

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Kedudukan atau posisi merupakan suatu jabatan yang diemban oleh seseorang dalam struktur organisasi perusahaan. Jabatan tersebut mencerminkan tingkat tanggung jawab, wewenang, serta peran yang dimiliki oleh individu dalam pengaruh dan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Dalam hal ini, penulis akan menjelaskan secara rinci mengenai kedudukan dan posisi yang dijabat, beserta deskripsi tugas dan tanggung jawab yang melekat pada posisi tersebut.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Kedudukan dan peran dalam struktur perusahaan di *Yovie Widianto Music Factory* atau *YWMF* adalah sebagai *Intern Graphic Designer* yang bertugas membuat berbagai *Asset visual, Social Media Promotion, Media Promotion*, dll. Dalam proses bertugas, penulis bekerja mengikuti arahan dari dua *Senior Graphic Designer, Creative Development Manager* dan *Chief Operating Office*, semua pengerjaan yang dilakukan hingga selesai melewati tahap dari dua *Senior Graphic Designer* dan *Creative Development Manager*. Proses bekerja dalam tim memberikan pengalaman dan kesempatan berharga bagi penulis untuk dapat mempelajari standar bekerja profesional dalam industri desain grafis khususnya dalam media promosi. Setiap pekerjaan atau proyek yang dikerjakan oleh penulis harus melewati tahap approval dan review yang diberikan kepada *Senior Graphic Designer* dan *Creative Development Manager*.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Tim Kreatif

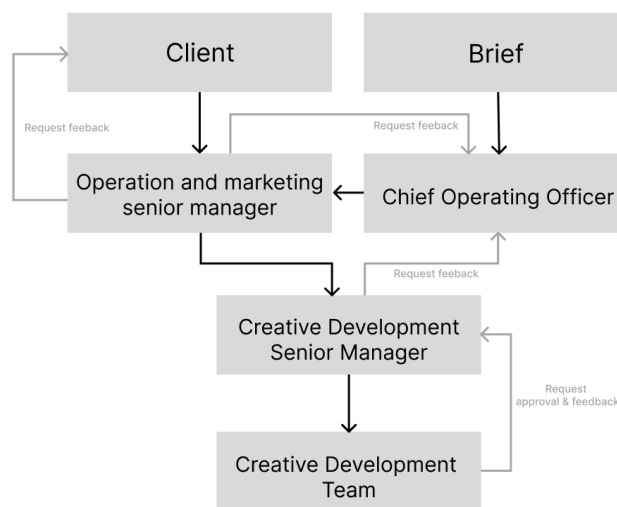
Bagan diatas adalah kedudukan jabatan dalam sebuah tim kreatif, alur pemberian tugas diawali oleh *Chief Operating Officer* yang memberikan *brief* kepada *Operation and Marketing Senior Manager*. Selanjutnya, *Operation and Marketing Senior Manager* akan memberikan tugas dan deadline pembuatan yang ditentukan kepada *Creative Development Senior Manager*.

Setelah menerima brief dan arahan, *Creative Development Senior Manager* akan mengkurasi dan membagi tugas kepada tiga divisi dibawahnya sesuai dengan *jobdesk* kebutuhan proyek. Pembagian ini dilakukan kepada *Creative Development Graphic Designer* untuk kebutuhan desain visual statis, *Creative Development Motion Designer* untuk kebutuhan animasi dan konten bergerak, serta *Creative Development Social Media* untuk pengelolaan dan strategi konten di platform media sosial. Ketiga divisi ini akan berkolaborasi dan melaporkan progress pekerjaan mereka kepada *Creative Development Senior Manager*, yang kemudian akan menyampaikan hasil akhir kepada *Chief Operating Officer* untuk mendapatkan persetujuannya.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Sebagai seorang *Intern Graphic Designer*, setiap penugasan karya desain yang dikerjakan harus melewati tahapan persetujuan dan

approval dari para senior yang berpengalaman. Proses dapat dimulai dengan *Senior Graphic Designer* yang melihat desain dan memberikan arahan agar desain yang dikerjakan mengikuti *key visual* setiap talent musisi, dilanjutkan dengan peninjauan oleh *Creative Development Manager* melalui grup Whatsapp maupun menemuinya secara langsung untuk mendapatkan masukan secara langsung, dan pada tahap akhir memerlukan persetujuan dari Chief Operating Officer yang biasanya akan ikut serta dalam proyek proyek besar dalam naungan tanggung jawab yang lebih besar. Prosedur bertingkat ini diterapkan untuk menjamin kualitas tertinggi dari setiap hasil pekerjaan dan memastikan bahwa setiap karya memenuhi standar profesional yang telah ditetapkan oleh perusahaan.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Bagan ini menjelaskan dengan singkat bagaimana proses ini dimulai, dari pemberian tugas dari *Senior Graphic Designer* atau *Operation & Marketing Senior Manager* dengan memberikan brief yang dibutuhkan, setelah pembuatan media promosi yang diperlukan

akan ada evaluasi awal dari kedua yang memberikan masukan teknis dan artistik untuk memastikan kualitas hasil kerja memenuhi standar perusahaan. Selanjutnya, *Creative Development Manager* akan melakukan *review final* dan memberikan persetujuan akhir sebelum karya dapat diimplementasikan. Sistem kerja yang terstruktur ini tidak hanya memastikan kualitas *output* yang konsisten, tetapi juga memberikan pembelajaran yang komprehensif bagi penulis dalam memahami alur kerja profesional di industri kreatif.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada bagian ini merupakan semua tugas yang telah dilakukan oleh penulis hingga saat ini, yang dimulai pada tanggal 26 Agustus - 1 Desember 2024 di perusahaan *Yovie Widiyanto Music Factory*.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

| Minggu | Tanggal | Proyek | Keterangan |
|--------|----------------------------|--|---|
| 1 | 26 – 30 Agustus 2024 | Hivi!, Mencari Referensi <i>Lyrics Video</i> dan <i>Style Desain</i> yang dipakai sebagai acuan desain, Membuat <i>Greeting</i> untuk Hari Raya dan Latihan berbagai <i>Style Desain</i> serta <i>Retouching Photo</i> | Minggu pertama penugasan magang berisikan dengan pencarian referensi <i>style desain</i> , membuat editing video untuk wawancara Hivi! Untuk lagu Semenjak ada dirimu, dan beberapa tugas latihan lain seperti desain <i>greeting</i> hari nasional dan <i>photo retouching</i> juga diberikan untuk penyesuaian desain yang akan dilakukan nantinya. |

| | | | |
|---|------------------------------|---|---|
| | | | |
| 2 | 02 – 06 September 2024 | UGC Tiktok <i>Post</i> , Finalisasi Hari Raya, | Membuat konten tiktok daily untuk keperluan <i>engagement sound</i> kahitna di tiktok, dan melakukan finalisasi terhadap konten <i>Greeting</i> . |
| 3 | 09 – 13 September 2024 | Kahitna, UGC Tiktok <i>Post</i> , <i>Greetings Birthday</i> | Membuat konten tiktok daily untuk keperluan <i>engagement sound</i> kahitna di tiktok, Membuat berbagai Logo <i>Segment</i> untuk Instagram Kahitna yang berjudul “Andai Dia Tahu”, “Cinta Sudah Lewat”, dan “Cerita Cinta Kahitna”. Sekaligus <i>dummy post</i> di setiap <i>segment Instagram</i> , lalu, Membuat konten tiktok daily untuk keperluan <i>engagement sound</i> kahitna di tiktok, dan membuat konten <i>post</i> untuk talent YWMF yang berulang tahun |
| 4 | 16 – 20 September 2024 | Kahitna, UGC Tiktok <i>Post</i> | Membuat konten tiktok daily untuk keperluan <i>engagement sound</i> kahitna di tiktok, Menjadi Runner untuk membantu keperluan konser "2 |

| | | | |
|---|---|--|---|
| | | | <p>tahun menuju 40th kahitna" yang diadakan di JCC, Membuat konten UGC untuk keperluan akun sosial media tiktok dan membuat 3 konten untuk keperluan acara <i>NOWFEST 2024 Kahitna</i>, dan Menghadiri <i>Talkshow</i> salah satu <i>member kahitna</i> pada event <i>NOWFEST 2024</i>.</p> |
| 5 | 23 – 27 September 2024 | Yovie&Nuno, Putri Ariani | <p>Membantu membuat cover untuk <i>spotify playlist song</i> setiap member dari Yovie&Nuno dan Membuat <i>Cover Artwork</i> untuk lagu terbaru dari Putri Ariani.</p> |
| 6 | 30 September – 4 October 2024 | Yovie&Nuno, Mario Ginanjar | <p>Membuat <i>logo segment</i> untuk kebutuhan Instagram "CheckYN", dan membuat <i>banner design</i> untuk keperluan <i>pitching konsep</i> terhadap <i>client</i>.</p> |
| 7 | 7 – 11 October 2024 | UGC Tiktok <i>Post</i> , Yovie&Nuno | <p>Membuat konten tiktok daily untuk keperluan <i>engagement sound</i> kahitna di tiktok, dan Membuat <i>layout</i> berupa sebuah kolase foto untuk <i>post-konser</i></p> |

