

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalankan program kerja magang di perusahaan Beliv, penulis diberikan kedudukan dan arahan untuk mengikuti alur koordinasi yang sesuai dengan sistem kerja di perusahaan Beliv. Berikut ini penjabaran mengenai kedudukan dan koordinasi yang penulis lalui.

##### 3.1.1 Kedudukan

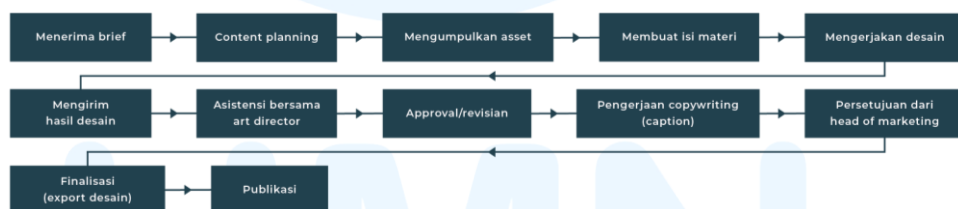
Di perusahaan ini penulis diposisikan sebagai *social media designer* dari divisi *marketing*. Kedudukan ini menghubungkan penulis dengan seorang kepala yang dipimpin oleh Olivia Fransiska selaku *principal* Beliv yang juga menjabat sebagai *head* dari divisi *marketing*. Dalam hal ini, penulis menerima tanggung jawab untuk mengerjakan keperluan yang dibutuhkan perusahaan seperti menyiapkan desain untuk keperluan konten media sosial, pembuatan media yang mendukung berlangsungnya proses pembangunan proyek yang sedang direnovasi dan dibangun, serta turun tangan dalam mengumpulkan aset foto dan video yang dibutuhkan untuk kegiatan promosi.

Penulis umumnya diangkat sebagai *social media designer* di divisi *marketing*, namun di lapangan penulis memegang peran utama sebagai *social media specialist* dalam menangani media sosial Beliv terutama di Instagram dan Tiktok. Penulis dipercaya untuk merancang konten kreatif dan diberi kebebasan dalam menentukan ide konten yang akan dirancang untuk kebutuhan postingan di media sosial. Penulis juga bertanggung jawab atas pengerjaan *copywriting* dan jadwal konten tersebut diposting ke media sosial. Di samping itu, penulis membantu dalam menganalisis kenaikan

*engagement audience* dengan membuat *monthly report* serta strategi yang ingin dicapai terhadap pertumbuhan media sosial Beliv setiap bulannya.

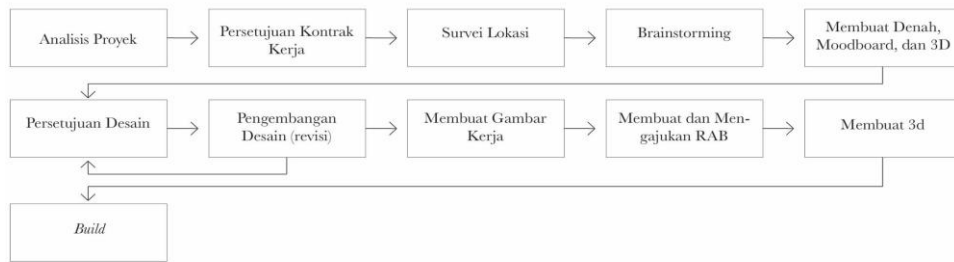
### 3.1.2 Koordinasi

Dalam mengerjakan tugas proyek yang diberikan, penulis diawasi dan dibimbing langsung oleh Iwang Yudita yang berperan sebagai *supervisor* lapangan yang juga merangkap sebagai bagian dari tim desainer Beliv. Pengerjaan proyek ini tidak hanya melalui perputaran serah terima hasil revisi bersama pembimbing lapangan yang juga merangkap sebagai *art director* tetapi juga melibatkan koordinasi dengan *head of marketing* menyangkut permintaan pengerjaan *brief* untuk kebutuhan proyek dan aktivitas promosi di media sosial. Secara singkat, proses asistensi dari perancangan desain yang dibuat penulis akan banyak berkoordinasi dengan kedua belah pihak tersebut dalam menyelesaikan proyek-proyek yang ditugaskan. Berikut alur koordinasi yang dilalui penulis dalam perannya sebagai *social media specialist*.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Segala bentuk perizinan mulai dari pengajuan pembuatan *content plan* per bulan hingga pengunggahan konten visual yang dikerjakan penulis perlu melalui persetujuan kembali bersama koordinator sebelum akhirnya dibagikan ke media sosial untuk kebutuhan postingan konten. Perusahaan Beliv sendiri memiliki alur sistem kerja yang dijalankan oleh setiap tim divisinya dalam menyelesaikan proyek klien Beliv. Tahapan ini melibatkan langkah pengerjaan yang dilalui tim Beliv sebagai perusahaan jasa yang bergerak di bidang interior konstruksi. Berikut ini gambaran alur sistem kerjanya.



Gambar 3.2 Alur Sistem Kerja Perusahaan Beliv  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dapat dilihat bahwa pengerjaan ini melalui beberapa tahapan desain mulai dari survei lokasi, wawancara, observasi, mengembangkan konsep desain melalui *moodboard* dan *brainstorming*, hingga evaluasi desain untuk memperoleh *feedback* dari klien. Setelah hasil desain disetujui, tim membuat gambar kerja dan rencana anggaran biaya yang dibutuhkan untuk tahap pembangunan. Kelancaran dari pembangunan proyek ini diawasi langsung oleh *principal* yang dibantu *project manager* untuk memantau pekerjaan desainer dan tukang agar berjalan sesuai dengan rencana. Penerapan sistem kerja ini diberlakukan pada setiap proyek yang dikerjakan tim Beliv.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (29 Januari – 2 Februari 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv Sate Dombud	a) membuat <i>content plan</i> b) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> , <i>stories</i> , dan <i>reels</i> Instagram Beliv c) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> Instagram House of Beliv d) melakukan <i>site visiting</i> dan dokumentasi proyek klien e) membuat postingan konten di Instagram Beliv f) mempersiapkan postingan konten di House of Beliv g) membuat desain stiker untuk kebutuhan proyek klien Beliv.
2	Minggu 2 (5 – 9 Februari)	Instagram Beliv Instagram House of	a) melakukan pengeditan video konten Instagram Beliv dan

	2024)	Beliv	<p>House of Beliv</p> <p>b) melakukan riset informasi dan literasi seputar interior desain</p> <p>c) merapikan tampilan akun Instagram House of Beliv</p> <p>d) mengerjakan konten <i>feeds</i> dan <i>stories</i> Instagram Beliv dan House of Beliv</p> <p>e) mengerjakan desain berupa ucapan CNY untuk konten <i>story</i> Instagram Beliv.</p>
3	Minggu 3 (12 – 16 Februari 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv Hava	<p>a) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> dan <i>stories</i> Instagram Beliv</p> <p>b) melakukan pengeditan video <i>reels</i> konten Beliv</p> <p>c) membuat <i>caption</i> dan postingan konten di Instagram Beliv dan House of Beliv</p> <p>d) melakukan riset untuk ide konten Beliv dan House of Beliv</p> <p>e) melakukan <i>site visiting</i> dan dokumentasi proyek klien</p> <p>f) membuat postingan konten di Instagram Beliv dan House of Beliv</p> <p>g) membuat desain spanduk untuk kebutuhan proyek klien Beliv.</p>
4	Minggu 4 (19 – 23 Februari 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv	<p>a) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> dan <i>stories</i> Instagram Beliv dan House of Beliv</p> <p>b) melakukan <i>site visiting</i> dan dokumentasi proyek klien</p> <p>c) mengerjakan desain <i>plank</i> nama toko dan spanduk untuk klien</p> <p>d) membuat <i>caption</i> dan postingan konten di Instagram Beliv dan House of Beliv</p> <p>e) melakukan pengeditan video <i>reels</i> konten Beliv</p> <p>f) melakukan riset untuk ide konten selanjutnya.</p>

5	Minggu 5 (26 Februari – 1 Maret 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv Gabigu Ramen-i	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> dan <i>stories</i> Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>b) membuat <i>caption</i> dan postingan konten di Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>c) mengerjakan desain stiker untuk kebutuhan proyek klien Beliv</li> <li>d) melakukan riset ide dan isi materi konten selanjutnya</li> <li>e) melakukan <i>site visiting</i> dan dokumentasi proyek klien</li> <li>f) mengerjakan desain tirai jepang untuk kebutuhan proyek klien Beliv</li> <li>g) membuat <i>monthly report</i> untuk akun Instagram Beliv (Februari).</li> </ul>
6	Minggu 6 (4 – 8 Maret 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> dan <i>stories</i> Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>b) membuat <i>caption</i> dan postingan konten di Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>c) melakukan pengeditan video <i>reels</i> konten House of Beliv</li> <li>d) melakukan <i>site visiting</i> dan dokumentasi proyek klien</li> <li>e) membuat video dan melakukan pengeditan untuk keperluan <i>reels</i> Beliv.</li> </ul>
7	Minggu 7 (11 – 15 Maret 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) mengerjakan desain konten <i>stories</i> Instagram Beliv</li> <li>b) membuat <i>caption</i> dan postingan konten <i>feeds</i>, <i>stories</i>, dan <i>reels</i> di Instagram Beliv</li> <li>c) melakukan <i>site visiting</i> dan dokumentasi proyek klien</li> <li>d) menyicil pengerjaan konten video</li> <li>e) mengerjakan desain ucapan hari raya Nyepi dan ibadah puasa untuk konten <i>story</i> Instagram</li> </ul>

