

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Esa Creatives memiliki berapa divisi dengan tim yang fokus kepada pembuatan konten berbeda. Ada divisi marketing, yang focus kepada komunikasi antar klien, administrasi, dan juga keuangan. Proyek Manager juga bagian divisi Marketing, memberi semua orang list task yang sedang berlangsung maupun kerja apapun untuk hari itu.

Ada divisi Desain, yang focus kepada pembuatan asset visual, seperti *social media post* atau digital imaging untuk iklan poster. Divisi ini bertanggung jawab untuk menciptakan dan menjalankan elemen visual yang mengomunikasikan identitas, pesan, dan nilai merek di berbagai platform. Kerja yang dilakukan bisa termasuk mendesain logo, materi branding, situs web, antarmuka digital, jaminan cetak, dan aset pemasaran. Aktivitas utama meliputi desain grafis, desain *user experience* (UX) dan *user interface* (UI), sambil mengikuti tren industri.

Ada divisi Video, dimana staf fokus kepada videografi, dari shooting video ke video editing. Divisi Video bertanggung jawab untuk membuat konten video menarik yang mengkomunikasikan pesan, cerita, dan nilai merek di berbagai platform media. Divisi ini menangani seluruh aspek produksi video, mulai dari konseptualisasi dan penulisan naskah hingga pembuatan film, pengeditan, desain suara, dan pasca produksi. Kerja bisa termasuk memproduksi iklan, video media sosial, konten bermerek, video perusahaan, video penjelasan, dan aset penyampaian cerita visual lainnya.

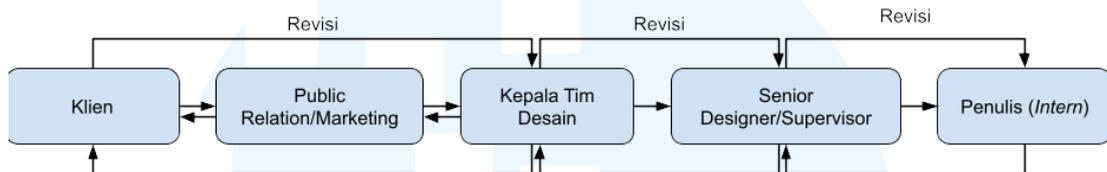
##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis selama berada di Esa Creatives menduduki posisi sebagai *graphic design intern*. Pada posisi tersebut penulis mengerjakan berbagai kebutuhan asset-asset visual untuk proyek-proyek berbeda, dari pembuatan prototipe UI/UX website maupun *social media post*, dan ditempatkan

dibawah divisi desain. Selama maenjadi motion graphic designer intern, penulis dibimbing oleh Kepala Design dan Senior Staff Desain.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Berikut adalah koordinasi pekerjaan yang ada di dalam perusahaan Esa Creatives saat penulis bekerja sebagai *Graphic Design Intern* :



Gambar 3.1 Bagian Alur Koordinasi

Akan diawali dengan klien berkomunikasi dengan bagian *Marketing* atau *Public Relations* untuk proyek yang ingin dikerjakan oleh perusahaan. Tergantung jika klien dari luar negeri atau tidak bisa memakai bahasa Indonesia, komunikasi antar perusahaan bisa dialihkan kepada Kepala Tim Desain, atau di translasikan lewat PR.

Proyek akan diberikan kepada tim Desain, dimana kepala Desain akan mengasih brief sesuai dengan apa yang klien mau kepada tim. *Senior Designer* yang sesuai akan membantu penulis dengan proyek, dan memberikan kerja yang sesuai dengan *skillset* penulis. Penulis terus akan memberi kerja kepada senior designer untuk di-evaluasikan. Jika perlu direvisi, *Senior Designer* akan memberi *feedback*. Jika tidak, akan diberikan kepada Kepala Tim Desain untuk di-evaluasikan. Jika proyek sudah sesuai dengan ekspektasi Kepala Tim Design, akan diberikan kepada PR atau pun klien langsung. Jika Klien ingin direvisikan, akan diberitahukan kepada kepala dan senior designer, yang akan beritahukan kepada penulis.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam menjalani magang di Esa Creative, penulis mendapatkan berbagai pekerjaan sebagai *graphic design intern* dimana penulis melakukan *Digital Imaging, Photo Editing, Motion Graphic, Photography* dan *UI/UX Prototyping*.

