

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Kedudukan dan koordinasi yang jelas dalam suatu perusahaan akan membantu kelancaran alur kerja dalam perusahaan. Dalam Bekantan Creative, penulis mendapatkan penjelasan mengenai kedudukan dan koordinasi perusahaan untuk menghindari miskomunikasi antar sesama rekan kerja dan atasan. Berikut merupakan penjelasan mengenai kedudukan dan koordinasi pelaksanaan magang penulis selama di Bekantan Creative.

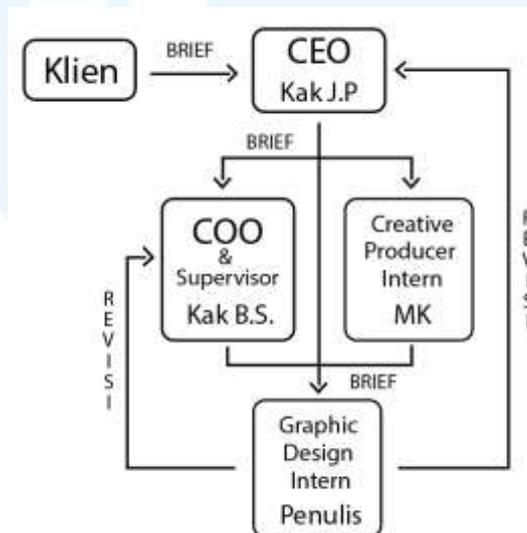
##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama proses pelaksanaan magang, penulis menjabat sebagai *Graphic Design Intern* di dalam divisi desain. Dalam melaksanakan tugasnya, penulis diarahkan dan didampingi oleh COO (Chief Operation Officer) dan *supervisor* selama pelaksanaan magang. Selain mendapatkan arahan dari *supervisor*, penulis juga melakukan kerjasama dan komunikasi bersama rekan sesama *Graphic Design Intern* lainnya, *Creative Producer Intern*, dan rekan-rekan tim digital yang terdiri dari *Social Media Handler Intern* dan *Copywriter Intern* untuk memproduksi konten internal perusahaan.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

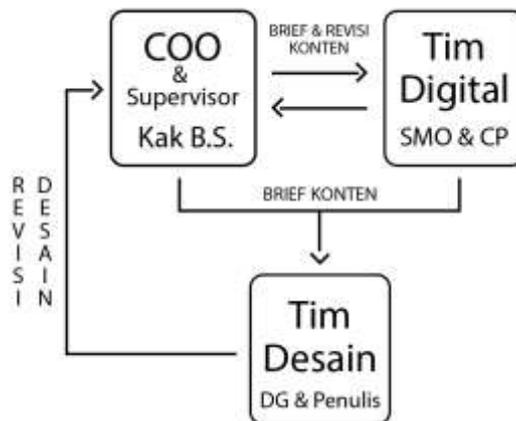
Koordinasi diperlukan untuk menjaga keteraturan alur kerja dalam sebuah perusahaan. Dalam Bekantan Creative, apabila terdapat sebuah klien, koordinasi akan dimulai dari komunikasi antara klien bersama CEO (Chief Executive Officer) untuk membahas *brief* yang diberikan. *Brief* yang diterima oleh CEO akan dibagikan bersama *supervisor*, *Creative Producer Intern* dan penulis selaku *Graphic Designer Intern* dalam satu ruang *meeting* daring melalui Google Meet yang sama.

Jika berurusan dengan kebutuhan internal, maka *brief* akan disusun oleh CEO yang akan dibagikan bersama *supervisor*, *Creative Producer Intern*, dan penulis dalam satu ruang Meet yang sama. Dalam ruang tersebut, CEO akan memberikan penjelasan terkait *brief* yang dibuat serta beberapa penjelasan tambahan oleh *supervisor*. Setelah *brief* dibagikan, maka penulis dapat segera melakukan proses pengerjaan tugas yang telah diberikan. Komunikasi sehari-hari dalam koordinasi tersebut menggunakan Google Meet untuk memberitakan *brief*, *update* progres, dan asistensi desain yang telah dirancang. Komunikasi sehari-hari melalui Whatsapp digunakan untuk berkomunikasi dan menanyakan pertanyaan-pertanyaan minor terkait proyek.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Bekantan Creative Eksternal

Dalam produksi konten sosial media internal, koordinasi akan dimulai dari tim digital yang terdiri dari *Social Media Officer Intern* bersama *Copywriter Intern* yang akan menyusun konten-konten yang akan diunggah. Konten yang telah disusun akan dipresentasikan kepada *supervisor* terlebih dahulu dan apabila menerima *feedback* atau revisi akan dilakukan terlebih dahulu oleh tim digital. Konten yang telah difinalisasikan akan dipresentasikan oleh tim digital dengan awasan *supervisor* kepada tim desain yang terdiri dari penulis dan dua rekan *Graphic Designer Intern* lainnya dalam sebuah ruang Meet yang sama.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Bekantan Creative Internal

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan yang ditugaskan kepada penulis sebagai *Graphic Designer Intern* di Bekantan Creative mencakupi beberapa proyek yang mencakupi *branding*, perancangan identitas visual, dan pembuatan konten visual sosial media internal perusahaan. Pekerjaan yang ditugaskan kepada penulis diberitahukan oleh *supervisor* dalam sebuah ruang Meet daring. Berikut merupakan penjelasan akan pekerjaan yang ditugaskan kepada penulis selama menjadi *Graphic Designer Intern* di Bekantan Creative.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	22—26 Juli 2024	Onboarding Week 1	Menjalankan rangkaian <i>onboarding</i> , <i>training</i> , dan <i>exercise</i> untuk memahami perusahaan serta alur kerja dari perusahaan.
2	29 Juli – 2 Agustus 2024	Onboarding Week 2	Melanjutkan rangkaian <i>onboarding</i> , <i>training</i> , dan <i>exercise</i> , serta mengunjungi kantor untuk mencoba mengambil konten secara langsung serta merasakan suasana kantor.
3	5-9 Agustus 2024	Konten Sosial Media Internal	- Mendapatkan <i>briefing</i> dan pembagian tugas membuat visual konten bulan Agustus

			- Memulai progress postingan <i>feeds</i> “Introducing Our New Program”
		Identitas Visual Program Internal “Next Chapter”	- Mendapatkan <i>briefing</i> membuat identitas visual untuk program internal baru, “Next Chapter” - Membuat <i>moodboard</i> dan <i>stylescape</i> “Next Chapter”
		Shooting Konten Sosial Media	Menjadi <i>talent</i> untuk konten sosial media internal “Peringatan 17 Agustus”
4	12-16 Agustus 2024	Konten Sosial Media Internal	- Membuat desain <i>story</i> Instagram “Hari Kemerdekaan” dan “Bekantan New Batch” - Menyelesaikan postingan <i>feeds</i> “Introducing Our New Program”
		Identitas Visual Program Internal “Next Chapter”	- Asistensi dan pemilihan <i>stylescape</i> yang cocok - Progres membuat alternatif sketsa identitas logo program “Next Chapter” - Asistensi dan pemilihan alternatif sketsa - Progres pembuatan Mini GSM (Graphic Standard Manual) “Next Chapter”
		Shooting Konten Sosial Media	Menjadi <i>talent</i> dalam sesi <i>photoshoot</i> untuk konten sosial media internal “Introducing Bekantan New Batch”
5	19-23 Agustus 2024	Rebranding UMKM “Unnietta”	- Menerima <i>briefing</i> proyek rebranding UMKM “Unnietta” - Membuat <i>stylescape</i> “Unnietta” - Asistensi dan pemilihan <i>stylescape</i> “Unnietta”
6	26 – 30 Agustus 2024	Konten Sosial Media Internal	Mendapatkan <i>briefing</i> konten dan pembagian tugas membuat visual konten September
		Identitas Visual Program Internal “Creator Connect”	- Menerima <i>briefing</i> proyek membuat identitas visual program internal baru, “Creator Connect” - Memulai progres <i>stylescape</i> “Creator Connect”

		Aset Poster Ads Bekantan	Membantu rekan sesama <i>graphic design intern</i> untuk membuat aset visual untuk proyek poster <i>advertisement</i> Bekantan Creative
7	2 – 6 September 2024	Konten Sosial Media Internal	Progres dan membuat postingan <i>feeds</i> “Sustainability in Branding”
		Identitas Visual Program Internal “Creator Connect”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjuti desain <i>stylescape</i> “Creator Connect”</li> <li>- Asistensi dan pemilihan <i>stylescape</i> “Creator Connect”</li> <li>- Progres sketsa alternatif logo “Creator Connect”</li> </ul>
		Rebranding UMKM “Unnietta”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Progres pembuatan alternatif sketsa “Unnietta”</li> <li>- Merapihkan sketsa dengan digitalisasi alternatif sketsa “Unnietta”</li> </ul>
8	9 -13 September 2024	Konten Sosial Media Internal	Membuat postingan <i>feeds</i> konten sosial media internal “Apakah Percuma UMKM Pakai Branding?”
		Identitas Visual Program Internal “Creator Connect”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistensi dan pemilihan alternatif sketsa identitas logo “Creator Connect”</li> <li>- Digitalisasi alternatif sketsa terpilih</li> <li>- Penyusunan dan pemilihan palet warna yang cocok dengan identitas logo terpilih</li> </ul>
		Rebranding UMKM “Unnietta”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merapihkan dan men-digitalisasi alternatif sketsa “Unnietta”</li> <li>- Digitalisasi dan finalisasi identitas logo alternatif “Unnietta”</li> </ul>
9	17 – 20 September 2024	Konten Sosial Media Internal	Membuat postingan <i>feeds</i> konten sosial media internal “The Power of Visual Identity”
		Pitch Deck “Unnietta”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyusunan <i>cover pitch deck</i> “Unnietta”</li> <li>- Penyusunan layout isi <i>pitch deck</i> “Unnietta”</li> <li>- <i>Update</i> progres <i>pitch deck</i> “Unnietta”</li> </ul>
		Mockup Packaging “Unnietta”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari referensi untuk desain <i>mockup packaging</i> “Unnietta”</li> <li>- Progres membuat desain <i>mockup packaging</i> “Unnietta”</li> </ul>

