

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Berisikan informasi tentang posisi penulis dengan pembimbing lapangan dalam proyek dan alur koordinasi sehari-hari.

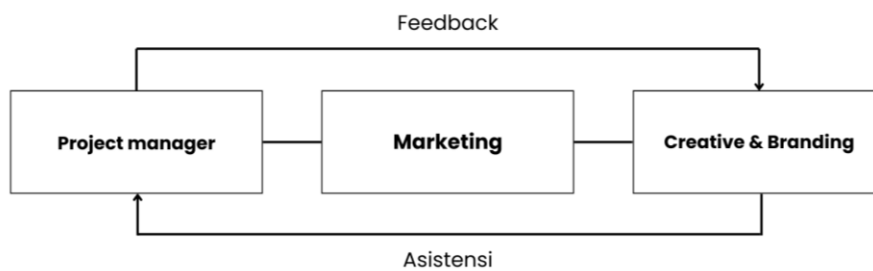
3.1.1 Kedudukan

Dalam PT. Thara Jaya Persada, penulis menduduki posisi karyawan magang pada divisi *creative and branding*. Tugas yang diberikan kepada penulis melibatkan perancangan strategi pada pemasaran digital yang mencakup sosial media terutama media sosial instagram. Penulis berada di bawah *marketing & project manager* sebagai *supervisor*, yang bertanggung jawab atas proyek dan tugas yang diberikan selama periode kerja magang di PT. Thara Jaya Persada.

3.1.2 Koordinasi

Pada alur koordinasi dalam divisi *Creative & Branding* PT. Thara Jaya Persada, sebagai karyawan magang, penulis berada di bawah naungan *project manager* untuk keperluan desain. Dalam sebuah perancangan karya, biasanya *project manager* akan mengadakan pertemuan atau *briefing* untuk memberikan gambaran proyek yang akan dikerjakan kepada penulis. *Project manager* akan mengevaluasi kebutuhan terkait aspek konten yang dibutuhkan untuk sosial media instagram dan setelah itu, tanggung jawab aspek visual akan diberikan kepada penulis selaku desainer.

Tahap selanjutnya adalah penulis akan menyusun *moodboard* dan juga sketsa kasar untuk memberikan gambaran kepada *project manager* mengenai tugas yang diberikan. lalu setelah mendapatkan persetujuan, penulis akan melanjutkannya ke tahap digitalisasi. Kebutuhan desain yang berasal dari brand tertentu ataupun berasal dari perusahaan, *project manager* yang akan melakukan tinjauan terhadap hasil dari pekerjaan desainer.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada tabel, penulis akan menjelaskan secara rinci dan komprehensif segala aktivitas dan tindakan yang dilakukan selama menjalani proses kerja magang, mencakup berbagai aspek dan detail terkait dengan pengalaman praktik lapangan yang telah dijalani.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1 Februari– 16 Februari 2024	- booth opening puma store senayan city mall	- Meeting tim dokumentasi foto & video untuk pengerjaan booth - Membuat shoot list dokumentasi - list gear yang akan digunakan - Shooting dokumentasi foto & video proses pembangunan booth untuk opening store puma mall senayan city - transfer aset video dan foto booth opening puma senayan city - editing tone warna aset foto booth opening puma senayan city - Mengerjakan proses logging pada editing video, proses mencatat dan

		<p>memilih shot-shot yang ada disesuaikan dengan kebutuhan video opening booth store PUMA Senayan City Mall</p>
		<p>- Mengerjakan proses editing, proses penulis mulai memperhalus hasil cut to cut dan memberi tambahan transisi efek khusus yang dibutuhkan pada video opening booth store PUMA Senayan City Mall</p>
		<p>- Melakukan proses color grading pada video, yaitu proses penyesuaian dan pemrosesan warna dalam produksi untuk mencapai tampilan warna yang diinginkan, proses color grading dilakukan secara satu per satu atau per shot</p>
		<p>- Melakukan final cut, yaitu finishing touch dimana penulis melakukan audio mixing, memberi bumper, dan caption yang dibutuhkan pada video</p> <p>- Pembuatan poster hasil akhir opening booth store Puma Senayan City Mall untuk konten media sosial instagram story</p> <p>- Pembuatan poster hasil akhir opening booth store Puma Senayan City Mall untuk konten media sosial</p>

			instagram story - Melakukan revisi pada poster opening booth
2	19-23 Februari 2024	- Wallpaper Rumah Sakit Mitra Keluarga	<ul style="list-style-type: none"> - Mendapatkan brief untuk membuat design wallpaper rumah sakit Mitra Keluarga Pamulang. - Melakukan pembuatan moodboard dan penentuan konsep gaya desain - Membuat alternatif sketsa dari tahapan yang sudah dilakukan sebelumnya - Pemilihan alternatif sketsa yang akan digunakan dari alternatif sketsa yang sudah dibuat
			<ul style="list-style-type: none"> - Tahap digitalisasi desain wallpaper rumah sakit Mitra Keluarga Pamulang - Melakukan revisi dari desain wallpaper rumah sakit Mitra Keluarga Pamulang - Melakukan finishing touch dan menyiapkan file siap cetak untuk dipasang dalam rumah sakit Mitra Keluarga Pamulang
3	26 Februari –		- Mendapatkan brief untuk mengerjakan desain menu baru untuk

	12 Maret 2024	Konten Sosial Media Instagram EdBuxter	<p>sosial media instagram food & beverages ed buxter</p> <ul style="list-style-type: none"> - membuat 6 Instagram post dan 4 Instagram story - membuat 4 poster promosi menu baru dari edbuxter - Melakukan meeting mengenai konsep dan gaya desain yang akan digunakan pada media sosial instagram ed buxter - melakukan pembuatan moodboard untuk menjadi acuan pada konten sosial media instagram yang akan didesain.
--	------------------	---	--



		<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan alternatif sketsa kasar untuk key visual poster menu baru ed buxter - mengerjakan sketsa untuk layout 6 instagram post ed buxter - mengerjakan alternatif sketsa instagram story ed buxter - Melakukan revisi pada alternatif sketsa poster ed buxter - melakukan revisi pada alternatif sketsa 6 instagram post ed buxter - melakukan revisi pada alternatif sketsa 4 instagram story ed buxter
		<ul style="list-style-type: none"> - Memulai tahap digitalisasi dengan gaya desain yang sudah ditentukan pada tahap sebelumnya untuk poster menu baru edbuxter - melakukan tahap digitalisasi untuk sosial media 4 instagram story - Melakukan revisi pada desain poster menu baru ed buxter - Melakukan revisi pada desain media sosial 4 instagram story ed buxter

			<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan tahap digitalisasi desain 6 instagram post untuk media sosial instagram ed buxter - Melakukan asistensi selama pengerjaan tahap digitalisasi - Melakukan revisi pada tahap digitalisasi desain 6 instagram post untuk media sosial instagram ed buxter
3	13 Maret – 12 April 2024	- Proposal event farmers market run 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Mendapatkan brief untuk membuat ppt proposal event farmers market run 2024 - meeting untuk konsep yang akan digunakan dalam event farmers market run 2024 - melakukan pembuatan moodboard dari konsep yang sudah ditentukan dan penentuan gaya desain - melakukan pembuatan desain key visual background event farmers market run 2024 - melakukan asistensi terhadap desain yang sudah dikerjakan - Melakukan digitalisasi pada desain keyvisual background ppt proposal event farmers market run 2024