Hal tersebut membantu penulis dalam memahami dari tahap produksi awal hingga pemberian akhir untuk klien. Berikut ini detail pekerjaan yang penulis sudah lakukan selama magang:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

| Minggu | Tanggal                             | Proyek   | Keterangan  |
|--------|-------------------------------------|--|---|
| 1      | 19 Agustus 2024 – 23 November 2024  | Paywho<br><i>Social Media Post</i>             | Pembuatan konten sosial media untuk Paywho sesuai creative brief dengan <i>Adobe Photoshop</i> dan <i>Adobe Illustrator</i> .                         |
| 1      | 19 Agustus 2024 – 23 Agustus 2024   | Palujaya<br>Shopee Video Advertisement         | Pembuatan short-form video content dengan <i>Capcut</i> .   |
| 1      | 21 Agustus 2024 – 23 Agustus 2024   | Everytea<br>Landing Page                       | Pembuatan landing page untuk Everyday Tea dengan <i>Figma</i> .   |
| 3      | 2 September 2024 – 6 September 2024 | Marugame<br>Stopmotion Animation               | Pembuatan asset ekspresi untuk setiap karakter di short animasi dengan <i>Adobe Illustrator</i> . On site editing dengan <i>Adobe After Effects</i> . |
| 5      | 19 September 2024 – 1 November 2024 | Toko Euro<br>Baby and Kids Video Advertisement | Pembuatan <i>video short-form content</i> sesuai kreatif brief untuk Instagram dengan <i>Capcut</i> .   |
| 9      | 18 October 2024 - 4 November 2024   | Palujaya<br>Advertisement                      | Photo produk Palujaya dan pembuatan banner diskon memakai <i>Adobe Illustrator</i> dan <i>Figma</i>   |
| 9      | 23 October 2024 – 4 November 2024   | Esa Creative<br>Internal Instagram             | Pembuatan video untuk <i>Instagram</i> untuk <i>digital marketing</i> .   |
| 11     | 31 October 2024 – 29 November 2024  | Aniva<br>Stationary Product Photography        | Mengambil photo produk.   |
| 15     | 28 November 2024                    | Blind Box ID                                   | Asistensi <i>Video Shooting</i>   |

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Magang**

Begitu penulis bergabung dengan agensi, penulis diuji dalam beberapa keahlian, mulai dari penggunaan *Adobe Photoshop* untuk penyuntingan foto umum dan keperluan pencitraan digital, *Adobe Illustrator* untuk gambar vektor, *Figma* untuk pekerjaan UI/UX, *Adobe After Effects* untuk pekerjaan grafis gerak dasar, *Blender* untuk pemodelan 3D dasar, dan diajarkan dasar-dasar penyuntingan video menggunakan *Capcut*. Setelah itu, penulis diberi pekerjaan yang terutama melibatkan pencitraan digital, penyuntingan video, dan penyuntingan foto. Teori utama yang dipakai oleh penulis selama magang adalah teori Robin Landa dari buku *Graphic Design Solutions: Fifth Edition* (2014).

#### **3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang**

Pekerjaan utama Tugas utama yang diberikan kepada penulis meliputi pembuatan posting media sosial menggunakan berbagai aset yang bersumber dari internet, seperti Freepik atau Shutterstock, serta aset yang disediakan oleh klien dan yang diambil sendiri oleh penulis. Tujuannya adalah untuk mengatur gambar atau video ini sesuai dengan kebutuhan klien, berdasarkan pada ringkasan kreatif yang diberikan. Selain itu, penulis diberi proyek tambahan untuk dikerjakan, tergantung pada tingkat prioritas dan urgensinya. Meskipun diberi kebebasan dalam menangani setiap bagian pekerjaan, penulis umumnya mengikuti proses yang ditetapkan: membaca ringkasan kreatif, membuat sketsa atau membuat storyboard, mengembangkan versi pertama desain, mengirimkannya ke klien untuk mendapatkan umpan balik, merevisi berdasarkan umpan balik, dan menyelesaikan desain.

Salah satu proyek utama yang diberikan kepada penulis adalah Proyek Instagram Esa Creatives, yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan promosi agensi melalui posting media sosial di akun *Instagram* resmi Esa Creatives. Konten yang dihasilkan untuk proyek ini sebagian besar terdiri dari kumpulan karya agensi yang telah diselesaikan sebelumnya, yang diringkas

menjadi konten yang singkat, menarik, dan informatif. Strategi ini tidak hanya memamerkan portofolio agensi, tetapi juga menyoroti kemampuan kreatif tim kepada khalayak yang lebih luas.

