

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Studio Kecil merupakan perusahaan agensi kreatif yang memiliki kelebihan pada di bidang jasa *motion graphic*. Berikut merupakan kedudukan dan sistem koordinasi yang ada di agensi Studio Kecil:

3.1.1 Kedudukan

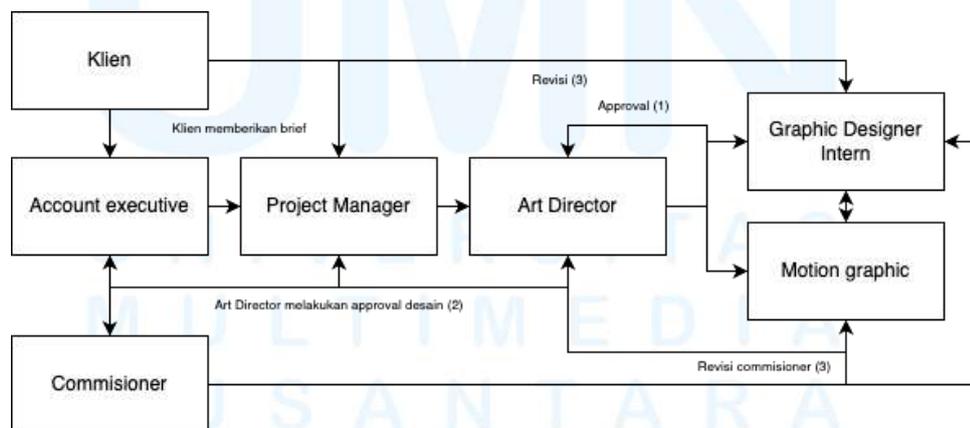
Selama menjalani praktik kerja magang di Studio Kecil, Penulis menduduki posisi sebagai *Graphic Designer Intern*, yang merupakan bagian dari tim kreatif. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab untuk membantu *Graphic Designer* utama dalam berbagai aspek perancangan dan pengembangan ide visual utama atau *Key Visual* yang digunakan saat melakukan *pitching* kepada calon klien. Selain itu, penulis juga terlibat dalam beberapa proyek klien yang sedang berjalan, yang mencakup pembuatan aset digital seperti *thumbnail* untuk video YouTube dan *postingan* media sosial. Setiap aset dibuat disesuaikan dengan arahan atau *brief* dari klien terkait, sehingga penulis belajar untuk menerjemahkan kebutuhan klien menjadi karya visual yang sesuai dan menarik. Dalam hal ini, kemampuan penulis dalam beradaptasi dengan berbagai gaya visual dan permintaan klien yang beragam meningkat secara signifikan selama masa magang di Studio Kecil.

Di luar dari tugas utamanya sebagai *Graphic Designer Intern*, penulis juga diberi kesempatan oleh Studio Kecil untuk berkontribusi dalam pelaksanaan produksi video. Dalam konteks ini, penulis mengambil peran sebagai sutradara yang bertanggung jawab dalam merencanakan dan membuat konsep video yang akan diproduksi. Penulis mendapatkan pelajaran mengenai bagaimana membuat *shotlist* yang detail serta komprehensif yang dapat dijadikan sebagai panduan bagi videografer pada saat mengambil gambar untuk memastikan setiap adegan direkam sesuai dengan rencana awal

dan tujuan produksi. Tidak hanya itu, penulis juga aktif berpartisipasi sebagai *talent* dalam pembuatan konten video YouTube dan TikTok Studio Kecil. Penulis berkontribusi sebagai *podcaster* dalam beberapa segmen Youtube Studio Kecil TV sehingga penulis mengeksplorasi dan mengembangkan potensi lain dalam dirinya selain menjadi *Graphic Designer Intern*.

3.1.2 Koordinasi

Selama praktik kerja magang di Studio Kecil, penulis melakukan koordinasi proyek yang diawali dengan *Project Manager* menerima *brief* dari klien dan meneruskannya kepada *Art Director*. Brief tersebut akan dipecah menjadi beberapa bagian pekerjaan yang kemudian didistribusikan kepada *Graphic Designer* termasuk penulis sebagai anak magang. Jika pekerjaan yang telah diberikan telah selesai, penulis akan melakukan *preview* kepada *Art Director* untuk mendapatkan *feedback* serta *approval*. Hasil pekerjaan yang telah disetujui oleh art director, selanjutnya akan melakukan *preview* kedua yang di berikan kepada *Director*, *Commisioner* bersama dengan *Project Manager* dan *Account Executive* untuk menilai hasil pekerjaan apakah pekerjaan tersebut sudah layak untuk diserahkan kepada klien karena merekalah yang berinteraksi dengan klien. Setelah mendapat persetujuan dari semua departemen terkait, penulis akan mengunggah *file* pekerjaan ke dalam *software* manajemen proyek, yaitu Trello.



Gambar 3.5 Bagan Alur Koordinasi

Selain itu, ketika penulis sedang berperan sebagai sutradara dalam merancang video, hasil pekerjaan yang telah selesai akan secara langsung diserahkan kepada *Commisioner*, yang bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan produksi video, mulai dari perencanaannya hingga *post-production*. Komunikasi di Studio Kecil dilakukan secara lisan ketika berada di kantor untuk memudahkan diskusi langsung, selain itu, komunikasi juga dapat dilakukan melalui *chat* via *Whatsapp* untuk memastikan koordinasi tetap berjalan meskipun anggota tim tidak berada di lokasi.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama kurang lebih empat bulan berada di Studio Kecil, penulis telah mendapatkan berbagai tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan. Melalui pengalaman ini, penulis mendapatkan pelajaran yang sangat berharga dalam mengembangkan keterampilannya secara teknis (*hard skill*) dan keterampilan sosial (*soft skill*), yang sangat berguna untuk karier penulis di masa depan. Tanggung jawab yang diberikan perusahaan tidak hanya yang sesuai dengan bidang desain visual melainkan penulis dapat secara bebas untuk belajar diluar dari keahlian.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Bulan	Proyek	Keterangan
1.	Februari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Youtube Studio Kecil Tv 2. Social Media Brand OSK Japanese Tea 3. Social Media Brand Mental Health 4. KV brand GoFood Greetings poster for internal social media 5. Asset collateral internal 6. Collaboration with Museum Peranakan Singapore 7. Studio Kecil Ads 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>Thumbnail</i> Mah aku takut, Spall Spill dan SKPODS 2. Bekerja sama dengan tim produksi untuk mempersiapkan <i>shooting</i> SKPODS 3. Membuat KV sosial media <i>brand mental health</i> 4. Membuat turunan KV Gofood kedalam beberapa <i>size banner</i> 5. Membuat KV <i>Voucher</i> GoFood edisi Valentine 6. Membuat feeds Instagram osk <i>Japanese tea</i> 7. Membuat referensi serta membuat ilustrasi naga sebagai asset untuk mengeksekusi poster raya imlek 2024

