

BAB III

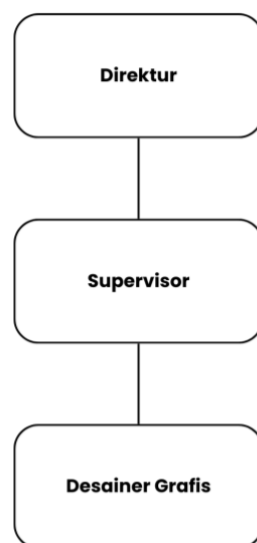
PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di Shenelin, penulis berperan sebagai *graphic designer intern* dari 29 Juli 2024 hingga 29 Januari 2025. Penulis bertanggung jawab untuk memenuhi berbagai kebutuhan desain yang mendukung bagian promosi perusahaan. Dalam proses pengerjaannya, penulis secara rutin menerima arahan dan *briefing* langsung dari direktur untuk memastikan setiap desain selaras dengan kehendak direktur. Setelah desain selesai, penulis juga mendapatkan *review* dan evaluasi dari direktur, sehingga setiap karya dapat disempurnakan sesuai dengan standar dan harapan perusahaan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

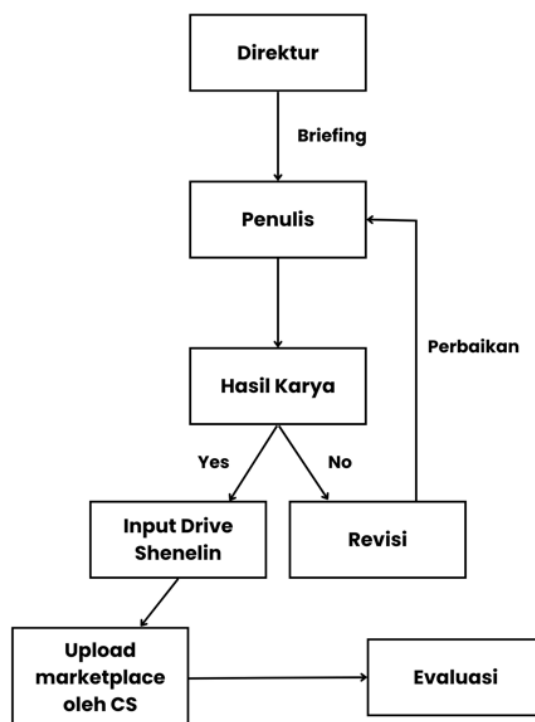
Penulis merupakan satu-satunya anggota tim kreatif di Shenelin. Penulis mendapatkan *brief* dan arahan langsung dari direktur untuk mengerjakan penugasan desain. Setiap perevisian juga diberikan oleh direktur. Meski demikian, *supervisor* penulis yang menjabat sebagai HRD, tetap membantu penulis dalam pencatatan tugas.



Gambar 3.1 Bagan Alur Divisi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani kerja magang, penulis menghasilkan berbagai karya desain yang diawasi dan langsung diberikan *review* oleh direktur. *Review* ini berfungsi sebagai acuan evaluasi terhadap kualitas karya, dan penulis menerima *feedback* serta saran revisi jika diperlukan. Proses ini membantu penulis meningkatkan keterampilan dan memastikan hasil yang sesuai dengan standar perusahaan.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Desainer Grafis Shenelin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Bagan tersebut menunjukkan bahwa penulis membuat karya desain berdasarkan arahan dan masukan dari direktur. Jika karya yang dihasilkan belum memenuhi standar yang ditetapkan, penulis akan melakukan revisi sesuai dengan saran yang diberikan. Namun, apabila karya sudah dianggap sesuai, direktur akan menginstruksikan tim *customer service* untuk mengunggahnya ke *marketplace*. Tujuan dari unggahan ini adalah untuk menarik perhatian calon pembeli dengan

tampilan visual yang menarik. Ketika *customer service* menerima pesanan, data pesanan tersebut akan disampaikan kepada direktur untuk diproses lebih lanjut.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada tanggal 29 Juli 2024, penulis memulai kerja magang di Shenelin sebagai desainer grafis. Sebelum periode magang dimulai, penulis mendapat arahan dan *brief* mengenai *job description* penulis selama magang berlangsung. Selama magang, penulis aktif terlibat dalam berbagai proyek desain yang bertujuan untuk mendukung strategi pemasaran Shenelin di berbagai platform penjualan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	29 – 31 Juli 2024	<i>Exclusive Launch</i> Produk Baru September	Penulis membuat desain <i>feeds</i> , <i>story</i> Instagram, <i>banner</i> , dan poster untuk produk baru Shenelin yang <i>launching</i> pada akhir bulan Juli 2024. Penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai <i>tools</i> utama. Penulis menangkat konsep <i>elegance feminism</i> sebagai ide utama dalam mendesain media-media tersebut. Penulis merancang elemen grafis, menentukan <i>typography</i> , serta <i>color palette</i> .
2	5-9 Agustus 2024	<i>Eril Slideshow</i> <i>Ads</i>	Penulis mengedit konten <i>ads</i> yang akan diunggah ke Instagram <i>ads</i> dengan produk utama yang utamanya, yakni jeans Eril. Penulis membuat <i>copywriting</i> yang diarahkan langsung oleh direktur, kemudian memasukannya ke video yang di edit. <i>Copywriting</i> ini bertujuan untuk meningkatkan minat target audiens