Proses pembuatan konten dimulai dengan sesi *brainstorming*, di mana tim berdiskusi dan memutuskan konsep utama dan pesan utama yang akan disampaikan. Setelah ide disetujui, storyboard pendek dibuat untuk memberikan garis besar visual dari alur konten. Tim kemudian mengumpulkan video dan gambar yang relevan dari proyek sebelumnya atau mengambil rekaman baru jika perlu untuk melengkapi cerita. Setelah ini, pengeditan video dilakukan menggunakan perangkat lunak seperti *Adobe Premiere* atau *Capcut*, dengan fokus untuk memastikan pesannya jelas, visualnya menarik secara estetika, dan brandingnya konsisten. Setelah video diedit, video tersebut dikirim ke supervisor untuk mendapatkan umpan balik dan evaluasi. Umpan balik tersebut diterapkan untuk menyempurnakan video, memastikan produk akhir memenuhi standar kualitas agensi. Setelah supervisor merasa puas dengan hasilnya, video tersebut diunggah ke akun Instagram agensi, menjangkau khalayak yang lebih luas dan menarik klien potensial. Proyek ini tidak hanya memperkuat kehadiran digital Esa Creatives, tetapi juga memberikan pengalaman berharga dalam manajemen konten media sosial.

Melalui proyek ini, penulis memperoleh pemahaman mendalam tentang pentingnya kehadiran media sosial dalam mempromosikan merek dan melibatkan audiens. Selain sekadar membuat konten, penulis mempelajari cara menyusun *posting* media sosial yang dirancang untuk menarik perhatian dan membangkitkan minat, dengan mempertimbangkan *target audience* dan dinamika platform. Penulis juga menjadi akrab dengan konteks latar belakang di balik setiap proyek, memahami bagaimana konsep dan strategi kreatif dikembangkan agar selaras dengan tujuan klien. Selain itu, penulis mengasah keterampilan dalam mengedit video, mempelajari teknik untuk membuat video yang menarik dan menarik secara visual yang mengomunikasikan pesan dengan jelas dan efektif. Bidang pertumbuhan lainnya adalah dalam pemodelan 3D, di

mana penulis memperoleh kemampuan untuk membuat visual tiga dimensi, menambahkan kedalaman dan realisme pada desain. Secara keseluruhan, penulis mengembangkan pemahaman yang komprehensif tentang proses kreatif di balik setiap karya, dari konseptualisasi dan desain hingga eksekusi akhir, memperoleh wawasan berharga tentang cara menyusun konten yang beresonansi dengan pemirsa dan mendukung tujuan pemasaran yang lebih luas.

### 3.3.3 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan lebih rinci mengenai beberapa proyek yang diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa magang desain grafis saat bekerja di Esa Creatives.

#### 3.3.3.1 Proyek Paywho

*Paywho Social Media posts* adalah proyek yang melibatkan pembuatan postingan media sosial untuk klien, *Paywho*, berdasarkan pada ringkasan kreatif yang diberikan oleh klien. Ringkasan kreatif tersebut mencakup judul postingan, serta deskripsi umum dalam bentuk teks tentang apa yang diinginkan klien. Ini dapat mencakup gambar atau sketsa kecil untuk memberikan visualisasi kecil, dan jika tidak ada visualisasi, penulis yang akan membuat sketsa.

##### Content Brief (Post 43):

- Page 1:**
- Visual: Use the usual background with the text placed above the 3D illustration of a bar chart showing the increase in profits.
  - Headline: "Tiered Pricing vs Volume Pricing"
  - Text description: "Maximize Profits With the Right Pricing Strategy"
- Page 2:**
- Visual: Create a collage of combo prices
- Small Combo (1-3 items): £10 per item  
 Medium Combo (4-9 items): £8 per item  
 Large Combo (10+ items): £5 per item
- Headline: "For Example"
- Page 3:**
- Headline: "How to Calculate Tiered Pricing" (highlight the "Tiered Pricing")
  - Text 1: "If a customer orders 8 items, the first 3 items are priced at £10, and the next 5 items are at £8. Sales would total out at: (add the "the first 3 items", "£10", "the next 5 items", and "£8")
  - Text 2: " $3 \times £10 + (5 \times £8) = £70$ "
- Page 4:**
- Headline: "How to Calculate Volume Pricing" (highlight the "Volume Pricing")
  - Text 1: "If customers buy 8 items, they get everything for £8 per item. Sales would total out at:"
  - Text 2: " $8 \times £8 = £64$ "
- Page 5:**
- Visual: Create a comparison visual of Tiered Pricing and Volume Pricing
  - Headline: "Which strategy works for your business?"
  - Tiered Pricing: "Encourage customers to purchase more" and "Suits to the business that thrives on customers making frequent or incremental purchases"
  - Volume Pricing: "Encourage large purchases in one go, like buying in bulk" and "Suits an industry where big orders are common"

##### Visual Mockup:



Gambar 3.2. 3.3 Contoh *Creative Brief* dari Paywho

Gambar di atas adalah contoh salah satu brief yang diberikan kepada penulis. Yang di sebelah kiri adalah deskripsi umum visual serta teks yang akan ditambahkan ke dalam postingan. Yang di sebelah kanan adalah visualisasi yang dibuat oleh supervisor.