			<ul style="list-style-type: none"> - Finalisasi keyvisual background proposal event farmers market run 2024 - mindmapping logo untuk event farmers market run 2024 - Membuat beberapa alternatif sketsa logo event farmers market run 2024 - melakukan acc dengan project manager, melamjutkan kedalam tahap digitalisasi logo event farmers market run 2024 - Finalisasi logo event farmers market run 2024 - Mengerjakan supergraphic event farmers market run 2024
			<ul style="list-style-type: none"> - membuat desain 2d mockup untuk production gimmick event farmers market run 2024, yaitu running bag, baju peserta, umbul-umbul, nomor pelari, sertifikat, ticket, dan sertifikat
		-	- Cuti Bersama Hari Raya Idul Fitri
	15 – 26 April 2024	- Proposal event farmers market run 2024	- Melakukan mockup pada running bag, baju peserta, umbul-umbul, nomor pelari, sertifikat, ticket, dan sertifikat untuk production gimmick yang dibutuhkan pada event farmers market run 2024

			<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain 2d untuk stand ticket box pre-event farmers market run 2024 - Membuat desain 2d untuk main gate event start & finish event farmers market run 2024 - membuat desain 2d water station - melakukan acc dengan project manager & project manager mengaplikasikan desain dalam bentuk 3d
4	29 April – 13 mei 2024	- Booth Pameran PT. Pusaka Bumi Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> - Mendapatkan brief untuk melakukan editing video project booth pusaka bumi transportasi selama 1 menit & membuat desain untuk instagram post - transfer aset video dan foto booth pameran pusaka bumi transportasi - Melakukan proses logging pada editing video, proses mencatat dan memilih shot-shot yang ada disesuaikan dengan kebutuhan video opening booth pameran pusaka bumi transportasi - Mengerjakan proses editing, proses penulis mulai memperhalus hasil cut to cut dan memberi tambahan transisi efek khusus yang dibutuhkan pada

			<p>video pameran booth pusaka bumi transportasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan final cut, yaitu finishing touch dimana penulis melakukan audio mixing, memberi bumper, dan caption yang dibutuhkan pada video - Pembuatan poster hasil akhir pameran booth pusaka bumi transportasi untuk konten media sosial instagram thara production - Mengirim file <i>final</i> kepada <i>project manager</i>
5	14 – 20 Mei 2024	- Event booth pameran puma palermo di Lippo mall Puri	<ul style="list-style-type: none"> - melakukan meeting untuk dokumentasi pengerjaan booth pameran puma pada lippo mall puri - membuat shoot list dokumentasi video & menyiapkan gear yang akan digunakan - 4 hari shooting dokumentasi pengerjaan booth pameran puma di lippo mall puri - transfer aset video dan foto booth pameran puma di lippo mall puri - Melakukan proses logging pada editing video, proses mencatat dan memilih shot-shot yang ada disesuaikan dengan kebutuhan video

			<p>booth pameran puma di lippo mall puri</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan proses editing, proses memperhalus hasil cut to cut dan memberi tambahan transisi efek khusus yang dibutuhkan pada video booth pameran puma di lippo mall puri - Melakukan proses color grading pada video, yaitu proses penyesuaian dan pemrosesan warna dalam produksi untuk mencapai tampilan warna yang diinginkan, proses color grading dilakukan secara satu per satu atau per shot
--	--	--	---

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada pelaksanaan magang, penulis diberikan tugas dari *project manager* dan *marketing* untuk membuat desain konten sosial media, setelah karya diserahkan kepada *project manager* maka akan diteruskan kepada *marketing*.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Pada saat proses magang berlangsung, penulis tidak hanya menyelesaikan tugas yang diberikan oleh *project manager* selaku *supervisor*, akan tetapi juga berpartisipasi dan membantu beberapa kesuksesan beberapa *project* perusahaan. Berikut ini adalah beberapa *project* yang melibatkan partisipasi penulis.

3.3.1.1 Wallpaper Rumah Sakit Mitra Keluarga Pamulang

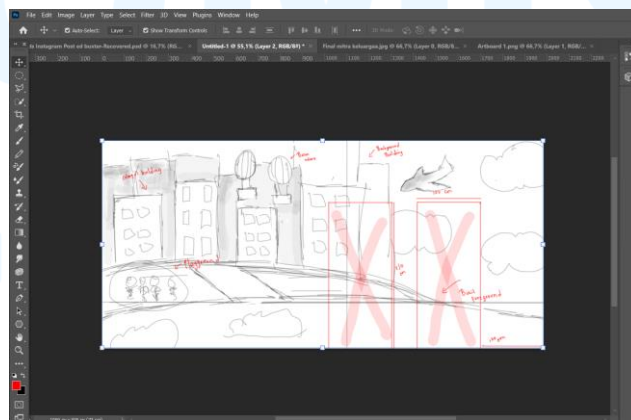
Dalam proses pelaksanaan magang minggu ke-3 penulis di minta untuk membuat sebuah wallpaper Rumah Sakit Mitra Keluarga

Pamulang, penulis ditugaskan untuk membuat desain 2d dengan tema yang *colorfull* dan gaya desain yang ditujukan untuk anak-anak yang akan dicetak dan diaplikasikan nantinya. Penulis diberikan brief dan referensi dari klien sebagai acuan desain dan dibantu oleh *project manager* yang berkomunikasi langsung dengan klien.



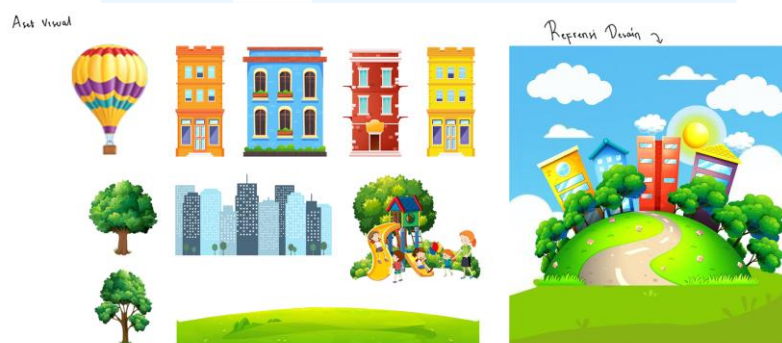
Gambar 3. 2 Refrensi desain klien yang sudah diaplikasikan

Penulis diminta untuk merancang sebuah desain untuk diaplikasikan bersebelahan dengan desain yang sudah terpasang sebelumnya, Tahap pertama dalam perancangan desain untuk wallpaper Rumah Sakit Mitra Keluarga Pamulang adalah penulis membuat sebuah moodboard sederhana dan sketsa kasar yang nantinya akan diasistensikan kepada *project manager*.



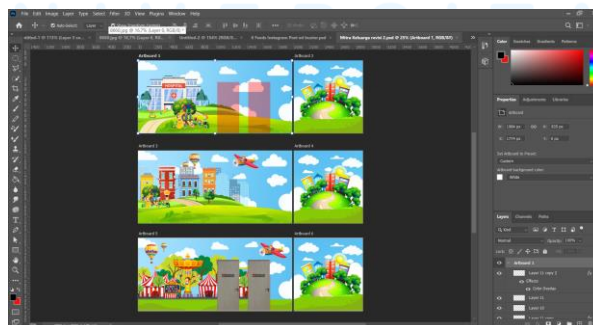
Gambar 3. 3 Sketsa Komprhensif Wallpaper

Proses sketsa dilakukan menggunakan aplikasi adobe photoshop dengan ukuran 7m x 3,3m menggunakan settingan color CMYK, sketsa komprehensif dibuat untuk memberikan gambaran untuk hasil akhir desain dengan menyantumkan aset-aset visual yang akan digunakan, setelah itu sketsa diasistensikan kepada *project manager* dan penulis dapat melanjutkan kedalam tahap digitalisasi apabila sketsa sudah di *approve*.