			<p>saat menonton <i>ads</i> tersebut. <i>Tools</i> utama yang digunakan penulis adalah Adobe Premiere Pro.</p>
4	21-22 Agustus 2024	<i>Campaign Ads Ringing Phone</i>	<p>Penulis membuat <i>ads</i> berdurasi 12 detik mengenai produk “<i>mom jeans</i>” dan mengandalkan Adobe Premiere Pro sebagai <i>tools</i> utama. <i>Ads</i> ini memiliki konsep <i>customer</i> seperti sedang mendapatkan panggilan masuk dari Shenelin. Penulis merancang elemen grafis berupa ilustrasi panggilan telepon yang terletak pada bagian atas video, kemudian menggunakan efek-efek tulisan seperti <i>crop</i>, <i>rotate</i>, dan <i>opacity</i>.</p>
5	28-30 Agustus 2024	<i>Event 9.9 Super Shopping Day</i>	<p>Untuk persiapan <i>event</i> 9.9, penulis mendesain <i>banner</i> untuk <i>marketplace</i> dan <i>cover live</i> TikTok Shenelin. Penulis menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator sebagai <i>tools</i> utama. Penulis merancang elemen grafis berbentuk tiket dan beberapa ilustrasi gelombang yang digradasi dengan warna <i>pink</i>.</p>
6	4-6 September 2024	<i>Exclusive Launch Produk Baru September</i>	<p>Penulis membuat poster dan <i>banner</i> untuk produk baru Shenelin yang diluncurkan pada awal September 2024. Poster dan <i>banner</i> ini di unggah oleh tim CS ke <i>marketplace</i> Shenelin. Penulis menggunakan Adobe</p>

			Photoshop sebagai <i>tools</i> utama. Penulis mengangkat konsep desain <i>sliding id card</i> , dimana penulis merancang elemen desain berupa <i>id card</i> dengan makna agar calon customer dapat mengidentifikasi produk baru dari Shenelin.
9	24-25 September 2024	<i>Event Payday</i> September	Penulis mendesain poster <i>cover live</i> TikTok Shenelin dan <i>banner</i> untuk <i>marketplace</i> seperti Shopee dan Tokopedia. Penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai <i>tools</i> utama. Penulis merancang tulisan <i>payday sale</i> menggunakan <i>3d tools</i> , ilustrasi gelombang, dan efek <i>confetti</i> .
11	7-8 Oktober 2024	<i>Event 10.10</i> <i>Brand Festival</i>	Untuk persiapan <i>event 9.9</i> , penulis mendesain <i>banner</i> untuk <i>marketplace</i> dan <i>cover live</i> TikTok Shenelin. Penulis menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator sebagai <i>tools</i> utama. Penulis mengangkat konsep <i>reminded by the calendar</i> . Penulis merancang ilustrasi kalender yang salah satu halamannya terbuka, membuat <i>typography</i> dengan efek <i>3d</i> , dan elemen grafis gelombang bergradasi <i>pink</i> .
12	10-13 Oktober 2024	<i>Campaign Ads</i> <i>Pear Bodyshape</i>	Penulis merancang <i>ads</i> yang berkonsep pada tipe tubuh <i>pear bodyshape</i> . Produk utama yang menjadi <i>highlight</i> pada <i>ads</i> ini adalah produk “ <i>mom jeans</i> ”. <i>Tools</i> utama

			yang digunakan oleh penulis adalah Adobe Premiere Pro dan Adobe Photoshop. Penulis juga menggunakan <i>voice over</i> dengan suara asli untuk menambah efektivitas <i>ads</i> tersebut.
13	17-21 October 2024	<i>Ankle Fit and Mom Jeans Sale</i>	Penulis merancang poster-poster untuk produk ankle fit dan mom jeans. Direktur mrngarahkan penulis untuk memasukkan <i>copywriting</i> “Buy 2 Discount 40K” dan “Bisa Mix Product”. Penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai <i>tools</i> utama. Penulis membuat elemen visual seperti bintang, <i>tag</i> diskon, dan menempatkan <i>layout</i> secara estetis.
13	22-23 Oktober 2024	<i>Event Payday</i> Oktober	Penulis mendesain poster <i>cover live</i> TikTok Shenelin dan <i>banner</i> untuk <i>marketplace</i> seperti Shopee dan Tokopedia. Penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai <i>tools</i> utama. Penulis mengangkat konsep <i>pinkish Halloween</i> untuk berpartisipasi dengan perayaan <i>Halloween</i> . Penulis mendesain beberapa elemen grafis seperti permen-permen, jaring laba-laba, hantu, ilustrasi awan, dan merancang <i>typography 3d</i> dengan gradasi <i>pink</i> .
15	4-6 November 2024	<i>Exclusive Launch</i> <i>New Colors</i>	Penulis mendesain poster dan <i>banner</i> yang ditujukan untuk <i>marketplace</i> Shenelin. Pada proyek kali ini,

			Shenelin meluncurkan warna baru untuk beberapa produk jeans Theresa, Slimmy, Paula, dan juga Helia. Penulis mengangkat konsep <i>pink symphonic</i> dan merancang beberapa ilustrasi seperti bintang segi empat dan kotak <i>pop up</i> musik.
15	6-7 November 2024	<i>Event 11.11 Big Sale</i>	Untuk persiapan <i>event 9.9</i> , penulis mendesain <i>banner</i> untuk <i>marketplace</i> dan <i>cover live</i> TikTok Shenelin. Penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai <i>tools</i> utama. Tema yang diangkat adalah <i>cotton candy sky</i> . Penulis mendesain elemen-elemen grafis seperti sayap, awan, pesawat kertas, serta mengedit tulisan <i>payday</i> menjadi timbul seperti <i>3d</i> .
16	11-13 November 2024	<i>Products Reviews</i>	Penulis membuat 5 poster dari 5 produk berbeda yang saja <i>launching</i> pada bulan September. Poster ini berisi <i>reviews</i> dari <i>customer</i> yang pernah membeli produk ini dari etalase Shopee milik Shenelin. Penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai <i>tools</i> utama.
17	15-19 November 2024	<i>Voice Over Ads Kissy Product</i>	Penulis membuat konten <i>ads</i> dengan menggunakan suara sendiri atau melakukan <i>voice over</i> untuk video. Penulis juga menyusun <i>copywriting</i> yang sudah mendapat <i>approval</i> dari direktur. Penulis menggunakan