10	23 – 27 September 2024	Pitch Deck “Unnietta”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyusunan layout isi <i>pitch deck</i> “Unnietta”</li> <li>- Menyusun isi penjelasan <i>pitch deck</i></li> </ul>
		Mockup Packaging “Unnietta”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistensi dan revisi <i>mockup packaging</i> “Unnietta”</li> <li>- Revisi desain <i>mockup packaging</i> menjadi lebih minimalis dan rapi</li> </ul>
		Identitas Visual Program Internal “Creator Connect”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat dan menyusun Mini GSM “Creator Connect”</li> <li>- Asistensi dan finalisasi Mini GSM “Creator Connect”</li> </ul>
11	30 September – 4 Oktober 2024	Konten Sosial Media Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendapatkan <i>briefing</i> konten dan pembagian tugas membuat visual konten Oktober</li> <li>- Membuat postingan <i>feeds</i> konten sosial media internal “What’s Going On in October”</li> </ul>
		Riset <i>Merchandise</i> “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan riset mengenai <i>merchandise</i> baju (konsep desain dan gaya desain) untuk proyek internal anak brand Bekantan Creative, “Bekstore”</li> <li>- Asistensi progres riset <i>merchandise</i> baju untuk “Bekstore”</li> </ul>
12	7 – 11 Oktober 2024	Konten Sosial Media Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat postingan <i>feeds</i> konten sosial media internal “Logo as The Face of Identity”</li> <li>- Progres postingan <i>feeds</i> konten sosial media internal “New Face, New Start For ‘Palccoat’”</li> <li>- Membuat <i>story</i> Instagram Hak Asasi Binatang</li> </ul>
		Riset <i>Merchandise</i> “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan riset <i>merchandise</i> baju untuk “Bekstore”</li> <li>- Update progres riset kepada <i>supervisor</i></li> </ul>
13	14 – 18 Oktober 2024	Konten Sosial Media Internal	Membuat dan finalisasi postingan feeds konten sosial media “New Face, New Website”
		Progres Desain Merch “Bekstore”	Progres sketsa desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”

14	21 – 25 Oktober 2024	Progres Desain Merch “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Progres sketsa desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”</li> <li>- Update dan asistensi progres sketsa desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”</li> </ul>
		Revisi Konten Sosial Media Internal	Revisi visual konten sosial media internal “New Face, New Bekstore”
15	28 Oktober – 1 November 2024	Progres Desain Merch “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merapihkan dan digitalisasi desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”</li> <li>- Asistensi dan revisi desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”</li> </ul>
16	04 – 08 November 2024	Konten Sosial Media Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendapatkan <i>briefing</i> konten dan pembagian tugas membuat visual konten November</li> <li>- Membuat <i>feeds</i> postingan konten sosial media internal “These Are Logos, Not Brands”</li> <li>- Membuat <i>story</i> Instagram Hari Pahlawan</li> </ul>
		Progres Desain Merch “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalisasi desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”</li> <li>- Asistensi dan revisi desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”</li> </ul>
17	11 – 15 November 2024	Konten Sosial Media Internal	Membuat <i>feeds</i> postingan konten sosial media internal “Social Media Branding Checklist”
		Desain Merch “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistensi hasil desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”</li> <li>- Finalisasi dan <i>mockup</i> desain <i>merchandise</i> baju “Bekstore”</li> </ul>
		Identitas Visual “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menerima <i>brief</i> untuk menghasilkan identitas visual anak brand Bekantan Creative, “Bekstore”</li> <li>- Progres <i>stylescape</i> identitas visual “Bekstore”</li> </ul>
18	18 – 22 November 2024	Identitas Visual “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyelesaikan alternatif <i>look and feel stylescape</i> “Bekstore”</li> <li>- Asistensi dan pemilihan <i>stylescape</i> “Bekstore” oleh CEO dan <i>supervisor</i></li> <li>- Progres membuat alternatif sketsa Bekstore</li> </ul>

19	25 – 29 November	Identitas Visual “Bekstore”	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lanjut progres membuat alternatif sketsa identitas logo “Bekstore”</li> <li>- Asistensi dan pemilihan sketsa logo “Bekstore”</li> <li>- Digitalisasi sketsa-sketsa terpilih</li> <li>- Finalisasi dan pemilihan identitas logo “Bekstore”</li> </ul>
		Ilustrasi Kalender 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendapatkan pembagian tugas membuat ilustrasi <i>cover</i> bulan Januari - April kalender</li> <li>- Progres sketsa ilustrasi <i>cover</i> bulan Januari - April</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Berikut merupakan penjelasan serta proses yang dilewati oleh penulis dalam mengerjakan proyek-proyek yang ditugaskan selama menjadi bagian dari *Graphic Design Intern* di Bekantan Creative.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Proyek Rebranding UMKM “Unnietta”

Tugas atau proyek utama yang penulis kerjakan sebagai *Graphic Design Intern* di Bekantan Creative adalah melakukan proyek *rebranding* untuk sebuah *brand* UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) bermerek “Unnietta”. “Unnietta” merupakan sebuah *brand* UMKM yang menawarkan produk rendang dengan menggunakan bahan yang beragam. Berikut penulis menjelaskan proses yang dilewati oleh penulis dalam menjalankan proyek tersebut.

## 1. Tahap Awal (Brief, Referensi, dan *Stylescope*)

Proyek berikut diawali dengan pembahasan antara CEO serta klien untuk menyusun *brief*. *Brief* yang telah dibahas bersama klien kemudian dipresentasikan oleh CEO dengan dampingan *supervisor* kepada penulis dalam sebuah ruang Google Meet untuk melaksanakan proyek *rebranding* untuk klien tersebut. Penjelasan dari *brief* berisikan informasi mengenai *brand*, produk yang ditawarkan, serta detail logo yang diinginkan oleh klien.



Gambar 3.3 *Brief* Unnietta

Di dalam ruang Google Meet tersebut, CEO dan *supervisor* menginstruksikan penulis untuk mulai membuat dua alternatif *stylescope* yang sesuai dengan *brief* yang telah ditampilkan. Proses perancangan *stylescope* dimulai dengan mencari beberapa referensi *stylescope* sebagai referensi tata letak aset-aset ke dalam *stylescope*. Berikut merupakan referensi *stylescope* yang dibagikan oleh CEO dan *supervisor* kepada penulis.



Gambar 3.4 Referensi *Stylescope*

Konsep *stylescape* diinstruksikan untuk dibagi berdasarkan usia dari target market yang telah ditentukan dalam *brief*. Konsep pertama ditargetkan kepada usia 35-44 tahun (*stylescape* atas) dan konsep kedua ditargetkan kepada usia 24-34 tahun (*stylescape* bawah). Berikut merupakan hasil dari *stylescape* yang telah dibuat.



Gambar 3.5 Alternatif *Stylescape* Unnietta

*Stylescape* tersebut berisikan berbagai foto yang menggambarkan suasana dari *brand*, warna-warna yang dapat merepresentasikan *brand*, serta referensi logo yang dapat menjadi inspirasi untuk mencapai identitas visual yang diinginkan oleh klien. Aset-aset foto dan referensi logo yang disusun dalam *stylescape* tersebut berasal dari *website* penyedia stok foto yang berasal dari Freepik, Pinterest, dan Shutterstock. *Stylescape* yang telah dirancang kemudian dipresentasikan kepada CEO terlebih dahulu dan kemudian disimpan dalam bentuk PDF yang akan dikirimkan kepada klien untuk dipilih. Klien kemudian memilih alternatif *stylescape* dengan konsep pertama yang dirasa sesuai dengan gambaran logo yang ingin dicapai. Dari *feedback* tersebut, penulis kemudian diinstruksikan untuk mulai melakukan pengerjaan alternatif sketsa untuk identitas logo *brand* tersebut.

## 2. Tahap Pelaksanaan (Sketsa dan Digitalisasi)

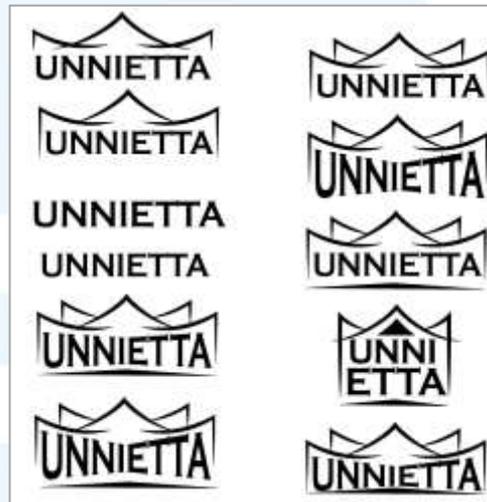
Dalam tahap berikut, penulis membuat berbagai sketsa alternatif yang menggambarkan identitas logo yang diinginkan oleh klien. Awal dari pengerjaan sketsa tersebut dilakukan secara kasar dengan sebagai berikut.