			<ol style="list-style-type: none"> 8. Menjadi <i>talent</i> untuk konten Youtube spill spill di Youtube Studio Kecil tv 9. Mendesain kartu nama dan id <i>card</i> untuk internal Studio Kecil 10. Meriset dan mencari informasi mengenai proyek Studio Kecil dengan Museum peranakan Singapore dan informasi seputar <i>event</i> yang akan diadakan 11. Membuat <i>mockup</i> portofolio untuk keperluan video <i>advertising</i> SK dengan brand Ichitan, GoFood, Samsung, Osk, Jardin, dan Ayana 12. Membuat konsep ide kreatif dan <i>script</i> untuk video <i>ads</i> 13. Membuat <i>shotlist</i> untuk video <i>advertising</i> 14. Membuat konsep untuk postingan portofolio Uniqlo di Instagram internal
2.	Maret	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Collaboration with</i> Museum Peranakan Singapore 2. Youtube Studio Kecil Tv 3. <i>Key Visual</i> untuk poster <i>promotional</i> GoFood 4. Konten Ramadan untuk video dan statis poster 5. Konten TikTok untuk akun Studio Kecil 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempersiapkan perencanaan konten yang akan diproduksi pada saat di Singapore (<i>Vlog, WIP Event, dll</i>). 2. Membuat <i>script</i> dan <i>list</i> pertanyaan untuk kebutuhan wawancara dengan pengunjung museum terkait dengan reaksi atau komentar ketika melihat karya Studio Kecil 3. Membuat <i>shotlist</i> dan referensi video yang akan dibuat pada saat di Singapore 4. Mempersiapkan kebutuhan produksi yang akan digunakan (Mikrofon, tripod, hdd, dll) 5. Membuat <i>thumbnail</i> SKPODCAST dengan ukuran Youtube dan IG Reels

			<ol style="list-style-type: none"> 6. Membuat KV turunan GoFood ke dalam beberapa <i>size</i> 7. Mencari referensi <i>trend</i> video yang relevan dengan tema dan audiensi tentang Ramadan 8. Melakukan <i>brainstorming</i> terkait dengan konsep dan ide kreatif untuk video Ramadan 9. Membuat skenario dan shotlist yang akan dibuat. Mencari talent untuk kebutuhan produksi video. Membuat <i>checklist</i> dan dokumentasi yang diperlukan dalam proses produksi 10. Menjadi asisten produser dengan membantu dalam memegang kamera, memasang mikrofon 11. Membuat konten video TikTok 12. Menjadi Talent untuk konten Youtube spill spill
3.	April	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten Youtube Studio Kecil 2. Konten Monologue edisi Ramadan 3. <i>Video Motion</i> Uniqlo x Merimeko 4. <i>Social Media</i> konten untuk brand <i>snack</i> graniola “Nola” 5. <i>Pitching</i> Softball Indonesia 6. Klien video <i>promotional</i> Mayar.id 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merencanakan segmen-segmen baru dalam akun Youtube Studio Kecil TV 2. Membuat KV thumbnail Monologue 3. Membuat <i>thumbnail</i> untuk konten spill spill dan Mah aku takut 4. Membuat <i>storyboard</i> dan turunan <i>size</i> OOH Uniqlo x Merimeko 5. Membuat <i>mockup social media</i> untuk instgram feeds nola 6. Membuat konsep video <i>promotional</i> untuk klien brand nola 7. Membuat <i>mockup product placement</i> nola ada di dalam konten Studio Kecil tv

			8. Membuat postingan instgram untuk <i>deck pitching softball</i> Indonesia 9. <i>Brainstorming</i> mengenai ide dan konsep video promosi untuk liga <i>softball</i> Indonesia 10. Membuat konsep video untuk klien brand mayar.id
4.	Mei	1. <i>Greetings poster for internal social media</i> 2. Konten TikTok untuk akun internal 3. Konten Youtube Studio Kecil 4. Konten video TikTok untuk calon klien 5. <i>Pitching Deck for Death water</i>	1. Membuat postingan kenaikan Isa Almasih 2. Membuat postingan Waisak 2024 3. Membuat konsep konten TikTok di akun Studio Kecil 4. Membuat <i>Thumbnail</i> Youtube Mah aku takut. 5. Memberikan ide terkait dengan pembuatan video kreatif untuk keperluan <i>brand</i> 6. <i>Shooting video</i> 7. Membuat postingan Instagram <i>death water</i> untuk keperluan <i>pitching</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalani magang di Studio Kecil, penulis telah diberi kepercayaan oleh supervisor untuk mengerjakan beberapa proyek. Penulis telah memilih lima proyek utama yang telah dikerjakan selama menjadi *Graphic Designer Intern*. Proyek-proyek ini termasuk pembuatan video dan konten untuk media sosial, yang kemudian digunakan dalam *pitching deck* kepada calon klien. Dalam peran ini, penulis tidak hanya fokus pada desain grafis, tetapi juga memperdalam pengetahuan tentang produksi video, sebuah keterampilan yang sangat penting dalam industri kreatif. Melalui berbagai proyek ini, penulis berkesempatan mengasah keterampilan di berbagai bidang dan memahami bagaimana desain grafis dan produksi video dapat berkolaborasi untuk menciptakan konten yang menarik dan

efektif. Pengalaman ini memberikan penulis wawasan yang berharga tentang pentingnya kedua elemen tersebut dalam menyusun strategi pemasaran.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama praktik kerja magang di Studio Kecil, penulis memilih lima proyek utama yang telah diselesaikan sebagai *Graphic Designer Intern*. Proyek-proyek tersebut mencakup pembuatan video dan konten sosial media yang digunakan untuk presentasi untuk menarik perhatian para calon klien. Penulis mendapatkan arahan dan bimbingan serta pengawasan dari seorang *Art Director* yang merupakan supervisi penulis di perusahaan ini. Dalam mengerjakan beragam jenis proyek, penulis mendapatkan pengalaman dan wawasan yang lebih mendalam ketika menghasilkan konten dan aset yang dibutuhkan oleh perusahaan maupun klien.

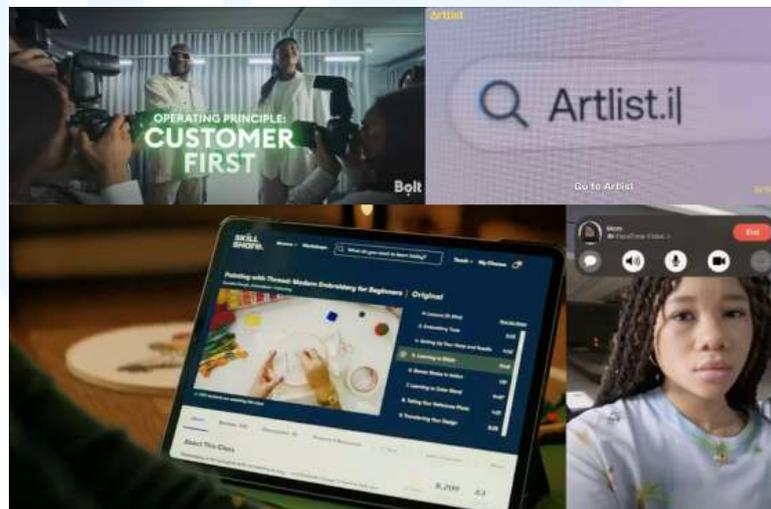
3.3.1.1 Video Advertising untuk Studio Kecil

video *advertising* adalah media promosi yang digunakan untuk berbagai tujuan, salah satunya adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan kesadaran konsumen mengenai suatu produk. Studio Kecil sebagai agensi kreatif, berusaha untuk membuat video iklan yang unik, yang menggabungkan konsep *soft selling* dengan elemen menarik untuk menonjolkan sisi kreatif. Dalam proyek ini, penulis berperan sebagai sutradara yang bertanggung jawab untuk merancang konsep dan pesan yang ingin di sampaikan dalam video *advertising* yang akan diproduksi. Penulis berupaya memastikan bahwa video tersebut tidak hanya mengikat penonton, namun juga berhasil menyampaikan pesan dengan cara yang halus dan tidak langsung. Proses ini melibatkan pemikiran kreatif dan strategis untuk mengembangkan ide yang sesuai dengan visi dan misi Studio Kecil dan tujuan dari video *advertising* tersebut.