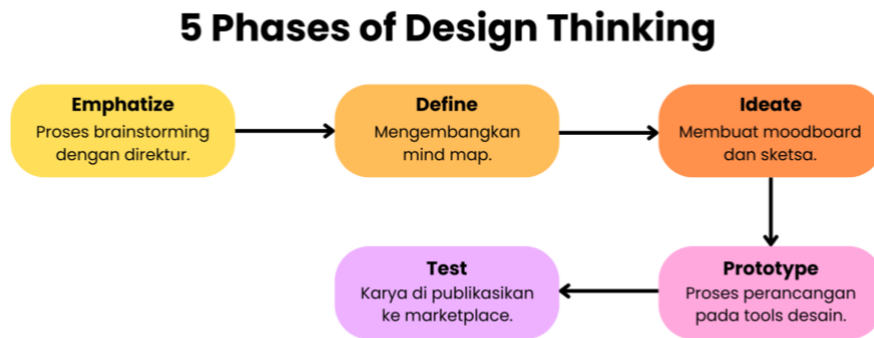
			Adobe Premiere Pro sebagai <i>tools</i> utama.
18	21-25 November 2024	<i>Event Payday</i> November	Penulis mendesain poster <i>cover live</i> TikTok dan <i>banner</i> untuk <i>marketplace</i> Shopee dan Tokopedia. Konsep yang diangkat untuk event ini adalah <i>angelic sky</i> . Penulis menggunakan beberapa elemen grafis dari desain yang sebelumnya sudah digunakan. Tambahan desain yang penulis rancang adalah awan-awan dan tulisan <i>payday sale</i> yang dibuat tampak seperti <i>3d</i> menggunakan fitur <i>bevel emboss</i> .

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa kerja magang, penulis menerima berbagai tugas dan proyek setiap harinya untuk memperkaya pengalaman serta keterampilan sebagai desainer grafis di Shenelin. Tugas-tugas ini mencakup pembuatan dan perancangan berbagai materi promosi yang dibutuhkan oleh Shenelin untuk meningkatkan visibilitas brand di beberapa platform seperti Shopee, Tokopedia, WhatsApp, dan Instagram. Penulis bertanggung jawab dalam menghasilkan desain *feed* Instagram, Instagram *story*, poster promosi, video iklan, *banner marketplace*, serta mengedit foto-foto hasil *photoshoot* produk Shenelin. Setiap karya yang telah mendapatkan persetujuan dari direktur akan diteruskan kepada tim *customer service* dan diunggah ke berbagai saluran promosi digital seperti Instagram *Ads*, Shopee, Tokopedia, TikTok, dan WhatsApp, dengan tujuan menarik minat beli *customer*.

Dalam proses perancangan karya, penulis menggunakan metode perancangan yang diperkenalkan oleh Hasso Plattner (2005), yakni *5 Phases of Design Thinking*. Metode ini dipilih karena dianggap paling sesuai untuk mendukung proses kreatif dalam menghasilkan desain poster Shenelin, sejalan dengan tahapan yang penulis

lakukan. Ada 5 tahapan yang diterapkan untuk proses pengembangan Shenelin, yakni *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.



Gambar 3.3 Diagram *5 Phases of Design Thinking*
Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Pada tahap *emphatize*, penulis akan melakukan *brainstorming* dengan direktur pada saat melaksanakan *daily meeting* secara tatap muka di kantor. *Daily meeting* tersebut dilaksanakan setiap hari, pada pukul 09.00 WIB sampai selesai. Pada tahap *define*, penulis akan membuat *mindmap* untuk mengumpulkan ide terkait desain, elemen visual, dan data yang sesuai untuk perancangan. Pada tahap *ideate*, penulis akan membuat *moodboard* berisi kumpulan referensi yang sesuai, dan membuat sketsa kasar sebagai gambaran desain. Pada tahap keempat, *prototype*, bertujuan untuk melakukan finalisasi desain di Adobe Photoshop atau *tools* lainnya untuk penempatan *layout* dan elemen visual. Tahap terakhir adalah *test*, dimana karya penulis akan di *upload* oleh tim *customer service* pada *marketplace* milik Shenelin.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Penulis memilih proyek pembuatan poster promosi untuk peluncuran eksklusif produk baru sebagai tugas utama selama magang di Shenelin. Proyek ini dipilih karena peluncuran eksklusif produk baru merupakan upaya promosi yang sebelumnya belum pernah dilakukan oleh Shenelin. Tujuan utama dari poster promosi ini adalah memperkenalkan produk-produk baru yang baru saja

didistribusikan kepada *customer*, sekaligus membangun antusiasme terhadap koleksi terbaru dari Shenelin.