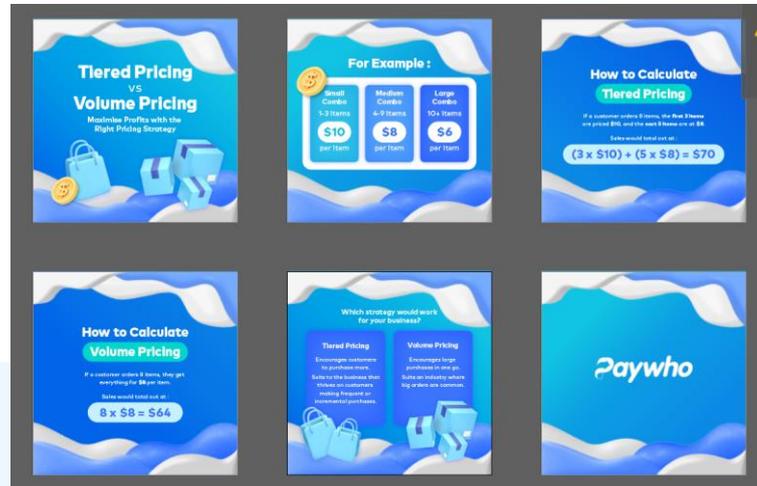
Setelah mendapatkan brief, penulis kemudian membuat daftar aset yang perlu diperoleh atau dibuat, dan membuka Shutterstock atau Freepik dan situs web sejenis lainnya untuk menemukan aset yang sesuai dengan kebutuhan klien, atau memakai *Blender*, *Adobe Illustrator*, atau *Adobe Photoshop* untuk membuat aset yang diperlukan. Sering kali, klien lebih menyukai gaya *claymation* dengan warna pastel, menyukai perpaduan antara bentuk 3d sederhana yang merepresentasikan apa yang mereka anggap sebagai representasi simbolis terbaik untuk teks yang diberikan.

Setelah semua aset yang diperlukan berhasil dikumpulkan, penulis akan mulai mengatur dan menyusun aset tersebut sesuai dengan petunjuk yang terdapat dalam ringkasan kreatif. Proses ini mencakup penyesuaian elemen-elemen visual, seperti gambar, teks, dan elemen grafis lainnya, agar sesuai dengan konsep yang diinginkan. Jika diperlukan, penulis akan melakukan modifikasi tambahan untuk memastikan keselarasan dengan pesan yang ingin disampaikan.

Setelah versi pertama dari postingan selesai, desain tersebut akan dikirimkan ke supervisor untuk dinilai dan diberikan umpan balik. Supervisor akan mengevaluasi elemen-elemen desain, termasuk estetika, komposisi, dan konsistensi dengan identitas merek. Jika ada bagian yang perlu diperbaiki atau disesuaikan, penulis akan melakukan perubahan berdasarkan arahan dari supervisor. Setelah supervisor merasa bahwa desain tersebut sudah memenuhi standar dan dapat diterima, desain tersebut kemudian akan dikirimkan ke klien untuk mendapatkan umpan balik lebih lanjut.

Proses ini akan terus berlanjut dengan menerima dan menyesuaikan desain berdasarkan umpan balik klien. Klien mungkin memberikan saran atau perubahan yang harus dilakukan untuk meningkatkan desain agar lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Penulis kemudian akan melakukan revisi yang diperlukan dan mengirimkan kembali desain yang telah diperbarui untuk mendapatkan persetujuan klien. Siklus ini akan diulang sebanyak yang diperlukan hingga klien merasa puas dengan

desain akhir, memastikan bahwa hasilnya benar-benar memenuhi ekspektasi dan kebutuhan mereka.



Gambar 3.5 Contoh Finalisasi Paywho Social Media Post

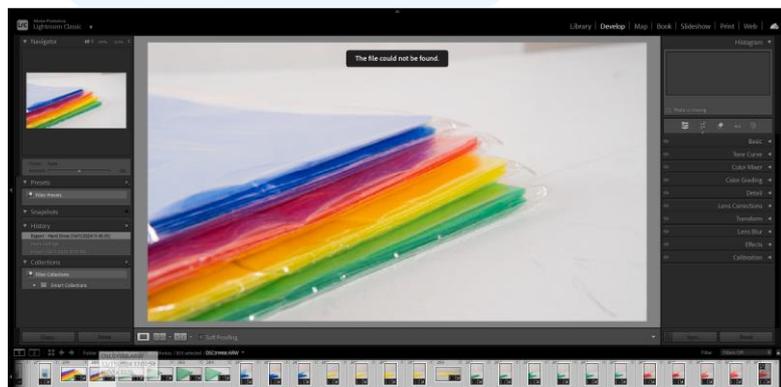
Gambar di atas adalah hasil akhir dari posting setelah direvisi berdasarkan masukan dari klien. Postingan tersebut dibuat terutama di *Adobe Illustrator*, dengan tambahan *Adobe Photoshop* untuk mengedit aset, yang diperoleh melalui *Freepik*, sesuai dengan *brand* klien.