Gambar 3.6 Sketsa Kasar Identitas Logo Unnietta

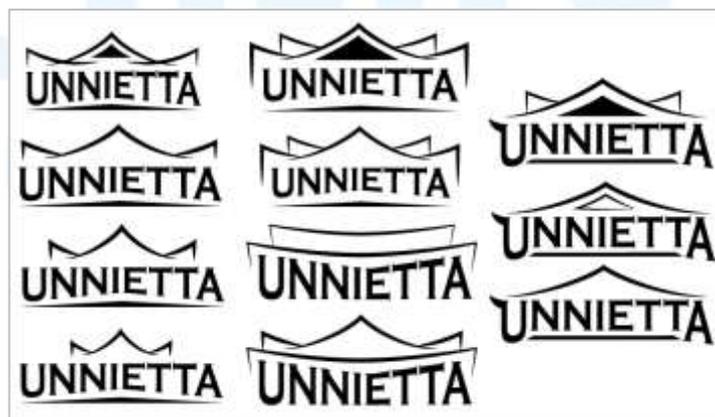
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Sketsa-sketsa tersebut kemudian dirapikan terlebih dahulu dengan melewati proses digitalisasi agar dapat dipresentasikan dengan lebih rapi. Proses digitalisasi dilakukan melalui Adobe Illustrator. Berikut merupakan proses digitalisasi awal dari sketsa-sketsa kasar yang telah dibuat.



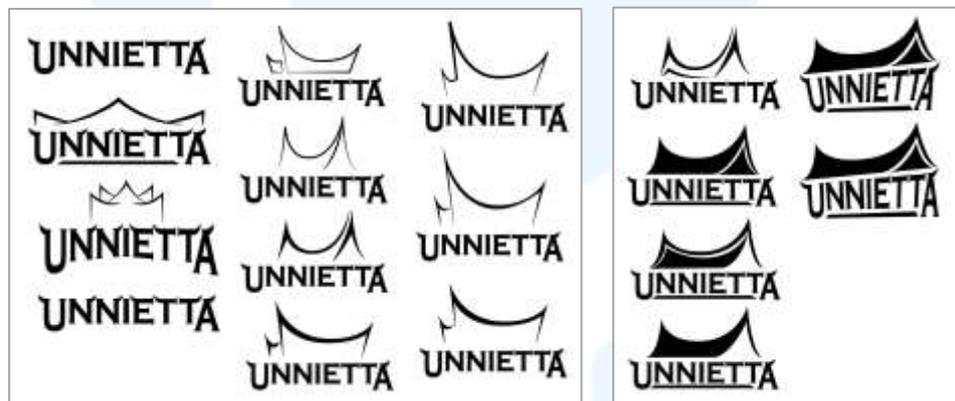
Gambar 3.7 Alternatif Sketsa Digitalisasi Logo Pertama

Alternatif logo yang telah didigitalisasikan kemudian dipresentasikan kepada CEO dan *supervisor* terlebih dulu untuk diasistensikan progres dan *feedback*. Saran serta komentar dari CEO adalah untuk mencoba membuat alternatif lain yang memiliki bentuk yang lebih sederhana. *Feedback* tersebut diterima dan kemudian penulis kembangkan menjadi beberapa alternatif lainnya.



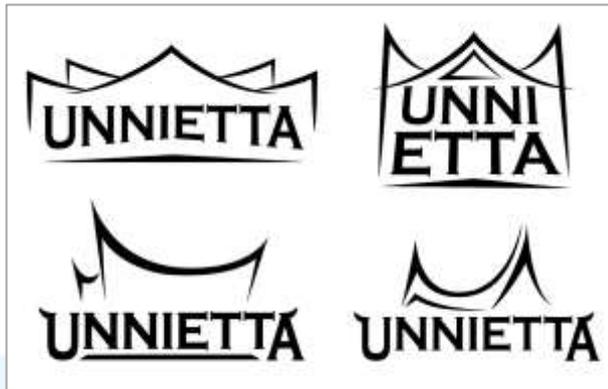
Gambar 3.8 Alternatif Sketsa Digitalisasi Logo Kedua

Alternatif logo kedua kemudian dipresentasikan dan diasistensikan kembali kepada CEO dan *supervisor*. Saran dan komentar dari CEO adalah beberapa tampilan logo tersebut ada yang sudah terkesan minimalis dan lebih disederhanakan, tetapi CEO ingin penulis mencoba melakukan eksplorasi akan tampilan bentuk bangunan Minangkabau dari sudut yang berbeda serta eksplorasi bentuk bangunan Minangkabau lainnya yang masih identik dengan Padang yang merupakan asal dari rendang. Dari saran tersebut, penulis melakukan eksplorasi dan mencari referensi lebih untuk dapat merealisasikan ide dan saran yang telah diberikan. Berikut merupakan alternatif logo yang telah dikembangkan kembali.



Gambar 3.9 Alternatif Sketsa Digitalisasi Logo Ketiga

Alternatif sketsa tersebut kemudian dipresentasikan dan diasistensikan kembali kepada CEO dan *supervisor* untuk saran atau *feedback* terhadap desain yang telah dibuat. *Feedback* yang diterima adalah bentuk-bentuk logo menjadi lebih unik dan berbeda dari Rumah Padang biasanya dan akhirnya CEO dan *supervisor* melakukan pemilihan logo dengan tampilan sebagai berikut.



Gambar 3.10 Sketsa Digitalisasi Logo Unnietta Terpilih

Setelah mengumpulkan alternatif logo pilihan, penulis diinstruksikan untuk menyusun palet warna yang sesuai untuk identitas visual “Unnietta”. Sesuai dengan *brief* yang telah diberikan, klien menginginkan warna merah dan hitam sebagai warna pokok dalam identitas visual “Unnietta”. Penulis kemudian mencari dan menyusun beberapa alternatif palet warna yang sekiranya sesuai dengan permintaan klien.



Gambar 3.11 Alternatif Palet Warna Unnietta

Alternatif palet warna tersebut dipresentasikan kepada CEO dan *supervisor*. Tanggapan dari beliau adalah palet-palet warna tersebut terlihat sesuai dengan kesan dan esensi dari *brand*. Penulis diinstruksikan untuk menyusun alternatif logo dan palet warna dalam sebuah *pitch deck* yang akan ditampilkan kepada klien, dimana nantinya klien akan

memilih logo dan palet warna yang sesuai sebagai hasil akhir dari identitas visual “Unnietta”.

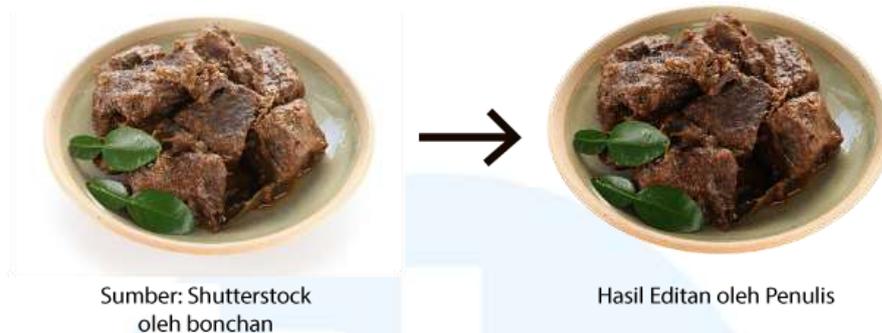
### 3. Tahap Implementasi (*Mockup, Pitch Deck* dan *Final Logo*)

Pada tahap berikut, penulis diinstruksikan untuk membuat *mockup packaging* terlebih dahulu yang dapat memberi gambaran implementasi alternatif-alternatif logo yang telah dihasilkan yang kemudian akan ditampilkan ke dalam *pitch deck*. Proses perancangan *mockup packaging* dimulai dari mencari beberapa referensi *packaging* rendang. Berikut merupakan beberapa referensi awal yang penulis kumpulkan dari beberapa *brand* yang menghasilkan produk rendang untuk menghasilkan alternatif awal dari *mockup* kemasan produk “Unnietta”.



Gambar 3.12 Referensi Awal Kemasan Unnietta

Dari referensi tersebut, penulis mulai mencari ide dan aset-aset yang dibutuhkan untuk dapat merealisasikan tampilan *mockup* produk “Unnietta.” Aset foto produk berasal dari Shutterstock dengan pemilik bernama ‘bonchan’. Berikut merupakan tampilan sebelum dan sesudah hasil edit aset foto produk tersebut sebelum digabungkan ke dalam desain dan *mockup* tampilan kemasan produk “Unnietta”.



Sumber: Shutterstock  
oleh bonchan

Hasil Editan oleh Penulis

Gambar 3. 14 Sebelum dan Sesudah Hasil Edit Aset Foto Produk

Edit yang dilakukan oleh penulis adalah menghilangkan *background* putih pada sumber foto dan mengubah tingkat kecerahan serta kontras pada foto menjadi sedikit lebih gelap untuk meningkatkan kesan mengunggah selera audiens dengan memperjelas detail tekstur produk pada foto. Edit foto dilakukan di dalam Adobe Photoshop yang kemudian penulis pindahkan ke dalam Adobe Illustrator untuk melanjutkan proses perancangan desain kemasan produk “Unnietta”. Berikut merupakan hasil alternatif desain awal kemasan produk ”Unnietta” serta tampilan *mockup* dari alternatif desain awal tersebut.



