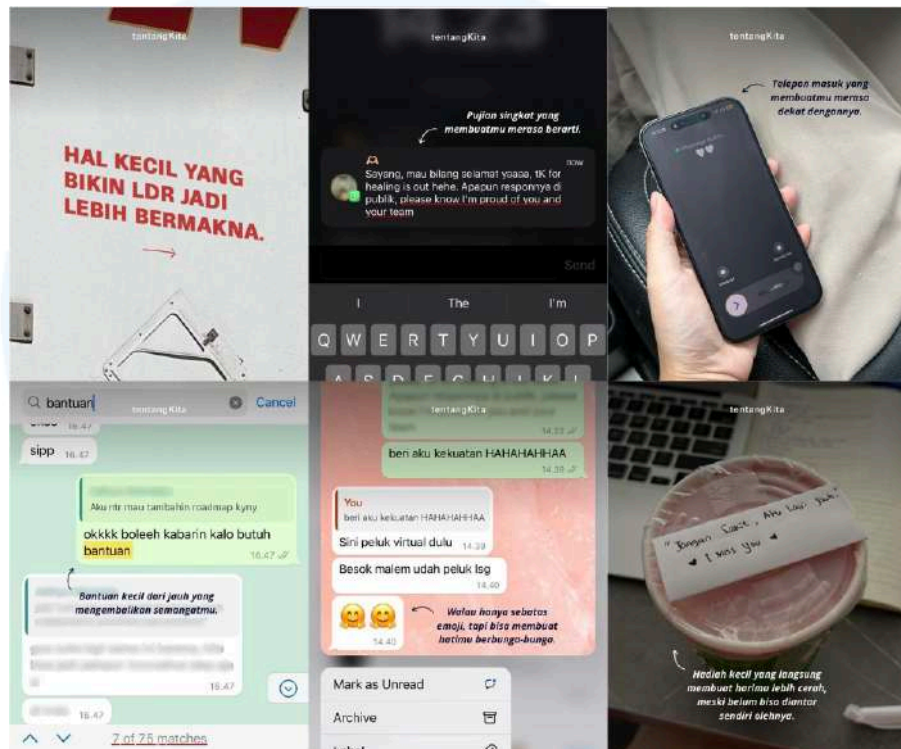
Gambar 3. 4 Cover Hook

Setelah penulis selesai membuat *cover hook* konten tersebut penulis kemudian membuat isi konten dengan *dummy chat whatsapp* dan juga mencari dengan bertanya-tanya kepada team marketing apakah mereka pernah mengalami hal yang tertulis dikonten tersebut.



Gambar 3. 5 Aset

Setelah mengumpulkan semua aset foto atau *dummy chat*, penulis memulai dengan memberikan *body text* kepada aset foto dan *chat dummy* tersebut dan mengubah ukuran aset tersebut menjadi 3:4 yang merupakan ukuran *feeds ig* tentang Kita.



Gambar 3. 6 *Body Text* Pada *Asset*

Setelah penulis selesai melakukan eksekusi visual, penulis melakukan asistensi secara langsung kepada content marketing yaitu Jessica Seravin, setelah asistensi penulis mendapati revisi hanya pada penulisan copywriting yang content marketing rancang saja dan visual dari konten tersebut sudah diacc.

Melalui penggunaan desain yang memikat dan menggugah perasaan, penulis berharap dapat menyoroti pentingnya menghargai momen-momen kecil dalam hubungan jarak jauh, serta meningkatkan keterlibatan dan empati audiens dengan konten yang disajikan. Dengan demikian, penulis berhasil mengubah isi konten menjadi visual yang kuat dan berarti, yang dapat menginspirasi dan menyentuh

hati para pengikut tentangKita, terutama mereka yang berada dalam hubungan jarak jauh.

Konten yang dirancang oleh penulis ini untuk tentangKita, dengan isi konten yaitu "Hal kecil yang bikin LDR jadi lebih bermakna" konten ini mendapatkan respons yang luar biasa dari audiens. Dengan jumlah like sebanyak 37 ribu, konten ini jelas menjadi sorotan dan mendapat perhatian yang lebih besar daripada konten biasanya, yang sering kali hanya mendapatkan sekitar 1 ribu like saja.