Desain poster penulis fokuskan pada tampilan visual yang menarik dan informatif agar dapat memikat minat pelanggan. Poster ini memuat informasi penting seperti jenis produk, pilihan warna yang tersedia, dan harga asli produk beserta diskonnya, yang disusun secara estetik dan mudah dibaca. Poster promosi ini tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian calon pelanggan, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat posisi Shenelin di pasar *fashion* wanita.

a. Empathize

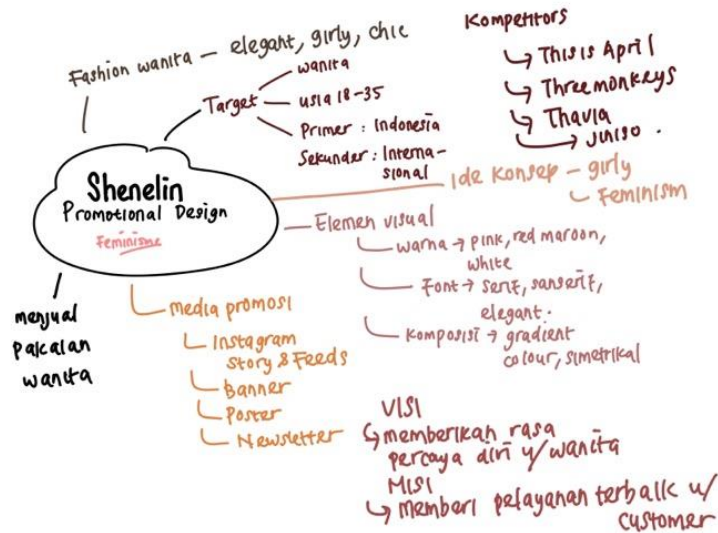
Dalam tahap ini, penulis melakukan riset mendalam untuk memahami target audiens, termasuk preferensi dan kebutuhan mereka dalam industri fashion. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa poster promosi digital yang dirancang dapat memenuhi harapan dan menarik perhatian audiens. Penulis juga mengadakan sesi *brainstorming* bersama direktur untuk mendalami profil target audiens Shenelin serta melakukan penelitian tambahan melalui situs resmi Shenelin. *Brainstorming* dilakukan pada saat *daily meeting* secara tatap muka pada 29 Juli 2024.

Dari hasil diskusi dan riset, disimpulkan bahwa target utama Shenelin adalah wanita dengan berbagai tipe tubuh, baik *petite* maupun *non-petite*. Oleh karena itu, ide desain yang dipilih diarahkan untuk mencerminkan nilai-nilai feminisme, dengan fokus pada estetika yang elegan dan inklusif untuk merangkul beragam preferensi audiens.

b. Define

Setelah memahami audiens, penulis menetapkan tujuan yang jelas untuk poster digital, seperti meningkatkan kesadaran merek dan mempromosikan produk baru. Di fase ini, desainer mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang harus disertakan dalam poster, seperti jenis pakaian, warna yang tersedia, harga asli, dan diskon yang ditawarkan. Pada

tahap ini, penulis menyusun *mindmap data* dan *mind map visual* secara keseluruhan dalam satu *canvas*.



Gambar 3.4 *Mindmap* Desain Promosi Shenelin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

c. Ideate

Pada tahap ini, setelah penulis menghasilkan berbagai konsep untuk poster digital. Proses *moodboarding* dan sketsa dilakukan untuk mendapatkan elemen visual, *layout*, dan teks yang akan digunakan. Pendekatan kreatif ini memungkinkan penulis untuk memunculkan banyak ide yang menarik dan inovatif, sesuai dengan tema Shenelin.

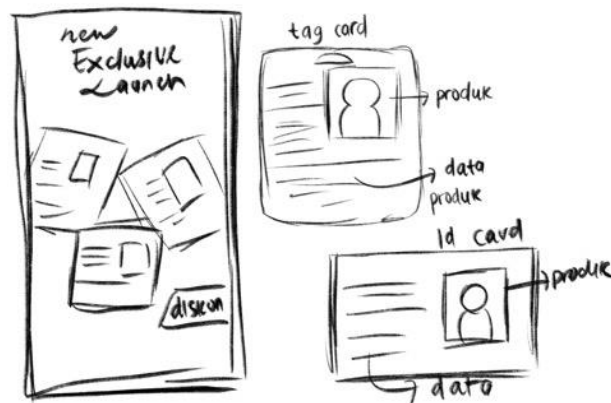


Gambar 3.5 Moodboard Perancangan Poster
Sumber: Pinterest (2024)

Penulis mengumpulkan beberapa referensi yang didapat dari sumber Pinterest. Penulis mencari *style deisgn* yang lebih merujuk kepada feminisme yang ditunjukkan oleh warna dasar *pink*. Penulis memilih warna *pink* sebagai warna utama karena warna ini identik dengan kesan feminin dan erat kaitannya dengan wanita. Pemilihan warna ini bertujuan untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens, yakni wanita yang menjadi pasar utama Shenelin. Selain itu, pink juga merupakan warna primer dari brand Shenelin, yang mencerminkan karakteristik brand sebagai merek yang modern, elegan, dan berorientasi pada kebutuhan Wanita.

Selain mencari *color palette* yang sesuai, penulis juga melakukan pencarian untuk menemukan jenis tipografi yang cocok digunakan dalam desain poster. Tipografi yang dipilih adalah Baleny Serif, Poppins, dan Zapfino. Alasan pemilihan ketiga jenis tipografi ini adalah karena masing-masing memiliki karakteristik yang tampak elegan dan klasik. Kombinasi ini diharapkan dapat mendukung tampilan visual poster yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga merepresentasikan identitas Shenelin sebagai brand yang modern dan berkelas.

Pada *moodboard* tersebut juga penulis mencari referensi desain *ID card* yang akan digunakan sebagai elemen desain utama poster promosi. Penulis memilih untuk mendesain *ID card* karena menunjukkan identitas suatu subjek ataupun objek, agar dikenali oleh suatu komunitas. Sama halnya dengan poster promosi ini, penulis ingin agar produk terbaru Shenelin dapat dikenali oleh target audiens secara luas.