a. Referensi

Tahapan awal dalam pembuatan video *advertising* mencakup proses pengumpulan referensi yang tidak hanya

kreatif tetapi juga mampu mengejutkan dan menarik perhatian audiens. Penulis memulai dengan melakukan riset secara menyeluruh terhadap berbagai video iklan yang ada di platform media sosial seperti Youtube, Instagram, dan TikTok. Penulis tidak hanya mencari inspirasi umum, tetapi juga memperhatikan detail-detail spesifik dari setiap video yang ditemukan. Sebagai contoh, konsep dasar yang digunakan, alur cerita yang menarik dan bagaimana cerita tersebut dikembangkan untuk menjaga minat dari penonton.



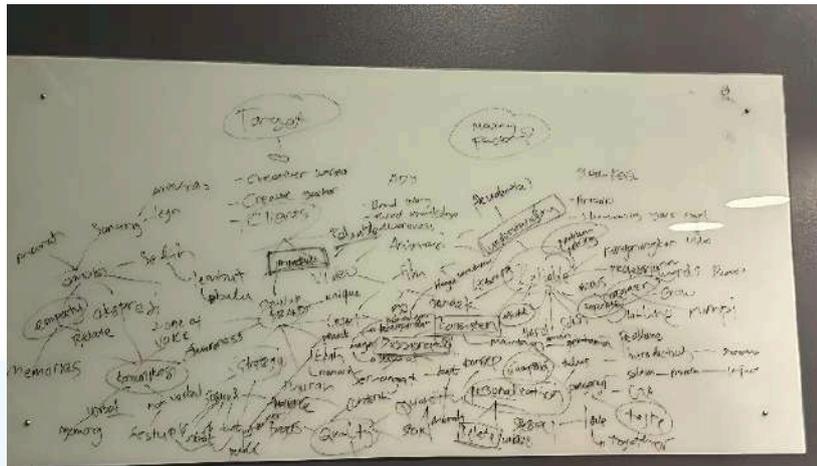
Gambar 3.2 referensi video Advertising
Sumber : YouTube

Selain itu, penulis juga meneliti aspek-aspek teknis dari produksi video. ini mencakup Teknik pengambilan gambar yang inovatif, penggunaan transisi yang halus namun menarik, serta Teknik penyuntingan yang dapat memberikan sentuhan akhir yang professional pada sebuah video iklan. Penulis juga memperhatikan bagaimana elemen-elemen ini digabungkan untuk menciptakan video yang tidak hanya informatif tetapi juga engaging. Melalui analisis yang mendalam ini, penulis mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana menciptakan video iklan yang efektif.

Setiap referensi yang dipilih, berkontribusi pada pembentukan ide-ide awal mengenai konsep dan narasi yang akan digunakan. Penulis juga memikirkan bagaimana elemen-elemen produksi dan penyuntingan dapat diterapkan untuk memastikan bahwa video iklan yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar kreatif, tetapi juga relevan dengan target audiens dan efektif dalam menyampaikan pesan.

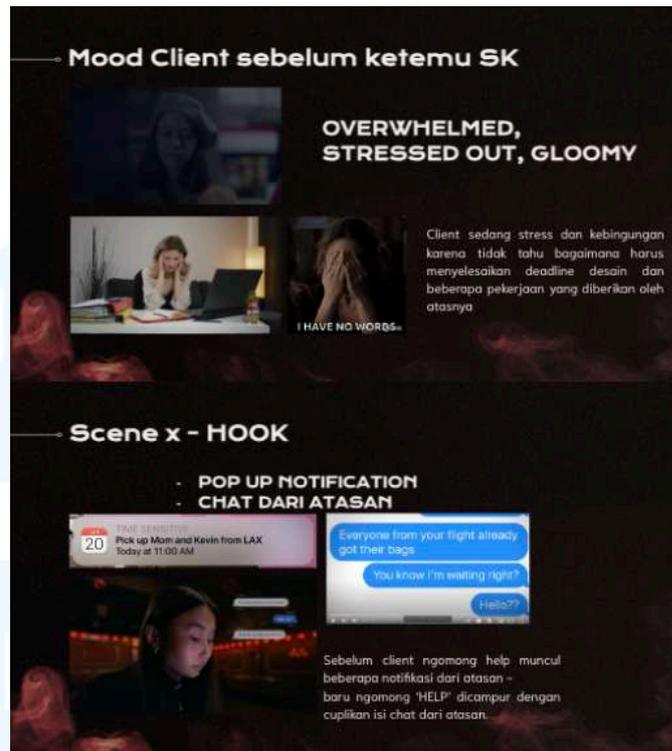
b. **Pra Produksi**

Setelah mengumpulkan referensi video, langkah selanjutnya dalam proyek video *advertising* ini adalah merumuskan konsep video secara mendetail. Proses penyusunan konsep dimulai dengan membuat *mindmapping* yang berfokus pada tujuan studio kecil sebagai agensi kreatif yang mencakup visi, misi dan karakteristik merk yang ingin ditampilkan. *Mindmapping* dilakukan untuk mendapatkan nilai-nilai yang terdapat didalam Studio Kecil yang selanjutnya akan disusun menjadi sebuah pesan yang akan disampaikan yang berbentuk *statement headline* yang akan dimasukkan kedalam video *advertising*. Tahapan ini dilakukan secara kolaboratif dengan seluruh tim studio kecil untuk memastikan berbagai perspektif terwakili dan untuk menentukan kata kunci utama yang berhasil menjadi inti pesan yang disampaikan kepada audiens. Dari *mindmapping* ini, tim berhasil mengidentifikasi empat kata kunci utama yang mencerminkan brand identity dari Studio Kecil yaitu, *effective, impactful, consistent, dan taste*. Kata kunci ini digunakan sebagai landasan untuk membuat headline statement yang akan mencerminkan layanan studio kecil dan menjadi pesan utama dalam video *advertising* ini.