Gambar 3. 7 Hasil Like Konten

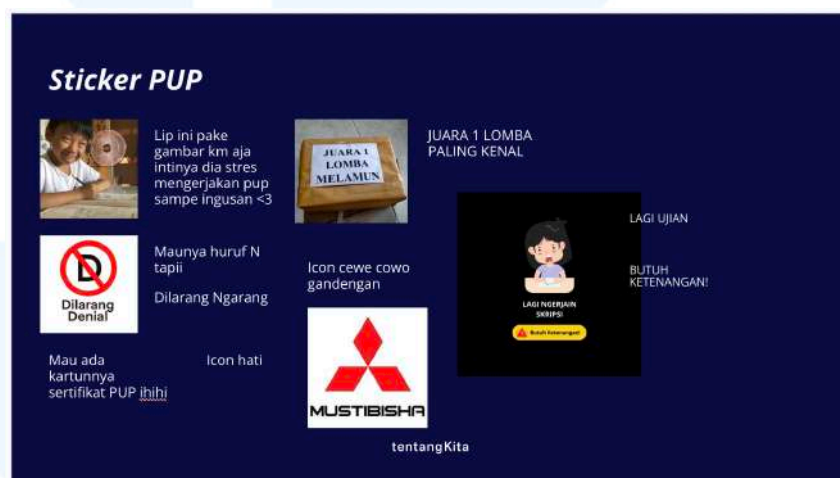
Kesuksesan konten ini menunjukkan bahwa desain visual yang didesain oleh penulis telah berhasil menangkap perasaan dan pengalaman yang kuat terkait dengan hubungan jarak jauh. Dengan menggabungkan kreativitas, empati, dan kepekaan terhadap kebutuhan audiens, konten tersebut mampu menginspirasi, menyentuh hati, dan meraih simpati dari banyak orang yang mungkin memiliki pengalaman serupa dalam hubungan jarak jauh.

Keberhasilan ini juga mencerminkan keterampilan dan ketepatan penulis dalam merespons *task brief* dan menghasilkan karya yang dapat berbicara langsung kepada audiens target. Dengan demikian, konten tersebut tidak hanya berhasil dalam menciptakan

koneksi emosional dengan audiens, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan keterlibatan dan pengikut tentangKita di platform media sosial.

3.3.1.2 Stiker Ujian Pasangan

Penulis diberikan tugas untuk menciptakan stiker Ujian Pasangan yang akan digunakan sebagai *freebies* dan dimasukkan ke dalam Paket Ujian Pasangan atau Paket Ujian Suami Istri. Berikut ini merupakan task brief penulis yang telah diberikan dari General Manager tentangKita yaitu Valencia Suteja. *General Manager* tentangKita memberikan beberapa referensi gambar yang akan dijadikan stiker paket ujian nanti nya. Kebanyakan dari referensinya merupakan sebuah *meme* yang memberikan daya tarik dan kesenangan bagi para pembeli paket ujian pasangan, serta memberikan sentuhan yang kreatif dan lucu pada produk tersebut.



Gambar 3. 8 Task Brief Stiker Ujian Pasangan

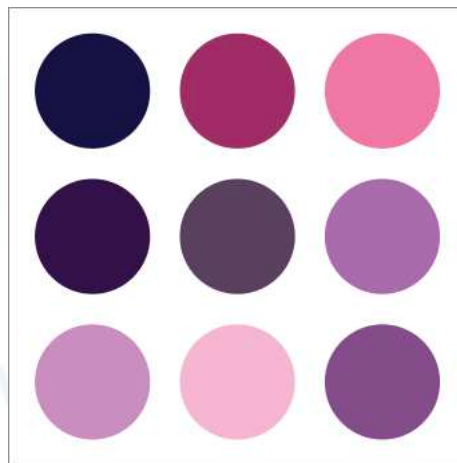
Stiker ini dirancang khusus untuk menambah kesan romantis dan menghadirkan sentuhan khusus bagi para penerima Paket Ujian tentangKita. Dikarena deadline yang diberikan oleh general manager sangatlah mepet dengan tanggal naiknya iklan stiker tersebut, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk mengerjakan pembuatan stiker dengan cepat. Penulis membuat stiker tersebut menggunakan *adobe illustrator*, sebelum memulai pembuatan stiker, penulis mencari

beberapa referensi gambar yang cocok dengan apa yang tim produk inginkan yang kemudian penulis gabungkan dalam satu *moodboard*.