Gambar 3.13 Tampilan *Mockup* dan Alternatif Desain Kemasan Awal Unnietta

Hasil dan tampilan *dummy mockup* tersebut kemudian dipresentasikan dan diasistensikan kepada CEO dan *supervisor*. *Feedback* yang diterima adalah hasil desain tersebut masih sangat terkesan UMKM. Penulis disarankan untuk mencoba mencari referensi kemasan atau produk makanan instan yang memiliki tampilan lebih

minimalis atau *modern* agar memberi kesan yang lebih menarik terhadap produk. Dari *feedback* tersebut, penulis mencari referensi tambahan yang sesuai dengan saran dari CEO dan *supervisor*. Berikut beberapa referensi kemasan tambahan yang dikumpulkan dari Pinterest oleh penulis.



Gambar 3.15 Referensi Tambahan Kemasan Unnietta

Dari referensi baru yang telah dikumpulkan, penulis mendapatkan beberapa ide yang dikembangkan menjadi beberapa alternatif desain kemasan produk “Unnietta”. Berikut merupakan beberapa alternatif



Gambar 3.16 Tampilan Alternatif Hasil Desain Kemasan Unnietta

desain dengan tampilan yang lebih minimalis dan *modern* dihasilkan oleh penulis.

Alternatif desain tersebut dipresentasikan dan diasistensikan kembali kepada CEO dan *supervisor*. Dari beberapa alternatif desain tersebut, CEO dan *supervisor* memilih alternatif pertama sebagai hasil akhir dari tampilan desain kemasan produk “Unnietta”. Hasil desain yang telah dipilih kemudian disusun menjadi *mockup* kemasan produk “Unnietta”. Berikut merupakan tampilan *mockup* produk dengan hasil desain yang telah dipilih dengan alternatif logo yang berbeda.



Gambar 3.17 Tampilan Mockup Alternatif Desain Terpilih Kemasan Unnietta

Setelah menyelesaikan mockup kemasan produk “Unnietta”, penulis ditugaskan untuk menggabungkan seluruh alternatif logo, warna, dan *mockup* produk ke dalam sebuah *pitch deck*. Penulis menyusun *cover* serta *layout* dari isi *pitch deck* seperti berikut.



Gambar 3.18 *Pitch Deck* Unnietta

*Pitch deck* yang telah disusun kemudian akan dipresentasikan kepada klien. Namun, klien tidak responsif sehingga hasil akhir dari logo “Unnietta” diambil alih oleh CEO dan *supervisor*. Berikut merupakan tampilan logo, warna, dan hasil *mockup* dari logo yang telah dipilih.



Gambar 3.19 Hasil Akhir Rebranding Unnietta

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Beberapa jenis tugas yang ditugaskan kepada penulis selama menjalani pelaksanaan magang di Bekantan Creative adalah menghasilkan identitas visual beberapa program internal perusahaan, menghasilkan *merchandise* untuk perusahaan, dan menghasilkan konten sosial media internal perusahaan. Tugas-tugas tersebut dipercayakan kepada penulis dengan arahan dari CEO dan *supervisor*. Berikut merupakan penjelasan dari tugas-tugas yang dikerjakan oleh penulis.

#### 3.3.2.1 Proyek Perancangan Identitas Visual Program Internal “Creator Connect”

“Creator Connect” merupakan sebuah program internal Bekantan Creative yang bertujuan untuk memproduksi konten dengan mengundang para orang yang bekerja di industri kreatif untuk berbincang dan memberikan informasi atau *insight* akan topik seputar industri kreatif. Berikut penulis memberikan penjelasan akan proses pengerjaan proyek tersebut.

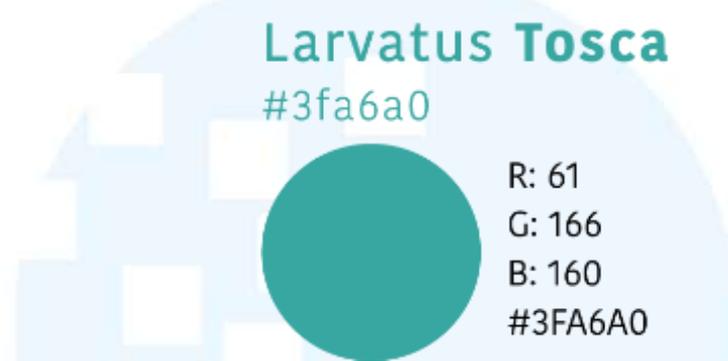
##### 1. Tahap Awal (Brief, Referensi dan *Stylescape*)

Proyek diawali dengan penulis menerima *brief* proyek yang telah disusun oleh CEO dan *supervisor* melalui Google Slides dan dijelaskan kepada penulis melalui Google Meet. *Brief* berisikan penjelasan mengenai penjelasan program “Creator Connect”, gaya logo yang diinginkan, warna yang digunakan, dan penggunaan font yang sesuai dengan *look and feel* logo. Berikut merupakan brief yang diberikan kepada penulis.



Gambar 3.20 *Brief* Proyek Perancangan Identitas Visual Creator Connect

Salah satu ketentuan yang ditetapkan oleh CEO dan *supervisor* dalam *brief* adalah untuk menggunakan warna *tosca* yang merupakan warna identitas dari Bekantan Creative. Berikut merupakan aset identitas warna yang wajib digunakan dalam identitas visual “Creator Connect”.



Gambar 3.21 Aset Identitas Warna Tosca Bekantan Creative

Setelah mendapatkan penjelasan *brief*, penulis diinstruksikan untuk membuat *stylescape* yang menampilkan *look and feel* dari program dan beberapa referensi logo yang dapat dijadikan inspirasi. Berikut merupakan tampilan *stylescape* yang telah disusun oleh penulis.

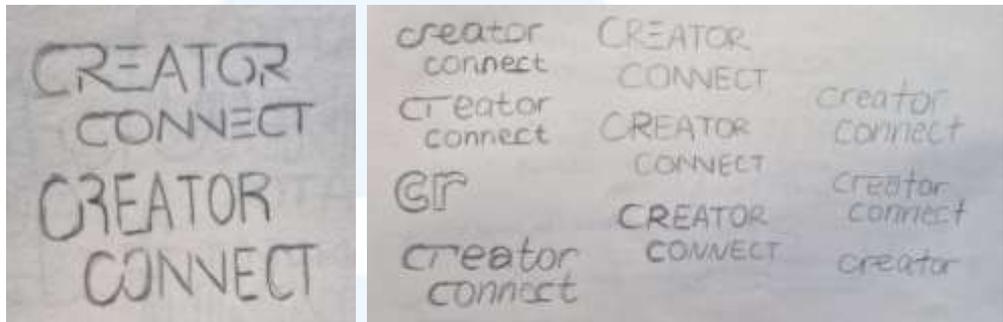


Gambar 3.22 Stylescape Creator Connect

Aset-aset foto dan referensi-referensi logo penulis dapatkan melalui Pexels dan Pinterest. Konsep dari *stylescape* dan *look and feel* logo yang ditetapkan oleh penulis adalah untuk menggunakan warna cerah yang menggambarkan kesan ‘muda’ yang merupakan target audiens dari program tersebut. Pola garis meliuk-liuk yang menyambung menggambarkan sifat dari logo yaitu koneksi. *Stylescape* yang telah dirancang kemudian dipresentasikan kepada CEO dan *supervisor*. Tanggapan yang diberi oleh CEO dan *supervisor* adalah tanggapan baik. CEO dan *supervisor* menyukai tampilan *stylescape* tersebut.

## 2. Tahap Pelaksanaan (Sketsa dan Digitalisasi)

Setelah membuat *stylescape*, penulis diinstruksikan untuk lanjut menghasilkan beberapa sketsa alternatif logo identitas “Creator Connect”. Berikut merupakan beberapa sketsa kasar yang dihasilkan oleh penulis.



Gambar 3.23 Sketsa Kasar Identitas Logo Creator Connect

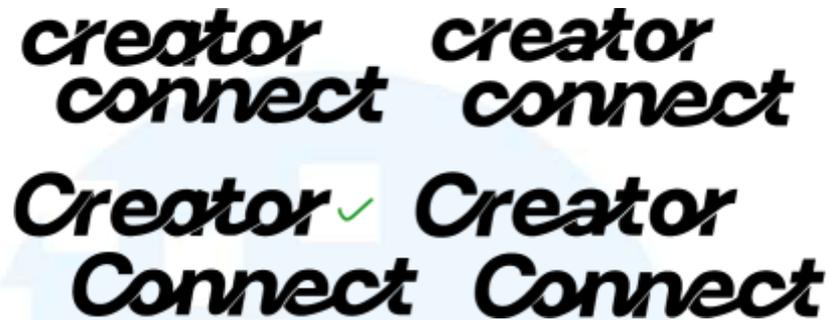
Sketsa-sketsa kasar tersebut kemudian dirapikan oleh penulis dengan didigitalisasikan melalui Adobe Illustrator. Berikut merupakan beberapa hasil sketsa yang telah dirapikan oleh penulis.