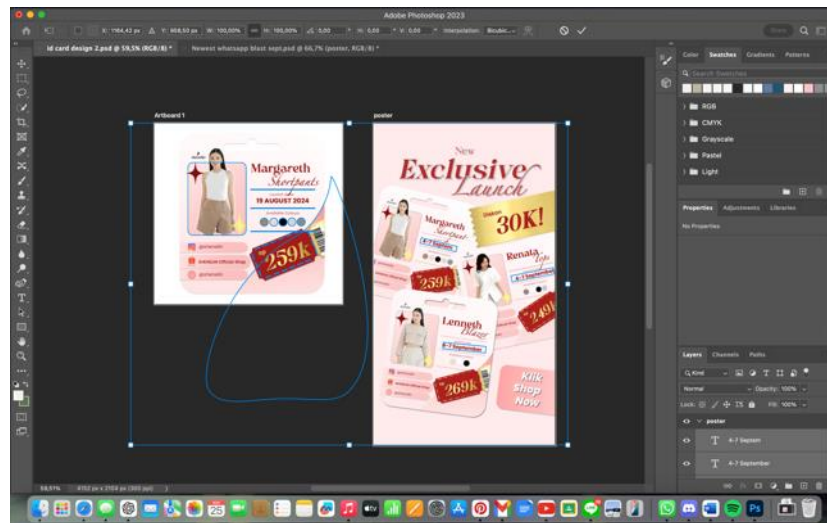


Gambar 3.6 Sketsa Perancangan Poster Peluncuran Eksklusif Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada sketsa kasar di atas, penulis merancang contoh *ID card* yang akan direalisasikan. Pada *card* tersebut, penulis merancang penempatan foto, informasi produk yang akan dimasukkan, serta tata letak masing-masing kartu pada desain poster. Penulis menggunakan desain *tag card* yang ada di atas karena *size* nya dinilai lebih besar sehingga bisa menampung beberapa informasi produk.

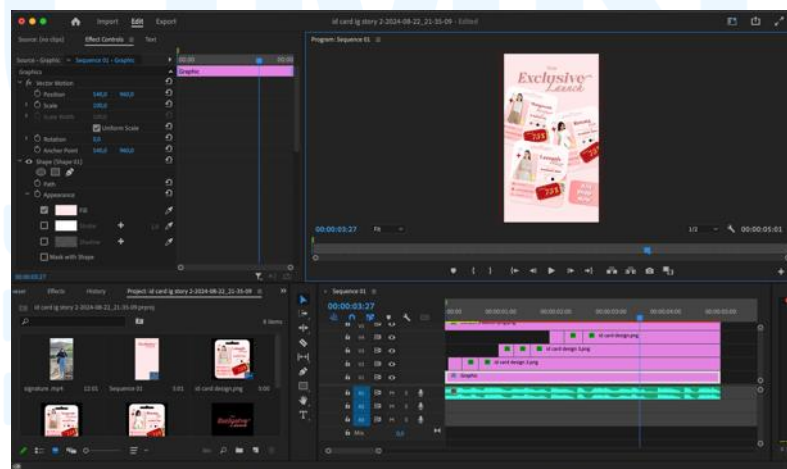
d. Prototype

Setelah menghasilkan ide, penulis membuat *prototype* poster digital. *Prototype* menunjukkan tata letak, elemen visual, dan informasi yang ingin disampaikan. *Prototype* ini memberikan gambaran awal tentang bagaimana poster akan terlihat dan memungkinkan penulis untuk melakukan perubahan untuk finalisasi. Pada *prototype* ini, penulis menggunakan *tools* Adobe Photoshop dan Adobe Premiere Pro sebagai *tools* utama. Segala gambaran dari *moodboard* dan sketsa direalisasikan ke dalam desain ini, dimulai dari warna, *typography*, dan peletakan elemen desain. Berikut adalah hasil dari perancangan poster peluncuran eksklusif produk baru Shenelin.



Gambar 3.7 Proses Perancangan Poster pada Photoshop
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar di atas merupakan proses perancangan desain poster peluncuran eksklusif produk baru Shenelin pada aplikasi Adobe Photoshop. Pertama-tama, penulis mendesain *tag card* yang ada di sebelah kiri. Penulis memasukkan semua informasi seperti nama produk, tanggal peluncuran, koleksi warna-warna produk, harga produk, serta media sosial Shenelin. Kemudian penulis mendesain karcis berwarna merah dengan tulisan harga produk. Setelah itu, penulis mendesain poster pada bagian kanan, dan meletakkan semua *tag card* produk dengan susunan seperti pada sketsa kasar.



Gambar 3.8 Proses Perancangan Poster pada Premiere Pro
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.6 menunjukkan proses perancangan video untuk poster peluncuran eksklusif produk Shenelin. Dalam tahap ini, penulis mengimpor file dari Photoshop dan menghidupkan berbagai aset visual yang telah dirancang. Elemen-elemen seperti tag card dibuat bergerak dinamis, seolah-olah masuk ke dalam poster dari luar kanvas, menciptakan efek visual yang menarik dan interaktif.

Penulis memanfaatkan berbagai efek, termasuk *vector motion*, *opacity*, dan *lighting effect*, untuk memberikan kedalaman dan memperkaya tampilan visual poster digital ini. Selain itu, video dilengkapi dengan musik latar berupa intro lagu "Espresso" karya Sabrina Carpenter, yang memberikan sentuhan *modern* dan energik, sesuai dengan tema eksklusivitas peluncuran produk Shenelin.