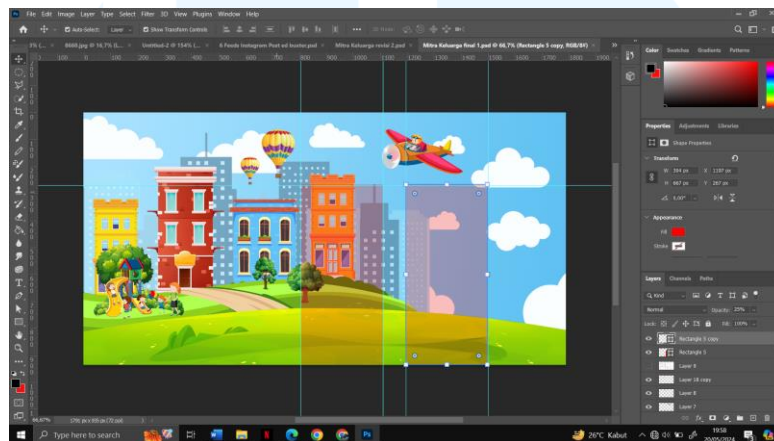
Gambar 3. 4 Aset Visual & Refrensi Desain

Tahap digitalisasi dilakukan setelah penulis telah mengumpulkan semua aset yang dibutuhkan, dalam *project* ini *client* dan *project manager* mengizinkan saya untuk menggunakan aset yang tersedia pada website stok gratis dikarenakan tenggat waktu yang dekat. penulis mulai melakukan desain dengan menyesuaikan warna *background* terlebih dahulu agar dapat menjadi satu kesatuan dengan desain sebelumnya, penulis membuat beberapa alternatif desain untuk diasistensikan kepada *project manager*



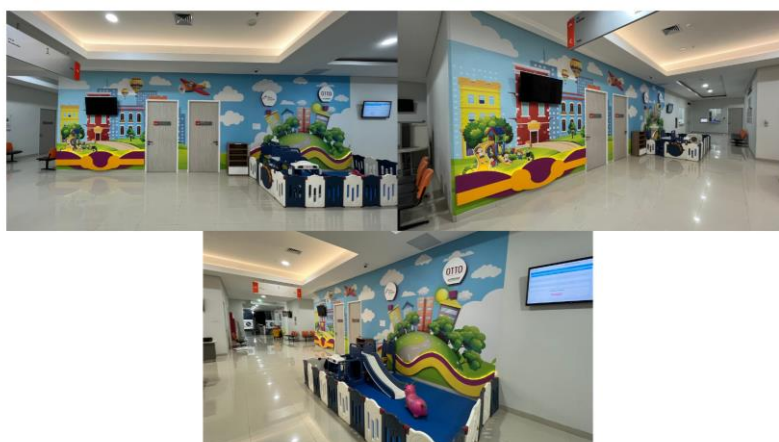
Gambar 3. 5 Alternatif Desain Wallpaper

Alternatif yang diberikan penulis diantaranya bertemakan carnaval, *cityscape*, dan juga rumah sakit, klien melalui *project manager* memilih *cityscape* untuk menyesuaikan desain yang sudah terpasang sebelumnya,



Gambar 3. 6 Finalisasi Desain Wallpaper

Keseluruhan desain dilakukan menggunakan aplikasi adobe photoshop dan setelah melakukan beberapa revisi minor penulis akhirnya melakukan finishing touch dan menyiapkan file yang akan dicetak dan dikirim kepada *project manager* untuk dipasang dalam rumah sakit mitra keluarga pamulang, berikut ini merupakan hasil akhir.



Gambar 3. 7 Hasil Akhir Desain Wallpaper

3.3.1.2 Konten Sosial Media Instagram EdBuxter

1. Briefing

Pada minggu ke-5 pelaksanaan magang penulis diminta oleh *project manager* untuk membuat sebuah desain promosi menu baru yang akan dirilis oleh salah satu usaha F&B PT. Thara Jaya Persada yaitu EdBuxter untuk kebutuhan sosial media instagram post dan juga instagram story, penulis diminta untuk membuat 6 instagram post.

Ed Buxter

Ketentuan Instagram Post (Juni 2024)

1. Instagram Feeds
 - Post 1 – Chicken Popcorn "Delicious and nutritious"
 - Post 2 – Chicken Burger "New Combo Special"
 - crispy chicken burger
 - grill chicken burger
 - Post 3 – Chicken Popcorn with mac n cheese "Special Menu"
 - Post 4 – Chicken Popcorn "each bite filled with joy"
 - chicken popcorn original
 - chicken popcorn with mac n cheese
 - Post 5 – Crispy chicken burger "Make Your Day Tastier"
 - Post 6 – Chicken Wings "New Sauce"
 - chicken wings original
 - chicken wings red blood sauce

Gambar 3. 8 Brief Poster Instagram EdBuxter

2. Brainstorming

Dalam tahap brainstorming, penulis mencari berbagai referensi untuk konten instagram, penulis mencari referensi yaitu desain promosi yang digunakan dalam usaha *food & beverages*. Berikut ini merupakan referensi gambar yang penulis gunakan dalam membuat sketsa konten.



Gambar 3. 9 Referensi Desain Instagram Post

3. Konsep

Konsep yang digunakan oleh penulis dalam desain promosi ini adalah menggunakan gabungan *digital imaging & layouting typography*. Penulis membuat moodboard untuk menjadi arahan estetika untuk mengembangkan desain yang ingin dicapai, sekaligus merumuskan ide-ide yang abstrak menjadi lebih konkret. Berikut ini merupakan moodboard yang penulis rancang.



Gambar 3. 10 Moodboard Perancangan Karya

Aset foto produk yang penulis akan gunakan merupakan aset yang diambil oleh penulis dengan melakukan photoshoot menu baru dari produk yang akan dirilis, berikut ini merupakan dokumentasi proses foto yang penulis lakukan.

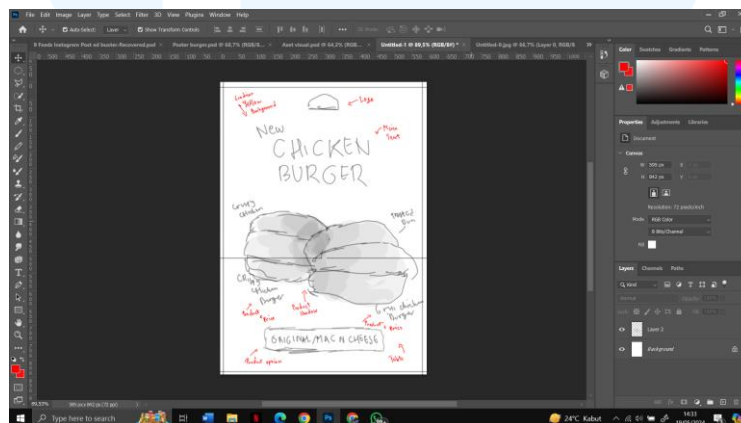


Gambar 3. 11 Dokumentasi *Photoshoot* Menu Baru Edbuxter

penulis menggunakan turunan warna sekunder yaitu orange, alasan penulis menggunakan turunan warna tersebut adalah untuk menjaga konsistensi & estetika warna yang digunakan oleh logo usaha *food & beverages* EdBuxter, pemilihan *font* yang digunakan dalam perancangan karya adalah menggunakan font insaniburger dan cream cake.