### 3.3.3.2 Proyek Aniva Stationary

Proyek Aniva Stationary difokuskan pada pembuatan serangkaian posting media sosial yang menarik untuk mempromosikan produk-produk terbaru perusahaan. Aspek penting dari proyek ini adalah fotografi produk, di mana perhatian cermat diberikan pada penyajian setiap item. Produk-produk diletakkan di atas meja putih, dan latar belakang putih bersih digunakan untuk menciptakan foto produk dengan kualitas bagus. Penulis aktif dalam proses fotografi, memperoleh pengalaman langsung dalam teknik pencahayaan. Salah satu pelajaran utama yang dipelajari adalah pentingnya menggunakan sumber cahaya yang memantulkan, atau *bounce light*, dan menyebar, atau *diffused light*, untuk menghasilkan pencahayaan yang lebih lembut dan merata. Pelajaran ini penting untuk memastikan bahwa detail produk terlihat jelas sambil menghindari

bayangan yang tajam atau titik-titik yang terlalu terang yang dapat mengurangi kualitas keseluruhan gambar. Penulis segera menyadari betapa pentingnya pencahayaan dalam fotografi produk, karena pencahayaan berdampak langsung pada seberapa baik detail produk ditangkap dan disajikan.

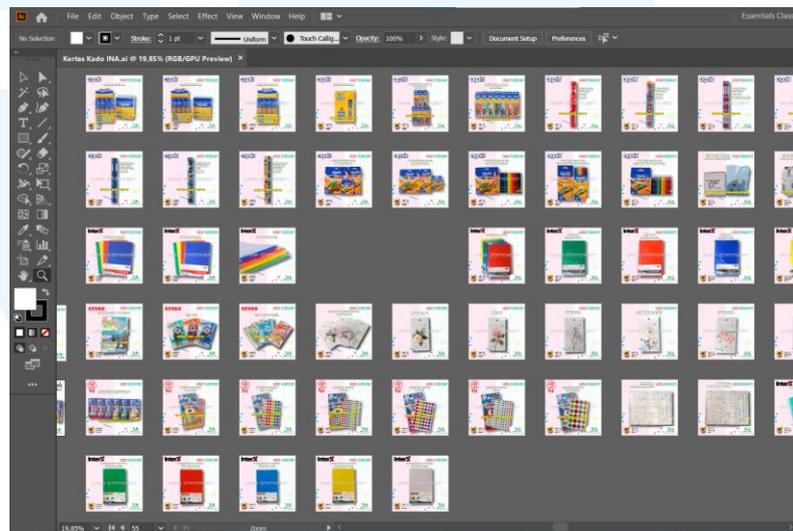
Di samping teknik pencahayaan, penulis juga mempelajari dasar-dasar perangkat lunak penyuntingan foto, khususnya Adobe Lightroom. Melalui proses penyuntingan foto, penulis mempelajari cara mencerahkan gambar dan menyesuaikan pencahayaan untuk mencapai keseimbangan visual yang ideal. Hal ini memungkinkan penulis untuk menyempurnakan gambar, memastikan gambar tersebut tajam dan menarik secara visual. *Adobe Lightroom Classic* memungkinkan penulis untuk membuat penyesuaian warna foto tersebut dengan cepat, biar foto lebih profesional dan menarik secara visual bagi calon pelanggan.



Gambar 3.6 Contoh Edit Foto di *Adobe Lightroom Classic*

Setelah foto produk diambil, foto tersebut dikirimkan kepada klien untuk mendapatkan umpan balik. Klien meninjau gambar dan memilih gambar yang menurut mereka paling mewakili produk mereka. Setelah klien memilih, penulis mengambil langkah berikutnya dalam proses penyuntingan, memanfaatkan *Adobe Photoshop* untuk memotong gambar dan membuat latar belakang transparan. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa gambar produk dapat diintegrasikan dengan mulus ke

dalam templat desain yang sudah disediakan oleh klien. Langkah terakhir dalam mengirimkan gambar yang telah diedit memenuhi harapan klien dan memastikannya siap untuk dipublikasikan. Seluruh proses ini memberi penulis pengalaman langsung yang berharga dalam fotografi produk dan penyuntingan pascaproduksi, meningkatkan kemampuan mereka untuk membuat konten visual berkualitas tinggi untuk pemasaran media sosial.