			Beliv.
8	Minggu 8 (18 – 22 Maret 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv Tiktok Beliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) mencari materi untuk ide konten media sosial Beliv</li> <li>b) membuat <i>caption</i> dan postingan konten di Instagram Beliv, Tiktok Beliv, dan Instagram House of Beliv</li> <li>c) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> Instagram House of Beliv</li> <li>d) melakukan pengeditan video untuk konten <i>story</i> Instagram Beliv</li> <li>e) menyiapkan desain untuk postingan konten <i>feeds</i> Instagram Beliv di hari <i>weekend</i>.</li> </ul>
9	Minggu 9 (25 – 29 Maret 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv Tiktok Beliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> dan <i>stories</i> di Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>b) membuat <i>caption</i> dan melakukan postingan konten di Instagram House of Beliv, Tiktok Beliv, dan Instagram Beliv</li> <li>c) menyiapkan materi untuk desain konten media sosial Beliv selanjutnya</li> <li>d) melakukan revisi desain konten <i>feed</i> Instagram Beliv</li> <li>e) mengerjakan desain ucapan Kamis Putih dan Minggu Paskah untuk konten <i>story</i> Instagram Beliv.</li> </ul>
10	Minggu 10 (1 – 5 April 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) membuat <i>monthly report</i> untuk akun Instagram Beliv (Maret)</li> <li>b) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> Instagram House of Beliv</li> <li>c) membuat <i>caption</i> dan melakukan postingan konten di Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>d) melakukan <i>site visiting</i> dan dokumentasi proyek klien</li> <li>e) membuat video dan melakukan</li> </ul>

			pengeditan video untuk persiapan stok konten selanjutnya.
11	Minggu 11 (8 – 12 April 2024)	Instagram Beliv	a) mengerjakan desain ucapan hari raya Idul Fitri untuk konten <i>story</i> Instagram Beliv.
12	Minggu 12 (15 – 19 April 2024)	Instagram Beliv Tiktok Beliv	a) mengerjakan desain konten <i>feeds</i> dan <i>reels</i> Instagram Beliv b) membuat <i>caption</i> dan melakukan postingan konten di Instagram Beliv dan Tiktok Beliv c) membuat video <i>recap</i> terkini dari proyek yang dikerjakan Beliv d) menyicil pengerjaan konten video <i>interview</i> untuk Tiktok Beliv.
13	Minggu 13 (22 – 26 April 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv	a) melakukan riset untuk ide konten selanjutnya b) mengerjakan desain konten Instagram Beliv dan House of Beliv c) merekam beberapa <i>scene</i> tambahan untuk aset video <i>interview</i> d) melakukan postingan konten di Instagram Beliv e) menerima <i>brief</i> pengerjaan <i>company profile</i> beserta desain <i>packaging</i> untuk Beliv.
14	Minggu 14 (29 April – 3 Mei 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv Tiktok Beliv	a) membuat <i>caption</i> dan melakukan postingan konten di Instagram Beliv, Instagram House of Beliv, dan Tiktok Beliv b) membuat <i>monthly report</i> untuk akun Instagram Beliv (April) c) menyicil pengerjaan <i>company profile</i> beserta desain <i>packaging</i> untuk Beliv.
15	Minggu 15 (6 – 10 Mei 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv	a) mengerjakan desain berupa ucapan hari Kenaikan Isa Almasih untuk konten <i>story</i> Instagram Beliv

		Gabigu	<ul style="list-style-type: none"> <li>b) membuat video dan melakukan pengeditan untuk persiapan stok konten selanjutnya</li> <li>c) membuat <i>caption</i> dan melakukan postingan konten di Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>d) menghadiri agenda <i>hunting</i> material rumah bersama klien untuk kebutuhan aset konten.</li> </ul>
16	Minggu 16 (13 – 17 Mei 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv Tiktok Beliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) mengerjakan desain konten Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>b) melakukan pengeditan video untuk konten Instagram House of Beliv</li> <li>c) membuat <i>caption</i> dan melakukan postingan konten di Instagram Beliv, House of Beliv, dan Tiktok Beliv.</li> </ul>
17	Minggu 17 (20 – 24 Mei 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) mengerjakan desain konten Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>b) melakukan <i>site visiting</i> dan dokumentasi proyek klien</li> <li>c) membuat <i>caption</i> dan melakukan postingan konten di Instagram Beliv dan House of Beliv</li> <li>d) melakukan pengeditan video untuk konten <i>reels</i> Instagram Beliv.</li> </ul>
18	Minggu 18 (27 – 29 Mei 2024)	Instagram Beliv Instagram House of Beliv Tiktok Beliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) membuat <i>monthly report</i> untuk akun Instagram Beliv (Mei)</li> <li>b) melakukan postingan konten di Instagram Beliv, House of Beliv, dan Tiktok Beliv.</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Bagian ini berupa penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses magang.

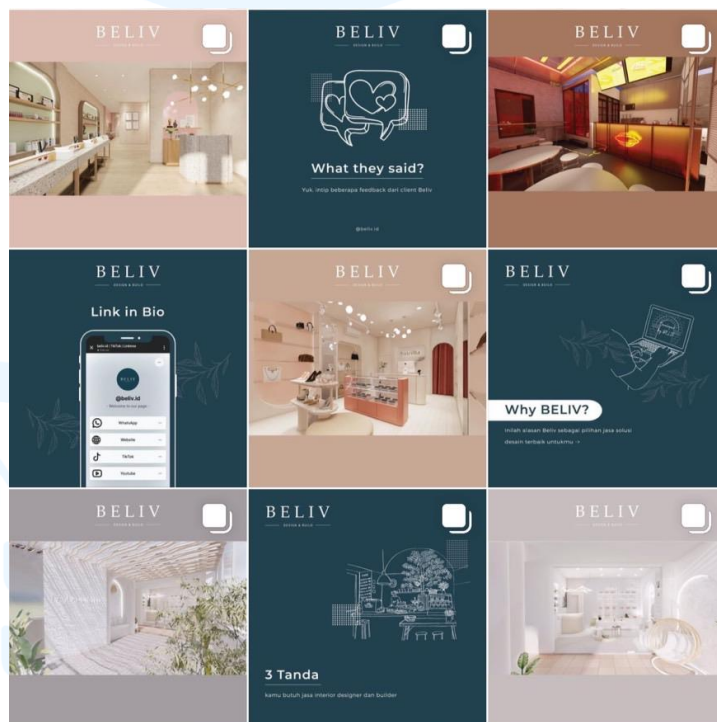


### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Penulis menerima cukup banyak proyek yang beragam mulai dari menangani proyek utama untuk kebutuhan media sosial perusahaan hingga sampingan berupa media luaran untuk kebutuhan milik proyek klien. Berikut ini pembahasan mengenai beberapa karya proyek yang penulis kerjakan sejauh ini selama magang di perusahaan Beliv.

#### 3.3.1.1 Instagram Beliv

Konten Beliv memiliki ciri khas yaitu penyajian kontennya yang dibuat dengan konsep *chessboard*. Konsep ini memiliki tampilan *feeds* bergaya selang seling untuk menciptakan keseimbangan tampilan visual secara keseluruhan. Penulis mempelajari pola tersebut dan ikut mengaplikasikan gaya desain yang sudah ada pada karya proyek yang akan penulis kerjakan. Tujuannya adalah untuk mempertahankan konsistensi dari pendekatan gaya visual yang sudah dibangun perusahaan.



Gambar 3.3 Referensi Desain *Feeds* Instagram Beliv  
Sumber: <https://www.instagram.com/beliv.id/>

Penulis kemudian membuat *content planning* terlebih dahulu sebagai gambaran besar mengenai rencana perancangan konten yang akan dibuat untuk satu bulan ke depan. Sembari mengerjakan *content planning*, riset dilakukan agar informasi konten yang dihasilkan memiliki relevansi dengan kebutuhan dan ketertarikan target market perusahaan Beliv.



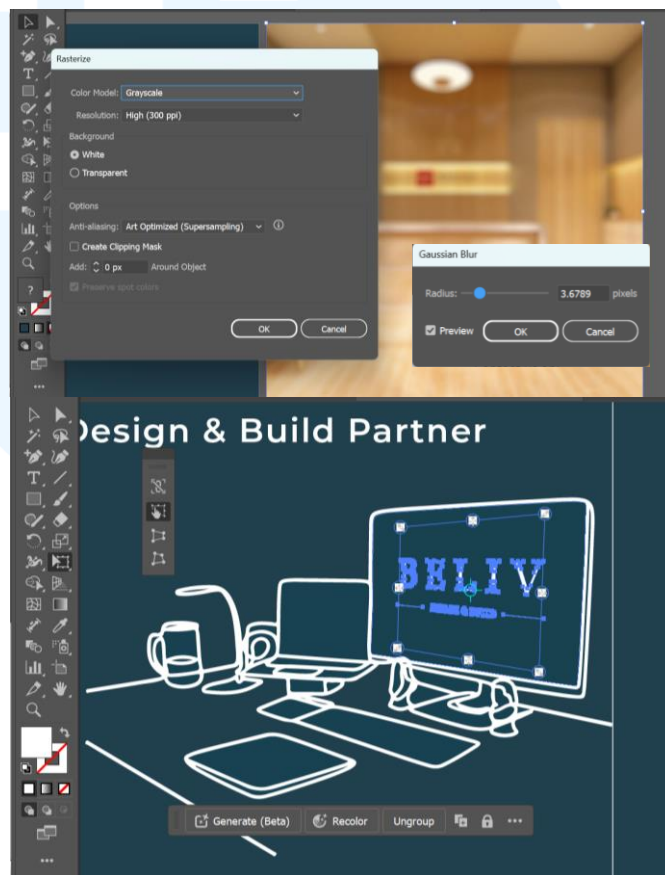
Gambar 3.4 *Content Planning* Instagram Beliv

Selanjutnya, penulis mempersiapkan isi materi dan mengumpulkan beberapa aset berupa *line art* dan supergrafik yang dimiliki Beliv untuk ditata sedemikian rupa hingga tercipta *layout* visual yang diinginkan. Beberapa aset ilustrasi yang diambil merupakan gambar bebas royalti yang dapat dipakai untuk penggunaan komersial.