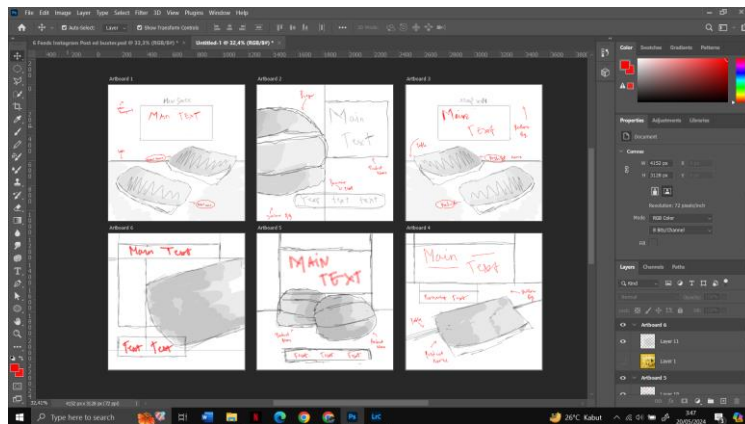
4. Sketsa

Penulis membuat sebuah sketsa komprehensif poster sebagai key visual yang akan menjadi patokan dari desain sosial media instagram yang akan dirancang, aplikasi yang digunakan penulis dalam pembuatan sketsa merupakan adobe photoshop dengan teknik ilustrasi yang digunakan adalah *free-hand drawing*.



Gambar 3. 12 Sketsa Komprehensif Poster *Key Visual*

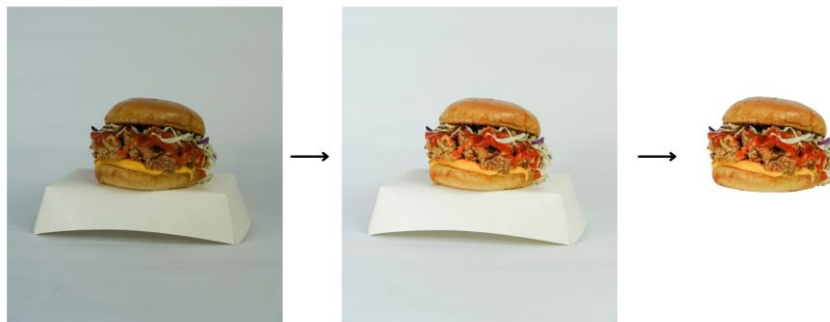
Selain sketsa poster, penulis membuat sketsa komprehensif pada 6 instagram post sekaligus melakukan layouting terhadap desain yang akan dirancang, penulis menggunakan teknik yang sama dalam pembuatan 6 sketsa instagram post.



Gambar 3. 13 Sketsa Komprehensif 6 Instagram Post

5. Digitalisasi

Pada tahap digitalisasi, penulis masih menggunakan aplikasi adobe photoshop, terutama untuk melakukan digital imaging pada aset foto yang telah diambil



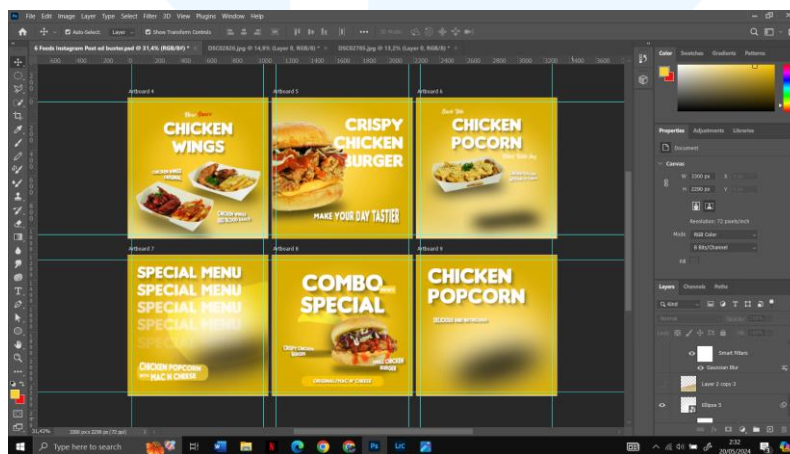
Gambar 3. 14 Proses Penyesuaian Warna & Menghilangkan Background

Tools yang digunakan oleh penulis meliputi *selection tool* untuk memisahkan foto dengan *background*, *shape*, dan filter blur untuk memberikan efek bayangan pada karya.



Gambar 3. 15 Proses Digitalisasi Poster Key Visual

Selain poster *key visual*, penulis melakukan digitalisasi terhadap 6 instagram post yang telah penulis kerjakan, dengan menggunakan aplikasi dan teknik yang sama yang dilakukan pada poster *key visual*



Gambar 3. 16 Proses Digitalisasi 6 Instagram Post

6. Asistensi dan Revisi

Setelah melakukan asistensi bersama *project manager* selaku *supervisor* penulis tidak mendapatkan revisi yang banyak, secara keseluruhan desain sudah baik, akan tetapi perlu menambahkan beberapa aset visual untuk melengkapi keseluruhan desain.

7. Finalisasi

Penulis melanjutkan proses finalisasi setelah mendapatkan revisi dan input dari *supervisor*. Poster yang sudah diasistensikan dan di terima oleh *supervisor* menjadi key visual dan diimplementasikan pada perancangan karya 6 instagram post.



Gambar 3. 17 Hasil Akhir Desain Promosi Menu Baru Ed Buxter

3.3.1.3 Proposal Event Farmers Market Run 2024

1. Briefing

Pada proyek ini penulis diberikan tugas oleh *project manager* selaku *supervisor* untuk membuat sebuah proposal *event* yang akan diselenggarakan oleh farmers market. Event tersebut diberi nama farmers market run 2024 yang nantinya akan diselenggarakan pada bulan september 2024 Penulis diminta untuk mendesain isi dari konten proposal yang akan diserahkan nantinya kepada *project manager*. Penulis diberi tugas untuk membuat desain logo, dan juga desain 2d yang dibutuhkan untuk *event* nantinya.

2. Brainstorming

Pada tahap brainstorming, penulis bersama *project manager* melakukan meeting terkait tema dan konsep yang akan dibawa pada *project Event Farmers Market Run 2024*, penulis mencari beberapa referensi yaitu event lari yang dilakukan oleh brand-brand lainnya, berikut merupakan referensi gambar yang penulis gunakan.



Gambar 3. 18 Referensi *Event Running*

3. Konsep

Dari brief yang diberikan oleh *project manager*, event farmers market run 2024 ini diselenggarakan dalam rangka merayakan HUT Farmers Market Indonesia dan menampilkan konsep “*fresh, together, future*”, dari brief tersebut penulis membuat moodboard sederhana yang berfungsi untuk mengkategorikan ide-ide, dan mendorong pemikiran kreatif untuk mengakselerasi proses perancangan yang akan dilakukan.



Gambar 3. 19 Moodboard Event Farmers Market Run 2024

Dalam moodboard yang dibuat penulis memilih font sans serif yaitu poppins untuk menambah kesan minimalis dan modern sesuai dengan konsep “future” dari brief pada tahap sebelumnya, turunan warna yang digunakan oleh penulis merupakan turunan warna hijau, selain untuk menjaga konsistensi warna dengan warna logo penyelenggara *Event Yaitu Farmers Market*, warna hijau dapat memberikan makna yang baik seperti segar selain itu warna hijau juga termasuk dalam kategori warna yang dapat diartikan “fresh” sesuai dengan konsep event.

4. Sketsa

a. Logo

Penulis diminta untuk membuat logo sementara oleh *project manager* sebagai gambaran apabila logo diaplikasikan pada media-media yang dibutuhkan pada *Event Farmers Market Run 2024*, maka dari itu penulis membuat 3 alternatif logo, dan melakukan asistensi untuk acc dengan *project manager*.