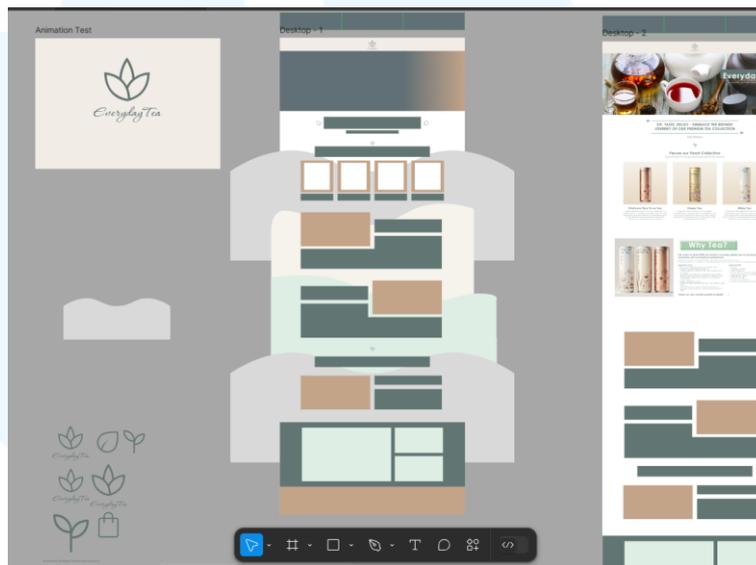
Gambar 3.7 Contoh Finalisasi *Aniva Stationery Post*

### 3.3.3.3 Proyek *Everyday Tea*

Proyek *Everyday Tea* berfokus pada pengembangan *landing page* bagi merek tersebut untuk menyebarkan *awareness* dan mengedukasikan manfaat kesehatan teh sambil mempromosikan produk terbaru mereka. Proyek ini dimulai dengan meringkaskan kreatif brief yang diberikan oleh klien. Ringkasan tersebut berisi informasi penting tentang produk merek tersebut, termasuk manfaat kesehatannya, dan tanggung jawab penulis adalah mengambil informasi dan mengubahkannya menjadi narasi yang lebih ringkas dan menarik untuk demografis klien. Tantangan utamanya adalah menangkap esensi pesan merek, memastikannya jelas, berdampak, dan menarik bagi calon pelanggan yang mengunjungi halaman arahan.

Tujuannya adalah mengomunikasikan nilai inti merek secara efektif dengan cara yang akan mendorong keterlibatan.

Setelah konten diselesaikan, langkah selanjutnya adalah membuat draf pertama. Penulis mulai dengan mendesain versi fidelitas rendah menggunakan *Figma*, yang menyertakan kerangka dasar dan struktur tata letak untuk memvisualisasikan alur dan fungsionalitas halaman.

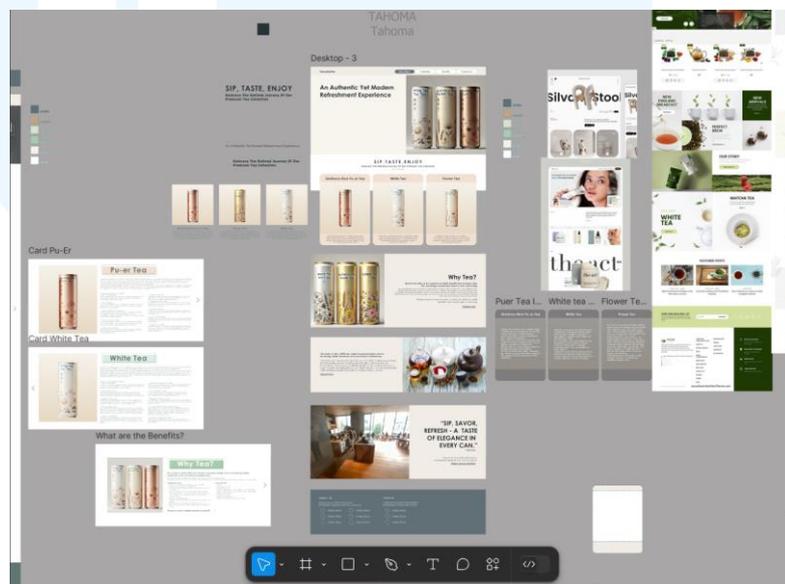


Gambar 3.8 Contoh *Low Fidelity* Landing Page Everyday Tea

Versi ini menyediakan kerangka kasar tata letak halaman, yang memungkinkan penulis dan pengawas untuk fokus pada elemen desain keseluruhan tanpa terjebak oleh detail yang lebih halus. Desain dengan fidelitas rendah diberikan kepada supervisor, di mana *feedback* dikumpulkan untuk memastikan desain selaras dengan harapan dan tujuan klien. Setelah menerima persetujuan untuk desain awal, penulis melanjutkan ke versi fidelitas tinggi, menyempurnakan tata letak dengan elemen desain yang lebih terperinci, seperti font, warna, dan fitur interaktif, sesuai dengan *moodboard* yang sudah dikasih klien, dimana banyak dari referensi yang diberikan bersifat minimalis, modern, dan bersih dengan palet warna netral.