Gambar 3.5 Aset & Materi Konten *Feed* Instagram Beliv

Penulis mempertahankan *visual treatment* pada desain kontennya sesuai dengan *brief* yang diberikan secara langsung oleh *art director* seperti penggunaan warna, jenis *font*, elemen desain, dan gaya *layout* yang sudah dimiliki sebelumnya. Hasil *content planning* ini selanjutnya direalisasikan ke dalam bentuk desain menggunakan *software* adobe Illustrator.



Gambar 3.6 Proses Digitalisasi Desain *Feed* Instagram Beliv

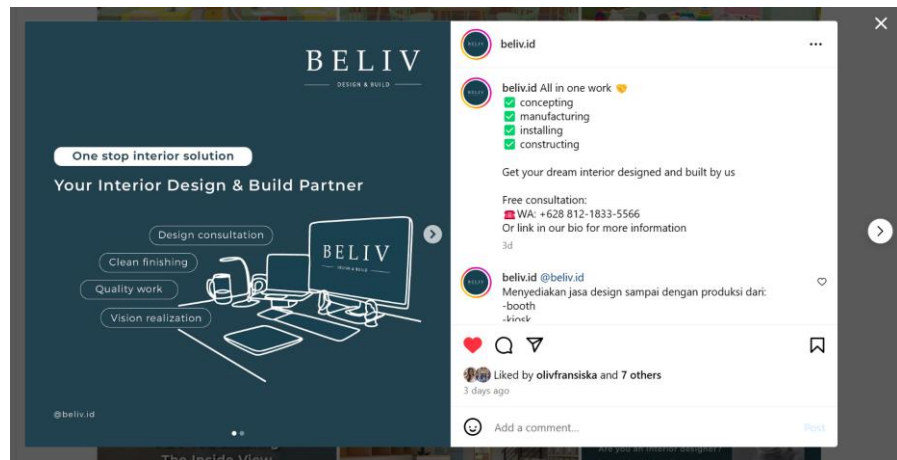
Berbagai macam teknik visualisasi digunakan untuk menghasilkan desain konten yang diinginkan. Salah satu desain yang penulis kerjakan ini menerapkan beberapa teknik desain seperti permainan *opacity*, *blur*, *perspective*, dan *filter* pada foto untuk memberikan keserasian warna dan konsep desain secara keseluruhan. Aset foto yang terpilih selanjutnya dirasterisasi menjadi warna hitam putih dan diberi efek *gaussian blur*. Sedangkan, penambahan logo pada aset

*line art* di atas akan dibuat perspektif mengikuti arah sudut pandang tampilan gambar dari layar komputer. Penulis juga menambahkan asset grafis yang cocok untuk melengkapi estetika visual konten. Desain ini dibuat dalam dua *artboard* yang berbeda dengan mempertimbangkan pembagian isi konten dan penggunaan aset serta komposisi desain yang sesuai untuk menciptakan keseimbangan visual secara keseluruhan.



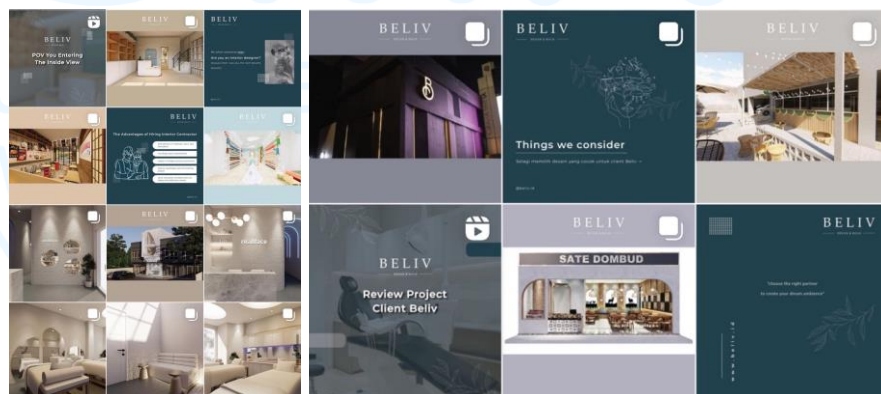
Gambar 3.7 Desain *Feed* Instagram Beliv

Adapun konsep visual yang ingin diperlihatkan adalah tampilan elegan dan profesional sehingga dari pemilihan warna, objek gambar, dan aset visual yang digunakan menjadi pertimbangan bagi penulis dalam mendesain. Isi informasi pada konten ini bersifat informatif yang ditampilkan secara *to the point*. Penyampaian isi konten dikemas dalam bentuk poin-poin yang ditutup dengan pendekatan *call to action*. Komponen desain ini terdiri dari bagian judul, sub judul, dan *body text*. Ukuran *font* setiap bagian berbeda-beda. Penulis menggunakan dua *font style* yaitu Montserrat semibold dan light yang mendiferensiasikan ketebalan *font*. Penataan *layout* memperhatikan batas *margin* dan dibuat *align* rata kiri, kanan, maupun tengah agar tersusun secara rapi. Setelah asistensi terdapat revisi kecil seperti perubahan judul dan cara penulisan informasi kontak WA.



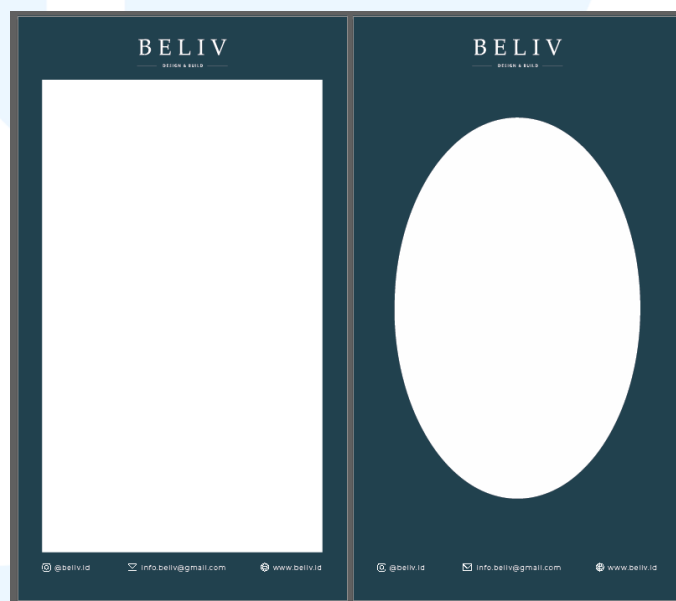
Gambar 3.8 Postingan Konten *Feed* Instagram Beliv

Setiap konten *feeds* yang dikerjakan telah melalui proses asistensi dan pengerjaan konten yang sudah diterima, penulis posting beserta dengan penggunaan *caption* yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Fungsi penambahan *caption* ditujukan untuk membantu memperjelas pesan dari isi konten yang ingin disampaikan. Penulis juga menyisipkan penggunaan *hashtag* sekaligus sebagai strategi untuk meningkatkan potensi jangkauan target market. Konten *feeds* yang sudah diposting penulis bagikan kembali pada *story* Instagram Beliv untuk menarik perhatian *followers* agar melirik postingan konten terbaru dari Beliv. Interaktivitas akun akan dianalisis kembali untuk mengukur efektivitas pertumbuhan dan perkembangan akun. Berikut tampilan beberapa *feeds* yang penulis kerjakan dan sudah dipublikasikan pada Instagram Beliv.



Gambar 3.9 *Feeds* Instagram Beliv

Beberapa konten *stories* lainnya penulis kreasikan dengan permainan *layout* desain dan memanfaatkan fitur yang dimiliki Instagram sehingga terlihat lebih interaktif contohnya seperti penambahan stiker tanggapan dan avatar dalam mendukung isi konten dari *story* Instagram Beliv. Dalam mendesain tampilan visual konten ini, penulis mempertimbangkan penggunaan *font* yang tersedia dan prinsip desain agar tercipta *hierarki visual* dan keseimbangan pada *layout* desain secara keseluruhan. Penulis banyak mengambil kondisi *real time* agar audiens selalu *update* dengan aktivitas yang dikerjakan dan direncanakan oleh tim Beliv. Di samping itu, penulis juga membuat aset berupa bingkai yang dapat digunakan untuk melengkapi kebutuhan postingan konten *story* Instagram Beliv.



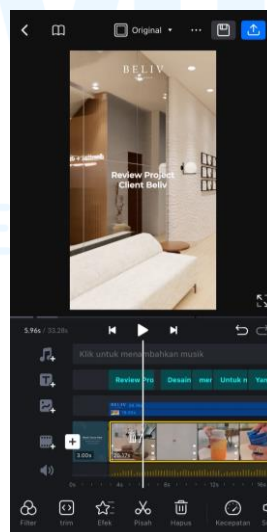
Gambar 3.10 Proses Digitalisasi Desain *Stories* Instagram Beliv

Hasil postingan konten ini tidak lupa menyertakan *caption* dan fitur seperti GIF dan stiker untuk melengkapi hasil desain konten *stories*. Sebagian konten *stories* yang dibuat merupakan hasil pengambilan aset foto dan video yang penulis dokumentasikan secara langsung di lapangan. Berikut penerapan *template* desain pada konten *stories* Instagram Beliv.