Gambar 3. 20 Sketsa Logo *Event Farmers Market Run 2024*

b. Konten Proposal

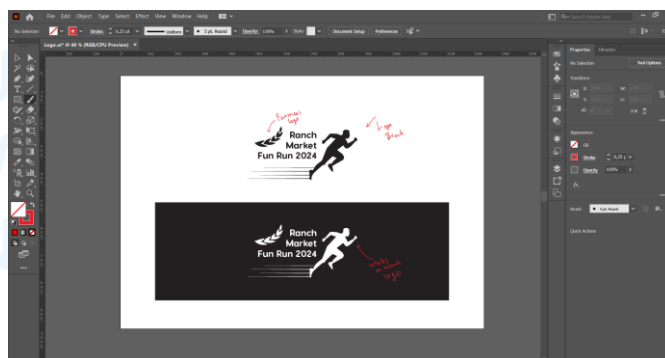
Setelah melakukan sketsa logo, *project manager* memberikan brief terkait isi dari konten proposal yang akan dirancang kepada penulis, nantinya visual dari proposal tersebut akan mengikuti konsep yang sudah ditentukan oleh klien, berikut merupakan brief mengenai isi konten proposal event yang diberikan oleh *project manager*.

- Farmers Market Run 2024**
Ketentuan Proposal
1. Logo
 2. Introduction
 3. Description "A 5-kilometer fun running event will be held on the anniversary of Farmers Market Indonesia, featuring the Fresh Together Future **Concept**".
 4. Event Details "Location : Plaza barat glora bungkarno, Month : to be continue, Time : to be continue".
 5. **Concepts description** "The Ranch Market Fun Run 2024 has embraced the Fresh Together Future Concept, aligning with Ranch Market's core value of consistently providing the best and freshest products to its customers".
 6. **Segment Audience** "This event is open to the public with a capacity for 500 to 1000 participants. The target market segments include families, youth, the running community, as well as beginner and professional runners".
 7. **Production gimmick mockup** "Running bag, baju peserta, umbul-umbul, pomor runner, medali, ticket, certificate"
 8. **Ticket box offline store (pre event)**
 9. **promotion gimmick Content** : Box, running bag, Instruction & Invitation Card, T-shirt. Target : Main KOL & BA of ranch market : 20 Kols per event Sent h-21 before event (so they could have time to scan their image Objective : Make them an instruction to chase & capture their own active event running and post in on Instagram feed / story. Plus attract the followers to visit the event
 10. Pre event (Teaser video, **konten video tiktok & instagram**)
 11. Pre event **promotion** : **komunitas**, influencer, GBK audience
 - 12 **3D Render** : Main gate, water station, main stage, lost & found, photobooth, game interactive booth,
 13. **g&A**
 - 14 thank you + logo

Gambar 3. 21 List Konten Proposal Event

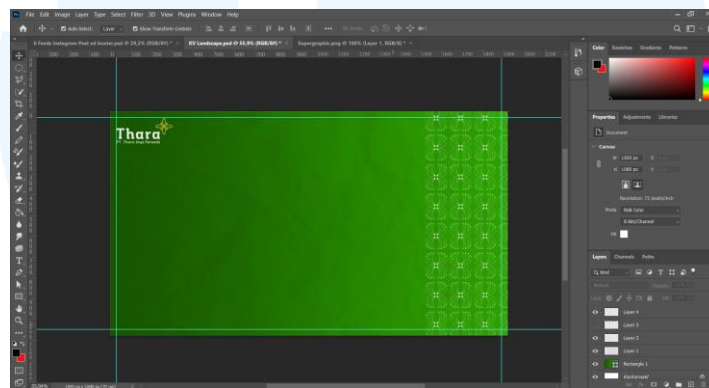
5. Digitalisasi

Tahap digitalisasi adalah tahap dimana penulis mulai merancang desain dari brief yang sudah diberikan, penulis menggunakan aplikasi adobe illustrator dalam pembuatan logo dan juga proposal event. *Tools* yang digunakan oleh penulis antara lain adalah *shape*, *pen tool*, dan *direct selection tool*



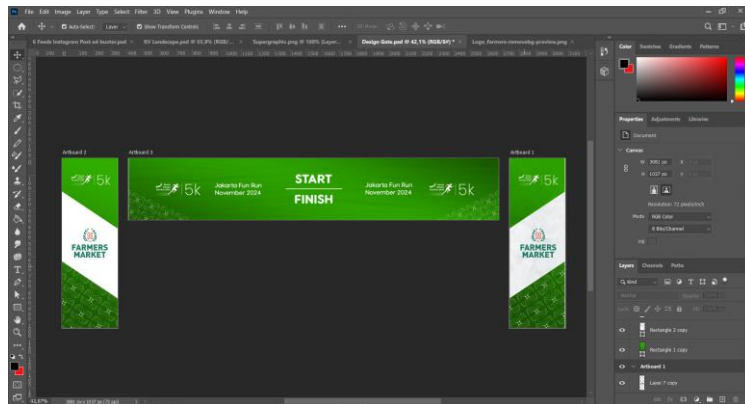
Gambar 3. 22 Proses Digitalisasi Logo Event

Logo yang sudah dirancang dan digitalisasikan kembali diasistensikan kepada *project manager* untuk mengetahui apakah ada perbaikan yang diperlukan, setelah itu penulis merancang sebuah desain *key visual background* proposal yang akan dijadikan acuan dalam perancangan desain konten proposal event farmers market run 2024, penulis menggunakan aplikasi adobe photoshop dalam perancangan background, menggunakan margin dengan jarak 30px masing-masing pada setiap sisinya.



Gambar 3. 23 Proses Perancangan *Background* Proposal Event

Selain itu, penulis membuat sebuah *supergraphic* untuk elemen pendukung yang berfungsi sebagai pembentuk identitas atau ciri khas dari sebuah brand, dikarenakan event yang diselenggarakan adalah event *fun running*, penulis menggunakan buah pisang sebagai visual *supergraphic* dikarenakan pisang merupakan buah yang memiliki banyak manfaat seperti menjaga tubuh agar tetap terhidrasi. Setelah itu penulis membuat desain *2d main gate* untuk diaplikasikan pada desain *3d* yang sudah dibuat oleh *project manager*.



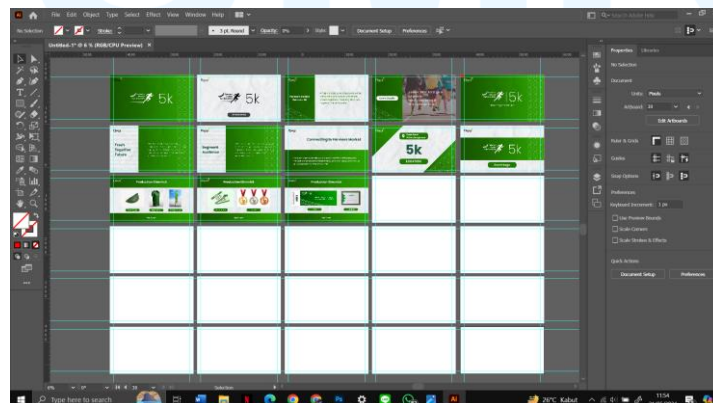
Gambar 3. 24 Proses Digitalisasi 2d Main Gate Event

6. Asistensi dan Revisi

Setelah melakukan digitalisasi desain, penulis melakukan asistensi yang bersama *project manager*, penulis tidak mendapatkan revisi yang banyak hanya beberapa perubahan minor, dan secara keseluruhan bentuk *key visual background* sudah baik.