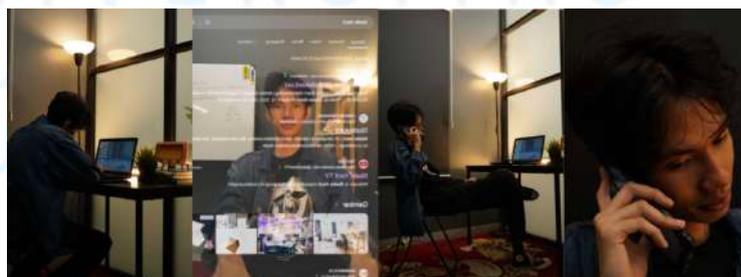
Gambar 3.3 Mindmapping Video Advertising

Beberapa statement headline yang dihasilkan dari proses kreatif ini diantaranya adalah “*Unlock Limitless possibilities with us*” dan “*Where Every Acton Sparks Impactful Results*”. Pernyataan ini dirancang untuk menangkap perhatian audiens sekaligus menyampaikan esensi nilai yang ditawarkan oleh studio kecil sebagai agensi kreatif. Selain *headline statements*, penulis juga merancang closing statement yang berfungsi sebagai call to action (CTA). Contoh *closing statement* yang dibuat adalah “*Just Say It, We’ll Make it*”. Pernyataan penutup ini memiliki makna bahwa klien dapat mengungkapkan semua kebutuhan dan keinginan mereka terkait dengan produksi kreatif seperti pembuatan poster promosi, konten media sosial, *motion graphic*, video dan lainnya dan studio kecil akan siap membantu mewujudkannya. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan bahwa studio kecil siap mengakomodasikan segala permintaan klien dengan profesionalisme dan kreativitas yang tinggi.



Gambar 3.4 Shotlist SK ADS
Sumber: Deck Studio Kecil

Proses pra produksi ini tidak hanya mencakup pembuatan konsep dan pesan utamam tetapi memastikan bahwa setiap elemen video iklan akan selaras dengan kata kunci yang telah ditetapkan. Sebelum masuk kedalam proses pengerjaan, pada tahapan ini penulis juga membuat shotlist atau storyboard yang menggambarkan setiap adegan secara visual dan scenario sementara yang berisikan panduan rinci tentang dialog, narasi, dan tindakan dalam setiap adegan. Hal ini digunakan sebagai panduan bagi videographer dalam mengambil gambar video agar sesuai dengan perencanaan awal.



Gambar 3.5 Storyboard SK ADS

Setelah menetapkan *shotlist*, selanjutnya penulis membuat *storyboard* yang dilakukan dengan mempersiapkan set dan serta mengambil gambar dari contoh *talent* berdasarkan *gesture* maupun Gambaran yang sudah ada di dalam *shotlist*. *Storyboard* ini dibuat untuk memberikan Gambaran adegan asli kepada kameramen agar tidak salah dalam mengambil gambar pada saat hari Dimana *shooting* video berlangsung serta memberi petunjuk juga bagi divisi yang akan melakukan dekor pada area *shooting* nantinya. *Storyboard* ini dibuat bersama dengan *senior motion graphic* yang nantinya turut serta dalam mengedit video yang akan dibuat sehingga ia juga membantu dalam menyusun posisi dan penempatan *talent* dan beberapa properti yang digunakan dalam video agar dapat terlihat estetik namun juga mudah dalam eksekusinya.

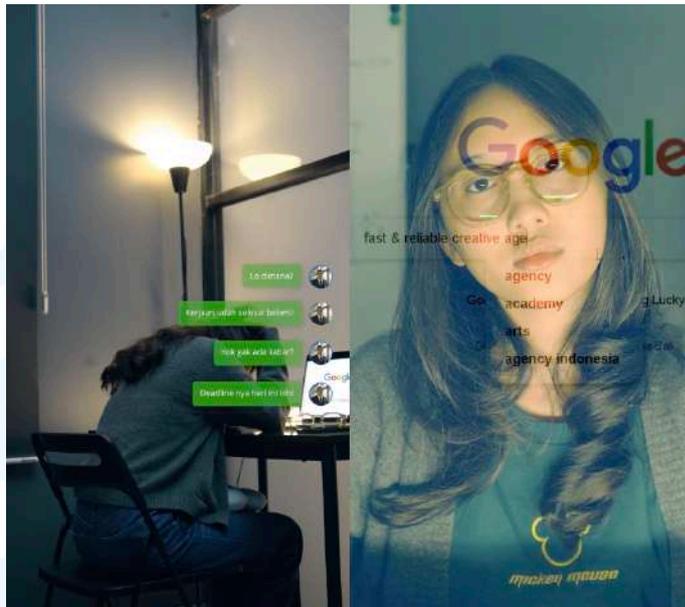
c. **Proses pengerjaan**

Mengembangkan konsep video promosi merupakan tantangan tersendiri bagi penulis, yang pada dasarnya adalah seorang desainer grafis. Namun dengan pendekatan yang tepat serta supervisor yang mengajarkan, tantangan ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada saat hari dimana video akan di *take*, penulis berperan sebagai sutradara yang menjaga agar adegan video yang diambil sesuai dengan perencanaan *shotlist* dan *storyboard* yang telah dibuat. Dalam hal ini penulis bekerja sama dengan videografer dalam mengarahkan gaya serta posisi yang akan diambil. Video ini memiliki 2 ukuran yaitu ukuran utama 1080x1920 dengan posisi *potrait* yang akan digunakan untuk platform TikTok, Youtube Reels, dan Instagram Reels. Serta ukuran kedua 1920x1080 dengan posisi *landscape* untuk platform seperti Youtube. Kedua ukuran posisi ini diambil secara bersamaan dihari *shooting* berlangsung agar videografer tidak melakukan pekerjaan yang sama di hari selanjutnya.



Gambar 3.6 Pelaksanaan *Shooting*

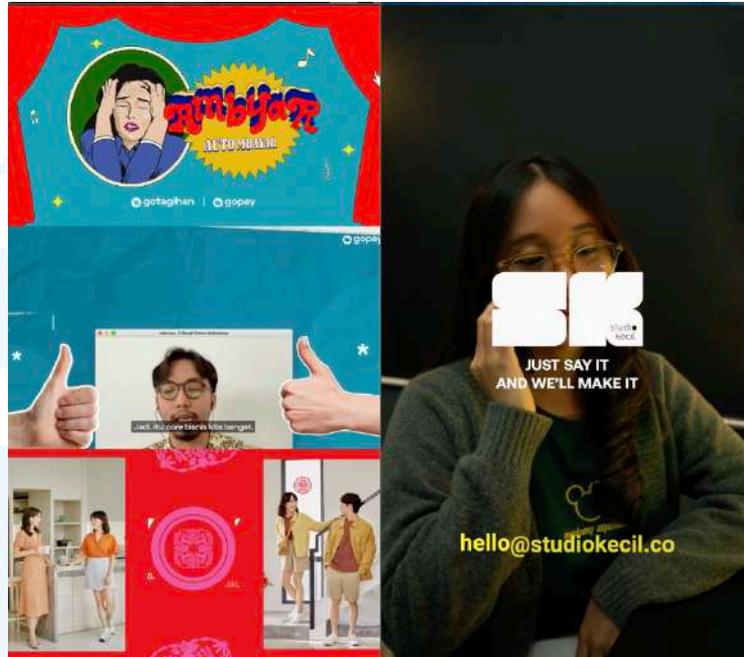
Konsep video *advertising* ini berpusat pada narasi yang menggambarkan seorang karyawan yang terjebak dalam rutinitas kerja korporat yang membosankan dan menekan. Video dimulai dengan adegan seorang karyawan yang duduk di meja kerjanya, terlihat sangat stress dan tertekan. Notifikasi pesan dari bosnya terus berdatangan tanpa henti, menggambarkan betapa beratnya beban pekerjaan yang ia tanggung. Ekspresi wajah karyawan tersebut menampilkan kelelahan dan frustrasi, menunjukkan bahwa meskipun ia telah bekerja keras, pekerjaan kreatif yang ia tangani belum juga selesai. Adegan berikutnya menampilkan karyawan yang sedang putus asa membuka browser di komputernya. Dalam keputusannya, dia mengetika kata kunci “*fast & Reliable creative agency*” untuk mencari bantuan dari luar guna untuk menyelesaikan beban pekerjaannya. Hasil pencarian menampilkan tautan ke sebuah agensi desain yang dikenal sebagai studio kecil, yang muncul di bagian teratas. Ketika karyawan tersebut mengklik tautan tersebut, video kemudian bertransisi *showreel* yang menampilkan portofolio studio kecil.