Gambar 3.24 Digitalisasi Alternatif Sketsa Logo Creator Connct

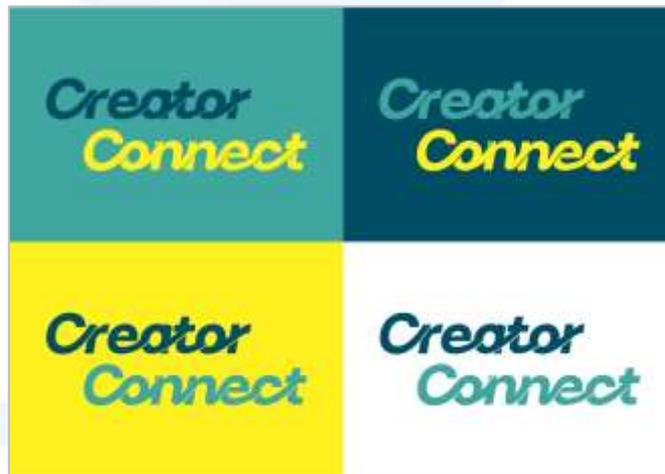
Sketsa-sketsa yang telah dirapikan kemudian dipresentasikan dan diasistensikan kepada CEO dan *supervisor*. *Feedback* dan tanggapan yang diterima dari CEO dan *supervisor* adalah beliau menyukai alternatif yang terakhir. Penulis diinstruksikan untuk mencoba mengembangkan alternatif logo yang telah dipilih, menyediakan alternatif logo dengan menggunakan huruf kapital di awal huruf, dan coba menyambungkan sebagian banyak dari huruf-huruf pada kata tersebut. Dari *feedback* tersebut, penulis melakukan eksplorasi dan perkembangan bentuk dari

alternatif logo yang telah dipilih. Berikut merupakan hasil dari perkembangan alternatif logo “Creator Connect”.



Gambar 3.25 Perkembangan Alternatif Logo Creator Connect

Alternatif logo yang telah dikembangkan dan disusun oleh penulis, dipresentasikan kepada CEO dan *supervisor*. CEO dan *supervisor* menyukai alternatif logo yang dicentang. Penulis kemudian diinstruksikan untuk mengembangkan palet warna yang sesuai dengan tampilan logo tersebut. Berikut merupakan alternatif palet warna awal yang dirancang oleh penulis.



Gambar 3.26 Alternatif Palet Warna Awal Logo Creator Connect

Alternatif palet warna tersebut dipresentasikan dan diasistensikan kepada CEO dan *supervisor*. Tanggapan beliau adalah untuk mencoba mencari alternatif palet warna lain yang memiliki *tone* yang serupa dan coba untuk mengubah warna *tosca* gelap menjadi warna gelap yang serupa tetapi dengan *hue* yang berbeda. Berikut merupakan alternatif palet warna lain yang telah dikembangkan oleh penulis.



Gambar 3.28 Alternatif Final Palet Warna Creator Connect

Palet warna baru yang telah dikembangkan oleh penulis kemudian dipresentasikan dan diasistensikan kembali kepada CEO dan *supervisor*. Tanggapan dari CEO dan *supervisor* adalah baik. Penulis diinstruksikan untuk menetapkan logo dan palet warna final identitas program “Creator Connect” dan lanjut membuat Mini GSM (Graphic Standard Manual) dari identitas logo program “Creator Connect”. Berikut merupakan tampilan final dari logo beserta palet warna logo.

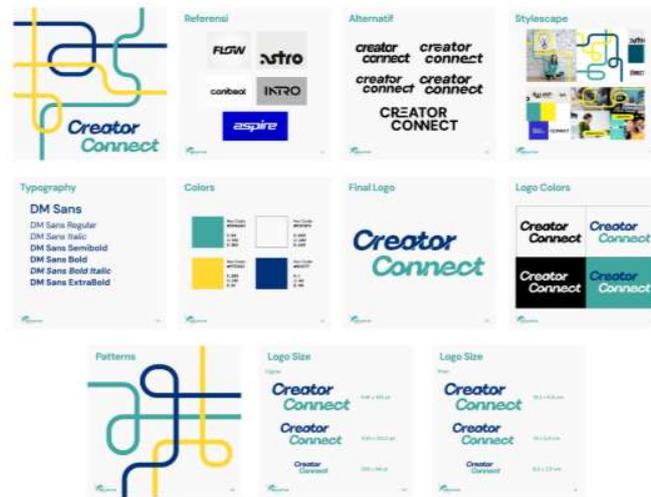


Gambar 3.27 Tampilan Logo dan Palet Warna Final Creator Connect

### 3. Tahap Implementasi (Penyusunan Mini GSM)

Setelah menetapkan tampilan akhir dari logo dan palet warna “Creator Connect”, penulis diinstruksikan untuk membuat Mini GSM dari identitas logo tersebut dalam *artboard square* dengan ukuran 1080 x1080px. Penyusunan Mini GSM bertujuan untuk menjadi sebuah

panduan penggunaan logo tersebut dalam berbagai media. Berikut merupakan tampilan Mini GSM yang disusun oleh penulis.



Gambar 3.29 Mini GSM Creator Connect

Mini GSM tersebut berisi referensi logo, *stylescape*, tipografi, kode palet warna, tampilan final logo, supergrafis logo, dan panduan ukuran minimal logo pada media cetak dan digital.

### 3.3.2.2 Proyek Merchandise Bekstore

Bekstore merupakan sebuah cabang anak *brand* dari Bekantan Creative yang akan memproduksi *merchandise* internal perusahaan. Penulis ditugaskan untuk memproduksi desain merchandise baju untuk perusahaan. Berikut merupakan penjelasan akan proses pengerjaan proyek yang dikerjakan oleh penulis.

## 1. Tahap Awal (*Brief* dan Riset)

Proyek diawali dengan *brief* yang disusun oleh CEO dan *supervisor* dalam Google Slides dan dipresentasikan kepada penulis dan rekan *Copywriter Intern* yang akan bekerjasama bersama penulis dalam proyek ini melalui Google Meet. *Brief* berisi penjelasan mengenai arah desain produk *merchandise* yang diinginkan. Berikut merupakan *brief* yang diberikan kepada penulis.



Gambar 3.30 *Brief* Proyek *Merchandise* Bekstore

CEO menjelaskan tampilan *merchandise* yang diinginkan adalah visual dan pesan yang tidak terkesan terlalu literal. CEO memberi pesan kepada penulis dan rekan *copywriter* untuk menghindari visual dan *copywriting* yang menggambarkan contoh pesan seperti ‘*Go Green*’, ‘*Recycle and Reduce*’, ‘*Plant Trees*’, dan lainnya yang terkesan terlalu literal. Selain itu, CEO mengingatkan untuk menggunakan palet warna Bekantan Creative pada visual *merchandise* Bekstore. Aset palet warna Bekantan Creative ada sebagai berikut.



Gambar 3.31 Aset Palet Warna Identitas Bekantan Creative

Setelah menjelaskan *brief*, CEO dan *supervisor* menginstruksikan penulis untuk melakukan riset mengenai tampilan desain *merchandise*

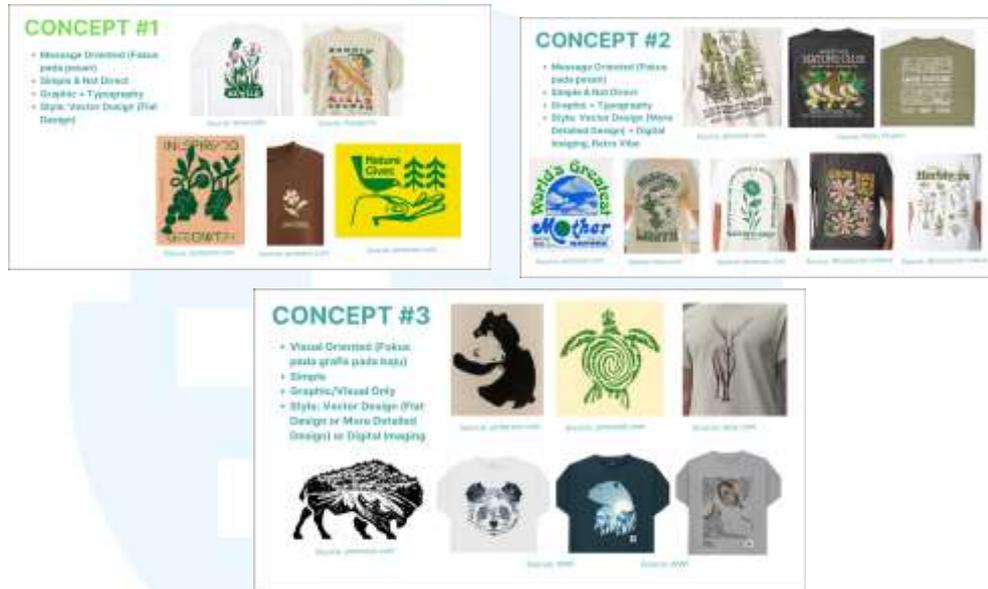
baju, gaya desain dan konsep gaya *merchandise* baju dari *brand* lokal dan *brand sustainable*, referensi gaya desain dan tampilan baju grafis, dan lainnya. Penulis melakukan riset dengan melakukan pencarian informasi melalui Google dan menganalisa produk *merchandise* baju grafis melalui platform *e-commerce* seperti Shopee. Penulis mengumpulkan hasil riset ke dalam Canva yang kemudian dipresentasikan kepada CEO dan *supervisor*. Berikut merupakan beberapa halaman hasil riset yang penulis telah susun.



Gambar 3.32 Beberapa Halaman Hasil Riset *Merchandise* Untuk Bekstore

Riset yang disusun oleh penulis berisi *list* beberapa *brand* lokal dan *sustainable* yang memproduksi *merchandise* baju grafis. Penulis melakukan perbandingan antara *brand-brand* tersebut dan menampilkan produk yang ditawarkan dari *brand* tersebut serta penjelasan akan tampilan gaya desain *merchandise* baju tersebut sesuai dengan observasi penulis. Hasil riset tersebut penulis presentasikan kepada CEO dan *supervisor*. CEO dan *supervisor* merasa tertarik dengan gaya desain *brand* yang memproduksi *merchandise* baju grafis dengan gaya desain *flat vector design* dengan campuran tipografi. Setelah memberi tanggapan, CEO dan *supervisor* menginstruksikan penulis untuk menyusun beberapa konsep dan referensi desain *merchandise* yang serupa dengan gaya desain yang digemari oleh beliau. Sesuai dengan instruksi yang

diberikan, penulis lanjut menyusun presentasi kecil yang menampilkan beberapa konsep dan gaya desain yang sekiranya sesuai dengan keinginan CEO dan *supervisor*.