7. Finalisasi.

Penulis melakukan finalisasi konten dari proposal menggunakan aplikasi adobe illustrator, berdasarkan brief yang sudah diberikan dan *background key visual* yang sudah penulis buat, penulis menggunakan jenis *single column grid* untuk mengatur tata letak, dan untuk memudahkan penulis untuk mengetahui seberapa besar ruang yang menopang elemen-elemen visual tertentu.



Gambar 3. 25 Proses Desain Konten Proposal Event

Selain itu penulis juga melakukan beberapa mockup pada media yang dibutuhkan dalam event seperti *running bag*, umbul-umbul, nomor *runner*, medali, dan juga baju peserta. Setelah itu, mockup tersebut diasistensikan kepada *project manager*.



Gambar 3. 26 Mockup Media Promotion Gimmick Event

Setelah *project manager approve* desain mockup, penulis kembali melanjutkan perancangan desain proposal event farmers market run 2024.



Gambar 3. 27 Hasil Akhir Proposal Event Farmers Market Run 2024

NUSANTARA

3.3.1.4 Booth Opening Puma Store Senayan City Mall

1. Briefing

Pada minggu pertama pelaksanaan magang, penulis diberi tugas oleh *project manager* selaku *supervisor* untuk membuat sebuah video dokumentasi pembuatan booth untuk opening Puma Store di Senayan City Mall dengan waktu shooting 1 hari. Selain diminta untuk membuat dokumentasi video, penulis juga diminta untuk membuat beberapa poster hasil jadi yang nantinya akan dipost pada social media Thara Production.

2. Brainstroming & Konsep

Penulis diberikan kebebasan dalam pembuatan dokumentasi video booth opening Puma Store, maka dari itu penulis melakukan *brainstorming* dan membuat konsep dengan membuat *shoot list* yang nantinya akan menjadi acuan bagaimana dokumentasi dikerjakan pada lapangan.

Shoot list

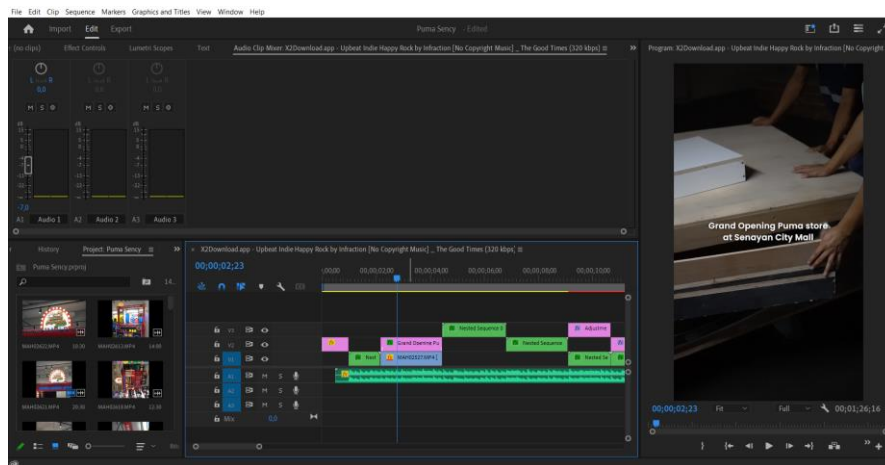
*menampilkan rompi kerja thara production

1. Proses Loading (menyiapkan properti saat pembangunan)
2. Pembangunan properti (bengkel, bajaj, gerobak-gerobak)
 - 30%
 - 60%
 - 80%
3. Timelapse (beberapa angle dengan wide shot)
4. Cinematic shoot (proses pengerjaan properti - wide shot, mid shot, medium close up, close up)
5. Final shot (Hasil jadi keseluruhan booth - wide shot, mid shot, medium close up, close up)

Gambar 3. 28 Notes Shoot List Dokumentasi Video Project

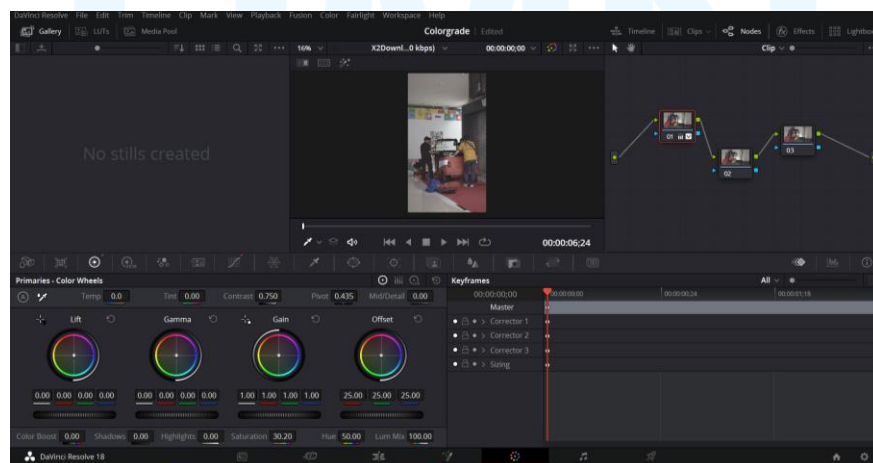
3. Digitalisasi & Finalisasi

Penulis melakukan shooting dokumentasi video *project*, setelah itu penulis memindahkan file aset video dan foto booth yang dikerjakan dan lanjut pada proses logging pada editing, yaitu proses memilih shot-shot yang disesuaikan dengan kebutuhan video, tahap selanjutnya setelah proses logging selesai adalah penulis mengerjakan tahap editing.



Gambar 3. 29 Tahap Editing Video Dokumentasi *Booth Opening Store Puma*

Dalam tahap editing penulis menggunakan aplikasi adobe Premiere pro dengan ratio 9:16 dan settingan 60fps untuk memberikan hasil video yang lebih *smooth*, penulis menggunakan kamera sony a6300 dengan lensa fix 35mm f1.4 dan juga stabilizer zhiyun weebill s untuk menghasilkan video yang lebih stabil. Pada tahapan editing penulis menggunakan teknik cut to cut yaitu memindahkan satu shot ke shot lainnya secara langsung tanpa adanya transisi sama sekali, penulis juga menggunakan teks dan logo perusahaan pada awal video sebagai penguat kognitif untuk konten video pembuatan booth opening puma store.



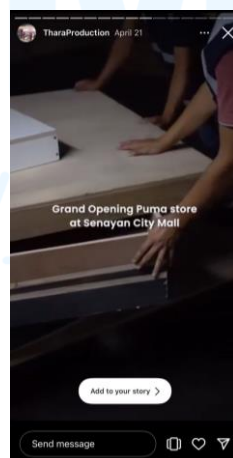
Gambar 3. 30 Tahap *Color Grading*

Tahap selanjutnya adalah penulis melakukan *color grading* video, *timeline* yang sudah dikerjakan pada aplikasi adobe premiere pro dipindahkan kedalam aplikasi davinci resolve, proses *color grading* dilakukan dengan tujuan mengkoreksi warna mentah yang berasal dari output kamera, proses *color grading* juga dilakukan untuk mendapatkan *cinematic looks* dan juga membuat penonton lebih nyaman untuk melihatnya.