| | | | |
|----|---------------------------------------|--|--|
| | | | Yovie&Nuno, dan Membuat <i>Instagram Story for Promotion Spotify Playlist</i> Para member Yovie&Nuno. |
| 8 | 14 – 18 October 2024 | UGC Tiktok, <i>AMI AWARDS 2024</i> | Membuat konten tiktok daily untuk keperluan engagement sound kahitna di tiktok, Membuat konten Nominasi <i>AMI AWARDS 2024</i> untuk keperluan Instagram. |
| 9 | 21 – 25 October 2024 | <i>Greeting, Lyrics Video Geisha, UGC Tiktok Post</i> | Membuat desain ulang tahun untuk salah satu member Kahitna, membahas brief mengenai <i>LV</i> untuk lagu baru Geisha sekaligus membuat <i>dummy scene</i> sebagai konsep <i>LV</i> dari Geisha, dan Membuat konten tiktok daily untuk keperluan engagement sound kahitna di tiktok, dan membuat desain dua <i>scene</i> untuk <i>Lyrics Video</i> dari Geisha. |
| 10 | 28 October – 1 November 2024 | <i>Pitching DAY, Brief DAY, Storyboard DAY, Shooting DAY</i> Yovie&Nuno | Membuatkan brief untuk keperluan shooting clip dan pembuatan <i>Lyrics Video</i> untuk lagu terbaru dari DAY berupa, Membuat berief, pemilihan |

| | | | |
|----|-----------------------------|--|--|
| | | | lokasi <i>shooting</i> , menyusun ulang properti yang dibutuhkan saat <i>shooting</i> , menyusun ulang <i>storyboard</i> untuk prosesi <i>shooting</i> , menjadi runner dan foto BTS saat <i>shooting</i> berlangsung. Dan Membuat konten reels Instagram untuk lagu Yovie&Nuno yang masuk ke playlist mingguan <i>Spotify</i> . |
| 11 | 4 – 8 November 2024 | <i>Design Storyboard DAY, Layout DAY, Lyric Video DAY, Kahitna</i> | Membuat <i>Storyboard Design</i> dan <i>Layout</i> untuk Lyric Video DAY-Missing You, sekaligus membuat langsung penempatan teks yang akan digunakan untuk <i>Lyric Video DAY</i> dan membuat template post Instagram untuk <i>Upcoming Event Kahitna</i> |
| 12 | 11 – 15 November 2024 | <i>Lyric Video Kahitna, Thumbnail Youtube Kahitna</i> | Membantu membuat <i>asset</i> sekaligus <i>scene</i> yang akan digunakan untuk <i>Lyric Video</i> dari lagu terbaru Kahitna dan membuat thumbnail <i>Youtube</i> untuk Kahitna. |
| 13 | 18 – 22 November 2024 | <i>Lyrics Video Kahitna, Banner Promotion Putri</i> | Melanjutkan pembuatan <i>asset</i> dan <i>scene</i> Untuk <i>Lyrics Video</i> Kahitna, dan Membuat banner |

| | | | |
|----|-----------------------------|--|--|
| | | Ariani, <i>Visualizer</i> Konser Kahitna | promotion untuk Putri Ariani berupa, <i>Banner Spotify HPTO</i> , <i>Spotify Banner Background</i> , <i>Youtube Banner</i> , <i>facebook</i> dan Mengerjakan Konsep untuk <i>Visualizer</i> konser Kahitna |
| 14 | 25 – 29 November 2024 | Kahitna <i>Visualizer</i> , Recap Konser Yovie&Nuno Bulan November | Mengerjakan 6 Konsep Kahitna <i>Visualizer</i> , Membuat lirik 6 lagu untuk pembuatan konser <i>Visualizer</i> , dan membuat 4 Alternatif layout recap untuk Yovie Nuno bulan November |

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Pada masa Magang Merdeka, penulis mendapatkan 7 jam waktu normal dengan 5 hari masa waktu kerja yang akan dilakukan selama 6 bulan, penulis telah mendapatkan berbagai jenis pekerjaan dalam bidang kreatif dari yang tergolong mudah hingga sulit, mulai dari daily post hingga shooting *Video Clip dan Visualizer Konser*. Penulis menghasilkan karya karya yang akan dibagikan ke masyarakat luas lewat media digital seperti media sosial. Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya Proses ini dimulai dari pemberian tugas dari *Senior Graphic Designer* atau *Operation & Marketing Senior Manager* dengan memberikan brief pekerjaan yang harus dikerjakan, diawali dengan pencarian referensi yang relevan kemudian setelah mendapatkan referensi yang diinginkan akan memasuki tahap eksekusi karya, setelah pembuatan media promosi yang diperlukan akan ada evaluasi awal dari kedua yang memberikan masukan teknis dan artistik untuk memastikan

kualitas hasil kerja memenuhi standar perusahaan. Selanjutnya, *Creative Development Manager* akan melakukan *review final* dan memberikan persetujuan akhir sebelum karya dapat diimplementasikan.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Program magang merdeka yang telah dilakukan penulis selama bekerja di YWMF telah mendapatkan banyak sekali pengalaman dan tanggung jawab yang berharga. Selama menjalani magang ini penulis telah diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan berbagai proyek untuk berbagai ban dan musisi di Indonesia, seperti contohnya, DAY, Kahitna, Yovie&Nuno, Putri Ariani, HIVI!, Geisha, dan lain lain. Penulis biasanya mendapatkan *brief* dari *Operation & Marketing Senior Manager* yang berisikan rincian rincian dari penugasan berupa keinginan *client*, *mood visual*, *References*, dan *Copywriting* yang akan ada dalam *visual* tersebut.

Selama menjalani masa kerja di YWMF, penulis telah dipercaya untuk menangani berbagai proyek yang memiliki tingkat kompleksitas dan tanggung jawab yang signifikan. Salah satu proyek yang menjadi sorotan dan memberikan pengalaman berharga bagi penulis adalah pembuatan Cover Playlist Spotify untuk seluruh personil Yovie&Nuno. Proyek ini tidak hanya menjadi tantangan kreatif yang menyenangkan, tetapi juga memberikan pembelajaran mendalam dalam hal pengelolaan proyek desain profesional.

Dalam pelaksanaannya, Project Officer memberikan kepercayaan penuh kepada penulis untuk mengembangkan desain cover playlist yang unik dan personal untuk masing-masing anggota Yovie&Nuno. Spesifikasi teknis yang ditetapkan menuntut standar kualitas yang tinggi, dengan persyaratan ukuran gambar 3000x3000 px dan resolusi 300 DPI.

Standar spesifikasi yang tinggi ini ditetapkan untuk memastikan hasil akhir memiliki ketajaman visual yang optimal dan mencegah terjadinya degradasi kualitas gambar seperti pixelation atau distorsi visual lainnya ketika ditampilkan di berbagai platform digital.

Untuk membantu proses desain, Project Officer juga memberikan penulis dengan berbagai referensi visual yang dikurasi secara khusus melalui platform Pinterest. Referensi-referensi ini berfungsi sebagai panduan dan inspirasi dalam mengembangkan konsep desain yang sesuai dengan karakteristik dan personalitas masing-masing anggota band, sambil tetap mempertahankan kesatuan visual yang mencerminkan identitas Yovie&Nuno sebagai sebuah grup musik.



Gambar 3.3 Gambar Referensi *Cover Playlist Spotify*
Sumber : Pinterest

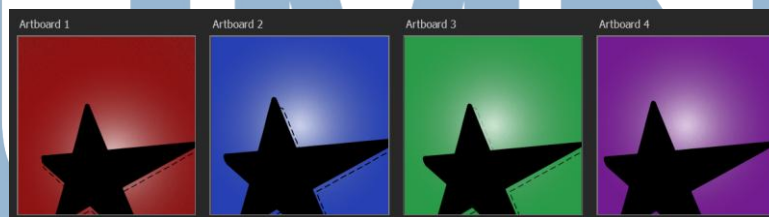
Berdasarkan referensi visual yang telah diberikan, *Project Officer* mengarahkan penulis untuk mengembangkan sebuah konsep desain cover playlist yang memiliki makna mendalam dan relevansi kuat dengan identitas band Yovie&Nuno. Elemen utama bintang dalam desain ini adalah penggunaan simbol bintang sebagai latar belakang, yang bukan sekadar pilihan estetika semata, melainkan merupakan representasi visual yang memiliki makna simbolis mendalam karena bintang telah lama menjadi ikon yang tidak terpisahkan dari identitas visual Yovie&Nuno.



Gambar 3.4 Logo Yovie&Nuno

Sumber : YWMF

Dalam proses pembuatan desain penulis *menggunakan software Adobe Photoshop, Project Officer* memberikan arahan kepada penulis untuk menggunakan elemen berupa logo bintang yang menjadi identitas visual Yovie&Nuno ke dalam *artboard design Cover Spotify Playlist* untuk setiap personel band. Penempatan logo bintang ini memiliki makna yang tersendiri, bukan hanya sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai penanda yang melambangkan keanggotaan dan identitas mereka sebagai bagian anggota dari grup musik Yovie&Nuno. Pengintegrasian logo ini juga berfungsi untuk mempertahankan konsistensi identitas Yovie&Nuno di seluruh platform media mereka.