Setelah menyelesaikan versi fidelitas tinggi, penulis menyerahkan file kepada supervisor untuk revisi dan penyesuaian tambahan. Fase ini memungkinkan supervisor untuk menyempurnakan halaman lebih lanjut

sebelum implementasi akhir. Melalui proyek ini, penulis memperoleh pengalaman berharga dalam desain web, khususnya dengan alat seperti *Figma*, dan dalam proses kolaboratif dalam desain. Proyek ini memungkinkan penulis untuk mengembangkan keterampilan dalam desain tata letak, pembuatan konten, dan UI/UX. Dengan mengikuti pendekatan terstruktur—mulai dari menyusun konten hingga membuat prototipe visual—penulis berkontribusi dalam memberikan halaman arahan yang profesional dan memukau yang secara efektif mempromosikan produk baru *Everyday Tea* dan mengomunikasikan manfaat kesehatannya teh.



Gambar 3.9 Contoh *High Fidelity* dan Moodboard *Everyday Tea*

### 3.3.3.4 Proyek Marugame Stop Motion Video Advertisement

Proyek Video *Stop Motion* Marugame merupakan salah satu tugas menarik yang melibatkan pembuatan iklan untuk produk terbaru Marugame Udon, yaitu *Tori Mayo Abura Udon*. Video ini menggunakan teknik animasi *stop motion*, di mana berbagai bahan dalam produk dihidupkan sebagai karakter kartun yang berinteraksi. Penulis berkontribusi secara signifikan dengan membuat aset vektor 2D untuk wajah dan tangan karakter. Selain itu, penulis juga terlibat langsung dalam

proses *editing* di lokasi pengambilan gambar menggunakan *Adobe After Effects*. Proyek ini dilakukan melalui kolaborasi dengan agensi *Papermotion*, menambah dimensi profesionalitas dalam pengerjaannya.

Sebelum penulis terlibat dalam proses lapangan, penulis memulai dengan membuat beberapa sketsa awal untuk desain tangan dan ekspresi wajah karakter. Sketsa ini kemudian disampaikan kepada Kepala Video dan klien untuk mendapatkan masukan dan arahan yang lebih spesifik. Setelah revisi sesuai kebutuhan, penulis bekerja pada pembuatan "*inbetween frames*," di mana setiap wajah lengkap berfungsi sebagai "*keyframe*" dalam animasi. Proses ini memastikan transisi ekspresi yang halus antar frame dalam video.



Gambar 3.10 Contoh *Keyframe* Marugame Stopmotion Video

Selama berada di lapangan, penulis membantu menyiapkan berbagai properti yang diperlukan untuk menciptakan elemen visual yang sesuai dengan konsep. Setelah gambar diambil, penulis bertanggung jawab untuk mengintegrasikan elemen vektor ke dalam video, memberikan tampilan awal untuk evaluasi oleh klien. Setiap masukan dari klien diolah dengan teliti, dan revisi dilakukan sesuai arahan hingga video mencapai kualitas yang diinginkan dan memenuhi ekspektasi. Proyek ini tidak hanya memberikan pengalaman teknis tetapi juga wawasan tentang koordinasi tim kreatif dalam menciptakan iklan inovatif.



Gambar 3.11 Contoh *Test Scene* Marugame Stopmotion Video

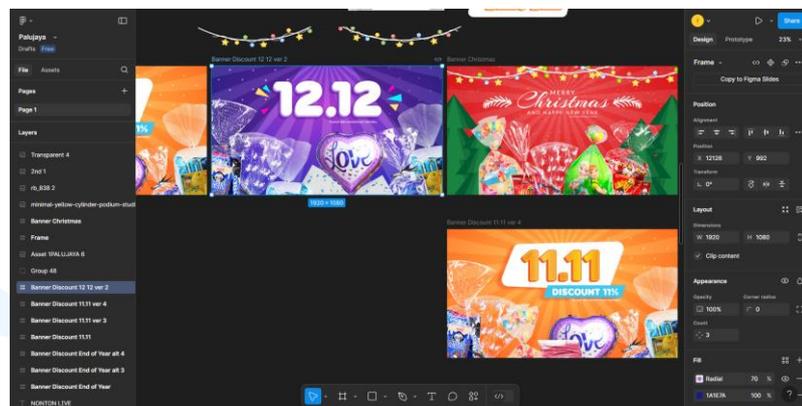
### 3.3.3.5 Proyek Palujaya

Proyek Palujaya Proyek Palujaya melibatkan pembuatan iklan untuk produk kemasan plastik. Proyek ini meliputi fotografi dan videografi produk dengan latar belakang putih bersih, diikuti dengan penyuntingan rekaman untuk dijadikan konten video pendek menggunakan *Capcut* untuk diunggah di halaman toko *Shopee* mereka. Selain konten video, proyek ini juga mencakup perancangan berbagai spanduk untuk memamerkan promosi mendatang untuk toko tersebut di aplikasi, memastikan bahwa visualnya selaras dengan tema promosi dan menarik bagi audiens target.