Gambar 3.11 *Stories* Instagram Beliv

Namun, ada juga konten yang penulis dapatkan dari tim divisi lain seperti foto hasil proyek yang diambil di lokasi proyek klien. Sesekali juga penulis diminta melakukan *site visiting* dalam mengambil dokumentasi untuk keperluan konten yang direncanakan sekaligus memahami alur dari progres proyek yang sedang dijalankan. Kumpulan aset ini juga penulis gunakan untuk keperluan perancangan desain lainnya. Selain *feeds* dan *stories*, penulis juga merancang konten *reels* berupa video yang diedit menggunakan aplikasi video editor.



Gambar 3.12 Proses Edit Video *Reels* Instagram Beliv

Perancangan desain pada *thumbnail video reels* dibuat sebagai *cover* depan dari video. Desain ini melibatkan pengeditan seperti permainan *opacity* dari foto *background*, efek *blur*, dan *shadow* untuk meningkatkan kontras pada *headline* video. Penulis juga menambahkan aset desain dan membuat replika desain yang memiliki *look* dan *feel* yang selaras. Konten video ini tersusun dari komponen desain seperti logo, judul, supergrafik, dan tambahan aset visual lainnya untuk mendukung gaya visual desain milik Beliv.



Gambar 3.13 *Cover Reels* Instagram Beliv

Kedua video ini disertai dengan penambahan lagu yang menarik dan gerakan *motion* sesuai dengan *beat* lagu tersebut. Terakhir, video *reels* ditutup dengan logo perusahaan dan beberapa *tagline* berupa ajakan untuk mempromosikan kembali penawaran jasa yang disediakan oleh Beliv bagi pelanggan potensial.

### 3.3.1.2 Instagram House of Beliv

Proyek kedua yang penulis pegang adalah perancangan desain konten visual pada akun Instagram House of Beliv milik perusahaan Beliv. Akun ini berfokus pada aktivitas yang mempromosikan hasil proyek residensial yang dikerjakan oleh tim arsitek Beliv. Pertama-tama penulis menganalisis terlebih dahulu mengenai gaya desain



yang ingin dibuat dengan mengikuti arahan *creative brief* yang diberikan. Penulis sebagai desainer diminta untuk menerapkan tipe *layout* yang sama seperti pada akun Instagram House of Beliv dengan penggunaan warna yang lebih netral yaitu dengan memadukan warna putih dan abu beserta turunan warna sejenis lainnya. Kemudian, penulis melakukan riset dengan menggarap informasi seputar interior di rumah untuk direncanakan dalam perencanaan konten untuk keperluan Instagram House of Beliv. *Content plan* yang dibuat selanjutnya diserahkan kepada *supervisor* untuk *approval*.

Feed: [part 2] interior design styles	Feed: foto result project	Feed: [part 1] interior design styles	Feed: foto result project	Feed: best pairing color combination	Feed: foto result project
Feed: foto result project	Reels: perfect ratio rule for your space	Feed: foto result project	Reels: create your modern and timeless look	Feed: foto project result	Feed: "every spaces require details"
Feed: kids bedroom inspo for two	Feed: foto result project	Reels: interior building site visiting	Feed: foto project result	Reels: natural-industrial home design ideas	Feed: foto project result

Gambar 3.14 *Content Planning* Instagram House of Beliv

Setelah melalui persetujuan, penulis lanjut mengerjakan proses desainnya dengan mempertahankan beberapa penggunaan elemen desain yang sama seperti supergrafik yang digunakan pada desain konten Beliv. Penulis juga menambahkan aset visual lainnya yang dapat mendukung isi pesan dari konten visual yang dibuat dengan tetap memperhatikan gaya visualnya yang melekat dengan penggunaan *line art* sebagai objek visual konten tersebut. Kesan visual yang ingin diperlihatkan tidak jauh dari konsep desain yang simpel dan elegan. Berbagai macam susunan komposisi *layout* penulis lakukan untuk menciptakan tampilan desain yang proporsional secara visual. Penulis menggunakan beberapa referensi

sebagai patokan dalam merancang konten visual Instagram House of Beliv. Berikut ini salah satu pilihan referensi yang penulis gunakan.

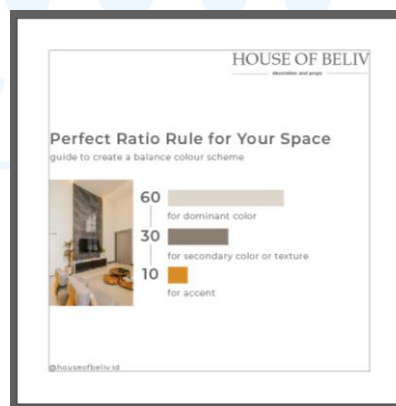


Gambar 3.15 Referensi Konten *Feed* Instagram House of Beliv

Sumber:

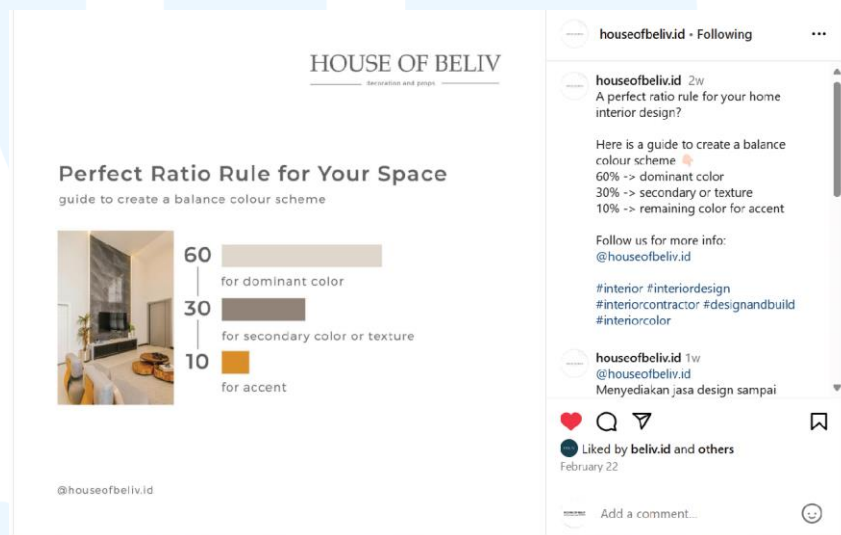
<https://i.pinimg.com/564x/5a/37/8c/5a378c558dc92946d41b3be25b867609.jpg>,  
(2022)

Desain ini menyajikan konten informatif yang berisikan mengenai panduan untuk menciptakan keseimbangan penggunaan warna di dalam rumah. Isi konten ini menginterpretasikan penjelasan aturan 60-30-10 dengan penggambaran rasio dari porsi warna yang digunakan pada interior ruangan tersebut. Ketiga warna yang dipakai memiliki porsinya masing-masing dan bersifat saling melengkapi. Penulis mengimplementasikannya dengan penggambaran statis dan merancang kembali menjadi sebuah desain baru menyesuaikan gaya visual konten House of Beliv.



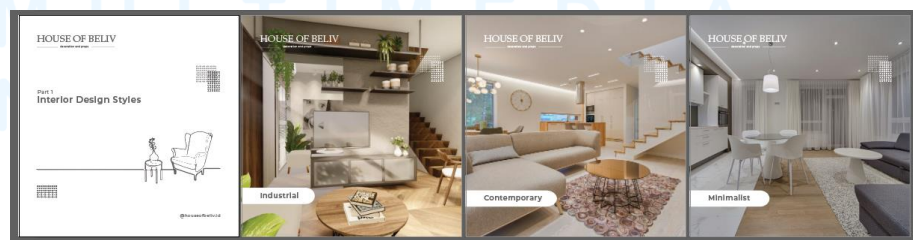
Gambar 3.16 Proses Digitalisasi Desain *Feed* Instagram House of Beliv

Hasil desain ini tersusun dari beberapa komponen diantaranya seperti judul, sub judul, keterangan teks, angka numerik, foto, dan elemen pendukung lainnya. *Font* yang digunakan memiliki jenis dan ukuran yang bervariasi menyesuaikan kebutuhan dari penekanan visual yang ingin diperlihatkan. Tujuan penggambaran ini untuk membantu audiens dalam memahami isi konteks tersebut dengan mudah. Penulis juga ditugaskan untuk mengelola bagian postingan konten pada Instagram House of Beliv serta mencantumkan *caption* dan *hashtag* untuk melengkapi postingan tersebut.



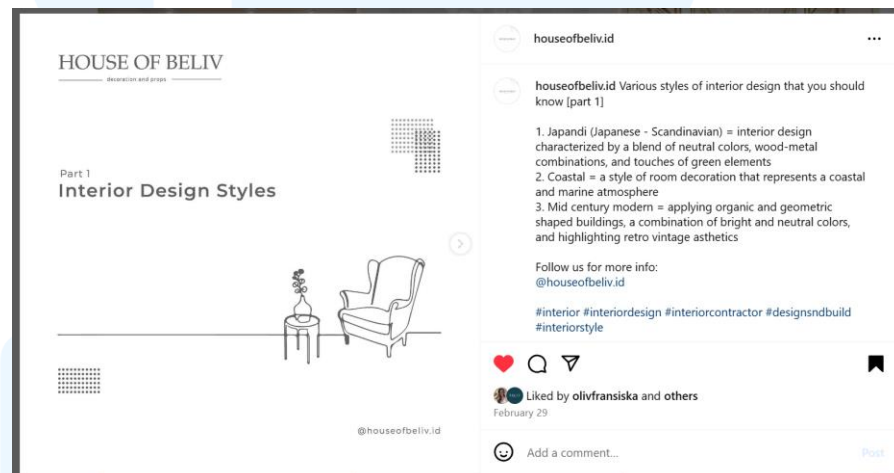
Gambar 3.17 Postingan Konten *Feed* Instagram House of Beliv *Single Page*

Selain dalam bentuk *single page*, penulis juga mengerjakan jenis konten *multi pages* untuk mendukung desain dengan isi materi yang lebih kompleks. Berikut proses perancangan desain pada salah satu konten *multi pages* yang penulis kerjakan untuk Instagram House of Beliv.