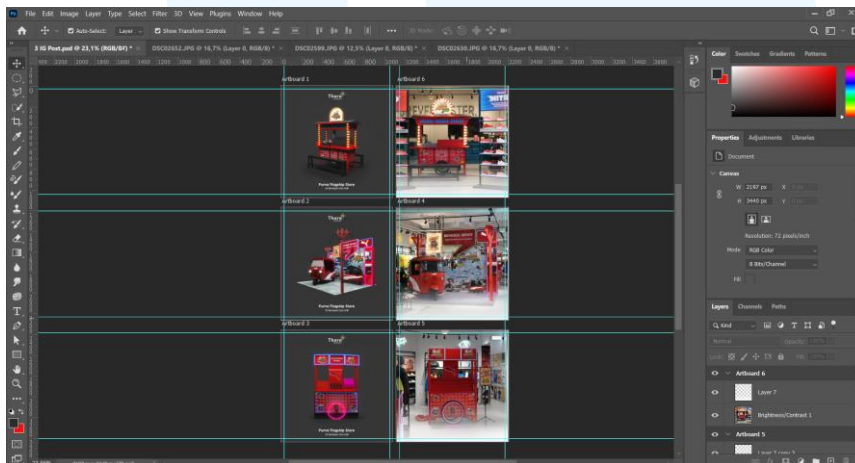
Gambar 3. 31 Sebelum Dan Sesudah Proses Color Grading

Setelah penulis selesai melakukan tahap *editing & color grading*, penulis meng-export video dengan durasi 1 menit 26 detik dan mengirimkan file video kepada supervisor untuk dinilai dan diposting pada sosial media instagram.



Gambar 3. 32 Hasil Akhir Dokumentasi Video *Booth Opening Puma*

Selain membuat dokumentasi video, penulis juga ditugaskan untuk membuat poster hasil jadi booth opening Puma Store Senayan City Mall yang nantinya akan diposting pada media sosial instagram untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus portfolio perusahaan. Penulis menggunakan aset foto yang telah penulis ambil dilokasi shooting dan mengolah foto menggunakan aplikasi adobe photoshop, penulis membuat 3 feeds instagram post dengan masing-masing post memiliki *carousel* sebanyak 1 *slide*.



Gambar 3. 33 Proses Desain 3 Instagram Post Carousel Thara Production

Visual yang penulis tampilkan pada konten sosial media instagram nantinya akan terbagi menjadi 2 bagian yaitu gambaran 3d dan juga hasil jadi untuk mempertahankan konsistensi visual secara keseluruhan, dan untuk *project* video nantinya akan terdapat pada bagian ig reels tersendiri. Penulis melakukan asistensi bersama *project manager* mengenai konsep tersebut dan *project manager* melakukan *approve* pada ide tersebut.



Gambar 3. 34 Hasil Akhir Konten 3 Instagram Post Carousel

3.3.1.5 Booth Pameran Puma Palermo Mercato di Lippo Mall Puri

1. Briefing

Dalam minggu-minggu terakhir pelaksanaan magang, penulis diberikan tugas oleh *project manager* untuk membuat sebuah video dokumentasi pembuatan booth pameran yang akan diselenggarakan oleh brand Puma selama 12 hari, perancangan booth memerlukan waktu 4 hari kerja, sehingga penulis memiliki waktu 4 hari dan berkontribusi dalam *project* untuk mendokumentasikan dan mengolah aset-aset visual yang ada menjadi sebuah kesatuan desain konten sosial media instagram Thara Production.

2. Brainstorming & Konsep

Pada tahap *brainstorming* penulis melakukan meeting bersama *project manager* selaku *supervisor* untuk membahas konten yang dibutuhkan dalam sosial media instagram, dikarenakan project ini memerlukan waktu 4 hari kerja, *project manager* meminta penulis untuk membuat sebuah video berdurasi 2 menit berisikan proses perancangan booth mulai dari awal hingga hasil jadi. Penulis membuat *shoot list* yang berfungsi untuk memberikan gambaran kepada penulis mengenai *shot-shot* yang akan diambil pada perancangan *booth*.

Gear : Sony a6300 – Lensa fix 35 mm f1.4- Zhiyun webbil S

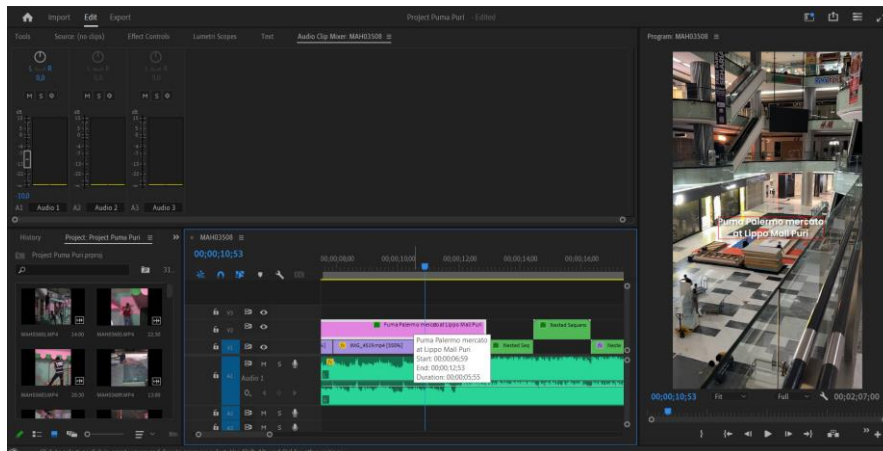
Day 1	Day 2	Day 3	Day 4
Shoot list (Booth Puma Palermo Lippo Mall Puri)			
<ul style="list-style-type: none"> • Timelapse (Event floor) • Cinematic shoot (wide shot, mid shot, medium close up, close up) • Penyiapan properti yang akan digunakan (wide shot, mid shot, medium close up, close up) • floor wallpaper (wide shot, mid shot, medium close up) 	<ul style="list-style-type: none"> • Timelapse • persiapan properti • pemasangan rangka utama booth (mid shot, medium close up, close up) • pemasangan beberapa properti booth wide shot, mid shot, medium close up, close up) • pemasangan beberapa atap booth wide shot, mid shot, medium close up, close up) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasangan atap booth (wide shot, mid shot, medium close up, close up) • pengecatan booth (wide shot, mid shot, medium close up, close up) • pengerjaan properti booth (wide shot, mid shot, medium close up, close up) 	<ul style="list-style-type: none"> • Finishing touch booth perancangan booth (wide shot, mid shot, medium close up, close up) • Properti booth (mid shot, medium close up, close up) • Dekorasi booth (mid shot, medium close up, close up) • Cinematic hasil jadi per-booth (wide shot, mid shot, medium close up, close up)

Gambar 3. 35 Shoot List Booth Pameran Puma Palermo Mercato di Lippo Puri Mall

Pada bagian konsep, Puma menggunakan konsep *fusion of Italy's dynamic spirit with the playful and lively DNA of Palermo*. Palermo mengacu pada kota Palermo, yang terletak di Sisilia, Italia. Ini mewakili warisan budaya yang kaya, suasana yang semarak, dan semangat kota yang semarak, Mercato merupakan "pasar" dalam bahasa Italia. Ini menandakan pasar yang ramai di mana barang-barang diperjualbelikan, mencerminkan kehidupan ekonomi dan sosial yang dinamis di pasar jalanan Palermo. Bersama-sama, "Palermo Mercato" mewakili pasar Palermo yang ramai, mewujudkan esensi kehidupan budaya, sosial, dan ekonomi kota yang dinamis. Ini melambangkan pusat dinamis tempat orang berkumpul untuk merasakan kekayaan budaya, tradisi, dan interaksi komunitas Sisilia.