Gambar 3.5 Penempatan bintang pada artboard

Project Officer memberikan brief secara spesifik kepada penulis. Setiap cover playlist diminta untuk membuat desain karakter visual yang berbeda-beda sebagai alternative untuk artstyle yang akan di tentukan, Project Officer meminta penambahan copywriting personal yang terdiri

dari 'Adhyra's Pick', 'Chicco's Pick', 'Diat's Pick', dan 'Ady Julian's Pick', yang berfungsi sebagai penanda kurasi personal dari masing-masing personil.

Kemudian, *Project Officer* meminta pemilihan jenis font yang memiliki karakteristik tegas dan maskulin. Pemilihan *font* dengan karakter ini mengartikan untuk memperkuat karakter band Yovie&Nuno sebagai grup musik yang didominasi personil pria di industri musik Indonesia. Penggunaan tipografi yang bold dan berkarakter ini juga bertujuan untuk menciptakan kesan profesional yang kuat ketika playlist tersebut muncul di platform Spotify, sekaligus memastikan bahwa setiap *cover playlist* tetap mudah terbaca dan menarik perhatian dalam ukuran tampilan yang berbeda-beda.



Gambar 3.6 Anton Font

Penulis memilih *font* Anton dikarenakan *font* Anton memiliki karakteristik yang tegas dan kuat di setiap sisi, membuat font Anton memiliki makna dalam penyampaian kuat dalam sebuah karya informasi atau persuasi. Setelah pemilihan font, *Project Officer* meminta 4 desain untuk setiap anggota dengan *artstyle* yang berbeda untuk menentukan *artstyle* apa yang akan digunakan sebagai landasan visual. Penulis mendapatkan asset foto dari *Project Officer* berupa *Publicity* dari Yovie&Nuno yang biasa di gunakan sebagai media promosi social media mereka.



Gambar 3.7 Foto Personil Yovie&Nuno

Sumber : Publicity YWMF

Dalam proses pembuatan *cover spotify playlist* untuk masing-masing personil Yovie&Nuno, *Project Officer* dan penulis telah melakukan kurasi foto yang akan diimplementasikan ke dalam desain. Setelah proses pemilihan foto tersebut selesai dan di setujui, *Project Officer* sekaligus memberikan arahan untuk menggunakan copywriting yang bersifat personal bagi setiap anggota. *Copywriting* tersebut terdiri dari empat variasi yang berbeda, yaitu “*Adhyra's Pick*” yang akan digunakan untuk memasukan pilihan lagu favorit Adhyra ke dalam *spotify*, “*Chico's Pick*” yang akan digunakan untuk memasukan pilihan lagu favorit Chico, “*Diat's Pick*” yang akan digunakan untuk memasukan pilihan lagu favorit Diat, dan “*Ady Julian's Pick*” yang menunjukkan rekomendasi musik dari Ady Julian di *spotify*. Penggunaan copywriting yang personal ini bertujuan untuk memberikan sentuhan yang lebih eksklusif dan intim pada setiap *playlist* antara personil dan penggemar,

sehingga para penggemar dapat merasakan koneksi yang lebih dekat dengan masing-masing personil Yovie&Nuno melalui pilihan musik mereka.

Setelah terkurasinya foto yang akan digunakan, Project Officer meminta untuk menggunakan copywriting yang terdiri dari 'Adhyra's Pick', 'Chico's Pick', 'Diat's Pick', dan 'Ady Julian's Pick', yang akan digunakan untuk *cover spotify playlist* setiap personil dari Yovie&Nuno.

Setelah mengumpulkan asset, *copywriting*, dan referensi yang akan di gunakan pada Cover Spotify Playlist. Penulis mulai membuat 4 Artwork dengan layout yang berbeda untuk mendapatkan layout yang di inginkan Bersama dengan Project Officer, Creative Development Senior Manager, Chief Opration Officer.



Gambar 3.8 Gambar Karya Cover Playlist Spotify v1

Gambar diatas adalah desain tahap awal yang dikerjakan untuk Cover Playlist dengan *art style* yang berbeda-beda layaknya permintaan Project Officer yang menginginkan penggambaran setiap anggota Yovie&Nuno dipadukan dengan simbol bintang di dalamnya yang melambangkan identitas Yovie&Nuno. Akhirnya penulis mendapatkan saran untuk memilih *artwork* dengan *copywriting* "Diat's Pick" dan "Chico's Pick" sebagai landasan desain yang akan di kembangkan. Namun, desain tersebut masih mendapatkan revisi perubahan font kembali yang masih terkesan kaku yang kemudian di modifikasi kembali

teks yang akan digunakan nanti menjadi lebih ber isi dan memiliki nuansa y2k. tambahan kembali untuk membuat menjadi satu kesatuan agar memiliki dimensi di dalam desainya yang dapat membuat selaras dalam desain, dengan catatan untuk menambahkan berbagai tekstur *noise* dan sedikit elemen kertas agar tidak terkesan kaku atau *flat*.

Setelah mendapatkan masukan dari berbagai pihak, penulis akhirnya mulai mengerjakan ulang desain agar sesuai dengan yang diinginkan bersama dengan landasan *layout* dari *artwork* “Diat’s Pick” dan “Chico’s Pick”. Di mulai dari pemilihan font yang akhirnya penulis menemukan *font* yang cocok menggambarkan karakteristik tebal, berisi dan terlihat *modern* dengan nuansa y2k.



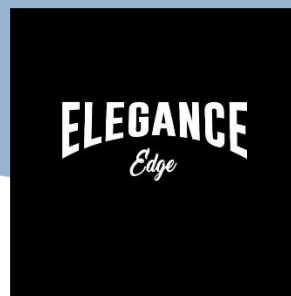
Gambar 3.9 *Isolia Dream Font*

Isolia Dream font, akhirnya penulis menemukan font yang cocok menggambarkan karakteristik tebal, berisi dan terlihat modern dengan nuansa y2k yang diinginkan itu bernama *Isolia Dream*, font ini mendapatkan approval dari Creative Development Senior Manager dan juga Chief Oprating Officer. Setelah itu penulis harus memenuhi permintaan sebelumnya yang menginginkan untuk memodifikasi kembali font yang akan digunakan agar dapat memberikan dimensi tersendiri di dalam *artwork* yang sedang dikerjakan.



Gambar 3.10 Modifikasi Teks

Penulis membuat modifikasi font menggunakan *warp text* yang merupakan fitur dari adobe Photoshop yang membuat teks atau tulisan memiliki lengkungan dibawahnya yang membuat teks terkesan modern dan elegan. Penulis mendapatkan referensi yang berasal dari pinterest yang memiliki kesan yang sama eleganya.



Gambar 3.11 Referensi Teks

Sumber : Pinterest

Pinterest telah menjadi segudang referensi bagi penulis untuk melihat bagaimana dunia kreatif dan desain bekerja, mulai dari layout hingga teks, penulis mendapatkan berbagai referensi melalui pinterest. Penulis dapat dengan mudah mengakses beragam referensi berkualitas tinggi yang disajikan oleh kreator-kektor berbakat dari berbagai penjuru dunia. Platform ini juga memungkinkan penulis untuk mempelajari tren terbaru dalam dunia desain dan mendapatkan inspirasi yang dapat diadaptasi sesuai dengan kebutuhan kreatif mereka.

Setelah membuat modifikasi terhadap teks, penulis dituntut untuk membuat desain menjadi terlihat berdimensi dan berisi, mengikuti permintaan tersebut penulis menggunakan *effect noise* dan tekstur kertas untuk menumbuhkan dimensi yang dapat memunculkan kesan gambar yang detail dan tidak terlihat jomplang antara gambar dengan *asset* yang satu dengan lainnya.



Gambar 3.12 Penggabungan antara asset dan tekstur

Penggunaan *effect noise* dan penambahan tekstur kertas telah menciptakan dimensi yang harmonis dan dinamis yang terdapat dalam karya ini. Penggunaan *effect noise* dan tekstur kertas terbukti efektif dalam memunculkan detail-detail halus yang memperkaya tampilan visual secara keseluruhan. Setiap asset yang digunakan membuat karya terlihat menyatu dengan baik, tanpa ada kesan terpisah dan memiliki keseimbangan antara satu elemen dengan elemen lainnya. Tekstur kertas yang diterapkan telah memberikan konsistensi visual yang kuat, sementara *effect noise* berperan penting dalam menyeimbangkan tingkat ketajaman dan memberikan kesan yang menarik.

Setelah melalui proses perancangan background yang sesuai dengan apa yang diminta. Selanjutnya penulis melakukan implementasi terhadap Publicity Photo Yovie&Nuno yang sebelumnya telah disiapkan oleh Project Officer ke dalam karya yang sedang di kerjakan.