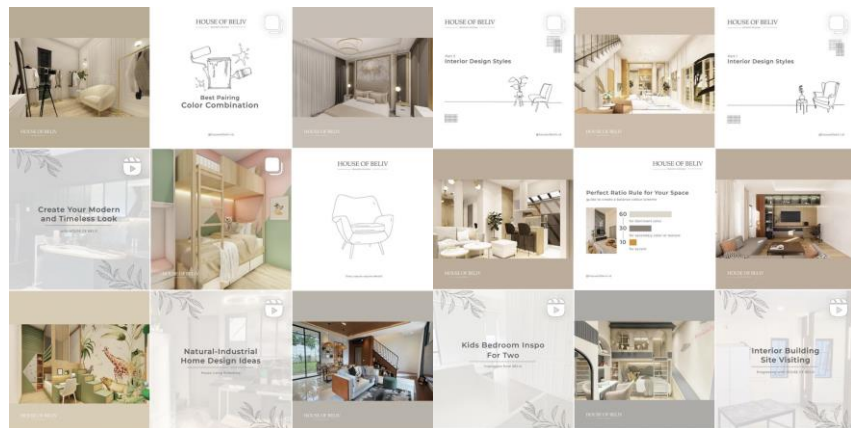
Gambar 3.18 Proses Desain *Feed* Instagram House of Beliv *Multi Pages*

Desain pada gambar di atas menghasilkan postingan *carousel* yang memuat satu postingan ke dalam beberapa *slide*. Proses desain yang dikerjakan ini melalui beberapa tahapan mulai dari riset lebih lanjut mengenai isi konten yang ingin diwujudkan ke dalam bentuk visualisasi. Proses digitalisasinya menerapkan beberapa teknik desain dan *layout* yang berbeda. Desain *multi pages* ini menampilkan *layout* dengan keseimbangan asimetris dengan peletakan elemen yang dibuat *align left* dan *right*. Desain *carousel* ini dibuat simpel dengan tampilan *full photo*, penambahan elemen supergrafik pada sisi kanan atas, dan penambahan keterangan dari penyebutan jenis-jenis interior desain yang penjelasan informasinya diulik selengkapnya pada bagian *caption*.



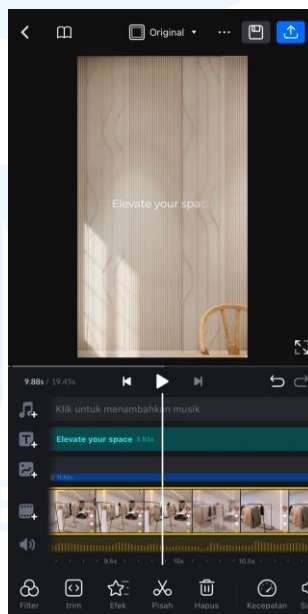
Gambar 3.19 Postingan Konten *Feed* Instagram House of Beliv *Multi Pages*

Berikut ini tampilan *feeds* dari Instagram House of Beliv yang penulis kerjakan. Penambahan *hashtag* juga tidak lupa disertakan pada bagian deskripsi *caption*. Penulis diberi kebebasan dalam mendesain dengan catatan melewati proses asistensi terlebih dahulu baik via *chat* maupun secara langsung. Selanjutnya, hasil karya memasuki tahap publikasi dan dibagikan kembali pada Instagram *story* untuk mengarahkan audiens pada postingan terbaru House of Beliv.



Gambar 3.20 Feeds Instagram House of Beliv

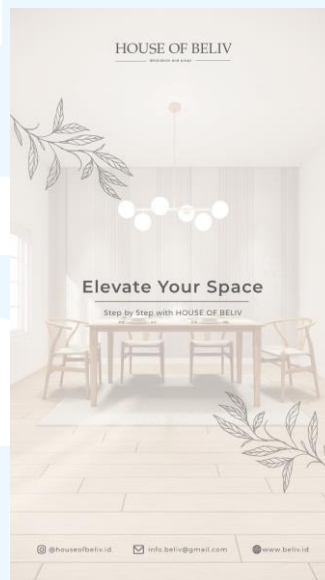
Konten ini juga menampilkan beberapa jenis konten lainnya seperti dalam bentuk *reels*. Proses editing ini dilakukan pada aplikasi editor yang sama dengan penambahan *backsound* yang cocok untuk menciptakan presentasi video yang menarik. Hasil video yang dikerjakan menyisipkan beberapa transisi dan teks yang mendukung penjelasan dari isi konten tersebut.



Gambar 3.21 Proses Edit Video *Reels* Instagram House of Beliv

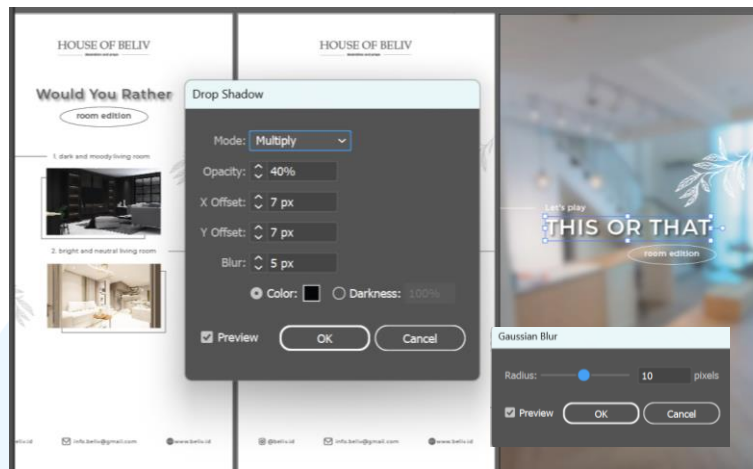
Penulis juga membuat tampilan desain *cover* untuk *thumbnail* pada *reels* Instagram House of Beliv. Pendekatan gaya visual yang dibuat memiliki kesamaan dengan desain pada konten *reels* di Instagram

Beliv yang identik dengan permainan *opacity* pada *background* foto yang digunakan, elemen desain dari supergrafiknya, dan teks untuk *thumbnail* video. Latar belakang desain ini mengambil potongan klip dari video yang kemudian penulis timpa dengan warna putih ber*opacity* rendah sehingga tercipta tampilan visual semi transparan. Penambahan judul dan sub judul juga ditambahkan untuk memberi keterangan mengenai poin dari isi konten tersebut. Di samping itu, penulis juga menambahkan elemen hias beserta identitas visual lainnya untuk menciptakan konsistensi pada tampilan visual pada setiap desainnya.



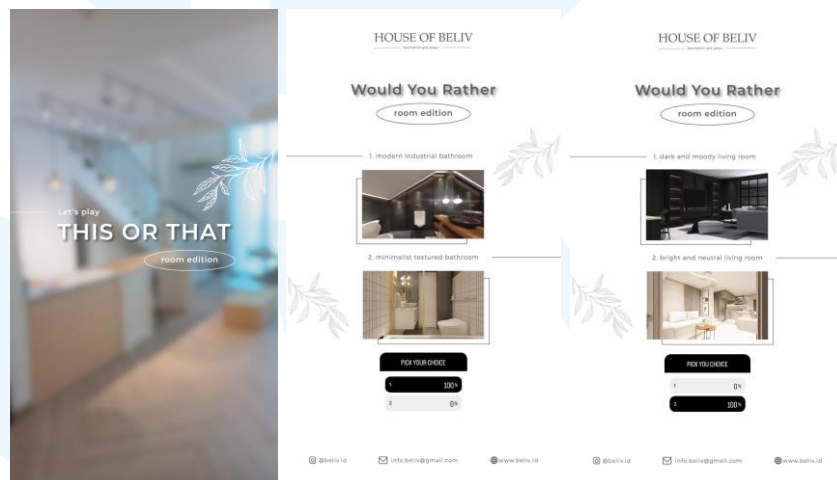
Gambar 3.22 Cover Reels Instagram House of Beliv

Selain itu, penulis merancang beberapa konten *stories* lainnya. Pengerjaan desain konten ini juga disajikan dengan pendekatan yang interaktif dengan memanfaatkan penggunaan fitur yang tersedia di Instagram *story*. Jenis konten ini bersifat ringan dan cocok untuk postingan konten di hari *weekend*. Salah satunya adalah membuat konten “*this or that*”. Tipe konten ini melibatkan *feedback* audiens dalam memilih pilihannya terkait topik yang disinggung. Berikut ini proses desain yang penulis kerjakan..



Gambar 3.23 Proses Digitalisasi Desain Konten Instagram House of Beliv

Proses digitalisasi desain konten ini melibatkan teknik visualisasi berupa efek *gaussian blur* pada *background* foto dan drop shadow untuk memberi kontras dan meningkatkan keterbacaan pada bagian *headline* tulisan.