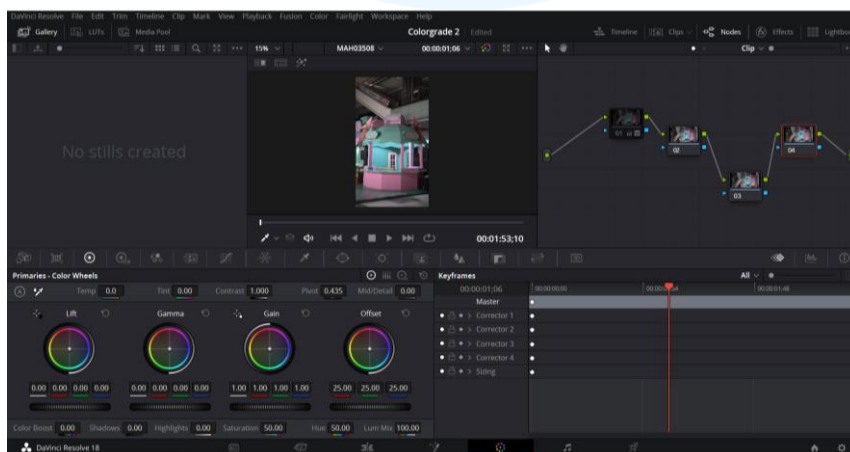
3. Digitlasisasi dan finalisasi

Sama dengan project puma sebelumnya, tahap pertama adalah penulis melakukan shooting dokumentasi video dengan waktu 4 hari, tahap berikutnya adalah penulis melakukan proses logging yaitu memindahkan aset file video dan foto booth yang sudah dikerjakan untuk dipilih dan melanjutkan kedalam tahap editing, penulis menggunakan aplikasi adobe premiere pro untuk melakukan *cut to cut* editing.



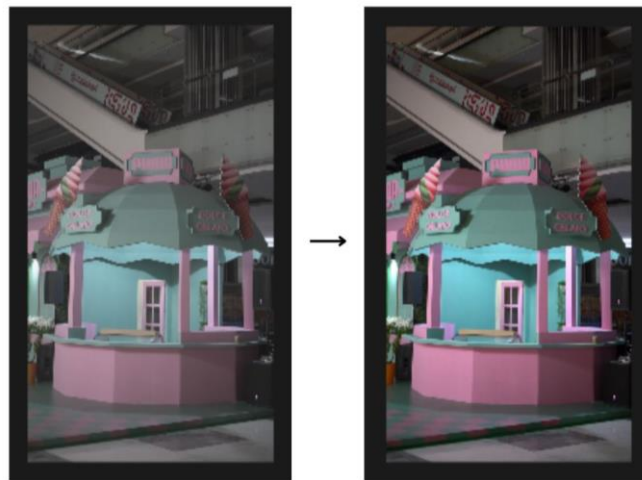
Gambar 3. 36 Proses Editing Cut to Cut

Pada tahap editing *cut to cut* penulis menggunakan pengaturan rasion 9:16 unuk menyesuaikan kebutuhan instagram reels dan story, selain itu penulis menggunakan setingan 60 fps untuk memberikan hasil yang maksimal dalam project video yang dibuat.



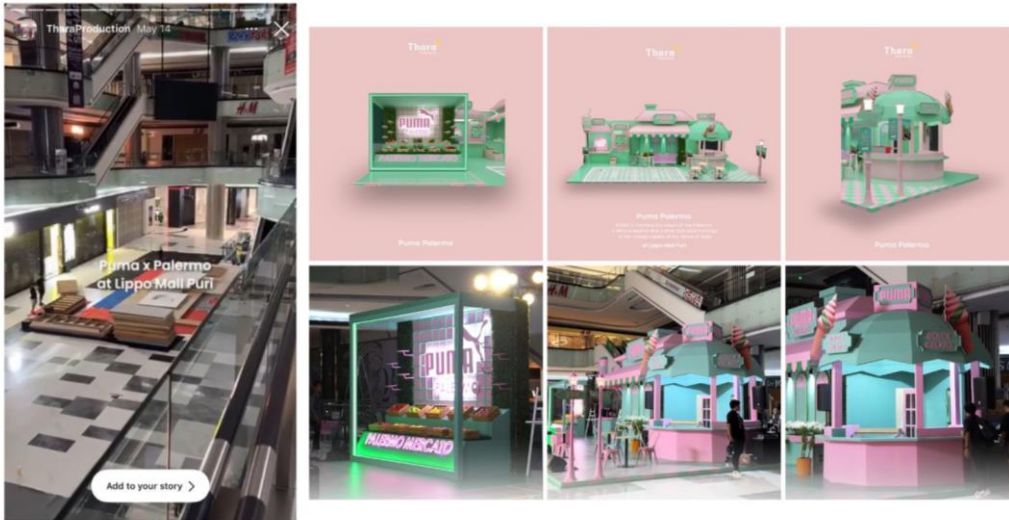
Gambar 3. 37 Proses Color Grading Video Perancangan Booth Puma Palermo

Tahap selanjutnya yang penulis lakukan adalah melakukan *color grading* pada aset video yang sudah melalui tahap editing sebelumnya, tahap *color grading* dilakukan untuk mengoreksi warna yang tidak akurat, rekaman asli memiliki warna mentah dan tidak akurat dikarenakan pencahayaan yang buruk, tahapan *color grading* memungkinkan koreksi warna untuk membuat video lebih realistis dan sesuai dengan harapan.



Gambar 3. 38 *Clip* Sebelum Dan Sesudah Tahap *Color Grading*

Tahap terakhir yang penulis lakukan setelah selesai melakukan tahap *editing & color grading*, penulis meng-export video dengan durasi 2 menit 7 detik dan mengirimkan file video kepada supervisor untuk direview dan diposting pada sosial media instagram. Setelah itu penulis melanjutkan pembuatan poster dengan menggunakan aset-aset foto yang penulis ambil di lapangan, penulis membuat 3 instagram post carousel dengan menggunakan aplikasi adobe photoshop untuk pengerjaannya. Setelah merancang poster penulis melakukan asistensi bersama *project manager* selaku *supervisor* untuk menerima desain yang telah dirancang.



Gambar 3. 39 Hasil Akhir Visual Konten Instagram Thara Production

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam melakukan praktik kerja magang di PT. Thara Jaya Persada, penulis menemukan beberapa kendala yang sekiranya dapat memberikan penulis pengalaman dan pembelajaran agar dapat terus berkembang dalam lingkup kerja profesional. Berikut ini merupakan beberapa kendala yang dialami oleh penulis selama melakukan praktik kerja magang:

1. Mengatur Waktu

Minggu-minggu awal penulis melakukan praktik kerja magang, penulis mengalami kesulitan dalam mengikuti *timeline* pengerjaan dalam lingkup kerja profesional. Sehingga terkadang penulis merasa tertinggal dalam mengerjakan tugas yang diberikan.

2. Perasaan canggung, kaku dan berbagai ketakutan dalam berinteraksi dengan tim lainnya, dikarenakan minggu pertama penulis memulai praktik kerja magang, penulis di minta untuk ikut berkontribusi dalam pekerjaan lapangan yaitu *project booth opening* flagship puma store di Senayan City Mall.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Adapun cara penulis untuk menghadapi kendala selama praktik kerja magang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penulis melakukan penyesuaian dengan membuat jadwal kerja dan menetapkan tenggat waktu sendiri agar tetap berada pada alur dunia kerja profesional. Saat merasa buntu dalam mengerjakan satu tugas, penulis beralih ke tugas lain untuk memanfaatkan waktu dengan lebih efektif.
2. Penulis mencoba beradaptasi dan berkomunikasi dengan lingkungan sekitar, penulis melakukan pendekatan dengan sikap yang ramah & sopan agar rasa canggung dan ketakutan yang dimiliki tidak muncul terus menerus.