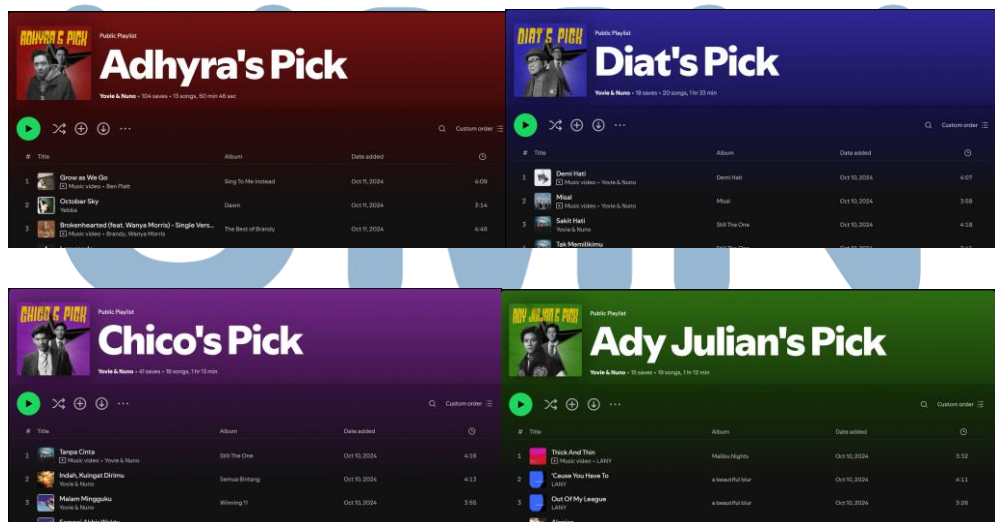
Gambar 3.13 Gambar Karya *Cover Playlist Spotify v2*

Setelah dilakukan penyesuaian style revisi lalu pengubahan teks yang diperjelas dengan penambahan tekstur pada background yang membuat tone yang lebih menyatu satu sama lain, *cover* ini akhirnya disetujui oleh *Project Officer* dan juga *Creative Development Senior Manager* yang menurut mereka telah sesuai dengan *visual, tone* dan *mood* yang *Project Officer* dan juga *Creative Development Senior Manager* telah disetujui. Setelah disetujui *Project Officer* dan *Creative Development Senior Manager*, akhirnya karya *Cover Playlist Spotify* untuk Yovie&Nuno mencapai tahap akhir yaitu menghadap langsung ke *CEO* untuk meminta pendapatnya mengenai *Cover Playlist Spotify*, Karena *CEO* di perusahaan YWMF selalu ikut serta dalam keterbuatan suatu proyek besar. *CEO* meminta penulis untuk mengubah kembali posisi anggota Yovie&Nuno ke sudut pandang yang sama dan lebih memperhalus muka anggota Yovie&Nuno untuk tidak terkena *noise* dan tekstur.



Gambar 3.14 Gambar Karya *Cover Playlist Spotify v3*

Hasil akhir yang diraih dalam proyek *Cover Playlist Spotify* setelah melalui serangkaian banyak proses revisi yang dilakukan. Karya desain ini telah mendapatkan persetujuan penuh dari *Project Officer, Creative Development Senior Manager*, dan *Chief Operating Officer*. Dimulai dari *Project Officer* yang mengawasi proyek secara langsung, *Creative Development Senior Manager* yang memastikan standar kreatif berjalan, hingga *CEO* yang memberikan persetujuan final. Setelah melewati proses tersebut, desain *Cover Spotify Playlist* yang dikhususkan untuk para anggota *Yovie&Nuno* telah mencapai tahap finalisasi yang memuaskan. Dengan diperolehnya semua persetujuan yang diperlukan, karya desain tersebut kemudian diteruskan ke *Sony Entertainment Music* untuk proses *submission* ke platform Spotify. Pencapaian ini menandai berakhirnya tahap pengembangan desain dan dimulainya proses implementasi di platform streaming musik terkemuka tersebut. Keseluruhan proses ini mencerminkan standar profesionalisme yang tinggi dalam pengembangan aset visual untuk distribusi musik digital, dengan memperhatikan setiap detail dan memenuhi ekspektasi semua pihak yang terlibat.



Gambar 3.15 Preview artwork on spotify

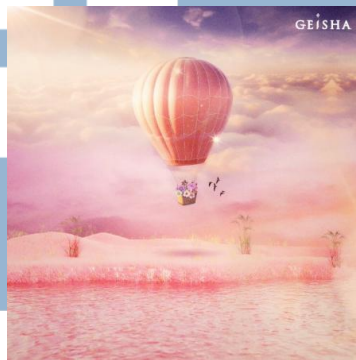
Gambar di atas merupakan hasil akhir sebuah karya desain grafis yang telah berhasil diselesaikan oleh penulis selama menjalani program magang sebagai *Intern Graphic Designer* di YWMF. Menjadi sebuah kehormatan dan kebanggaan tersendiri bagi penulis, karena mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam mengerjakan proyek besar, yaitu merancang cover playlist *Spotify* untuk keanggotaan Yovie & Nuno, salah satu label musik terkemuka di bawah naungan YWMF. Melalui proses kreativitas yang panjang, penulis telah mencurahkan segala kemampuan, pengetahuan, dan keahliannya dalam bidang desain grafis untuk menghasilkan karya visual yang tidak hanya estetis, namun juga mampu merefleksikan identitas serta esensi unik dari Yovie & Nuno sebagai label musik yang menghadirkan karya-karya berkualitas. Penuh rasa syukur, penulis menyaksikan hasil akhir dari desain cover playlist Spotify ini akhirnya dapat ditampilkan dan diapresiasi oleh para penggemar serta pelanggan setia Yovie & Nuno di platform digital Spotify, menjadi bukti nyata atas jerih payah dan dedikasi penulis selama menjalani program magang di YWMF.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Adapun tugas lain yang telah penulis lakukan yang memiliki kesan yang sangat amat berharga dengan hasil yang sangat memuaskan bagi penulis, seperti contohnya adalah merancang pembuatan logo, membuat asset untuk kebutuhan Lyrics Video baik secara mandiri maupun secara tim selain itu penulis juga telah membuat banyak media promosi yang memiliki kesan indah seperti pembuatan media promosi berupa *banner* yang akan digunakan oleh Putri Ariani. Pengalaman menjadi pengalaman bagi penulis untuk meningkatkan kemampuan untuk bekerja secara mandiri maupun tim dan bekerja tepat waktu.

3.3.2.1 Proyek *Video Lyrics* Geisha– Kasmaran

Salah satu proyek tambahan yang penulis kerjakan dan banggakan adalah pembuatan *Lyrics Video* untuk lagu baru Geisha yang berjudul “Kasmaran” dimana penulis dan rekan lainnya terlibat langsung dalam pembuatan dari *Lyrics Video* Geisha yang berjudul “Kasmaran” ini dimana masing masing anggota terlibat dalam pembuatan 2 scene *Lyrics Video*,



Gambar 3.16 Cover Artwork Geisha – Kasmaran

Sumber : Musica

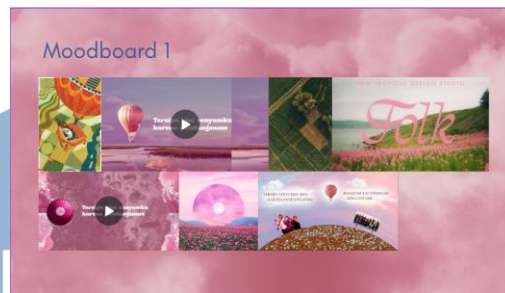
Semua materi dan referensi utama yang digunakan dalam pembuatan *Lyrics Video* ini adalah *Cover Artwork* yang telah mereka buat terdahulu dan kami FIBES Creative diminta untuk membuat sebuah *Lyrics Video* yang di dasari dari *Cover Artwork* diatas. Selanjutnya, penulis dan rekan rekan lainnya diminta untuk mencari referensi untuk dapat membuat scene dummy yang akan di kembangkan menjadi *Lyrics Video* membuat *dummy* salah satu reff dari lirik lagu “Kasmaran” - Geisha untuk menjadi tone buat keseluruhan *Lyric video* Kasmaran karya Geisha.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.17 Referensi Penulis

Gambar 3.17 merupakan referensi yang telah di kumpulkan oleh penulis dan rekan kerja lainnya untuk menemukan style apa yang akan digunakan. Dalam proses pengembangan konsep Lyrics Video bertema kasmaran dan cinta, penulis mengumpulkan berbagai referensi visual yang terdiri dari ilustrasi, *video*, maupun 3d poster, di mana masing-masing anggota harus memperlihatkan kombinasi harmonis antara elemen-elemen desain seperti layaknya referensi yang ditentukan, pemandangan alam yang dreamy, dan grafis *modern* yang didominasi oleh nuansa warna pink dan merah muda yang romantis, mulai dari Reference yang menampilkan poster dengan nuansa gelap yang dikombinasikan dengan elemen pink yang kuat, referensi lainnya yang memamerkan gambar-gambar dengan tone lembut yang menunjukkan kumpulan visual dengan komposisi harmonis. yang kesemuanya akan menjadi panduan dalam menciptakan sebuah *Lyrics Video* yang tidak hanya menampilkan lirik lagu, tetapi juga menghadirkan pengalaman visual yang memikat para pendengar.



Gambar 3.18 Dummy Scene Kasmaran – Geisha

Berdasarkan gambar 3.18 yang merupakan kumpulan dari berbagai referensi yang telah dikumpulkan kemudian di pilih beberapa untuk di jadikan acuan *Lyrics Video*. Penulis di berikan arahan dari *Senior Graphic Design* untuk membuat sebuah dummy Lyrics Video dengan mengacu pada kumpulan gambar referensi dalam *Moodboard*, yang menampilkan berbagai visual dengan *tone* warna hangat dan romantis, termasuk elemen-elemen seperti simbol cinta yang direpresentasikan melalui balon udara, di mana semua referensi visual yang telah dikumpulkan menjadi acuan sebuah Lyrics Video.