Gambar 3.24 Stories Instagram House of Beliv

Konten ini terdiri dari beberapa halaman termasuk bagian halaman sampul dan isi yang menampilkan pilihan tersebut. Jenis konten ini melibatkan interaksi dengan audiens yang ada di Instagram House of Beliv dengan sistem *vote* berupa opsi pilihan yang dibuat berdasarkan *interest* audiens. Konten *stories* ini berisikan pilihan *this or that* yang dibagi-bagi sesuai dengan kategori dari setiap jenis

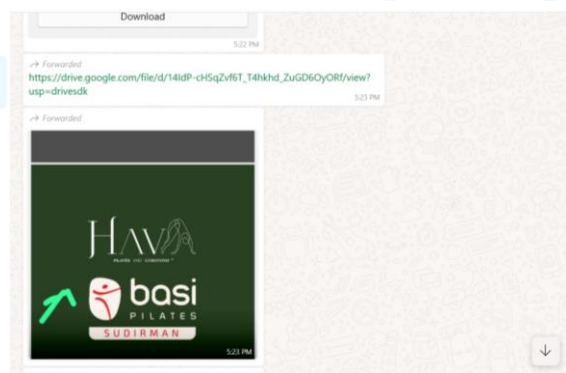
ruangan interior yang ada di rumah. Tujuan perancangan desain ini untuk mengenal secara lebih dalam selera audiens berkaitan dengan estetika dari impian desain interior rumahnya. Desain ini dibuat lebih eksploratif dengan penggunaan elemen *stroke* yang ditata dengan *visual treatment* yang serupa. Aset foto yang digunakan merupakan kumpulan dari karya proyek interior milik perusahaan Beliv.

### 3.3.1.3 Media Klien

Proyek lain yang penulis kerjakan selama magang di perusahaan Beliv adalah merancang beberapa media untuk proyek klien Beliv. Dalam hal ini, penulis ditugaskan untuk mengerjakan beberapa keperluan dekoratif interior maupun media pendukung selama proses pembangunan dijalankan. Beberapa nama *brand* dari media sekunder yang penulis kerjakan diantaranya yaitu HAVA, Gabigu, dan Ramen-i.

#### 1) HAVA's *Under Construction Banner*

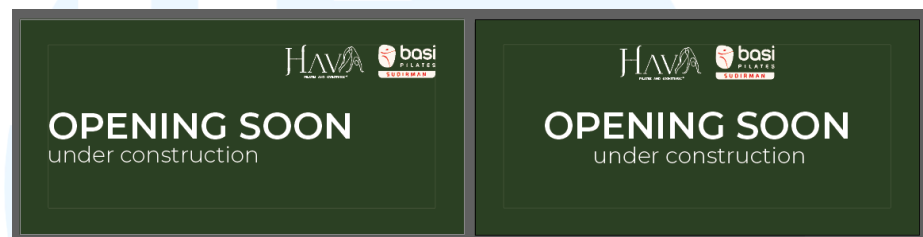
HAVA merupakan tugas proyek klien pertama yang penulis pegang. Lokasinya ada di salah satu mall daerah Jakarta Selatan dan dibuka sebagai tempat *pilates*. Penulis diminta untuk mendesain spanduk pemberitahuan *under construction* yang akan ditempel pada pintu depan lokasi proyek tersebut. Sebelumnya, penulis telah diberikan *brief* berupa panduan mengenai penggunaan logo, *font*, dan warna beserta ukurannya.



Gambar 3.25 Briefing Desain Spanduk HAVA



Kemudian, penulis menyesuaikan kembali desain yang dibuat di Illustrator dan menghasilkan dua pilihan desain yang memuat logo, judul, dan sub judul. Penulis meletakkan logo HAVA berdampingan dengan logo sertifikasi instruktur Pilatus. Warna hijau lumut digunakan sebagai warna latar belakang spanduk sekaligus identitas warna milik *brand* HAVA.



Gambar 3.26 Proses Digitalisasi Spanduk HAVA

Hasil desain diterima dengan catatan revisi pada ukuran logo supaya dibuat lebih besar sehingga penulis merevisi kembali ukuran tersebut dan melihat kembali tatanan visual dan *layout*nya secara keseluruhan.



Gambar 3.27 Hasil Cetak Spanduk HAVA

Desain yang dipilih dan disetujui adalah alternatif desain pertama dengan susunan tulisan yang dibuat rata kiri. Hasil akhir desain yang

dibuat dalam ukuran 580 x 280 cm ini kemudian penulis serahkan kepada *supervisor* agar dapat dikirim ke *vendor* untuk dicetak. Berikut hasil cetak spanduk HAVA yang sudah dipasang di lokasi proyek.

## 2) Sate Dombud's Backdrop

Media kedua yang penulis kerjakan adalah stiker dekoratif untuk kebutuhan dekoratif sebagai *backdrop* dari dinding restoran Sate Dombud. Penulis mendapat arahan dari *supervisor* untuk membuat stiker dengan desain berupa gambar hewan siluet dengan konsep *farm*.



Gambar 3.28 Brief Desain Backdrop Sate Dombud

Gambar tersebut akan dipasang pada bagian dalam *frame* potongan kayu yang telah dibuat. Kemudian, penulis diminta untuk membuatnya ke dalam ukuran yang sama. Penulis mengerjakan desain tersebut dalam *artboard* berukuran 156 x 288 cm. Pengumpulan aset desain mulai dilakukan. Gambar ilustrasi ini menggunakan gaya vektor dan memainkan *opacity* warna untuk menciptakan kesan pada lapisan objek yang ingin diperlihatkan.



Gambar 3.29 Proses Digitalisasi Desain *Backdrop* Sate Dombud

Kemudian, menatanya dengan latar belakang di ladang peternakan. Penulis mendapat masukan berupa revisi bahwa desain yang dibuat cukup menggunakan *background* yang minim sehingga penulis hanya fokus mengambil objek-objek yang ada di *foreground*.



Gambar 3.30 Proses Digitalisasi Desain *Backdrop* Sate Dombud

Hasil desain menggunakan teknik vektorisasi yang dibuat dengan *pen tool* dan *curvature*. Warna yang digunakan ialah biru tua untuk menciptakan keseimbangan antara desain *backdrop* dengan tatanan desain interior secara keseluruhan. Restoran ini mengangkat konsep desain interior yang otentik dan kultural. Berikut desain final dari stiker Sate Dombud.



Gambar 3.31 Hasil Desain Stiker Sate Dombud

Penulis merevisi beberapa aspek visual seperti melakukan pergantian gambar pada ilustrasi hewan yang dibuat setelah melakukan proses asistensi lebih lanjutnya. Desain ini tidak lupa dipotong menjadi tiga bagian sesuai dengan ukuran permintaan di awal. Berikut ini tampilan *mock up* desain stiker pada interior restoran Sate Dombud.



Gambar 3.32 3D Interior Sate Dombud

Hiasan stiker pada dinding ini menjadi komplementer dari keseluruhan konsep yang diangkat sekaligus mewakili salah satu poin visual dari hidangan khas yang dibawakan restoran.

### 3) *Ramen-I's Japanese Curtain*

Proyek ketiga yang penulis kerjakan adalah merancang desain tirai jepang untuk Ramen-I. Penulis menerima informasi mengenai ukuran pemasangan tirai di lapangan. Kemudian, penulis memperkirakan pembagian ukuran masing-masing tirai berdasarkan total ukuran tersebut.



Gambar 3.33 *Brief* Desain Tirai Jepang Ramen-I

Penulis diberi kebebasan untuk menentukan ukuran tirai dan menawarkan pilihan untuk mendesain 10 lembar tirai dengan ukuran 32 x 45 cm. Namun, permintaan desain oleh pihak klien disusul dan dibuat rinci dengan urutan isi yang dimulai dari 2 logo – 4 tulisan jepang – 2 logo sehingga total tirai yang dibuat berjumlah 8 lembar. Akhirnya, penulis menyesuaikan kembali desain tersebut ke dalam *artboard* berukuran 329 x 50 cm. Setiap desain dipecah menjadi ukuran yang lebih kecil.



Gambar 3.34 Proses Digitalisasi Desain Tirai Jepang Ramen-I

Satu tirai akan dibuat dalam ukuran 40 x 50 cm. Hasil *output* desain ini akan dikustomisasi sehingga penulis sebagai desainer diberi kebebasan dalam menentukan ukuran desain dan *gap* yang

diinginkan untuk masing-masing tirai. Setiap desain ditempatkan sesuai dengan instruksi yang diberikan sebelumnya. Awalnya penulis membuat desain dengan latar belakang putih seperti aset logo yang diberikan. Namun, setelah melalui proses asistensi penulis mengganti desain tersebut dengan latar belakang berwarna merah sehingga pengeditan warna latar belakang logo diatur kembali. Sedangkan tulisan Jepang dibuat dengan *fill* berwarna putih untuk menciptakan kontras dan menonjolkan keterbacaan huruf.



Gambar 3.35 Hasil Desain Tirai Jepang Ramen-I

Hasil final dari desain tersebut penulis ekspor ke dalam bentuk pdf dan diserahkan kembali kepada *supervisor*. Desain ini selanjutnya melalui proses pencetakan dan dipasang sebagai pembatas ruang antara ruang makan dan dapur.