Gambar 3.33 Halaman Konsep dan Gaya Desain Untuk Merchandise Bekstore

Referensi-referensi foto baju grafis penulis dapatkan melalui Pinterest dan katalog produk pada *website brand-brand* yang dijadikan referensi seperti Patagonia dan WWF. Konsep pertama adalah gaya *flat vector* desain yang akan menampilkan visual dan tipografi. Konsep kedua adalah gaya *flat vector* desain dengan gaya agak realistis dan bersifat retro. Konsep ketiga adalah gaya *flat vector* desain yang hanya akan menampilkan visual yang kuat tanpa ada tipografi. Penulis mempresentasikan konsep dan gaya desain tersebut kepada CEO dan *supervisor*. CEO dan *supervisor* menyukai konsep desain pertama. Konsep yang terpilih kemudian penulis jadikan referensi dalam memproduksi desain untuk *merchandise* Bekstore.

## 2. Tahap Pelaksanaan (Sketsa dan Digitalisasi)

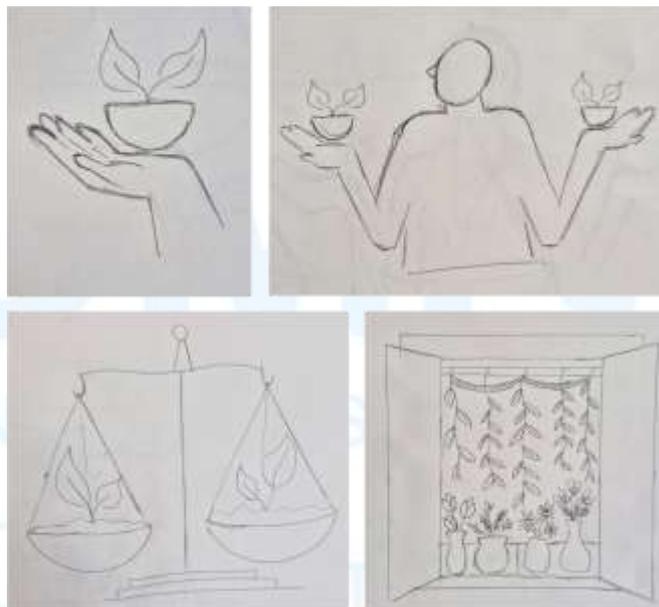
Sebelum mulai proses sketsa, penulis kumpulkan beberapa referensi *merchandise* baju tambahan melalui Pinterest yang dapat dijadikan pedoman dalam memproduksi sketsa untuk desain *merchandise*

Bekstore. Berikut merupakan referensi-referensi yang penulis gunakan dalam memproduksi alternatif sketsa *merchandise* Bekstore.



Gambar 3.34 Referensi Desain Merchandise Baju Grafis

Setelah mengumpulkan referensi tambahan, penulis lanjut menghasilkan beberapa sketsa desain *merchandise* Bekstore. Penulis memulai sketsa secara kasar. Berikut merupakan sketsa-sketsa kasar yang penulis hasilkan.



Gambar 3.35 Sketsa Kasar Merchandise Baju Grafis Bekstore

Sketsa kasar tersebut penulis rapikan melalui digitalisasi ke dalam Adobe Illustrator. Setelah melakukan digitalisasi, penulis bekerjasama dengan rekan *Copywriter Intern* untuk menghasilkan *copywriting* pesan yang sesuai dengan desain. Berikut merupakan hasil digitalisasi sketsa serta *layout* tampilan visual dengan tipografi.



Gambar 3.36 Alternatif Desain Merchandise Bekstore Pertama

Alternatif desain *merchandise* pertama tersebut penulis presentasikan dan asistensikan kepada CEO dan *supervisor*. *Feedback* yang diterima adalah gabungan visual dan *copywriting* pada desain masih terkesan terlalu literal. CEO meminta penulis dan *Copywriter Intern* untuk mencoba melakukan eksplorasi visual dan *copywriting* pesan lainnya yang tidak terkesan terlalu literal. Walaupun *layout* tipografi terkesan *modern* dan sesuai dengan tren, CEO mengingatkan penulis untuk menggunakan aset tipografi Bekantan Creative untuk tipografi *merchandise* Bekstore. Dari *feedback* tersebut, penulis kemudian mencoba untuk melakukan eksplorasi ide lainnya dan menghasilkan desain lain. Penulis juga melakukan komunikasi bersama *Copywriter Intern* untuk menghasilkan *copywriting* pesan yang tidak terkesan literal. Berikut merupakan aset tipografi Bekantan Creative.

# BIG JOHN

## ABCDEFGHIJKLMNO

## PQRSTUVWXYZ

Kohinoor Bangla

## ABCDEFGHIJKLMNO

## PQRSTUVWXYZ

Gambar 3.38 Aset Identitas Tipografi Bekantan Creative

Berikut merupakan alternatif desain *merchandise* kedua yang dihasilkan oleh penulis.



Gambar 3.37 Alternatif Desain *Merchandise* Bekstore Kedua

Alternatif desain kedua dipresentasikan dan diasistensikan kembali kepada CEO dan *supervisor*. Beliau menyukai dua alternatif desain, yaitu alternatif desain nomor satu dan enam. *Feedback* yang diterima adalah desain nomor satu sudah baik, tetapi warna tanaman dalam pot masih kurang terlihat. *Feedback* untuk desain nomor enam adalah untuk

memberikan alternatif desain lainnya dengan perspektif laptop yang berbeda. Dari *feedback* tersebut, penulis kemudian menghasilkan alternatif desain lain yang lebih berkembang.



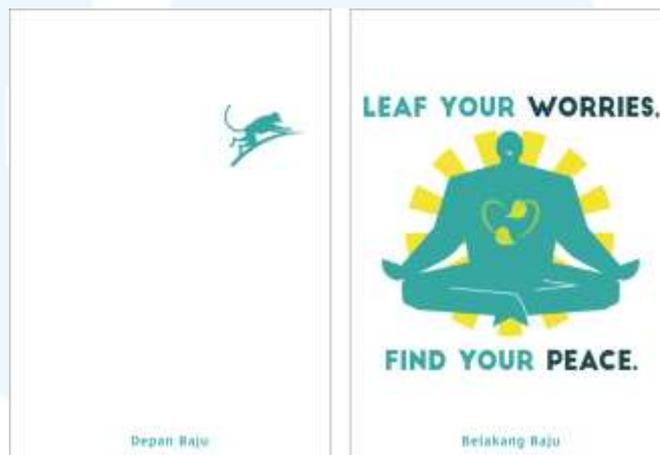
Gambar 3.39 Alternatif Desain *Merchandise* Bekstore Ketiga

Alternatif desain ketiga dipresentasikan dan diasistensikan kembali kepada CEO dan *supervisor*. Beliau menyukai alternatif desain baru yang dipresentasikan. Namun, saran dari CEO adalah untuk mencoba mengubah posisi dari tanaman agar terlihat lebih baik dan perspektif laptop mungkin dapat terlihat lebih datar lagi. CEO mengingatkan kepada penulis untuk mencantumkan identitas piktogram logo Bekantan Creative pada desain *merchandise* tersebut. CEO juga memberi saran untuk mencoba eksplorasi *copywriting* lain yang mendukung visual tersebut. Dari *feedback* tersebut, penulis melakukan revisi minor terkait visual *merchandise* tersebut dan melakukan komunikasi kembali bersama *Copywriter Intern* untuk menghasilkan alternatif *copywriting* pesan lain yang melengkapi visual *merchandise* tersebut. Berikut merupakan aset piktogram dari logo Bekantan Creative.



Gambar 3.40 Aset Logo dan Piktogram Logo Bekantan Creative

Berikut merupakan hasil revisi dari alternatif desain yang telah dipilih oleh CEO dan *supervisor*.



Gambar 3.42 Tampilan Alternatif Final *Merchandise* Bekstore Pertama

Alternatif final *merchandise* pertama menampilkan logo piktogram Bekantan Creative pada bagian depan baju dan menampilkan hasil desain pada bagian belakang baju. Berikut merupakan alternatif final *merchandise* kedua.



Gambar 3.41 Tampilan Alternatif Final *Merchandise* Bekstore Kedua

Alternatif final *merchandise* kedua akan ditampilkan pada bagian depan baju. Kedua alternatif final tersebut dipresentasikan kepada CEO dan *supervisor*. Beliau menyetujui kedua alternatif desain final tersebut dan menginstruksikan untuk menampilkan desain tersebut ke dalam sebuah *mockup*.

### 3. Tahap Implementasi (Mockup)

Tahap akhir dari proyek ini adalah membuat *mockup* dari hasil desain *merchandise* yang sudah disetujui. Hasil desain yang berada di Adobe Illustrator penulis pindahkan ke Adobe Photoshop untuk ditempatkan ke dalam *mockup*. Berikut merupakan hasil *mockup* dari kedua desain final.



Gambar 3.43 Hasil *Mockup* Desain Final *Merchandise* Bekstore

Tampilan *mockup* tersebut dipresentasikan kepada CEO dan *supervisor*. Tanggapan dari CEO dan *supervisor* baik dan akhirnya proyek tersebut difinalisasikan dan akan lanjut ke tahap *printing* produk.