Gambar 3. 9 *Moodboard* Stiker PUP

Konsep untuk desain stiker ini berupa karakter-karakter meme lucu dan juga memiliki elemen-elemen dari paket ujian pasangan. Setelah penulis membuat *moodboard*, penulis mulai mencari referensi warna, warna yang akan digunakan diambil dari warna Paket Ujian Pasangan yang berwarna navy, ungu dan juga pink.



Gambar 3. 10 *Color Palette* PUP

Setelah menentukan moodboard dan juga color palette, penulis mulai membuat sketsa stiker sebagai berikut.



Gambar 3. 11 Sketsa Stiker

Setelah membuat sketsa stiker, penulis memulai dengan mendigitalisasikan sketsa tersebut yang kemudian penulis asistensi kepada General Manager.



Gambar 3. 12 Digitalisasi 1

Asistensi stiker pertama dilakukan secara tatap muka, tim produk memberikan beberapa revisi, pertama kurangnya sentuhan lucu pada sticker ujian pasangan ini, warna terlalu dominan gelap, dan kurang memperlihatkan stiker *memes*. Setelah mendapatkan revisi

tersebut penulis mulai melakukan revisi tersebut, berikut merupakan hasil kedua dari stiker ujian pasangan.



Gambar 3. 13 Digitalisasi 2

Penulis Kembali melakukan asistensi secara langsung dimana penulis mendapati revisi kembali. Tim produk meminta untuk menambah kan ilustrasi *meme* perempuan, dikarenakan stiker tersebut masih kurang memperlihatkan sisi lucu nya.



Gambar 3. 14 Digitalisasi 3

Penulis kemudian melakukan asistensi, dan mendapatkan revisi pada bagian perempuan tersebut ingin diberi ekspresi karena

sebelumnya penulis tidak memberika ekspresi. Kemudian tim produk tentangKita masih kurang puas dengan tampilan sticker tersebut, oleh itu tim produk memberikan revisi kembali dengan menambahkan sebuah pantun yaitu “Kalau mencintaimu adalah kesalahan, yasudah. Biar. Aku salah terus saja.” Dan “Ikan hiu makan abon, I Love you sekebon”. Berikut merupakan stiker final untuk *freebies* paket ujian pasangan.



Gambar 3. 15 *Final Stiker Ujian Pasangan*

Stiker ini juga dijadikan sebagai bagian dari promosi eksklusif yang hanya tersedia di platform Tokopedia maupun Shopee. Dengan membatasi penawaran ini hanya untuk pembelian melalui Tokopedia dan Shopee, diharapkan dapat meningkatkan minat dan partisipasi pelanggan dalam pembelian Paket Ujian Pasangan atau Paket Ujian Suami Istri. Berikut adalah *banner* promo *freebies* gratis stiker ujian pasangam.



Gambar 3. 16 *Banner* Promo Gratis Stiker Ujian Pasangan

3.3.1.3 Stiker Freebies

Penulis juga diberikan tugas yang sama untuk menciptakan stiker freebies yang digunakan sebagai promo setiap pembelian Rp 250.000 produk tentangKita akan mendapatkan gratis stiker ini. Stiker *freebies* ini dirancang dengan ilustrasi sesuai dengan kalimat-kalimat yang relate dengan hubungan atau relationship. Berikut ini merupakan brief dari tim produk untuk membuat stiker gamon (gagal move-on)