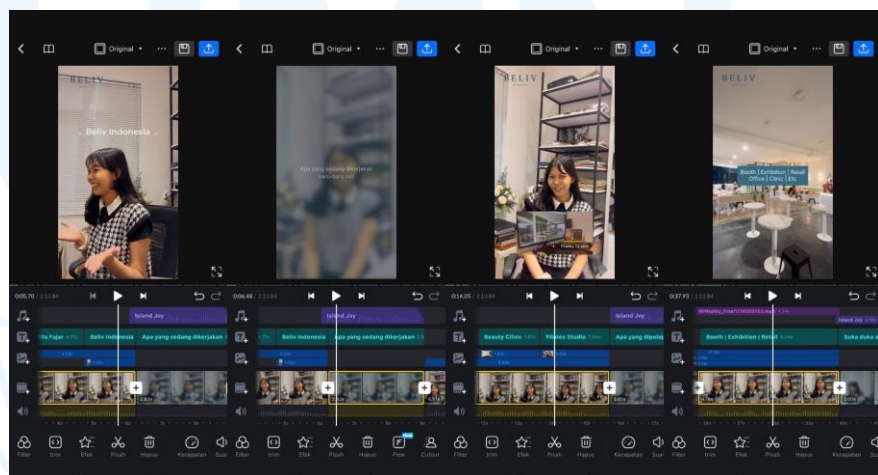
#### 3.3.1.4 Tiktok Beliv

Dalam memperluas jangkauan target audiens yang ada di media digital, Beliv mulai mengoperasikan kembali pengaktifan akun tiktok bisnis miliknya. Oleh karena itu, publikasi pada media ini juga dilakukan untuk membantu meningkatkan eksistensi *brand*. Pertama penulis melakukan riset dan mempertimbangkan ide serta materi yang dibutuhkan dalam mengerjakan konten tersebut. Salah satu rencana konten yang dibuat adalah sesi wawancara bersama desainer interior. Penulis mengajukan terlebih dahulu rencana konten tersebut kepada *art director*. Setelah mendapat *approve* dari pihak *talent*, penulis menyerahkan *list* berupa daftar pertanyaan wawancara yang akan ditanyakan dan membuat temu janji untuk memulai proses *shooting*. Berikut *footage* dan preparasi yang dilakukan selama proses *take video interview*.



Gambar 3.36 Persiapan *Shooting Interview*

Setelah memperoleh aset video yang diinginkan, penulis lanjut pada tahapan editing. Potongan-potongan *scene* dari video tersebut memiliki *shot* yang diambil dari dua *angle* yang berbeda untuk menciptakan sudut pandang tertentu dan melibatkan transisi serta *motion effect* yang dapat mendukung penjelasan dari isi cuplikan video. Penulis juga menambahkan *background music* pada setiap sela dan *pause* pertanyaan untuk membangun suasana yang menarik bagi audiens. Tidak lupa penulis juga menambahkan logo sebagai *watermark* pada video tiktok Beliv.



Gambar 3.37 Proses Edit Video Tiktok Beliv

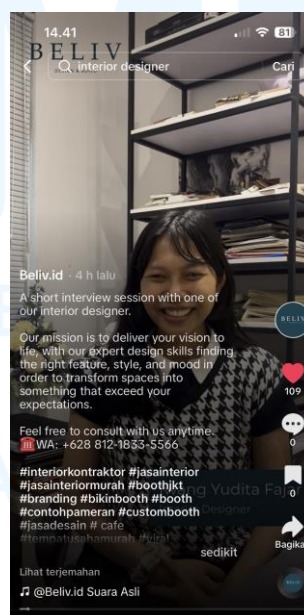
Penulis menerapkan teknik *marketing call to action* pada akhir *scene* video untuk mengarahkan audiens yang berminat pada nomor yang

tertera serta menambahkan *tagline* Beliv untuk menumbuhkan ingatan pada benak audiens akan kehadiran Beliv sebagai *one-stop interior solution*.



Gambar 3.38 Potongan Konten Tiktok Beliv

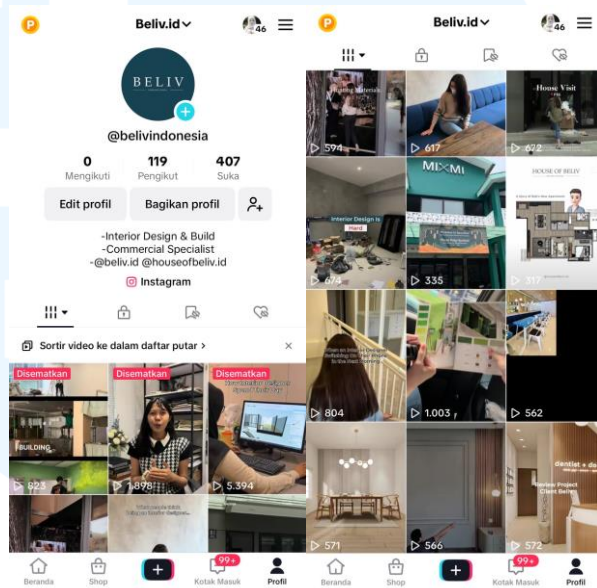
Hasil video yang sudah diedit dan disetujui akan penulis lanjutkan pada penulisan *caption* yang menjelaskan singkat mengenai pesan dan ajakan dari video. Penulis juga memanfaatkan penggunaan *hashtag* yang sesuai dengan konteks dari postingan tersebut dengan harapan dapat meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten.



Gambar 3.39 Postingan Konten Tiktok Beliv



Sebagian konten direncanakan khusus untuk postingan tiktok secara eksklusif namun ada juga yang diambil dari konten yang sudah pernah diposting sebelumnya. Pertimbangan ini dilakukan atas keputusan penulis dan kesepakatan bersama pihak koordinator agar konten juga dapat diakses di *platform* media sosial lainnya. Berikut ini tampilan terkini dari laman akun tiktok Beliv yang penulis unggah sejauh ini.

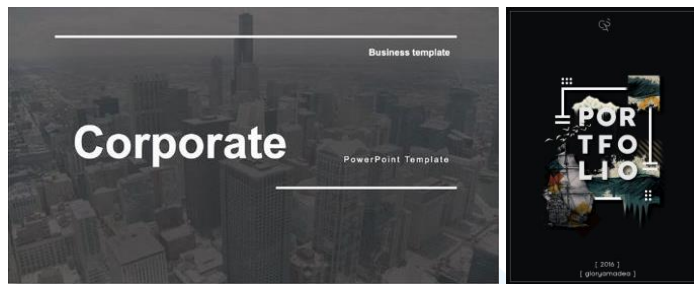


Gambar 3.40 Tampilan Tiktok Beliv

Penulis memanfaatkan fitur “disematkan” untuk beberapa konten yang ingin diperlihatkan pada laman postingan bagian atas sehingga dapat menarik perhatian audiens dengan informasi ataupun fakta seputar perusahaan Beliv. Penulis juga menghubungkan akun Tiktok dengan Instagram agar audiens dapat mencari tahu informasi Beliv sebagai jasa interior kontraktor secara lebih dalam.

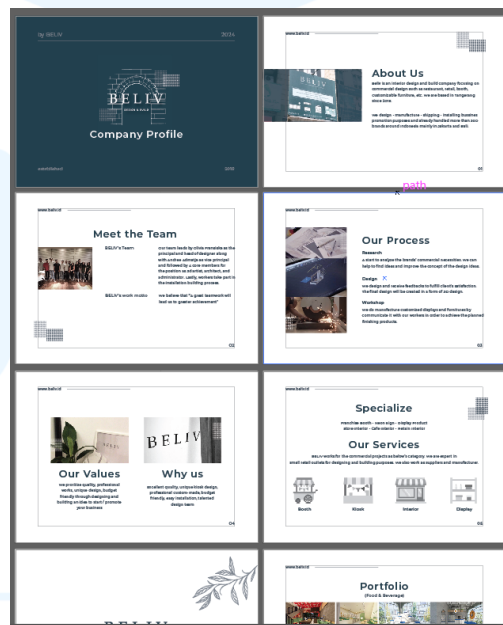
### 3.3.1.5 Company Profile Beliv

Selain menangani konten di media sosial, penulis juga menerima *brief* pengerjaan proyek lainnya seperti perancangan desain *layout* untuk *company profile* Beliv tahun 2024. Pembuatan media ini dimaksudkan sebagai pelengkap untuk kebutuhan *media collateral* Beliv seperti pada contoh referensi desain *company profile* berikut.



Gambar 3.41 Referensi Desain *Company Profile*

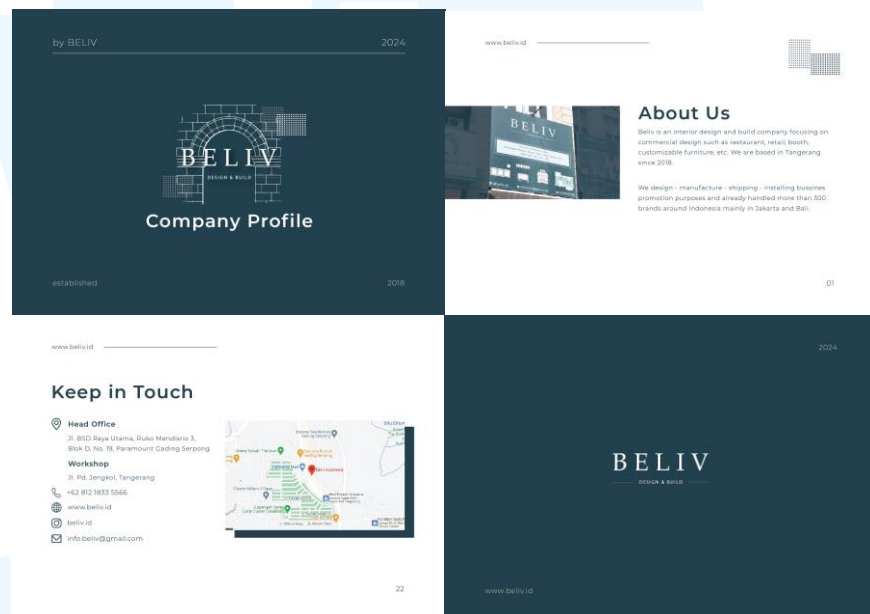
Referensi ini menampilkan penggunaan aset visual dan susunan *layout* desain yang tertata sedemikian rupa dengan ciri khasnya yang memadukan elemen garis dan titik sehingga tercipta *visual treatment* pada gaya visual media desainnya yang cocok untuk diimplementasikan pada supergrafik yang sudah dimiliki Beliv. Konsep desain yang ingin diperlihatkan adalah warna identitas milik perusahaan yang memadukan warna biru dan putih serta sentuhan elemen grafis seperti gambar *line art* sebagai aset desain dan aset foto untuk mendukung isi *company profile* Beliv.