Gambar 3.19 Referensi *Lyrics Video* - Geisha

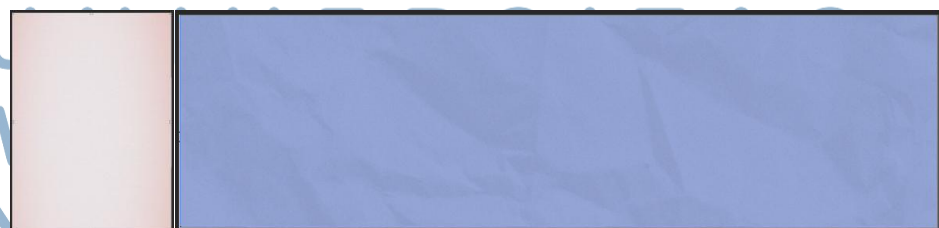
Poses pembuatan dummy untuk Lyrics Video, penulis memilih dua referensi visual yang telah ditentukan sebagai panduan utama pengerjaan. Referensi yang dipilih akan digunakan dan digabungkan dengan pewarnaan duotone, sebuah efek visual yang menggunakan

kombinasi dua warna kontras, yang akan digunakan kepada masing-masing personil band Geisha. Penggunaan teknik duotone ini bukan hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi sebagai penekanan terhadap personil agar mudah terlihat di dalam *Lyrics Music Video*.



Gambar 3.20 Dummy Scene Kasmaran - Geisha

Salah satu dari karya rekan-rekan lainya akan menjadi key visual untuk lyrics Video, beruntungnya karya tersebut adalah milik penulis yang digunakan sebagai acuan dari *style* desain yang akan digunakan. Setelah itu mulailah proses pembagian untuk pembuatan masing-masing scene kepada beberapa anggota yang berpartisipasi dalam pembuatan *Lyrics Video* ini mendapatkan kesempatan untuk membuat masing masing dua scene dengan tone yang mirip seperti gambar yang terlampir pada *Gambar 3.20*, setelah mendapatkan hasil yang telah berlangsung dalam sehari penuh. akhirnya penulis dan rekan rekan lainya telah menyelesaikan dua scene yang ingin digunakan.



Gambar 3.21 Dummy Scene Kasmaran – Geisha

Pertama-tama penulis membuat *artboard* yang sesuai dengan konsep yang telah di buat sebelumnya, dengan scene pertama 1920x2663px membuat scene pertama memiliki konsep yang dari atas ke turun secara perlahan sambil munculnya teks yang akan di susun kembali penempatanya, *scene* ke dua adalah 3868x1080 yang memiliki konsep dan *flow* yang berbeda dari sebelumnya, scene kedua ini memiliki konsep yang bergerak kesamping secara perlahan.



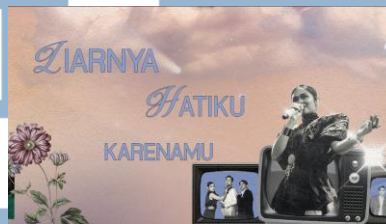
Gambar 3.22 Dummy Scene Kasmaran – Geisha

Dalam proses pembuatan latar, penulis memulai dengan mengumpulkan berbagai aset yang merepresentasikan kebahagiaan yang terkesan surealis. Aset-aset tersebut yaitu awan, mobil, tekstur kertas, peniti, bintang, hati, pemandangan, dan tanaman. Sebagian besar aset ini diperoleh melalui platform Freepik, sementara sebagian lainnya diciptakan sendiri oleh penulis untuk secara langsung mewujudkan visual yang diinginkan. Hal ini dimungkinkan karena perusahaan menyediakan akun Freepik bagi karyawannya untuk mendukung berbagai kebutuhan pekerjaan mereka, sehingga memfasilitasi eksplorasi visual yang lebih luas.



Gambar 3.23 Dummy Scene Kasmaran – Geisha

Selanjutnya penulis memasukan berbagai foto yang memiliki kaitanya dengan geisha, khusus para personil Geisha. Pembuatan *Lyrics Video* untuk lagu "Kasmaran" dari Geisha, penulis membuat dua scene yang memiliki karakteristik visual berbeda namun tetap terhubung secara tematik. Scene pertama menampilkan komposisi dengan nuansa merah muda yang lembut, dihiasi dengan elemen-elemen romantis seperti simbol hati dan ornamen dekoratif yang mencerminkan tema kasmaran. Sementara itu, scene kedua memperlihatkan visualisasi yang lebih dinamis dengan latar langit biru, di mana sosok vokalis Geisha menjadi *focal point* yang dikelilingi oleh berbagai elemen visual seperti mobil melayang, balon udara, dan foto-foto yang berterbangan, membuat suasana yang lebih berkesan dan penuh kebahagiaan. Setelah itu penulis dan rekan rekan lainnya mendapatkan revisi dari segi warna dan juga tampilan personil Geisha yang menyebabkan perubahan dari berbagai *asset* yang telah dibuat menjadi *asset* yang lebih realistis dan tidak jomplang satu sama lain, dimana kita akan di finalisasikan dan di selaraskan warna dan background. Berikut ini adalah finalisasi *Lyrics Video* yang telah di selaras keharmonian dan lebih terlihat dalam penggunaan warna dan duotone oleh *Senior Graphic Designer*.



Gambar 3.24 Potongan *Lyrics Video* Geisha “Kasmaran”

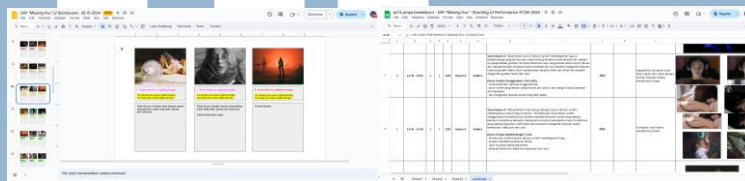
Sumber : [Geisha - Kasmaran \(Official Lyric Video\)](#)

Gambar yang ditampilkan merupakan sekumpulan potongan-potongan karya visual yang telah melalui tahap finalisasi dan penyempurnaan oleh seorang *Senior Graphic Designer* berpengalaman, dengan tujuan untuk menyelaraskan dan mengintegrasikan berbagai scene yang sebelumnya telah dibuat oleh tim kreatif yang terlibat dalam pembuatan *Lyrics Video* untuk lagu berjudul "Kasmaran" yang dipopulerkan oleh grup musik Geisha. Melalui proses kolaborasi dan penyatuan berbagai elemen visual yang dihasilkan oleh anggota tim, *Senior Graphic Designer* tersebut berhasil mengharmonisasikan keseluruhan scene, memastikan kesesuaian antara visual, lirik, dan suasana musik, serta memperhalus transisi antara satu scene dengan scene lainnya, sehingga tercipta sebuah *video* lirik yang utuh, kohesif, dan mampu secara efektif menggambarkan pesan emosional yang terkandung dalam lagu "Kasmaran" tersebut. Hasil akhir dari proses finalisasi ini adalah sebuah karya audiovisual yang memiliki kualitas estetika dan komposisi yang apik, siap untuk digunakan sebagai media

promosi dan pengalaman mendengarkan yang menarik bagi para penggemar grup band Geisha.

3.3.2.2 Proyek Video *Lyrics DAY – Missing You*

Pada proyek tambahan selanjutnya adalah pembuatan *Lyrics Video* untuk band DAY yang berjudul “*Missing You*”, dimana penulis mendapatkan kesempatan yang berharga untuk membuat dan ikut serta dalam *shooting video clip*.



Gambar 3.25 Brief Storyboard

Penulis memulai tugas dengan menyusun brief untuk menentukan penempatan lokasi shooting, di mana proses ini melibatkan koordinasi dengan berbagai pihak dan menghadiri pertemuan yang diselenggarakan khusus untuk membahas serta menyepakati lokasi. Setelah lokasi ditetapkan, penulis dipercaya untuk mengemban tanggung jawab lebih lanjut, seperti menyusun daftar lengkap mengenai properti dan perlengkapan yang diperlukan untuk setiap scene dalam produksi. Hal ini memerlukan ketelitian dalam mencocokkan kebutuhan properti dengan tuntutan naskah dan arahan visual.

Selain itu, penulis juga melakukan proses *breakdown* secara mendetail terhadap storyboard untuk setiap scene. Selama proses shooting berlangsung, penulis turut berpartisipasi sebagai seorang runner. Penulis juga mengambil peran sebagai fotografer untuk mendokumentasikan *Behind the Scenes* (BTS) yang berguna untuk

keperluan promosi atau dokumentasi produksi. Dengan demikian, penulis berkontribusi secara aktif di berbagai aspek produksi untuk memastikan setiap tahapan berjalan dengan baik dan hasil akhir sesuai dengan visi kreatif yang telah direncanakan.