Freebies - Jumat, 15 Maret 2024 - stickers	
STICKER	
Kalimat	referensi (tapi kalo ga sesuai, yang lain boleh juga hih)
1 Yang sudah, ya sudah.	https://pin.it/8glnmNp5 (Tulisan aja)
2 #SaatnyaEvaluasi	https://pin.it/DOB6QXUW
3 Luangkan waktumu, kadang waktu suka beri kejutan.	ala- pi hubungan https://id.pinterest.com/pin/70437488571688/
4 Mencari pasangan sempurna, kamunya gimana?	https://pin.it/SaW51c7K Nanti di chat bubblynya pake POV orang lain yang kirim. Isi chatnya "mencari pasangan sempurna..."
5 Ga (gagal move on)	https://id.pinterest.com/pin/54324733248295146/
6 Lebih baik sendiri, dari pada terjebak dengan orang yang salah	https://pin.it/duosPrIMl Nanti di bagian kotaknya ada tulisan "cara pemakain: Lebih baik sendiri..."
7 Zaman sekarang masih jadi pilihan kedua? Rugi dong	https://pin.it/XTDQ0z (burnier controller, ada tulisan "rugi dong") tapi di atas burnier/gastrolernya ada kotak gitu buat nara pertanyaan "Zaman sekatany masih jadi pilihan ke-2?"
8 Catatan kecil: jangan gengsi	https://pin.it/UPWb5St Gambar hatinya jadi tulisan

Gambar 3. 17 *Task Brief* Stiker Gamon (Gagal Move-on)

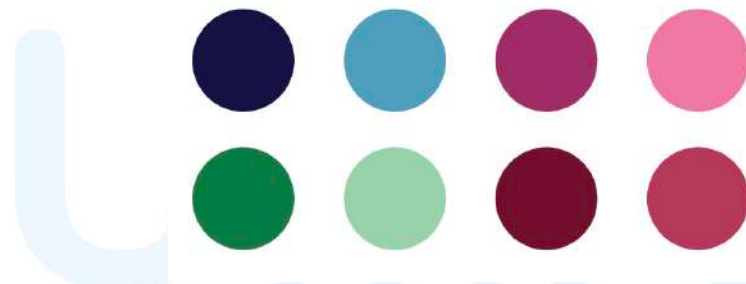
Sesudah mendapatkan *brief* tersebut, penulis memulai mencari refrensi bentuk-bentuk yang di ingin kan oleh tim produk, setelah mendapatkan beberapa refrensi penulis menggabungkan

semua gambar menjadi dalam satu *moodboard*, berikut *moodboard* dari beberapa gambar refrensi tersebut.



Gambar 3. 18 *Moodboard* Stiker Gamon

Setelah mengumpulkan semua refrensi gambar stiker yang di inginkan penulis juga membuat color palette yang cocok untuk stiker gamon ini. Penulis menggunakan warna-warna dari edisi kartu tentangKita yaitu edisi pasangan, keluarga, teman tapi mesra dan pengalaman.



Gambar 3. 19 *Color Palette* Stiker Gamon

Setelah memiliki *moodboard* dan *color palette* memulai membuat sketsa stiker pertama, setelah sketsa stiker sudah selesai, penulis mulai melakukan asistensi secara langsung dengan tim produk terkait stiker gamon tersebut. Berikut merupakan sketsa dan digitalisasi stiker gamon.



Gambar 3. 20 Sketsa dan Digitalisasi Stiker Gamon

Tim produk mendapati bahwa stiker tersebut masih kurang dengan *style* tentangKita, pewarnaan stiker tersebut masih kurang, dan tim produk mencoba mendiskusikan kembali untuk menggantikan beberapa bentuk sticker. Setelah tim produk mendiskusikan, ada beberapa stiker yang akan diganti bentuknya dan *copy writing*nya. Berikut ini merupakan hasil revisi kedua pada stiker gamon.



Gambar 3. 21 Hasil Stiker Gamon 2

Setelah penulis melakukan asistensi kembali, tim produk memberikan beberapa masukan lagi pada bagian stiker jam yang wordingan nya terlalu kecil dan bagian *periodic table* menggunakan

font asli dari table tersebut gunakan. Berikut ini merupakan hasil final dari stiker gamon.