Gambar 3.7 Adegan Awal SK ADS

Showreels ini dirancang untuk memamerkan kemampuan dan hasil karya terbaik studio kecil, yang menyoroti berbagai proyek kreatif yang telah mereka selesaikan. Setelah showreel diputar, adegan kembali ke karyawan tersebut yang sekarang menampilkan ekspresi lega dan penuh harapan. Rasa frustrasi diwajahnya mulai menghilang, digantikan dengan optimism bahwa pekerjaannya akan terbantu oleh layanan studio kecil. Video ini kemudian berakhir dengan karyawan tersebut yang menghubungi studio kecil melalui informasi kontak yang disertakan dalam bagian *call to action*. Proses produksi video iklan ini melibatkan berbagai tahap yang tidak hanya fokus pada pencarian referensi dan pengembangan konsep, tetapi juga mencakup perencanaan mendalam tentang bagaimana narasi akan disampaikan secara visual. Setiap elemen dalam video, mulai dari ekspresi karyawan hingga transisi showreel, dirancang dengan cermat untuk menciptakan alur cerita yang kohesif dan mampu mengundang emosi penonton. Penulis juga memperhatikan detail teknis seperti pencahayaan, pengambilan

gambar, dan penyuntingan untuk memastikan bahwa video memiliki kualitas profesional.



Gambar 3.6 SK ADS

Video advertising ini diharapkan tidak hanya mampu menarik perhatian audiens tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan mendorong tindakan dari penonton. Video ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana studio kecil dapat menjadi Solusi bagi masalah kreatif yang dihadapi klien, memberikan Gambaran yang jelas tentang layanan merekam dan akhirnya mendorong klien untuk menghubungi dan menggunakan jasa studio kecil. Proses yang komperhensif ini memastikan bahwa setiap aspek video mendukung tujuan pemasaran dan menciptakan dampak yang bagi penonton.

3.3.1.2 Perancangan konten Instagram untuk klien Dead Water

Dead water adalah produk terbaru yang belum secara resmi diluncurkan ke pasar. Meskipun produk ini hanya berisi air mineral tanpa alkohol, kemasan produk ini dirancang dengan konsep yang mengerikan dan unik. Pendekatan branding dan pemasaran yang digunakan oleh Dead Water sangat tidak konvensional, dimana mereka menonjolkan aspek visual yang menyeramkan untuk menarik perhatian. Pada kemasan Dead Water, terdapat ilustrasi hantu-hantu mistis yang terkenal di Indonesia, seperti kuntilanak, genderuwo, dan pocong. Hal ini merupakan bagian dari strategi Death Water untuk menargetkan konsumen muda yang tertarik dengan gaya hidup punk, rock, dan metal. Produk ini dikemas dalam kaleng aluminium dengan desain yang mencolok, mendukung tema gelap dan edgy.

a. Referensi

Tahapan awal melibatkan pengumpulan keseluruhan aset visual yang diperlukan termasuk aset mockup kaleng yang telah dibuat oleh tim desain lainnya yang memuat ilustrasi hantu mistis Indonesia kuntilanak, genderuwo dan pocong. Ilustrasi ini dibuat untuk memperkuat konsep menyeramkan yang menjadi ciri khas dari produk dead water. Konsep desain untuk konten instagram dead water difokuskan pada tema gelap dan edgy. Referensi yang digunakan oleh penulis adalah beberapa minuman energi dari luar negeri yang juga mempunyai konsep pemasaran yang tidak konvensional diantaranya seperti minuman Monster Energy, Tiger dan Redbull. Dari beberapa referensi yang telah di analisis oleh penulis, penulis mendapati *style* desain yang menggunakan elemen listrik yang dipadukan dengan warna-warna yang mencolok.



Gambar 3.7 Referensi konten instagram dead water

Desain ini menggunakan paket warna yang gelap namun diberikan sedikit sentuhan aksesoris warna cerah untuk menarik perhatian pengguna media sosial. Produk *dead water* ini merupakan produk perencanaan klien yang akan diproduksi, namun dalam hal ini produk ini belum memiliki penampilan aslinya. Oleh karena itu Studio Kecil selaku agency yang mengeksekusi produk ini turut membuat penggambaran dari botol yang akan di produksi ke pasar nantinya.



Gambar 3.8 Mockup kaleng minuman Dead Water

Mockup kaleng *dead water* dibuat menggunakan makhluk mitologi yang ada di Indonesia, dimana yang tertera pada gambar 3.8 merupakan genderuwo. *Mockup* kaleng ini dibuat oleh tim *senior graphic design*nya yang nantinya akan digunakan untuk keperluan digital seperti dalam membuat aset *banner* digital, dan juga *mockup* untuk konten instagram.

b. Produksi

Setelah sudah mendapatkan inspirasi dari referensi produk yang serupa dengan dead water, penulis kemudian mendesain postingan tersebut menggunakan software adobe photoshop. Perancangan dimulai dengan membuat background dari poster tersebut yang mempunyai *look* dan *feel* yang menyeramkan. Untuk membuat latar belakang tersebut penulis mengambil gambar dari internet berupa situasi di kuburan yang memiliki banyak pohon-pohon disekitarnya.



Gambar 3.9 Background Kuburan untuk deadwater

Kemudian gambar tersebut di ditambahkan aset awal dan kabut-kabut yang ada di malam hari untuk menambah perasaan merinding ketika melihat gambar tersebut. selanjutnya setelah bagian background telah selesai dikerjakan tahapan selanjutnya adalah menambahkan foto produk yang ditempatkan sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan. Produk digambarkan sedang dipegang oleh tangan yang terlihat lusuh dan juga kotor yang menggambarkan tangan dari mayat yang telah bangkit akibat meminum minuman dead water tersebut.