Gambar 3.26 Potongan Gambar prosesi shooting DAY “Missing You”

Tidak hanya sampai di situ, penulis juga diberikan kepercayaan sekaligus tanggung jawab untuk secara mandiri mengerjakan produksi sebuah lyrics video dari lagu DAY seorang diri. Proses ini diawali dengan menerima arahan atau brief yang mendetail dari Operation & Marketing Senior Manager. Arahan tersebut berisi bagaimana *Lyrics Video* akan dikerjakan dan referensi khusus mengenai konsep visual yang diinginkan, yang dalam hal ini mengambil inspirasi dari estetika dan nuansa yang digunakan dalam lyrics video lagu Closer milik Chainsmokers.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

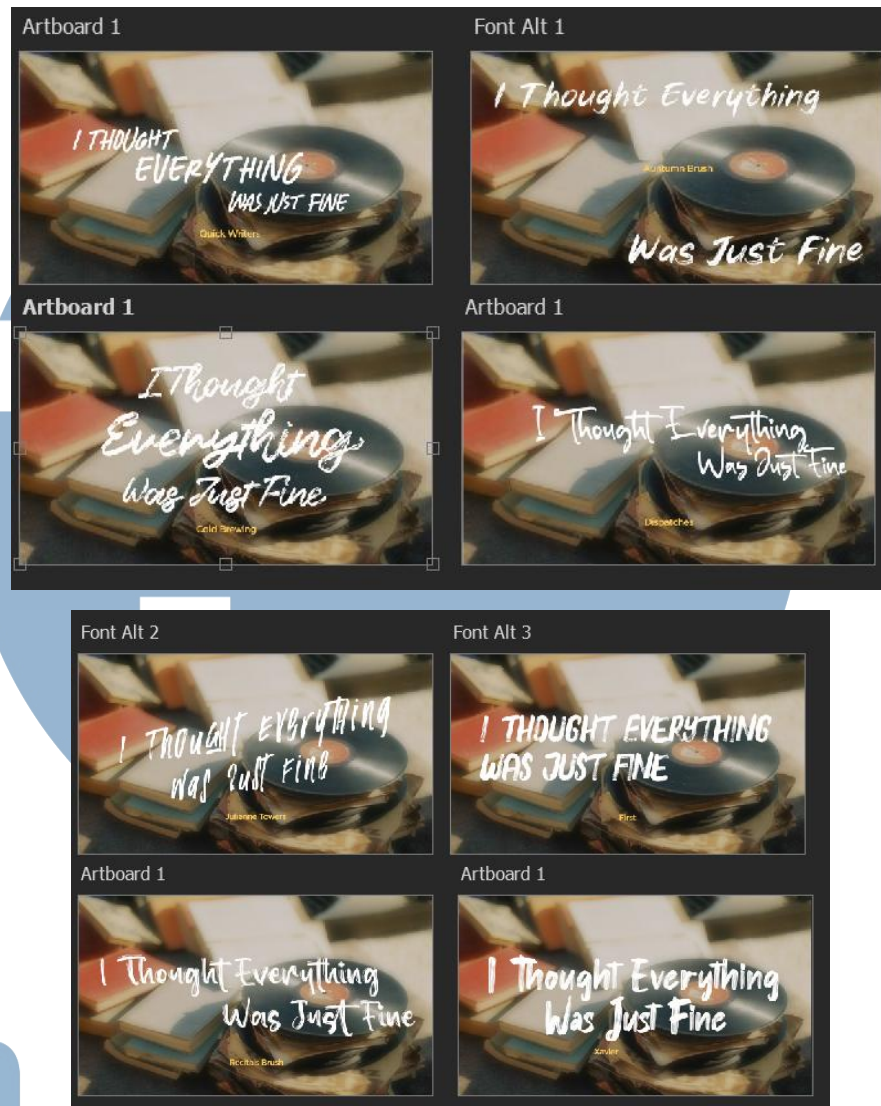


Gambar 3.27 Referensi Visual

Sumber : Youtube – The Chainsmoker - Closer

Penulis kemudian melanjutkan dengan menyusun storyboard yang menggambarkan alur visual dan ide kreatif untuk setiap segmen lagu. Penulis juga merancang layout yang akan menentukan bagaimana dan di mana lirik lagu akan muncul di layar selama *video* berlangsung. Dalam proses ini, penulis harus berkolaborasi secara intensif dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk *Project Officer*, *Creative Development Manager*, *CEO*, serta klien, untuk memastikan bahwa konsep yang dibuat mampu memenuhi ekspektasi kreatif dan strategis mereka.

Kemudian, *Project Officer* meminta pemilihan jenis font yang memiliki karakteristik lugas dan memiliki tektur kapur. Pemilihan *font* dengan karakter ini mengartikan mengenai makna lagu *DAY-Missing You* yang memiliki kesan romansa tentang seseorang yang kangen dengan keberadaan kekasihnya yang lalu, DAY sebagai grup musik yang didominasi personel pria di industri musik Indonesia membawakan lagu mengenai seseorang yang mengharapkan kekasihnya kembali.



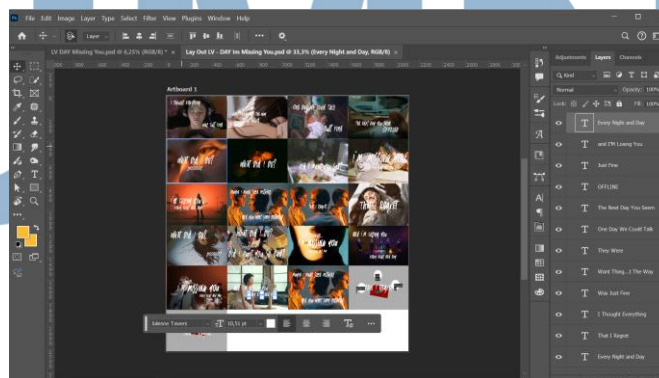
Gambar 3.28 Alternatif Font

Penulis memilih berbagai macam jenis *font* yang dapat di pilih oleh *Project Officer* dan *Creative Development Senior Manager* yang sesuai dengan permintaan karakteristik dari mereka, memiliki karakteristik yang lugas dan memiliki teksture kapur, Penulis memberikan 8 Alternatif atau 8 varian font yang memiliki karakteristik yang sama namun memiliki layout dan keterbacaan yang berbeda.



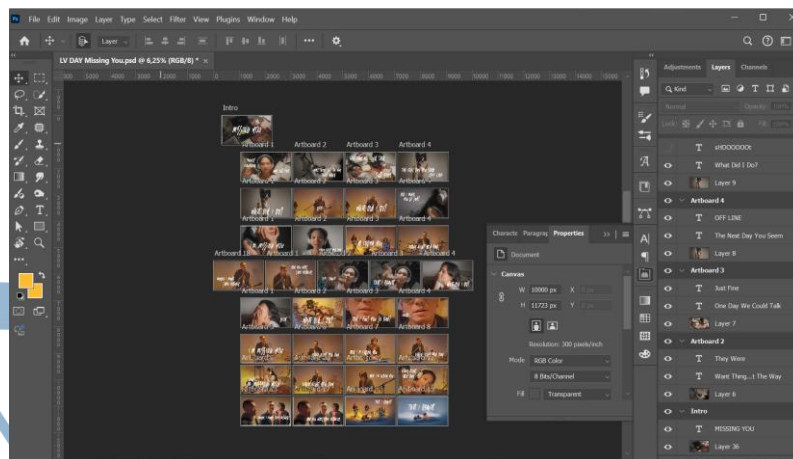
Gambar 3.29 *Font Julienne Towers*

Julienne Towers font, sesuai dengan persetujuan antara Project Officer dan *Creative Development Senior Manager* akhirnya terpilihlah *Julienne Towers* menjadi font yang akan di gunakan untuk *lyrics video DAY – Missing You* yang dipadukan dengan konsep *dreamy* layaknya mimpi dalam video tersebut membuat *font* ini menjadi *focus* tersendiri buat para penonton, *font* ini juga akhirnya mendapatkan approval dari *Creative Development Senior Manager* menuju *Chief Oprating Officer*. Setelah itu penulis masih harus melakukan pembuatan berupa penempatan teks pada layout atau storyboard yang akan menjadi gambaran besar untuk tim *Creative Development Motion Graphic* sebagai tanda dan urutan *lyrics video*.



Gambar 3.30 *Storyboard Layout Teks LV*

Setelah mengetahui teks lirik yang akan digunakan dalam Lyrics Video, penulis melanjutkan dengan merancang layout untuk penempatan teks untuk menghitung artboard yang akan digunakan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa setiap teks yang ditampilkan sesuai dengan kondisi dari visual yang ada, dan juga selaras dengan irama, ritme, dan atmosfer musik yang terdapat dalam lagu. Namun, karena rough cut dari visual untuk Lyrics Video masih dalam tahap pengerjaan di proses editing, penulis harus mengandalkan visual storyboard dan teks yang sudah ada untuk menyusun serta menyesuaikan teks dengan gambar storyboard yang ada. Selain itu, penulis juga mempertimbangkan aspek teknis dan estetika dalam penempatan teks, ukuran, dan bagaimana animasi yang akan digunakan nanti berdasarkan referensi, meskipun bekerja dengan keterbatasan pada tahap editing visual, penulis tetap berhasil memaksimalkan potensi storyboard untuk menciptakan rancangan yang solid dan siap mendukung hasil akhir produksi Lyrics Video.