Gambar 3.12 Contoh *Video* Marugame Iklan Stopmotion

Selama proses perancangan, klien menyediakan sketsa kecil atau papan cerita beserta ringkasan kreatif, yang menguraikan visi mereka untuk proyek tersebut. Ide-ide awal ini kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh penulis menjadi sketsa yang lebih rinci yang menangkap esensi proyek. Setelah desain ini disetujui oleh klien, penulis melanjutkan untuk mengumpulkan semua aset yang diperlukan, termasuk gambar dan rekaman produk, dan membantu dalam pembuatan film atau fotografi tambahan yang diperlukan untuk proyek tersebut. Foto dan video kemudian diproses dan disunting sesuai dengan spesifikasi klien, memastikan bahwa konten akhir memenuhi harapan mereka. Proses penyuntingan dilakukan di bawah pengawasan pembimbing penulis, yang memberikan arahan dan masukan, serta melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk memastikan bahwa konten tersebut berkualitas tinggi. Setelah beberapa kali revisi, produk akhir selesai dibuat, dan klien menyatakan puas dengan hasil akhirnya.



Gambar 3.13 Contoh Finalisasi Banner Palujaya

Proyek ini memberi penulis pengalaman berharga dalam fotografi dan videografi, serta dalam penyuntingan konten dan desain grafis. Selain itu, kesempatan untuk bekerja sama dengan klien dan pembimbing meningkatkan keterampilan penulis dalam komunikasi, manajemen

proyek, dan penyempurnaan konten visual berdasarkan masukan. Proyek Palujaya tidak hanya membantu meningkatkan kemampuan teknis penulis, tetapi juga memberi mereka wawasan tentang seluk-beluk pembuatan konten promosi, sehingga mempersiapkan mereka untuk tugas serupa dalam upaya profesional di masa mendatang.

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang**

Penulis menghadapi tantangan seperti instruksi yang saling bertentangan dari staf senior, kurangnya pengalaman dalam memahami kebutuhan klien, dan penurunan produktivitas karena tidak adanya desainer senior. Kesulitan teknis, khususnya dalam penyuntingan video, juga menimbulkan tantangan. Untuk mengatasinya, penulis berfokus pada komunikasi yang jelas untuk menyelesaikan konflik, bekerja sama erat dengan manajer proyek dan anggota tim untuk mendapatkan arahan, dan melakukan penelitian untuk lebih memahami persyaratan klien. Penulis juga menggunakan tutorial daring, meminta saran dari rekan kerja, dan berlatih penyuntingan video untuk meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri dalam menghasilkan pekerjaan yang berkualitas.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Selama periode magang, penulis sering mengalami kendala karena perintah yang saling bertentangan dari staf senior yang berbeda, atau karena penulis sendiri kurang berpengalaman dalam memahami apa yang klien butuhkan. Penulis juga mengalami penurunan produktivitas karena pengunduran desainer staf senior, yang seharusnya membantu penulis dalam mengerjakan proyek besar. Hal ini menyisakan sedikit kendala di mana penulis kesulitan dalam menyelesaikan tugasnya. Selain itu, penulis juga kesulitan dalam beberapa aspek teknis pekerjaan yang diberikan, terutama yang berkaitan dengan penyempurnaan penyuntingan video.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk mengatasi tantangan yang dialami penulis, penulis prioritaskan komunikasi yang jelas dan proaktif diutamakan untuk menyelesaikan perintah yang saling bertentangan dari staf senior, memastikan tugas-tugas diperjelas dan disesuaikan dengan harapan dengan bantuan proyek manager. Pemeriksaan rutin dengan supervisor dan anggota tim yang tersedia membantu mengisi kekosongan yang ditinggalkan oleh desainer staf senior sebelumnya, memberikan panduan dan umpan balik tentang proyek utama. Untuk mengatasi kurangnya pengalaman dan meningkatkan pemahaman tentang persyaratan klien, penelitian tambahan dan komunikasi langsung dengan klien dilakukan. Untuk tantangan teknis, seperti menyempurnakan penyuntingan video, penulis memanfaatkan tutorial *online*, meminta saran dari rekan kerja yang lain, dan berlatih secara ekstensif, yang secara bertahap meningkatkan kemahiran dan kepercayaan diri dalam memberikan pekerjaan yang berkualitas.