Karya ini tidak mendapatkan revisi dari direktur, karena dianggap sudah sepenuhnya memenuhi ekspektasi serta sesuai dengan brief yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa desain yang dibuat telah berhasil mencerminkan tujuan dan visi yang diinginkan oleh perusahaan. Selain itu, tidak adanya revisi juga menjadi indikasi bahwa karya ini mampu memberikan hasil yang memuaskan dalam sekali pengerjaan, baik dari segi estetika maupun fungsionalitas. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi motivasi untuk terus mempertahankan kualitas kerja pada proyek-proyek berikutnya.

e. Test

Di fase terakhir, poster digital yang telah diproduksi diuji dengan audiens target. Shenelin dapat mengumpulkan umpan balik dari pelanggan mengenai efektivitas desain dan apakah pesan yang disampaikan jelas dan menarik. Poster ini sendiri dipublikasikan ke WhatsApp *Community* milik Shenelin, yang pada saat itu baru dibuat.



Gambar 3.9 Poster Promosi Eksklusif Produk *Whatsapp Community*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Penulis terlibat dalam pembuatan berbagai materi promosi untuk mendukung strategi pemasaran Shenelin. Di antaranya adalah desain *banner* Shopee untuk memperkenalkan produk-produk terbaru dengan visual yang menarik serta menyampaikan detail produk secara informatif. Penulis juga mengembangkan video iklan edukatif yang membahas tips memilih jeans sesuai bentuk tubuh, khususnya bagi pelanggan dengan *pear body shape*. Konten ini ditujukan untuk membantu pelanggan dalam membuat keputusan pembelian yang lebih tepat dan sesuai kebutuhan. Selain itu, penulis mendesain *story* Instagram yang berfungsi sebagai pengingat visual dan menggarap *banner* promosi untuk berbagai *event* besar di *marketplace*, seperti promo tanggal kembar, dan penawaran cuci gudang. Pada tugas tambahan magang, penulis masih menggunakan metode desain yang sama, yakni *5 Phases of Design Thinking*, yang seelumnya dipakai pada tugas utama.

3.3.2.1 Proyek Perancangan *Welcome Card* WhatsApp

Penulis merancang *welcome card* untuk WhatsApp *Community* Shenelin sebagai bentuk sambutan bagi target pelanggan yang bergabung dalam forum komunitas tersebut. WhatsApp *Community* Shenelin sendiri merupakan platform baru yang diluncurkan pada 4 September 2024. Dalam proses perancangannya, penulis menerapkan metode *5 Phases of Design Thinking*, yang dikembangkan oleh Hasso Plattner pada tahun 2005. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk memahami kebutuhan audiens secara mendalam, menghasilkan desain yang tidak hanya estetis tetapi juga relevan dan efektif sebagai media komunikasi. *Welcome card* ini dirancang dengan tujuan menciptakan kesan pertama yang positif dan memperkuat hubungan antara Shenelin dan anggota komunitasnya.

a. *Empathize*

Dalam fase ini, penulis mendapatkan *briefing* dan arahan dari direktur mengenai akan dibukanya WhatsApp *Community* Shenelin. Direktur mengarahkan penulis untuk membuat *greeting* atau *welcome card* sebagai pembuka untuk komunitas tersebut. Direktur menginginkan sebuah desain *envelope* yang bertuliskan “*Welcome to Shenelin’s VIP*”. Setelah melaksanakan *brainstorm* tersebut, penulis memulai proses perancangan untuk *welcome card* WhatsApp *Community* Shenelin. *Brainstorming* dilakukan pada saat *daily meeting* secara tatap muka di tanggal 27 Agustus 2024.

b. *Define*

Setelah menerima arahan dan briefing dari direktur, penulis mulai mengidentifikasi elemen-elemen utama yang harus dimasukkan dalam perancangan *welcome card*. Elemen utama yang diprioritaskan meliputi ilustrasi amplop, segel lilin (*wax seal*), desain kartu sambutan, pemilihan palet warna, serta tipografi yang akan digunakan.



Gambar 3.10 *Mind Map Visual Welcome Card Shenelin*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tahap ini, penulis menyusun *mindmap* visual dalam satu kanvas. Langkah ini dilakukan untuk memastikan semua elemen desain saling mendukung dan sesuai dengan tema yang diusung. Penyusunan *mindmap* juga membantu penulis dalam merancang struktur desain yang terorganisir dan fokus pada elemen-elemen penting yang ingin disampaikan melalui *welcome card* tersebut.

c. *Ideate*

Pada tahap ini, penulis menyusun berbagai konsep untuk perancangan *welcome card*. Tahap berikutnya melibatkan proses *moodboarding* dan sketsa untuk mengeksplorasi elemen visual, tata letak, dan teks yang akan digunakan. Pendekatan ini mendorong lahirnya ide-ide baru yang kreatif dan inovatif, sejalan dengan tema yang diusung oleh Shenelin.

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



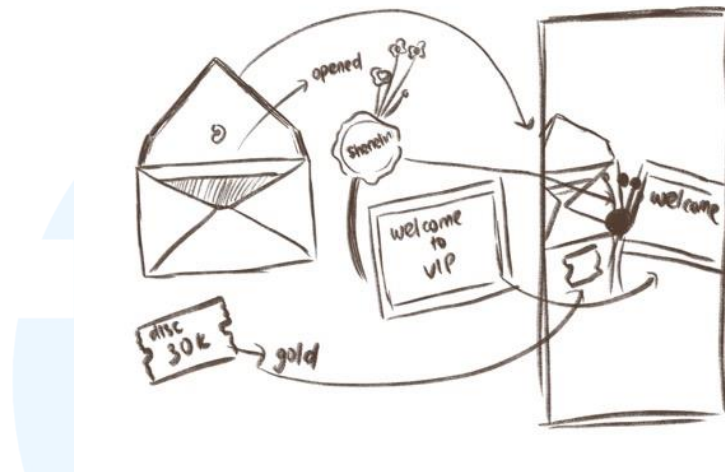
Gambar 3.11 *Moodboard Welcome Card Shenelin*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar di atas menunjukkan *moodboard* perancangan *welcome card* untuk WhatsApp *Community* Shenelin. Penulis mengumpulkan referensi dari Pinterest dan berbagai sumber di internet untuk merancang moodboard ini. *Moodboard* ini mencakup *color palette* dengan dominasi warna pink dan merah, yang melambangkan kehangatan, kemewahan, dan kesan feminin yang sesuai dengan karakter brand Shenelin. Warna-warna ini dipilih karena mampu menciptakan suasana yang ramah namun elegan, sehingga memberikan kesan yang tepat kepada anggota komunitas baru.