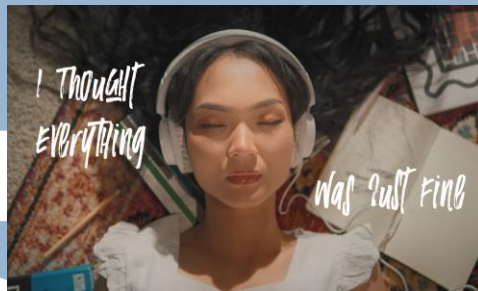


Gambar 3.32 Storyboard Layout Teks LV

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Setelah menyelesaikan storyboard untuk layout penempatan lokasi teks, penulis akhirnya mendapatkan rough cut dari Motion

Designer penulis akhirnya dapat implementasikan *Storyboard Layout* yang sebelumnya telah dibuat ke dalam *artboard* baru yang berukuran 1920x1080px dengan jumlah *artboard* sebanyak 34 *Artboard* di setiap *scene* yang digunakan untuk kembali menyelaraskan dengan *visual* dari *Rough Cut* yang telah dikirim, setelah itu penulis tetap harus menyesuaikan kembali dengan *visual* yang diberikan agar menjadi lebih dinamis dengan *visual* sebenarnya. Tidak banyak revisi yang terjadi dalam karya ini, hanya mengatur kembali penempatan agar *talent* dalam *MV* menjadi lebih hidup.



Gambar 3.33 Hasil akhir *Lyrics Video* DAY “Missing You”

Sumber : Youtube – DAY – Missing You

Karya yang telah saya ciptakan ini menjadi sebuah pencapaian dan kebanggaan yang sangat berarti, mengingat seluruh proses pengerjaannya dapat saya lakukan secara mandiri tanpa bantuan dari pihak lain. Kesuksesan proyek ini semakin terasa istimewa karena telah mendapatkan pengakuan dan persetujuan dari berbagai pemangku kepentingan utama, termasuk Project Officer yang mengawasi jalannya proyek, Creative Development Manager yang menilai aspek kreatif dan inovatif, hingga CEO yang memberikan persetujuan final, serta pihak client yang puas dengan hasil akhirnya. Setelah melalui berbagai tahapan pengembangan dan

penyempurnaan, karya ini dijadwalkan akan dirilis kepada publik pada tanggal 13 Desember 2024 dengan judul "Missing You", yang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi para penikmatnya.

3.3.2.3 Proyek Logo Segment Kahitna

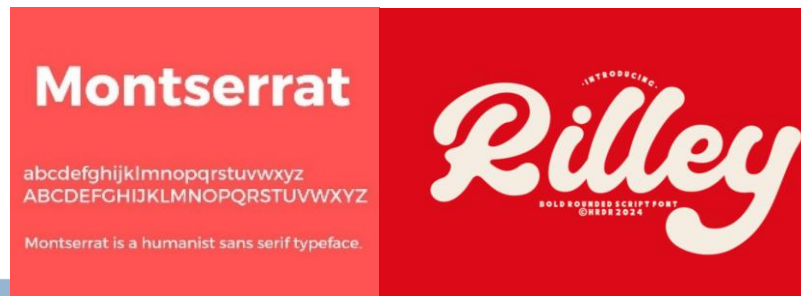
Pada proyek selanjutnya penulis mendapatkan kesempatan untuk membuat *logo segment* yang akan digunakan akun Instagram Kahitna di setiap eventnya. Situs media Sosial khusus yang tersedia untuk mengenalkan Anda akan bervariasi berdasarkan kebutuhan Anda, apa yang Anda tawarkan, dan siapa yang Anda inginkan ajak berpartisipasi (Gray & Fox, 2018). Penulis diberikan berbagai referensi logo segment sebagai acuan penulis dalam membuat logo,



Gambar 3.34 Referensi Logo Segment

Sumber : Pinterest

Berdasarkan referensi di atas, Penulis akan menggunakan typefont yang terbilang friendly dan tidak kaku, penulis akan menggunakan font “Rilley” sebagai *typefont* untuk semua logo dan untuk “Cinta Sudah Lewat” aka nada paduan dengan Montserrat.



Gambar 3.35 *Font* Montserrat dan Rilley

Segmen logo "Andai Dia Tahu" dimanfaatkan oleh Kahitna sebagai wadah untuk membagikan fakta-fakta menarik dan unik seputar latar belakang, kepribadian, serta kebiasaan-kebiasaan menarik dari setiap anggota band, memberikan kesempatan bagi para penggemar untuk mengenal lebih dalam sisi-sisi personal dan karakteristik individual yang dimiliki oleh masing-masing personel Kahitna, sehingga dapat membangun ikatan emosional yang lebih dekat antara band dan fans. Segmen logo "Cinta Sudah Lewat" digunakan Kahitna sebagai sarana untuk mengunggah recap, ulasan, dan kenangan-kenangan berharga dari setiap konser dan pertunjukan panggung yang telah mereka lakukan, menghadirkan kembali atmosfer penuh kegembiraan, antusiasme, dan kebersamaan yang tercipta saat acara tersebut berlangsung, serta memberikan kesempatan bagi para penggemar yang tidak berkesempatan hadir secara langsung untuk turut merasakan euforia dan keseruan yang terjadi. Segmen logo "Cerita Cinta Kahitna" menjadi wadah bagi Kahitna untuk berbagi informasi lengkap dan detail terkait rangkaian event-event terbaru yang baru saja dilakukan, mulai dari proses persiapan, pelaksanaan, hingga refleksi atas pengalaman-pengalaman berkesan yang diperoleh oleh band maupun para penggemar setia, sehingga dapat menjalin interaksi yang lebih dekat

dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif bagi penggemar mengenai kegiatan-kegiatan terkini yang dilakukan oleh idola mereka.



Gambar 3.36 Gambar Alternatif Logo *Segment* Kahitna

Karya diawali dengan penulis yang mendapatkan brief dari *Operation & Marketing Senior Manager* untuk membuat logo untuk setiap *segmen* dari kahitna dan memberikan referensi berupa *typeface logo* karena *target audience* dari Kahitna adalah kalangan menengah tua menjadikan logo harus mudah di lihat dan di mengerti. Dan dari berbagai alternatif yang diberikan akhirnya *Project Officer* dan *Creative Development Senior Manager* menemukan logo *segment* yang akan digunakan kahitna di setiap akun media sosial.





Gambar 3.37 *Dummy* Konten Instagram Kahitna

Selama proses pengerjaan logo kahitna, penulis menerima banyak masukan dan saran dari pihak-pihak terkait khususnya Creative Development Manager memberikan saran untuk lebih perbanyak referensi dalam logo typography agar pekerjaan menjadi tidak mepet dengan deadline yang diberikan.

3.3.2.4 Proyek Media Promosi Putri Ariani

Pada proyek selanjutnya penulis mendapatkan kesempatan yang berharga dimana penulis diberi tugas untuk membuat banner promosi berupa *Banner Spotify HPTO*, *Spotify Banner Background*, *Youtube Banner*, *facebook*. Karya diawali dengan penulis yang mendapatkan brief dari *Operation & Marketing Senior Manager* untuk membuat *media promotion* untuk *client* dari Putri Ariani yang sedang merilis album terbarunya yang bernama “EVOLVE” yang diminta menggunakan *key visual* dari *Cover Artwork* yang telah dibuat. Penulis diberikan berupa asset yang terdapat pada *Cover Artwork* yang telah di buat oleh *Senior Graphic Designer*.



Gambar 3.38 Gambar *Cover Artwork Album Putri Ariani*

Sumber : Putri Ariani

Karya ini diawali dengan penulis yang menerima brief dari Operation & Marketing Senior Manager yang diberikan kepada Project Officer dan diberikan kembali dengan rangkaian brief yang telah di susun kembali ke *Creative Development Team* mengenai tugas untuk merancang dan mengembangkan konsep media promotion yang ditujukan untuk klien dari Putri Ariani, seorang penyanyi berbakat yang tengah bersiap merilis album terbarunya yang diberi judul “EVOLVE”. Dalam brief tersebut, penulis diberi arahan bahwa media promosi ini harus secara konsisten mencerminkan key visual yang telah ditetapkan melalui *Cover Artwork* dari album tersebut, sehingga tercipta kesinambungan estetika dan identitas visual yang kuat antara materi promosi dan desain album.

Sebagai langkah awal dalam proses kreatif ini, penulis diberikan berbagai aset visual yang diambil langsung dari elemen-elemen yang terdapat pada *Cover Artwork* dari Adobe Photoshop. Aset-aset ini, yang telah dirancang sebelumnya oleh Senior Graphic Designer,

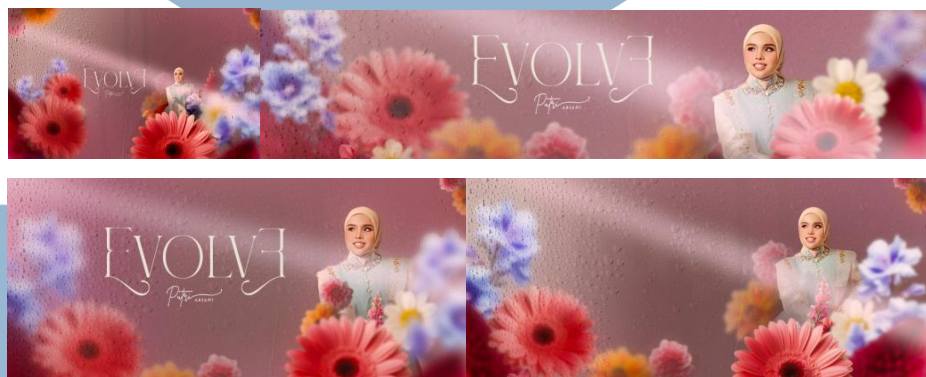
meliputi berbagai elemen grafis seperti palet warna, tipografi, ilustrasi, tekstur, serta komposisi visual yang menjadi ciri khas dari konsep album EVOLVE. Dengan memanfaatkan aset tersebut, penulis ditugaskan untuk merancang materi promosi yang dapat memperkuat narasi dan citra album, sekaligus menarik perhatian audiens target.