Pada bagian botol *Dead water* diberikan aset listrik untuk menggambarkan bahwa minuman dead water ini dapat meningkatkan energi mayat sehingga mayat tersebut dapat bangkit kembali setelah meminum dead water.



Gambar 3.9 Proses konten Dead Water

Warna awal Aset tangan zombie berwarna putih pucat yang kemudian ditambahkan beberapa warna hijau agar sesuai dengan warna yang ada dibackground yaitu hijau melalui *teknik color grading* serta menambahkan *exposure* dan juga *contrast* pada bagian tangan. Hal ini dilakukan agar tangan terlihat menyatu dengan keseluruhan aset yang di gunakan.



Gambar 3.8 Poster Instagram Dead Water

Konten instagram dead water tidak hanya mampu menarik perhatian dan menciptakan engagement yang tinggi di kalangan target audiens, tetapi juga meningkatkan kesadaran merek dan mempersiapkan peluncuran produk yang sukses. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap elemen visual dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumen potensial, memberikan dampak positif terhadap persepsi merek dan meningkatkan minat.

3.3.1.3 Perancangan Konten Instagram OSK Japanese Tea

OSK Japanese Tea merupakan produk teh hijau yang dipanggang yang memiliki berbagai rasa dan aroma yang enak. OSK merupakan teh yang dikemas secara praktis yang telah dibungkus menjadi teh celup. OSK merupakan klien tetap yang telah mempercayakan studio kecil sebagai agensi kreatif untuk mengatur serta melakukan develop untuk sosial media OSK



Gambar 3.11 Referensi Visual Konten Osk

Penulis mendapatkan tugas dari Studio Kecil untuk mendvelop beberapa konten sosial media OSK yang sebelumnya sudah dibuat oleh Studio Kecil. Hal ini bertujuan untuk membuat portofolio dari brand OSK untuk diperlihatkan di sosial media Studio Kecil terutama Instagram. Sebelum membuat postingan portofolio tersebut, penulis mencari referensi terlebih dahulu untuk memberikan ide yang baru dibandingkan dengan postingan yang lalu.

Penulis mengambil referensi dari platform pinterest yang bertemakan dengan teh. Untuk menyesuaikan dengan *color pallete* OSK yang cenderung memiliki warna yang pastel terang, penulis mengerucutkan pencarian referensinya kepada produk-produk teh yang memiliki karakteristik yang sama yaitu warna-warna yang cerah. Selain itu, penulis juga mencari beberapa referensi yang memiliki visual penggambaran daun teh yang menunjukkan bahwa produk teh OSK adalah produk yang terbuat dari daun teh asli dan tanpa pengawet.



Gambar 3.12 Poster Instagram OSK alternatif 1

Postingan portofolio ini dibuat 3 postingan dengan ukuran masing-masing 1080x1080 (Square) namun disetiap posternya harus memiliki kesinambungan dengan poster yang lainnya. Pertama-tama penulis sudah membuat poster portofolio OSK tersebut. namun hasil karya tersebut di hold terlebih dahulu dikarenakan briefing yang diberikan ada kesalahan dari pihak internal. Oleh karena itu pihak Studio Kecil memberikan briefing tambahan untuk membuat postingan yang tidak hanya terdiri dari satu warna melainkan memuat dua warna yang merupakan warna utama dari produk *brand* OSK *Japanese Tea* ini. Waktu pengerjaan yang diberikan tidak begitu panjang yaitu sekitar dua hari dikarenakan poster ini akan segera diposting ke sosial media Studio Kecil. Postingan ini digunakan untuk menarik perhatian sekaligus memberikan informasi kepada audiens-audiens maupun beberapa perusahaan terkait dengan kebutuhan yang dibutuhkan seperti pelayanan serupa dengan *brand* OSK ini dapat segera menghubungi Studio Kecil.



Gambar 3.8 Poster Instagram OSK

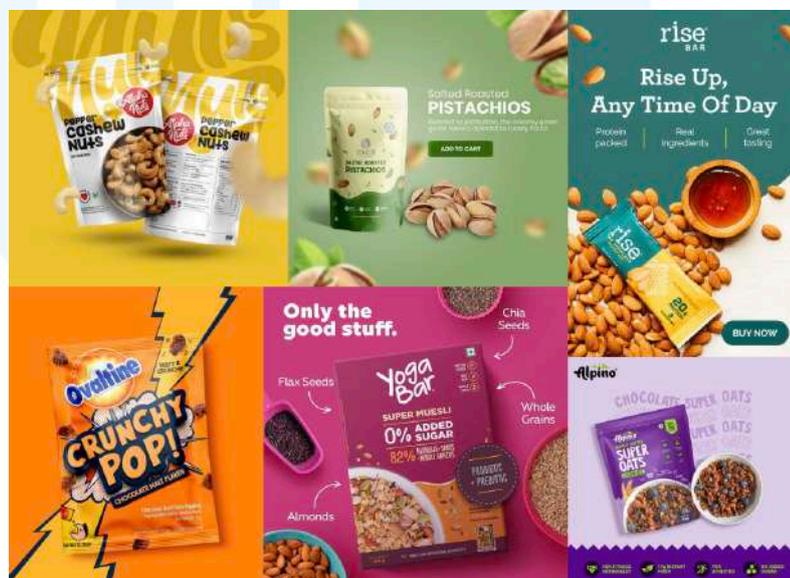
Poster instagram yang dibuat oleh penulis digunakan sebagai postingan portofolio yang akan di posting di akun instagram internal studio kecil yang berfungsi untuk menarik perhatian dari calon klien. Postingan ini dibuat dengan ukuran landscape namun dibagi menjadi tiga ukuran feeds yang saling berkesinambungan.

3.3.1.4 Perancangan Konten Instagram untuk produk Nola

Nola adalah sebuah brand yang menawarkan produk granola yang merupakan camilan sehat yang dibuat dari bahan-bahan pilihan berkualitas tinggi yang baik untuk kesehatan. Dalam upaya untuk meningkatkan penjualan yang tidak menunjukkan adanya pertumbuhan yang diinginkan, nola melakukan analisis secara mendalam untuk mengidentifikasi apa penyebab utama stagnansi tersebut. dari analisis tersebut ditemukan bahwa media sosial nola kurang menarik secara visual dan informasi, yang mengakibatkan kurangnya minat dari audiens. Untuk mengatasi masalah ini, studio kecil memberikan solusi dengan merancang konten instagram yang dirancang khusus untuk meningkatkan kesadaran dan menarik minat target audiens terhadap produk nola. Dalam proses perancangan ini, penulis diminta untuk membuat desain postingan yang menarik dan informatif untuk media sosial Nola.

a. Referensi

Langkah pertama dalam merancang konten sosial media adalah menentukan referensi yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh produk kepada konsumen. Pesan yang ingin disampaikan oleh Nola adalah bahwa cemilan granola mereka adalah cemilan yang sehat dan bergizi yang dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja. Oleh karena itu referensi yang digunakan dalam perancangan konten ini adalah produk makanan yang menggambarkan kepraktisan untuk di konsumsi.