#### 3.3.2.3 Proyek Perancangan Identitas Visual Program Internal

##### “Next Chapter”

“Next Chapter” merupakan program internal perusahaan yang bertujuan untuk memproduksi konten yang ditujukan kepada generasi muda untuk bisa memberikan informasi atau *insight* akan langkah pengembangan diri yang dapat dilakukan setelah menempuh kuliah. Berikut merupakan penjabaran dari proses pelaksanaan proyek.

## 1. Tahap Awal (*Brief* dan *Stylescape*)

Tahap pertama dari proyek adalah menerima *brief* yang telah disusun oleh CEO dan supervisor. *Brief* disusun di dalam Google Slides yang kemudian dipresentasikan dan dijelaskan kepada penulis melalui Google Meet. *Brief* berisikan penjelasan akan program “Next Chapter” dan user profile yang merupakan target audiens dari program.



Gambar 3.44 *Brief* Proyek Perancangan Identitas Visual Next Chapter

CEO menjelaskan ketentuan yang diinginkan dalam identitas visual dan logo “Next Chapter”. CEO menetapkan warna *tosca* Bekantan Creative yang wajib dimasukkan ke dalam palet warna identitas logo program dan logo harus menggunakan tipografi yang jelas dengan ukuran yang tepat. Setelah menjelaskan *brief*, penulis diinstruksikan untuk membuat *stylescape* yang berisi referensi logo dan *look and feel* dari program. Penulis lanjut menyusun *stylescape* sesuai dengan instruksi dari CEO dan *supervisor*.



Gambar 3.45 *Stylescape* Awal Next Chapter

*Stylescape* tersebut dipresentasikan dan diasistensikan kepada CEO dan *supervisor*. *Stylescape* tersebut berisikan aset-aset foto yang didapatkan dari Freepik dan Pexels, serta referensi logo didapatkan dari Pinterest. *Feedback* dari CEO dan *supervisor* adalah palet warna merah tersebut terkesan terlalu kuat dan penulis diinstruksikan untuk mencoba eksplorasi palet warna yang terkesan lebih ringan. Berikut merupakan hasil revisi dari *stylescape* dengan palet warna yang diubah.



Gambar 3.46 Stylescape Final Next Chapter

Hasil revisi *stylescape* tersebut dipresentasikan kepada CEO dan *supervisor*. *Feedback* yang diterima adalah baik dan *stylescape* tersebut dapat dijadikan pedoman penulis dalam menyusun identitas visual “Next Chapter”. Dari *stylescape* tersebut, penulis lanjut membuat beberapa alternatif sketsa untuk identitas visual “Next Chapter”.

## 2. Tahap Pelaksanaan (Sketsa dan Digitalisasi)

Penulis memulai tahap pelaksanaan dengan membuat sketsa-sketsa kasar akan identitas logo “Next Chapter”. Berikut merupakan sketsa-sketsa kasar yang dihasilkan oleh penulis.



Gambar 3.47 Sketsa Kasar Identitas Logo Next Chapter

Sketsa kasar tersebut dirapikan dengan didigitalisasikan oleh penulis ke dalam Adobe Illustrator. Berikut merupakan hasil digitalisasi sketsa yang telah dirapikan oleh penulis.



Gambar 3.48 Alternatif Logo Next Chapter

Alternatif logo yang telah didigitalisasikan kemudian dipresentasikan dan diasistensikan kepada CEO dan *supervisor*. *Feedback* yang diterima adalah CEO dan *supervisor* memilih logo yang dicentang. Alternatif logo tersebut dirapikan dan difinalisasikan dengan menetapkan logo dan palet warna final. Berikut merupakan tampilan logo final dan palet warna program “Next Chapter”.

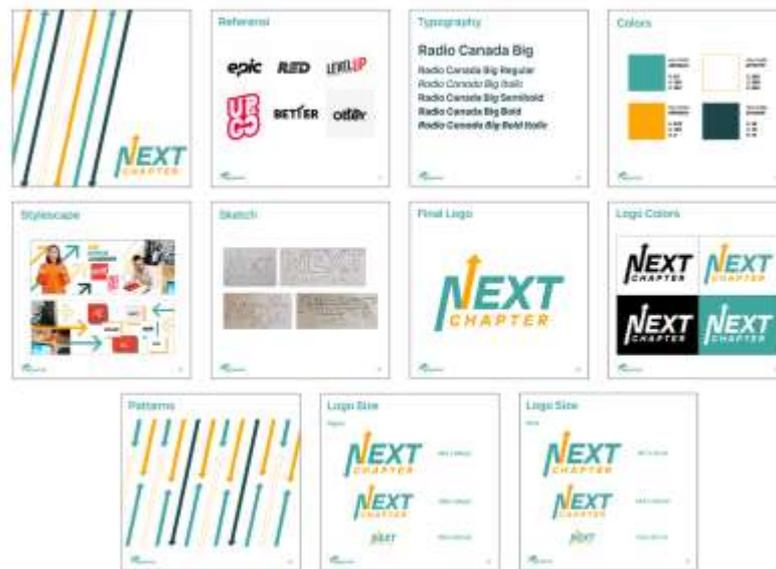


Gambar 3.49 Tampilan Logo dan Palet Warna Final Next Chapter

Penulis diinstruksikan untuk lanjut menyusun Mini GSM identitas visual program “Next Chapter”.

### 3. Tahap Implementasi (Mini GSM)

Tahap akhir dari proyek adalah menyusun Mini GSM sebagai panduan penggunaan identitas dalam berbagai media. Berikut merupakan Mini GSM dari identitas visual “Next Chapter”.



Gambar 3.50 Mini GSM Next Chapter

Mini GSM tersebut berisi referensi logo, tipografi yang digunakan, palet warna, *stylescape*, sketsa, tampilan logo final, supergrafis, dan pedoman ukuran digital dan cetak dari identitas logo program “Next Chapter”.

#### 3.3.2.4 Proyek Desain Konten *Feeds* Internal “Introducing New Program”

Penulis ditugaskan untuk memproduksi desain *feeds* “Introducing New Program” sebagai konten media sosial internal. Konten tersebut bertujuan untuk memperkenalkan program-program baru internal yang dimiliki oleh Bekantan Creative dengan menampilkan logo-logo program dan penjelasan tentang tujuan dari program tersebut. Berikut penulis menjabarkan proses pelaksanaan proyek tersebut.

## 1. Tahap Awal (Brief)

Tahap awal dari proyek adalah penerimaan *brief* konten sosial media internal yang telah disusun oleh tim digital melalui Google Sheets. Penjelasan *brief* dilakukan oleh tim digital dengan dampingan *supervisor* dalam Google Meet kepada penulis dan rekan *Graphic Designer Intern* lainnya. Penulis ditetapkan tugas untuk menghasilkan desain untuk konten “Introducing New Program”. Ketentuan yang wajib ada pada konten sosial media internal tersebut adalah menggunakan palet warna dan tipografi identitas Bekantan Creative dan mencantumkan logo identitas Bekantan Creative pada bagian *footer* dari desain konten sosial media.

Design	New Programs of Bekantan Creative	Menjelaskan program baru yang ada di Bekantan Creative kepada sales sheet dan target audiens lainnya.	<p>[Cover slide 1] [Judul slide - H1] Introducing our New Program [Logo BEKANTAN CREATIVE]</p> <p>[Slide 2] [Q1] Kenapa ada program baru aja sih ya? [A1] Yah, siapa ka kaman!</p> <p>[Slide 3] [H1] GAMM Privilege [Q2] Program untuk mahasiswa UMNM dalam meningkatkan branding, marketing dan sales melalui seminar/training</p> <p>[Slide 4] [H1] Hasil The World [Q2] Program yang fokus dalam menjaga lingkungan</p> <p>[Slide 5] [H1] NEXX Chapter [Q2] Program ini bertujuan untuk memperdalam general trade dalam pengembangan diri setelah kuliah</p> <p>[Slide 6] CTA [A1] Jadi yang pertama bakal [Q2] KIR' Follow' untuk update terbaru dari program baru!</p>	<p>What needs to be highlighted - Dibuat dalam tipe Carousel!</p> <p>1. Case - Title [H1] (Dibuat dengan warna hitam bold) - Dibuat dengan grid path style #2 menunjukkan layout program?</p> <p>2. Slide - Dibuat dengan grid path style #5 - Untuk tiap slide program bisa diberi foto (foto dari koleksi bekantan creative) atau gambar yang relevan terhadap program masing2</p>
--------	-----------------------------------	---	---	--

Gambar 3.51 *Brief* Konten Sosial Media dalam Google Sheets

## 2. Tahap Pelaksanaan

*Brief* diterima oleh penulis yang kemudian dilanjutkan dengan pengerjaan desain konten tersebut. Penulis mulai dengan melakukan desain *cover* konten *feeds carousel* tersebut melalui Adobe Illustrator. Berikut merupakan *draft* awal dari desain *cover feeds* tersebut.



Gambar 3. 53 Draft Awal Desain Cover Feeds “Introducing New Program”

Draft awal desain tersebut diasistensikan kepada CEO dan *supervisor*. CEO memberi *feedback* bahwa *cover feeds* tersebut terkesan kurang memberi *impact* yang cukup kepada audiens untuk merasa penasaran dan lanjut *swipe* ke halaman *feeds* berikutnya. CEO menyarankan untuk menggunakan visual orang yang memegang pengeras suara untuk memberi kesan *action*. Dari *feedback* tersebut, penulis mulai mencari aset-aset foto yang sekiranya cocok dengan *cover feeds*. Penulis akhirnya mendapatkan sebuah aset foto yang cocok dari Freepik oleh pemilik aset ‘master1305’. Berikut merupakan hasil editan aset yang dilakukan oleh penulis melalui Adobe Photoshop.