Penulis perlu memastikan bahwa semua elemen visual yang digunakan dalam materi promosi selaras dengan tema dan pesan yang ingin disampaikan oleh album. Hal itu memiliki tujuan untuk keperluan digital seperti media sosial dan platform streaming, maupun untuk format cetak seperti poster dan materi publikasi lainnya. Dengan pendekatan yang teliti dan kreatif, penulis bekerja untuk menghasilkan karya yang tidak hanya memenuhi standar visual yang telah ditetapkan, tetapi juga mampu membangun koneksi emosional dengan para penggemar dan mendukung kesuksesan peluncuran album EVOLVE.



Gambar 3.39 Asset Cover Artwork Album Putri Arniai
Sumber : Putri Ariani

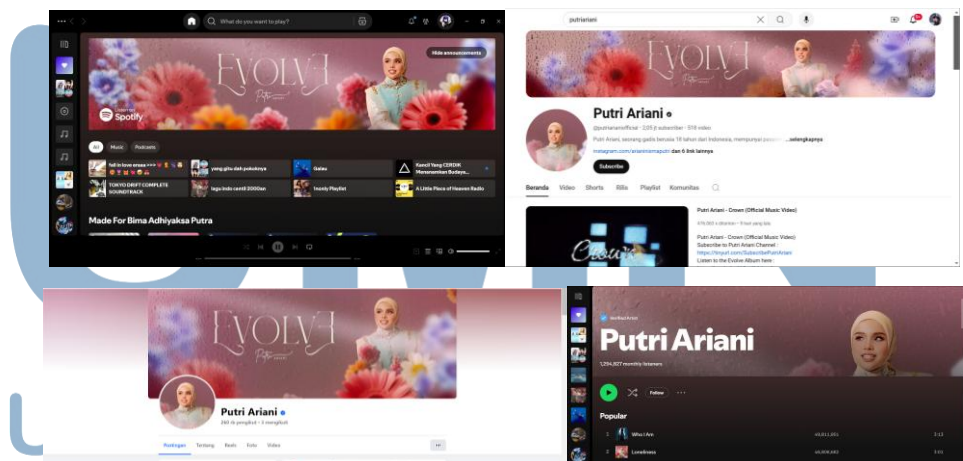
Gambar di atas merupakan kumpulan aset visual yang akan dimanfaatkan penulis dalam pembuatan media promosi untuk Putri Ariani. Elemen-elemen yang terdapat dalam gambar, seperti bunga, latar background, serta efek blur yang menciptakan dimensi, hal tersebut akan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan proyek promosi ini dengan cepat dan seksama. Kombinasi warna yang harmonis, komposisi yang menarik, serta nuansa yang menenangkan akan menghasilkan visual yang elegan dan artistik, sesuai dengan citra yang ingin dibangun untuk mempromosikan Putri Ariani di media sosial. Dengan memanfaatkan aset-aset ini, penulis dapat dengan mudah menciptakan konten yang memukau, menyampaikan pesan secara efektif, serta meningkatkan engagement audiens di berbagai platform media sosial.



Gambar 3.40 Gambar *Banner Spotify HPTO, Spotify Banner Background, Youtube Banner, facebook.*

Setelah berhasil merancang *cover artwork* yang tampil di *Spotify*, Operation & Marketing Senior Manager dari YWMF kemudian memberikan kepercayaan kepada penulis untuk mengembangkan materi visual pendukung lainnya, seperti banner iklan untuk platform digital *Spotify* dalam format HPTO

(Horizontal Page Take Over) berukuran 1200x270 px, *background banner Spotify* berukuran 2660x1140 px, serta banner untuk kanal YouTube dengan dimensi 2560x1440 px dan banner Facebook berukuran 820x360 px. Penulis menyambut baik tantangan ini sebagai kesempatan untuk menunjukkan kemampuan lebih lanjut dalam bidang desain grafis, dengan memanfaatkan elemen-elemen visual yang telah dirancang sebelumnya pada cover artwork, guna menciptakan rangkaian materi promosi digital yang kohesif, dinamis, dan mampu menarik minat audiens di berbagai platform media sosial. Melalui proses iterasi dan penyempurnaan yang cermat, penulis berhasil menghadirkan karya-karya visual yang tidak hanya indah secara estetika, namun juga selaras dengan identitas serta pesan utama yang ingin disampaikan oleh YWMF melalui rilisan musik terbaru Yovie & Nuno. Pengakuan dan apresiasi dari pihak manajemen atas hasil kerja keras penulis menjadi motivasi tersendiri untuk terus meningkatkan kualitas dan kreativitas dalam menjalankan program magang di YWMF.



Gambar 3.41 Gambar *Banner Spotify HPTO, Spotify Banner Background, Youtube Banner, facebook* secara langsung.

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Hasil di atas merupakan karya yang dihasilkan oleh penulis setelah melalui serangkaian proses panjang yang melibatkan berbagai tahap revisi dan penyempurnaan untuk memastikan kualitas yang optimal dan sesuai dengan ekspektasi pihak terkait. Proses revisi ini dilakukan dengan bimbingan intensif dari Creative Development Senior Manager dan Operation & Marketing Senior Manager, yang memberikan masukan mendalam terkait aspek teknis dan estetika visual. Dengan arahan yang jelas dan detail dari kedua pihak tersebut, penulis dapat memahami dan memperbaiki elemen-elemen penting seperti komposisi, palet warna, tipografi, dan penempatan elemen grafis agar selaras dengan konsep album “EVOLVE” yang tengah dipromosikan.

Setiap masukan yang diberikan oleh Creative Development Senior Manager berfokus pada kreativitas, inovasi desain, dan konsistensi identitas visual, sementara Operation & Marketing Senior Manager menekankan strategi pemasaran yang efektif agar karya ini mampu menarik perhatian audiens target dengan maksimal. Setelah melewati tahap penyempurnaan tersebut, karya akhirnya mendapatkan persetujuan untuk dipublikasikan sebagai materi promosi resmi untuk Putri Ariani. Karya ini kemudian dirilis melalui berbagai platform digital seperti Spotify, YouTube, Facebook, dan media sosial lainnya, mendukung peluncuran album “EVOLVE” dengan harapan dapat memperkuat branding Putri Ariani dan meningkatkan engagement dengan penggemarnya.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang merdeka kali ini, penulis merasakan beberapa kendala yang harus dihadapi sebagai karyawan magang, karena penulis masih memerlukan belajar dan masih harus terus berkembang dengan adanya program magang merdeka ini. Namun, bukan berarti kendala-kendala tersebut hanya akan diabaikan oleh penulis, penulis menentukan solusi untuk setiap kendala atau masalah yang dihadapi dengan hati hati dan objektif.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Adanya masalah dan kendala yang dialami selama menjalani proses magang merdeka di *Yovie Widianto Music Factory* atau YWMF sebagai *graphic design intern*. Penulis terkadang mengalami kesulitan kreatif atau stuck terhadap ide yang dimiliki karena kurangnya preferensi yang dimiliki oleh penulis, terutama ketika dihadapkan dengan *deadline* yang mepet dan banyaknya tugas yang sedang menumpuk di waktu yang dekat membuat Penulis merasa kurangnya kualitas yang diberikan terhadap karya yang dihasilkan karena kurangnya hal membagi prioritas terpenting dan kurangnya preferensi dari penulis yang membuat hasil karya menurut penulis terbilang biasa saja dengan hasil kurang maksimal membuat penulis terkadang mendapatkan revisi berulang dan membuat pekerjaan menjadi menumpuk dalam satu waktu. Selain itu kendala yang di dapati oleh penulis adalah sulitnya untuk menghubungi *Creative Development Senior Manager* mendapatkan approval mengenai konten yang telah dikerjakan membuat konten lain yang seharusnya di kerjakan di waktu itu menjadi terhambat.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Seperti kata pepatah “Akan selalu ada kesempatan dalam kesempitan”, yang artinya setiap masalah harusnya ada solusi yang dapat diraih, sebagai contoh penulis akhirnya belajar untuk membagi waktu

prioritas terpenting di setiap konten yang sedang dikerjakan yang di mana terkadang harus mengorbankan waktu untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dengan kualitas yang diharapkan, sekaligus untuk mendapatkan preferensi yang lebih luas membuat penulis lebih giat untuk mencari referensi di berbagai media agar dapat menemukan ide dan inovasi yang dapat menambah tingkat kreativitas dari penulis dan untuk mengatasi masalah mengenai sulitnya *Creative Development Senior Manager* untuk di hubungi akhirnya penulis harus menemuinya secara langsung untuk mendapatkan revisi dan arahan yang jelas agar menemukan desain yang diinginkan Bersama.



UMMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A