Gambar 3.7 referensi konten instagram Nola

Desain postingan yang dibuat mencerminkan elemen-elemen visual yang menarik dan informatif, seperti penggunaan warna-warna yang cerah yang menggambarkan kesegaran dan kesehatan, serta penempatan informasi yang jelas dan mudah dibaca mengenai manfaat atau keunggulan dari granola nola. Selain itu penggunaan foto dengan kualitas yang tinggi menunjukkan produk dalam kehidupan sehari-hari akan membantu audiens membayangkan bagaimana granola nola dapat menjadi bagian dari rutinitas target audiens yang akan dituju.

b. Pra-Produksi

Dalam tahapan ini, penulis diberikan sejumlah aset produk nola yang telah dihasilkan melalui sesi pemotretan. Aset-aset ini termasuk foto-foto produk yang telah diatur sedemikian rupa untuk menampilkan granola nola dengan cara yang menarik dan estetik. Setelah memperoleh aset-aset ini, langkah berikutnya yang dilakukan penulis adalah melakukan sketsa awal. Sketsa ini merupakan gambaran kasar yang dijadikan panduan oleh penulis dalam proses desain selanjutnya. Sketsa membantu dalam menentukan



Gambar 3.7 Produk Nola

Sketsa membantu dalam menentukan Tata letak, elemen visual dan pesan yang ingin disampaikan dalam setiap postingan. Pembuatan konten instagram untuk brand nola ini adalah bagian dari persiapan materi yang ditujukan khusus untuk keperluan pitching. Konten ini dirancang sedemikian rupa agar calon klien dapat memahami dan mendapatkan gambaran yang jelas tentang bagaimana tim studio kecil akan mengelola dan menyajikan desain media sosial untuk produk nola. Hal ini penting untuk

meyakinkan calon klien mengenai kemampuan dan kualitas kerja tim dalam menciptakan konten yang menarik.

c. Produksi

Setelah semua aset visual telah terkumpul, penulis memasuki tahapan desain untuk membuat postingan media sosial. Proses ini melibatkan penggunaan software photoshop, yang dipilih karena kemampuannya dalam menghasilkan desain berbasis foto yang berkualitas tinggi. Konsep desain yang dibuat oleh penulis membuat nola sebagai cemilan ideal bagi para pekerja yang sering kali tidak memiliki cukup waktu untuk makan. Dengan kepraktisannya, nola bisa menjadi solusi cepat dan sehat yang ditempatkan di meja kerja, tepat di samping laptop.



Gambar 3.9 Konten Instagram Nola Granola

Pemilihan warna dalam desain sangatlah penting. Penulis memilih warna cerah dengan sedikit sentuhan warna coklat yang tidak hanya menarik secara visual melainkan juga menyampaikan pesan bahwa granola nola dapat memberikan energi dan kesehatan bagi para konsumennya. Warna-warna cerah ini, bertujuan untuk menciptakan suasana yang menyegarkan dan positif, yang diharapkan dapat menarik perhatian target audiens di media sosial. Dalam proses produksi ini, setiap elemen visual diperhatikan dengan detail untuk memastikan bahwa desain akhir tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan produk. Mulai dari tata letak, pemilihan gambar, hingga penempatan teks, semua dirancang untuk menunjukkan kepraktisan dan manfaat dari Nola. Keseluruhan proses ini bertujuan untuk menghasilkan konten yang mampu meningkatkan engagement dan kesadaran merek di target audiens.

3.3.1.5 Perancangan Thumbnail konten Monologue di YouTube (video refleksi untuk ramadan)

Monologue merupakan konten Ramadan yang diunggah kedalam Channel youtube studio kecil tv. Konten ini berisikan pertanyaan dari moderator yang merupakan pertanyaan refleksi untuk setiap karyawan yang ada di studio kecil. Selain pertanyaan refleksi video ini juga berisikan hal-hal mengenai ramadan yang sangat teringat di memori setiap orang yang menjelaskan perspektifnya mengenai apa arti ramadan bagi mereka.



Gambar 3.16 Referensi Thumbnail Monologue

Referensi yang digunakan dalam perancangan thumbnail ini adalah beberapa poster yang memiliki look yang warm dimana hal ini digunakan untuk meningkatkan minat dan perasaan audiens ketika melihat thumbnail youtube tersebut dari depan. Beberapa referensi diambil dari poster-poster film sedih yang sangat membangkitkan perasaan sedih dan empati yang tinggi. Penulis juga memasukkan beberapa referensi gaya dan warna tulisan yang akan digunakan dalam perancangan Thumbnail Youtube Monologue Studio Kecil TV yang diantaranya menggunakan *font* yang memiliki keterbacaan yang tinggi yang memiliki *kerning* yang cukup berjarak sehingga dapat dibaca dengan mudah. Warna yang digunakan juga menggunakan warna hijau neon agar kalimat yang dituliskan dalam poster dapat terbaca dengan jelas walaupun hanya sekilas.



Gambar 3.17 Tampilan awal screenshoot video monologue

Setelah mendapatkan referensi, penulis melakukan screenshoot pada draft video yang sudah diedit untuk mengambil gambar dari video setiap orang yang akan dijadikan thumbnail. Penulis hanya menangkap gambar pada adegan yang sedih dimana pada beberapa orang mengeluarkan air matanya. Hal tersebut bertujuan agar memberikan kesan deep dan empati ketika audiens membaca tulisan yang nantinya akan ditambahkan dalam thumbnail. Dalam membuat thumbnail ini, penulis telah menyusun sistem pada photoshop

Agar hanya mengedit satu gambar saja dan sisanya hanya mengganti gambar screenshot awal yang digunakan. Hal ini sangat membantu penulis dalam mengerjakan tugasnya yang diberikan dengan waktu yang mepet sehingga dalam keterbatasan waktu pengerjaan, penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan baik.



Gambar 3.18 Thumbnail YouTube Monologue

Thumbnail ini dibuat dengan menangkap adegan sedih yang ada didalam video untuk memberikan perspektif bahwa ini adalah video yang menyedihkan ketika audience melihat dari cover tersebut. thumbnail ini diproduksi melalui adobe photoshop menggunakan efek *grain* yang dikombinasikan dengan beberapa cahaya reflektif dari *lighting* yang digunakan.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani praktik kerja magang di Studio Kecil, penulis menghadapi beberapa tantangan yang cukup signifikan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah penugasan yang diberikan mendekati batas waktu *deadline*. Hal ini membuat penulis tidak memiliki cukup waktu untuk menghasilkan desain yang maksimal dan berkualitas tinggi dan juga mengakibatkan adanya gangguan pada pengelolaan waktu yang telah diatur oleh penulis. Selain masalah waktu, penulis juga mengalami kendala dengan lambatnya proses persetujuan (*approval flow*) di Studio Kecil. Proses ini membuat penulis harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan konfirmasi