Untuk tipografi, penulis memilih Poppins dan Elegante Classica karena keduanya menghadirkan kombinasi kesan modern dan klasik yang sangat mendukung tema sambutan VIP. Poppins memberikan kesan modern, bersih, dan mudah dibaca, sementara Elegante Classica memberikan nuansa mewah dan klasik, sangat sesuai untuk menggambarkan nilai dan identitas brand yang berkelas.

Selain itu, penulis juga memasukkan referensi ilustrasi amplop dan bunga kering sebagai elemen dekoratif. Ilustrasi amplop memberi kesan formal dan personal, sedangkan bunga kering menambahkan sentuhan alami dan elegan pada desain kartu sambutan. Elemen-elemen ini sering digunakan dalam kartu sambutan yang disegel dengan *wax seal*,

menciptakan kesan eksklusif dan premium, yang diharapkan dapat memberi pengalaman yang lebih menyenangkan bagi penerima kartu sambutan.

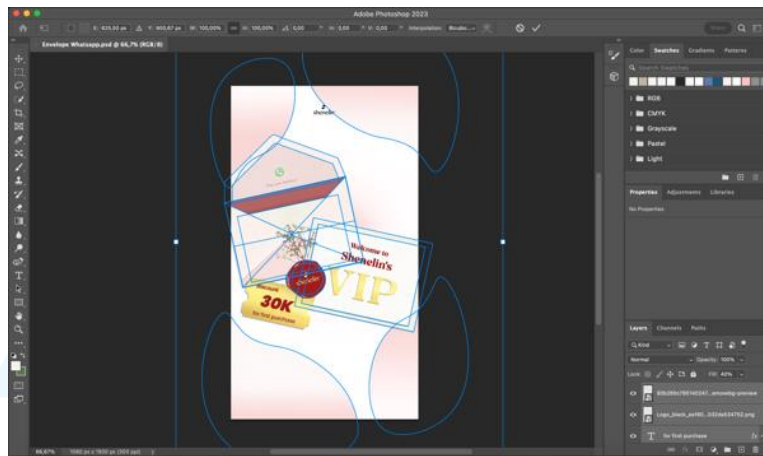


Gambar 3.12 Sketsa Kasar *Welcome Card* Shenelin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis kemudian menyusun sketsa kasar untuk menentukan tata letak elemen-elemen grafis pada *welcome card*. Dalam sketsa ini, penulis merancang ilustrasi amplop, segel lilin (*wax glue*), dan kartu sambutan, serta memberikan gambaran kasar tentang posisi *copywriting* yang akan dimasukkan ke dalam desain. Untuk proses sketsa, penulis menggunakan aplikasi *Procreate*, yang memudahkan eksplorasi ide dan pengaturan elemen desain secara lebih terorganisir. Sketsa ini menjadi dasar awal dalam proses penyempurnaan desain final *welcome card*.

d. Prototype

Setelah menyelesaikan proses *moodboarding* dan sketsa, penulis melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu finalisasi perancangan desain. Pada tahap ini, penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai alat utama untuk merealisasikan konsep desain. Semua elemen yang telah dirancang dalam sketsa kasar ditata dengan rapi dan teratur pada kanvas digital, memastikan setiap detail sesuai dengan tujuan awal.



Gambar 3.13 Proses Desain *Welcome Card* di Photoshop
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Langkah pertama dalam proses ini adalah mendesain ilustrasi *envelope*. Penulis memulai dengan menggunakan kombinasi *shape triangle* dan *rectangle* untuk membentuk struktur amplop yang proporsional dan simetris, memastikan tampilan yang rapi dan profesional. Penggunaan bentuk-bentuk dasar ini memungkinkan penulis untuk menciptakan struktur amplop yang jelas dan mudah dikenali, dengan sudut-sudut yang tajam dan garis yang bersih, menciptakan kesan formal namun tetap sederhana. Setelah itu, penulis melanjutkan dengan menciptakan ilustrasi *wax glue* menggunakan fitur *curvature pen tool*. Alat ini memungkinkan penulis untuk menggambar bentuk melingkar dengan detail yang halus, menghasilkan *wax seal* yang tampak nyata dan elegan.

Selanjutnya, penulis merancang ilustrasi karcis dan kartu sambutan, menggunakan alat yang sama untuk menciptakan bentuk dan tekstur yang konsisten dengan elemen sebelumnya. Proses ini melibatkan pemilihan detail kecil yang meningkatkan tekstur dan kedalaman gambar, dengan fokus pada keselarasan antara semua elemen desain, mulai dari bentuk dasar hingga tekstur dan efek pencahayaan.

Karya ini tidak mendapat revisi oleh direktur karena sudah dianggap memenuhi ekspektasi dan sesuai dengan *brief* yang diberikan. Hal ini menunjukkan desain berhasil mencerminkan tujuan dan visi perusahaan.