Gambar 3. 22 *Final Stiker Gamon (Gagal Move-on)*

Dalam proses pembuatan stiker gamon (gagal move-on), kreativitas dan keterampilan teknis sangatlah penting. Mulai dari perancangan konsep dan sketsa awal hingga tahap digitalisasi dan distribusi, setiap langkah harus dikerjakan dengan teliti untuk memastikan stiker tersebut memiliki daya tarik, relevansi, dan efektivitas dalam menyampaikan perasaan gamon. Dengan pelaksanaan proses yang cermat dan terencana, stiker gamon dapat menjadi alat ekspresi yang diminati oleh berbagai pengguna di berbagai platform media sosial.

3.3.1.4 Label Hampers Ramadan

Penulis diberikan tugas untuk menciptakan label untuk box Ramadan *Kareem* tentangKita. Terdapat dua jenis label yang harus dibuat: label kecil dengan desain tulisan "Eid Mubarak" dan logo B2B (*Business to Business*), serta label yang sedikit lebih besar yang berfungsi sebagai gift card. Berikut ini merupakan brief yang diberikan tim produk untuk pembuatan label hampers ramadan.



Gambar 3. 23 Task Brief Ramadan Hampers

Penulis diuji untuk menciptakan desain label yang menarik dan sesuai dengan tema Ramadan, sehingga dapat memikat perhatian konsumen dan meningkatkan keinginan untuk membeli produk tersebut. Karena keterbatasan waktu yang sangat sedikit penulis langsung membuat *moodboard* dan juga *color palette* yang akan dijadikan acuan pembuatan label ramadan ini. Label ini akan dibuat menggunakan *adobe illustrator*, berikut ini merupakan *mood board* dan juga *color palette* yang akan digunakan.



Gambar 3. 24 Moodboard Label Ramadan

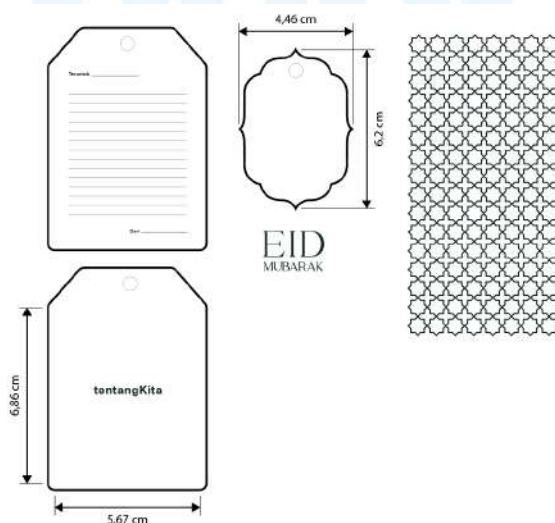
Moodboard ini menyediakan berbagai inspirasi desain label Ramadan yang mencakup berbagai gaya dan estetika, mulai dari yang klasik dan elegan hingga yang modern dan *playful*. Setiap

desain memiliki karakteristik unik yang dapat disesuaikan dengan tema hadiah yang berbeda, memastikan adanya pilihan yang tepat untuk setiap suasana dan penerima hadiah. Moodboard ini juga membantu mengidentifikasi elemen visual yang dapat digunakan untuk menciptakan label-label yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga penuh makna dan relevan dengan perayaan Ramadan.



Gambar 3. 25 *Color Palette* Label Ramadan

Setelah membuat *moodboard* dan *color palette*, penulis mulai membuat sketsa atau gambar layout untuk label ramadan. Berikut merupakan sketsa atau *layout* dari label ramadan.



Gambar 3. 26 Sketsa atau *Layout* Label Ramadan

Dari sketsa atau *layout* tersebut, penulis selanjutnya membuat digitalisasinya. Proses digitalisasi ini melibatkan penggunaan perangkat lunak desain grafis yaitu *adobe illustrator* untuk mengubah sketsa menjadi format digital. Hasil akhirnya adalah versi digital yang siap digunakan dan disempurnakan sesuai kebutuhan.



Gambar 3. 27 Hasil Label Ramadan 1

Setelah melakukan asistensi secara langsung dengan tim produk, tim produk memberikan kesan baik atas visual label tersebut namun hanya saja memberikan revisi pada bagian logo. Tim produk ingin menggantikan logo tentangKita x ACRONYM menjadi logo brand ACRONYM dan logo BCA saja. Berikut merupakan hasil dan chat asistensi hasil label ramadan tersebut.