dari tim terkait sebelum bisa melanjutkan ke tahap berikutnya. Hal ini terjadi dikarenakan banyaknya pihak yang terlibat dalam proses persetujuan dan revisi pekerjaan. Setiap pihak memiliki pandangan dan preferensi yang berbeda, sehingga sering kali muncul perbedaan pendapat mengenai hasil kerja yang telah dibuat. Kondisi ini menimbulkan kebingungan bagi penulis dalam menentukan revisi yang harus dilakukan. Penulis merasa ketidakjelasan dalam arahan ini menghambat kemajuan proses pembuatan proyek. Meskipun menghadapi berbagai tantangan selama melakukan praktik kerja magang, penulis belajar banyak hal selama periode magang berlangsung. Penulis menyadari pentingnya kemampuan untuk bekerja dibawah tekanan dan tetap menjaga kualitas pekerjaan meskipun dalam waktu yang terbatas. Pengalaman ini juga mengajarkan penulis tentang manajemen waktu yang efektif dan strategi prioritas dalam menyelesaikan tugas. Penulis juga belajar dalam memilih dan mengelola masukan agar dapat mengambil keputusan yang tepat untuk sebuah proyek.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi selama praktik kerja magang di Studio Kecil, penulis menerapkan beberapa solusi yaitu pertama, untuk mengatasi permasalahan waktu yang sering kali berdekatan dengan *deadline*, penulis berusaha untuk lebih proaktif dalam berkomunikasi dengan *project manager* dan *art director* untuk dapat memberikan brief pekerjaan tidak berdekatan dengan waktu *deadline* sehingga penulis dapat memulai pekerjaan lebih awal dan memiliki cukup waktu untuk menghasilkan desain yang maksimal. Selain itu penulis juga membuat jadwal kerja yang lebih rinci dan terstruktur sehingga penulis dapat mengelola waktu dengan baik dan mengurangi tekanan akibat *deadline* yang ketat. Penulis juga berinisiatif untuk mempercepat komunikasi dengan tim terkait untuk menghindari lambatnya proses persetujuan. Hal ini dilakukan dengan melakukan pengecekan secara berkala dan mengingatkan kepada seluruh tim terkait untuk memberikan *feedback* secepat mungkin agar tahapan berikutnya dapat diproses dan tidak adanya keterlambatan dalam menyelesaikan proyek.

Melalui penerapan solusi-solusi tersebut, penulis tidak hanya berhasil mengatasi kendala yang dihadapi tetapi juga mengembangkan keterampilan manajemen waktu, komunikasi dan kolaborasi yang lebih baik.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Selama menjalani praktik kerja magang selama 6 bulan di sebuah agensi kreatif Studio Kecil, penulis menemukan banyak pelajaran berharga. Penulis tidak hanya memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana menggunakan software desain seperti *Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator* dengan lebih efektif dan mendalam. Dalam proses magang, penulis juga dilatih untuk dapat bekerja sama dengan tim lainnya seperti tim konten dan tim *Motion graphic*. Kerja sama ini mengajarkan penulis untuk bagaimana bekerja secara kolaboratif dan efisien dalam sebuah tim, serta menghargai peran masing-masing anggota tim dalam mencapai tujuan bersama. Salah satu tantangan yang dihadapi penulis adalah menghadapi tekanan waktu yang ketat dalam menyelesaikan proyek desain yang diberikan. Awalnya, penulis merasa sedikit kewalahan dengan tenggat waktu yang singkat, namun seiring berjalannya waktu, penulis belajar bagaimana tetap tenang dan berfokus untuk menghasilkan karya yang berkualitas dalam situasi yang menekan. Selama magang, penulis juga belajar untuk mengembangkan sikap empati dan kepedulian terhadap sesama rekan kerja. Penulis menyadari bahwa kerja sama tim yang baik memerlukan adanya dukungan dan kerja sama antar anggota tim, serta kemauan untuk saling membantu dalam mengatasi tantangan yang dihadapi. Penulis juga terlibat dalam merancang berbagai gaya desain visual brand yang berbeda-beda untuk klien yang beragam. Hal ini memperluas pemahaman penulis tentang berbagai gaya desain serta mengajarkan pentingnya fleksibilitas dan adaptabilitas dalam merespons kebutuhan klien. Penulis juga mendapatkan pengalaman dalam menyusun *pitch deck* untuk di presentasikan kepada calon klien. Proses ini melibatkan kemampuan untuk menyajikan ide-ide dan konsep desain yang jelas dan meyakinkan, sehingga calon klien dapat memahami nilai yang ditawarkan oleh Studio Kecil.

Keseluruhan pengalaman magang ini telah memberikan penulis banyak wawasan dan keterampilan yang berguna untuk mempersiapkan diri dalam menjalani karir di industri desain grafis. Selain meningkatkan keterampilan teknis, penulis juga belajar tentang pentingnya etika kerja, kemampuan sosialisasi, dan kemampuan untuk beradaptasi dalam lingkungan kerja yang dinamis.

4.2 Saran

Berikut beberapa saran yang penulis dapat berikan bagi :

1) Perusahaan

- d. Untuk mengurangi kebingungan selama revisi, disarankan agar perusahaan memberikan panduan yang lebih jelas dan spesifik mengenai tugas dan ekspektasi seperti dengan mengadakan sesi *brainstroming* sebelum memulai membuat proyek yang membantu semua pihak memiliki pemahaman dan memberikan *feedback* yang lebih terarah.
- e. Dalam meningkatkan efisiensi kerja, disarankan agar Studio Kecil dapat menggunakan sistem manajemen proyek yang lebih terstruktur untuk menghindari penumpukan pekerjaan yang mendekati *deadline*. Hal ini akan memberikan penulis lebu banyak waktu untuk memastikan kualitas pekerjaan yang lebih baik.
- f. Perusahaan perlu mempertimbangkan dalam menyederhanakan dan mempercepat proses persetujuan. Hal ini dapat dilakukan dengan menunjuk satu atau dua orang yang dipercaya sebagai penanggung jawab utama persetujuan untuk mengurangi kebingungan dan mempercepat dalam proses revisi.

2) UMN

- a. Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara adalah perlu adanya penyesuaian yang lebih baik dalam menetapkan *timeline* praktik kerja magang. Terdapat perbedaan informasi yang menimbulkan

kebingungan bagi para mahasiswa terkait dengan batas waktu pengumpulan tugas dan jadwal sidang.

3) Mahasiswa lain yang akan magang

- a. Sebelum memulai magang, pastikan untuk mempelajari dasar-dasar terkait bidang yang akan digeluti. Menguasai *software* atau alat yang akan sering digunakan di tempat magang, serta memahami alur kerja yang umum dalam industri tersebut akan sangat membantu pada saat memulai praktik kerja magang
- b. Aktif berkomunikasi dan bertanya pada saat melakukan praktik kerja magang. Magang adalah tempat belajar sebelum masuk kedalam dunia pekerjaan yang sesungguhnya. Pastikan kamu aktif bertanya jika ada yang tidak jelas. Komunikasi yang baik dengan rekan kerja dan atasan sangat penting untuk menjaga relasi hubungan



DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Krasner, J. (2008). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080887326>

Lukan karpenska, E. R. (2021). *Pengaruh Konten Visual Suatu Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Kelompok Komunitas Media Sosial*. 16(6), 2424-2441. <https://doi.org/10.3390/jtaer16060133>

\