Gambar 3.42 Proses Digitalisasi Desain *Company Profile*

Bagian ini memuat isi dari latar belakang perusahaan, profil tim, proses kerja, nilai dan keunggulan, jenis spesialisasi yang ditawarkan, karya portofolio yang dibedakan berdasarkan kategori

dan jenis jasanya, testimoni klien, hingga alamat dan nomor kontak yang dapat dihubungi. Penulis membuat *layout* terlebih dahulu kemudian menata elemen desain dan menambahkan isi konten yang sesuai untuk profil perusahaan Beliv. *Artboard* dibuat dalam ukuran A4 horizontal dengan batas *margin* kiri kanan 2,5 cm dan atas bawah 2 cm. Pembagian kolom dibuat bebas menyesuaikan kebutuhan dari penjelasan poin yang dibuat serta porsi gambar yang sesuai sehingga tercipta komposisi visual yang baik secara keseluruhan.



Gambar 3.43 Desain Final *Company Profile*

Hasil desain mengimplementasikan supergrafik dan tatanan visual yang menggunakan perpaduan warna biru putih dari *color palette* yang digunakan Beliv. Beberapa elemen grafis tersebut diambil dari identitas supergrafik milik Beliv. Penambahan aset desain lainnya mengikuti gaya visual desain konten Beliv. Pengaplikasian susunan gambar dan foto dibuat membentuk rupa kotak guna mendukung pengimplementasian tatanan visual yang konsisten. Penulis juga turut dalam memilah foto-foto yang diambil sebagai karya portofolio terkini dari perusahaan Beliv tahun ini.

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan praktek kerja magang di bawah perusahaan Beliv, penulis menemukan beberapa kendala ketika sedang mengerjakan tugas proyek yang diberikan. Hal tersebut tidak dapat dihindari dan lumrah terjadi di lingkungan kerja yang mengharuskan penulis untuk bekerja secara profesional. Beberapa kendala yang ditemukan tersebut diantaranya sebagai berikut.

#### 1. Kurangnya wawasan seputar interior desain

Saat awal magang perkuliahan dimulai, penulis mengalami kesulitan dalam mempersiapkan isi materi terutama untuk konten-konten yang bersifat informatif dan edukatif. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis di bidang jasa desain dan kontraktor interior. Maka dari itu, perlu memakan waktu yang cukup banyak bagi penulis untuk akhirnya menyelesaikan desain dari jenis konten tersebut agar tidak mengantarkan informasi yang salah kepada audiens dan *crosscheck* kembali isi informasi tersebut dengan *supervisor*.

#### 2. Konsisten dalam *timeline posting social media content*.

Peran dan tanggung jawab yang dimiliki penulis sebagai *social media specialist* menjadi fokus utama bagi penulis untuk aktif seperti rutin dalam mengunggah konten di media sosial. Akan tetapi, pekerjaan yang melibatkan konsistensi dalam memposting ini menjadi tantangan yang besar bagi penulis dikarenakan penjadwalan postingan yang masih berantakan dan arahan yang belum begitu jelas. Di samping itu, penulis perlu memperhatikan aktivitas promosi dari akun Beliv.id dan Houseofbeliv.id sehingga minggu pertama dan kedua mengharuskan penulis untuk banyak mempersiapkan stok konten di kala waktu tersebut sembari membantu *take over* akun media sosial Beliv. Selain menangani media sosial, penulis juga beberapa kali mendapat permintaan dalam mengerjakan tugas lainnya yang menuntut penulis untuk bekerja lebih *versatile* sehingga memengaruhi performa kerja secara keseluruhan.

3. Cara menaikkan *engagement* audiens

Cukup memakan waktu bagi penulis untuk mempelajari dan mengenal lebih dalam mengenai topik apa yang kira-kira relevan dan ingin diketahui oleh audiens Beliv. Selain itu, penulis juga banyak mempertimbangkan pendekatan yang sesuai dengan *image* dari citra perusahaan Beliv. Begitu juga dengan strategi pemasaran yang perlu dikembangkan terkait pengelolaan akun media sosial Beliv untuk meningkatkan *brand awareness*.

4. Merealisasikan ide konten yang sudah diajukan

Dibalik hasil konten yang dikerjakan, terdapat usaha yang membutuhkan kerja sama tim dengan rekan kerja lainnya misalnya dalam situasi ketika penulis perlu membuat janji akan kesediaan *talent* untuk melakukan proses *shooting* sesuai dengan rencana dan kesepakatan yang sudah dibuat sebelumnya. Hambatan tentu saja dapat ditemukan karena telah memengaruhi kelancaran prosesi yang menyebabkan penundaan jadwal postingan.

5. Bahan/aset yang diberikan tidak lengkap

Penulis beberapa kali menerima *brief* dan bahan/aset yang kurang lengkap dan jelas seperti kumpulan kompilasi beberapa foto proyek yang dikirimkan. Penataan *folder* yang kurang rapi dan tidak dikategorikan ini membuat penulis perlu memilah kembali foto-foto mana yang diperuntukkan proyek Beliv dan House of Beliv. Menurut penulis hal tersebut berdampak pada terhambatnya proses pengerjaan konten. Penulis juga mengamati bahwa beberapa dari hasil foto dan rekaman video yang diambil cenderung ala kadarnya sehingga memengaruhi kualitas dari hasil konten yang dikerjakan. Tidak semua proyek yang dikunungi terdokumentasi dengan baik sehingga sumber foto dan video yang diambil sebagian didapatkan dari luar tangan dan arahan penulis. Penulis sebagai desainer merasa tertantang dalam memaksimalkan pengolahan aset foto dan video yang diberikan tersebut.

### 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala tersebut, penulis sadar akan pentingnya pencarian solusi yang sekiranya dapat mendukung kelancaran penulis dalam memaksimalkan pengerjaan proyek yang diselesaikan. Berikut ini beberapa solusi yang penulis terapkan dalam mengatasi hambatan tersebut.

#### 1. Mendapat arahan dari rekan kerja

Selama mengerjakan proyek ini, penulis mengusahakan untuk aktif bertanya kepada rekan kerja apabila terdapat hal-hal yang kurang dimengerti penulis baik terkait progres dari proyek yang sedang dikerjakan maupun hal mendasar yang jauh lebih dipahami divisi lain. Pertanyaan ini tidak jauh dari pengetahuan dan pengalaman yang dilalui tim divisi selama menyelesaikan proyek klien Beliv sehingga penulis dapat menciptakan konten visual yang lebih relevan untuk dibagikan kepada audiens yang ada di media sosial.

#### 2. Menaikkan intensitas postingan konten *story*

Penulis mulai menginisiasi untuk memperbanyak postingan konten *story* di Instagram Beliv. Hal ini dilakukan agar tetap dapat mempertahankan visibilitas dari aktivitas promosi akun media sosial Beliv. Tidak hanya di hari *weekday* tetapi juga di *weekend*. Dalam mengatasi hal ini juga penulis mulai membuat penjadwalan postingan konten *feeds*, *stories*, dan *reels* sesuai dengan target yang direncanakan setiap minggunya. Penulis juga mengikuti rekomendasi waktu terbaik dalam mengunggah konten untuk mengejar peluang interaktivitas dengan target audiens menyesuaikan cara kerja algoritma Instagram. Penulis memperbarui kembali cara kerja yang kiranya efektif dilakukan untuk mendukung kelancaran dari pengerjaan proyek ini. Terakhir, pemahaman baru yang penulis terapkan adalah pentingnya fokus pada kualitas konten yang dihasilkan tidak hanya dari segi kuantitasnya saja.

#### 3. Belajar menciptakan konten yang *reliable*

Berkaitan dengan cara menaikkan *engagement* audiens, penulis memahami bahwa diperlukan adanya pemahaman terhadap bagaimana

menciptakan konten yang relevan untuk menarik pelanggan potensial dan menjaga hubungan yang baik dengan pengikut Beliv. Salah satu hal yang penulis lakukan dalam mengatasi hal tersebut adalah mengaplikasikan pendekatan yang sesuai terkait cara *marketing* yang benar. Dengan melihat cara kerja promosi yang dilakukan oleh kompetitor juga bisa menjadi referensi dan suatu pembelajaran yang baru bagi penulis. Pada akhirnya, penulis mengimplementasikan strategi *marketing* yang relevan dengan selera dan kebutuhan audiens baik dari konten yang informatif sampai konten yang bersifat *entertaining*.

4. *Reshuffle* urutan konten yang diposting

Kelonggaran yang diberikan kepada penulis sebagai desainer adalah diberikan kebebasan untuk menentukan ide konten yang akan dibuat dan digunakan. Namun, penulis beberapa kali mengalami hambatan dalam merealisasikan ide konten tersebut. Kendala ini penulis atasi dengan merombak kembali urutan postingan konten dan menggantikannya dengan alternatif lainnya yang kiranya dapat dikerjakan terlebih dahulu agar tidak memengaruhi keterlambatan jadwal posting.

5. Aktif *follow up* dan mencari alternatif aset/bahan yang dapat digunakan

Salah satu kendala yang sering penulis temukan adalah stok aset/bahan yang terbatas, kurang *updated*, dan tidak lengkap. Dalam mengatasi hal ini, penulis cenderung mengkomunikasikannya dengan *supervisor* dan aktif *follow up* untuk mengingatkan kembali kelengkapan yang penulis perlukan. Beberapa aset lainnya penulis dapatkan dari hasil dokumentasi yang penulis lakukan dan aset luar yang bebas royalti, sudah memiliki izin, dan dapat digunakan untuk keperluan komersial.