Gambar 3. 28 *Final 1* Label Ramadan

Namun setelah berdiskusi lama tim produk memberikan kembali revisi untuk memperbaiki warna dari label tersebut, berikut merupakan hasil final dari label ramadan.



Gambar 3. 29 *Final* Setelah Revisi

Melalui label ini, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan tentang Kita dan memperkuat citra merek tentang Kita sebagai pelopor dalam menyajikan produk yang berarti dan berkualitas tinggi, baik dalam perayaan Ramadan maupun di berbagai kesempatan lainnya.



Gambar 3. 30 Hasil Akhir Setelah di *Print*

3.3.1.5 Foto dan Katalog Eid Mubarak Ramadan

Penulis diberikan tugas secara langsung untuk memfoto *box* Ramadan *Kareem* tentangKita dan *Bloom Box* Ramadan tentangKita yang telah dipasangi label yang sebelumnya telah didesain oleh penulis. Berikut ini merupakan *moodboard* foto yang digunakan penulis sebagai acuan foto Ramadan *Kareem* tentangKita dan *Bloom* Box Ramadan.



Gambar 3. 31 *Moodboard* Pemotretan Box Kareem Ramadan

Setelah proses pembuatan *moodboard* selesai penulis langsung mengeksekusi pemotretan dengan bantuan model oleh Jessica Seravin selaku *content marketing* dan Melisa sebagai *personal*

assistant. Berikut merupakan hasil foto ramadan *karrem* dan *bloom box* ramadan.



Gambar 3. 32 Hasil Foto Box Kareem Ramadan

Setelah proses pemotretan selesai, penulis kemudian membuat katalog untuk *box* Ramadan *Kareem* tentangKita dan *Bloom Box* Ramadan tentangKita tersebut. Katalog ini memiliki ukuran A5 dan berisi informasi lengkap tentang produk, termasuk deskripsi singkat, gambar produk yang menarik, dan harga-harga untuk setiap jenis *box*. Selain itu, katalog juga mencakup informasi tentang pembelian dalam jumlah besar dengan daftar harga khusus untuk pesanan dalam jumlah besar (*Bulk Order Pricelist*). Berikut merupakan proses pembuatan dari katalog Ramadan *Kareem* tentangKita dan *Bloom Box* Ramadan tentangKita yang menggunakan aplikasi *canva*. Aplikasi *canva* digunakan agar tim produk dapat mengontrol penulisan jika mendadak ingin mengganti beberapa

wordingan. Berikut ini merupakan hasil final dari katalog Kareem Hampers.



Gambar 3. 33 Final Katalog Box Kareem Ramadan

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program magang ini, penulis mengalami beberapa tantangan yang mempengaruhi jalannya kegiatan. Berikut adalah beberapa masalah yang dihadapi oleh penulis selama masa magang:

- Penulis mengalami tantangan teknis dalam melakukan tugas-tugas tertentu, seperti kesulitan dalam menggunakan perangkat lunak atau alat yang diperlukan untuk pekerjaan tertentu. Hal ini memerlukan waktu tambahan untuk mempelajari dan mengatasi hambatan teknis tersebut.
- Kadang-kadang, terjadi ketidaksesuaian atau tidak jelas dalam komunikasi antara penulis dengan rekan kerja atau supervisor. Hal ini

dapat menyebabkan kesalahpahaman atau penundaan dalam penyelesaian proyek.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi, berikut adalah beberapa solusi yang dapat diterapkan:

- a. Penting untuk melakukan perencanaan yang matang dan alokasi sumber daya yang efisien. Dengan menetapkan prioritas yang jelas dan mengatur jadwal dengan baik, penulis dapat memaksimalkan penggunaan waktu dan tenaga yang dimiliki.
- b. Penulis perlu memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami oleh pihak yang terlibat. Selain itu, secara teratur mengadakan pertemuan atau *update* proyek dapat membantu mengurangi risiko terjadinya kesalahpahaman.

Dengan menerapkan solusi-solusi tersebut, diharapkan penulis dapat mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dan tetap dapat menyelesaikan tugas-tugas magang dengan baik.