Gambar 3.52 Hasil Edit Aset Foto dari Freepik oleh Penulis

Edit yang dilakukan adalah menghapus *background* kuning pada foto dan membalikkan foto agar terlihat sesuai dan rapi untuk ditampilkan sebagai *cover* pada konten *feeds*. Aset yang telah diedit kemudian dipindahkan ke Adobe Illustrator untuk direvisi kembali. Berikut merupakan hasil revisi *cover feeds* oleh penulis.



Gambar 3.54 Hasil Revisi Desain Cover Feeds “Introducing New Program”

Hasil revisi desain *cover feeds* tersebut dipresentasikan dan diasistensikan kembali kepada CEO dan *supervisor*. CEO menyukai hasil yang telah direvisi dan penulis lanjut melakukan progres desain halaman lanjutan pada konten *feeds* “Introducing New Program”. Penulis lanjut mencari aset-aset foto yang relevan dengan *copywriting* pada *feeds*. Penulis mendapatkan foto-foto melalui Freepik. Berikut merupakan aset foto yang digunakan dan hasil edit dari aset-aset tersebut.



Gambar 3.56 Hasil Edit Aset Foto Tambahan oleh Penulis

Aset-aset foto tersebut diedit melalui Adobe Photoshop. Edit yang dilakukan adalah pemberian filter warna biru untuk menyesuaikan *tone* warna *tosca* dari Bekantan Creative. Selain itu, penulis juga mengumpulkan aset logo-logo program yang telah dirancang oleh penulis dan rekan *Graphic Designer Intern* lainnya. Berikut merupakan aset-aset logo program internal Bekantan Creative.



Gambar 3.55 Aset Logo-Logo Program Internal Bekantan Creative

Aset-aset foto yang telah diedit dan aset-aset logo yang telah dikumpulkan dipindahkan kembali ke Adobe Illustrator untuk lanjut

disusun *layout* tampilan halaman *feeds* tersebut. Berikut merupakan tampilan dari halaman *feeds carousel* “Introducing New Program”.

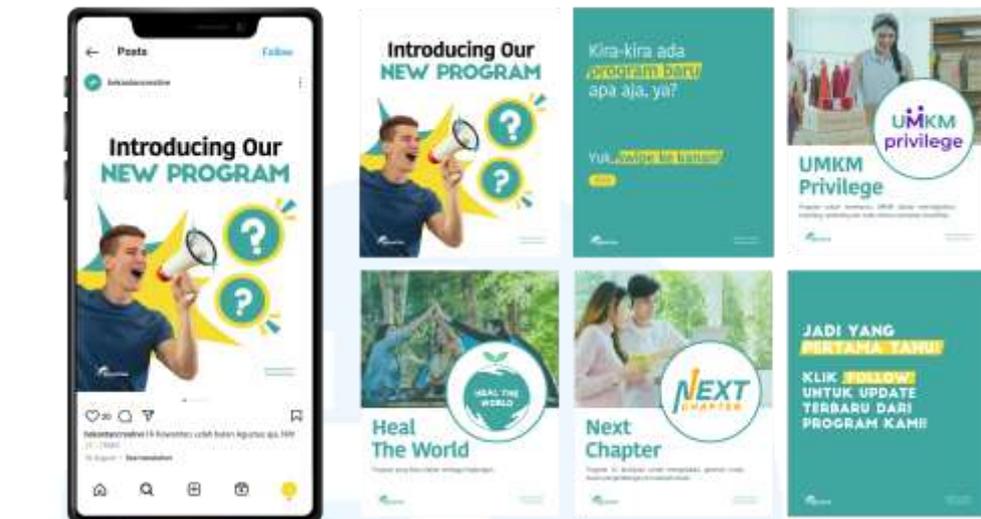


Gambar 3.57 Tampilan Isi *Feeds Carousel* “Introducing New Program”

Tampilan isi *feeds carousel* tersebut dipresentasikan dan diasistensikan kepada CEO dan *supervisor*. CEO dan *supervisor* menyukai dan menyetujui *layout* dan tampilan dari isi *feeds carousel* tersebut. Penulis dipersilahkan untuk mengunggah *file* desain tersebut ke Google Drive, dimana PIC (Person in Charge) dari konten akan mengunggah konten tersebut ke Instagram.

### 3. Tahap Implementasi

Konten sosial media internal tersebut diunggah di Instagram pada tanggal 16 Agustus 2024. Berikut merupakan tampilan akhir dari konten sosial media internal *feeds* “Introducing New Program”.



Gambar 3.58 *Mockup* dan Tampilan Final *Feeds* “Introducing New Program”

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan magang di Bekantan Creative, penulis menghadapi beberapa kendala. Beberapa kendala yang dialami oleh penulis menyebabkan tabrakan terhadap keseimbangan kerja dan akademik penulis. Namun, kendala yang dihadapi dapat diselesaikan dengan mencari solusi yang sesuai. Berikut penulis menjelaskan kendala yang dihadapi selama menjalankan magang dan solusi dari kendala yang dihadapi.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala pertama yang dihadapi oleh penulis adalah kesulitan melakukan asistensi desain kepada CEO saat mengerjakan proyek-proyek yang cukup besar seperti memproduksi identitas visual. Selain melakukan asistensi bersama *supervisor*, penulis butuh melakukan asistensi final bersama CEO karena hasil akhir dari sebuah proyek lebih dominan diputuskan oleh CEO. Maka dari itu, penulis juga membutuhkan pendapat CEO terkait progres dan hasil desain yang telah dirancang. Walaupun asistensi dilakukan secara daring melalui Google Meet, CEO terkadang masih cukup sibuk sehingga waktu untuk melakukan asistensi langsung bersama CEO cukup sulit untuk diadakan.

Kendala kedua yang dihadapi oleh penulis adalah terjadinya miskomunikasi antar sesama rekan magang. Pada saat itu, penulis telah menyelesaikan desain konten *feeds* yang ditugaskan dan telah mengunggah hasil desain konten ke Google Drive dan mengirim *link* folder desain ke PIC konten. Namun, tiba-tiba terdapat revisi konten yang cukup menyeluruh. Revisi diumumkan oleh *supervisor* kepada penulis dan PIC konten dalam Google Meet. Penulis melakukan revisi dengan secepatnya karena konten dijadwalkan untuk diunggah dalam waktu yang singkat. Konten yang telah direvisi segera diasistensikan kepada CEO dan *supervisor*. Setelah konten tersebut disetujui, penulis mengumpulkan hasil konten *feeds* tersebut ke Google Drive dan segera mengirim *link* Google Drive baru kepada PIC dari konten untuk dapat segera mengunggah konten tersebut. Konten akhirnya diunggah, tetapi unggahan tersebut terjadi kesalahan dimana unggahan konten tidak sesuai dengan hasil revisi konten yang telah dilakukan oleh penulis.

Kendala ketiga yang dihadapi oleh penulis adalah *time management* antara menyelesaikan tugas dan proyek magang serta tugas akademik seperti pengerjaan laporan magang dan proposal tugas akhir. Kesibukan-kesibukan tersebut mempengaruhi keseimbangan kerja magang dan akademik penulis.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Solusi dari kendala pertama adalah untuk melakukan komunikasi kepada CEO melalui *supervisor* untuk memohon ketersediaan meluangkan waktu untuk melakukan asistensi progres atau hasil desain yang telah dirancang oleh penulis. Asistensi langsung kepada CEO membantu penulis untuk dapat merancang desain yang sesuai dengan kebutuhan atau kemauan CEO. Sembari permohonan asistensi disampaikan oleh *supervisor*, penulis juga disarankan oleh *supervisor* untuk mengabari perbaruan progres atau hasil desain melalui Whatsapp. Solusi tambahan dari *supervisor* membantu penulis untuk menyeteor progres desain agar tidak menunggu jawaban CEO terlalu lama.

Solusi dari kendala kedua adalah melakukan komunikasi yang baik antar sesama rekan. Ternyata pada saat itu, penulis secara tidak sengaja hanya

mengirim *link* Google Drive salah satu konten, yaitu *cover feeds* konten tersebut. Sehingga, PIC konten mengira hanya terjadi revisi di bagian *cover feeds*. Namun, akhirnya penulis meminta maaf atas kelalaian yang dilakukan oleh penulis dan segera mengirim *link* Google Drive folder keseluruhan konten *feeds* hasil revisi kepada PIC konten. Penulis melakukan komunikasi dan koordinasi bersama PIC konten melalui Whatsapp. Penyelesaian dari kendala tersebut adalah konten yang terlanjur diunggah akhirnya di *take down* dan segera mengunggah konten hasil revisi yang benar.

Solusi dari kendala ketiga adalah dengan mencoba menyusun jadwal yang baik dan mengatur waktu dengan benar sehingga beban kerja antara magang dan akademis tidak berat sebelah. Penulis menyusun proyek-proyek yang ditugaskan dari tingkat urgensi ke dalam sebuah daftar. Proyek dengan urgensi atau tenggat waktu paling dekat akan diprioritaskan oleh penulis. Dengan susunan prioritas yang rapi dan teratur, penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan pekerjaan dengan lebih teratur. Solusi-solusi yang dihadirkan oleh penulis dan komunikasi antar rekan magang, CEO, dan *supervisor* membantu penulis untuk bisa menghadapi kendala-kendala yang dihadapi selama melaksanakan magang di perusahaan.