Tanpa revisi, karya ini juga menunjukkan hasil yang memuaskan baik dari segi estetika maupun fungsionalitas, yang diharapkan menjadi motivasi untuk mempertahankan kualitas di proyek-proyek selanjutnya.

e. Test

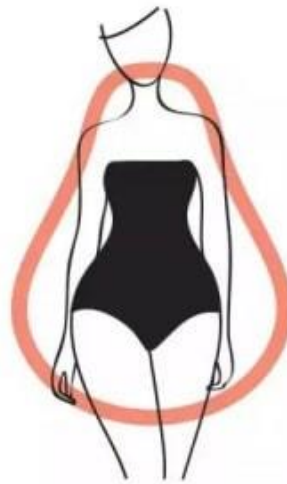
Di fase terakhir, *welcome card* yang telah diproduksi diuji dengan audiens target. Shenelin dapat mengumpulkan masukan dari pelanggan terkait efektivitas desain serta sejauh mana pesan yang disampaikan terasa jelas dan menarik. Poster tersebut dipublikasikan melalui WhatsApp *Community* Shenelin, yang baru saja dibentuk pada saat itu.



Gambar 3.14 *Welcome Card* Dipublikasikan ke WhatsApp *Community* Shenelin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2.2 Proyek Video Ads Pear Body Shape

Penulis merancang iklan dengan konsep yang berfokus pada tipe tubuh *pear bodyshape*, dengan menonjolkan produk utama, yaitu “*mom jeans*”. Desain iklan ini dirancang untuk menonjolkan keunggulan produk yang cocok dengan tipe tubuh tersebut, ditujukan memberikan kesan yang *stylish* dan nyaman. Untuk mencapainya, penulis menggunakan berbagai elemen visual dan teknik *editing*. *Tools* utama yang digunakan dalam pembuatan iklan ini adalah Adobe Premiere Pro untuk pengolahan video dan Adobe Photoshop untuk penyempurnaan desain grafis dan detail visual produk.



Gambar 3.15 Ilustrasi Bentuk Tubuh Pear
Sumber: <https://www.thestylebouquet.com/2020/02/17/5/...>

Iklan ini berdurasi kurang lebih 50 detik, bersifat edukatif, dan diunggah ke *reels* Instagram Shenelin. Aset yang digunakan dalam *ads* ini adalah *videoshoot* milik Shenelin yang digabungkan dengan *voice over* milik penulis. Tujuan utamanya adalah untuk menarik perhatian *customer* dengan menampilkan keunggulan produk secara efektif dan menarik. Penulis masih menggunakan metode *5 phases of design thinking* untuk proyek ini.

a. *Empathize*

Pada fase ini, penulis mendapat *briefing* dari direktur mengenai konten *ads pear bodyshape* dengan celana jeans yang cocok untuk tipe tubuh tersebut. Direktur mengarahkan penulis untuk membuat konten *ads* yang

bersifat edukatif, ditujukan pada perempuan dengan tipe tubuh *pear*. Direktur mengarahkan penulis untuk menjadikan produk “*mom jeans*” sebagai produk utama pada konten. Kemudian, penulis juga menentukan *copywriting* pada video *ads* ini dan menunggu *approval* dari direktur untuk melanjutkan proses pengerjaannya. *Briefing* ini diberikan pada tanggal 10 Oktober 2024.



Gambar 3.16 Produk *Mom Jeans* Shenelin
Sumber: Shenelin (2024)

b. Define

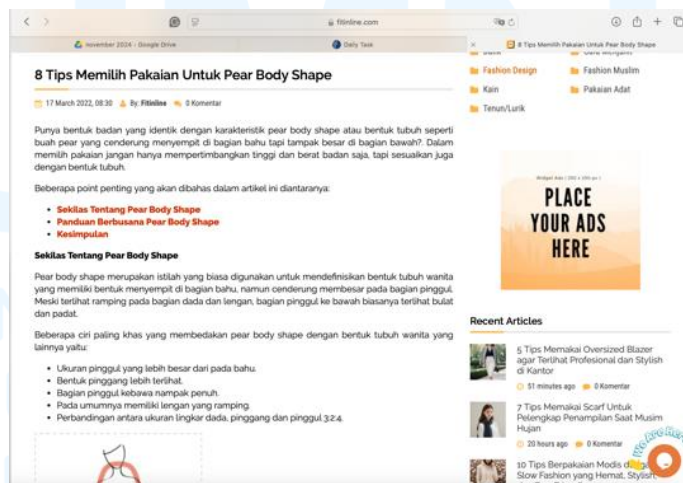
Pada tahap ini, penulis fokus mencari referensi untuk penyusunan *copywriting* iklan *mom jeans* yang ditujukan bagi tipe tubuh *pear body shape*. Penulis mendalami detail terkait *mom jeans*, termasuk tipe, bahan, dan *cutting* yang digunakan. Selain itu, penulis juga mempelajari karakteristik tipe tubuh *pear*, seperti jenis celana yang sesuai dan faktor pendukung lainnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.17 Website Shenelin
Sumber: <https://www.shenelin.com>

Referensi yang digunakan berasal dari berbagai sumber internet, seperti website Shenelin, Fitinline, dan MC Textstyle. Penulis juga mencari aset-aset desain yang relevan di drive milik Shenelin, seperti ilustrasi jeans, model yang memakai jeans dan *body shape*, untuk melengkapi materi iklan. Hasil dari proses ini adalah *copywriting* yang tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga menegaskan bahwa *mom jeans* merupakan pilihan ideal untuk tipe tubuh *pear*. Dengan begitu, iklan dapat berfungsi sebagai panduan sekaligus menarik perhatian audiens.



Gambar 3.18 Website Fitinline
Sumber: <https://fitinline.com/article/read/8-tips-memilih-pakaian...>

c. *Ideate*

Pada tahap ini, penulis menyusun *copywriting* yang sudah didapatkan dan diasistansikan kepada direktur. Penulis melakukan asistansi melalui *group* di WhatsApp yang beranggotakan penulis, direktur, dan juga CEO. Ada 5 *copywriting* yang penulis asistansikan, yakni:

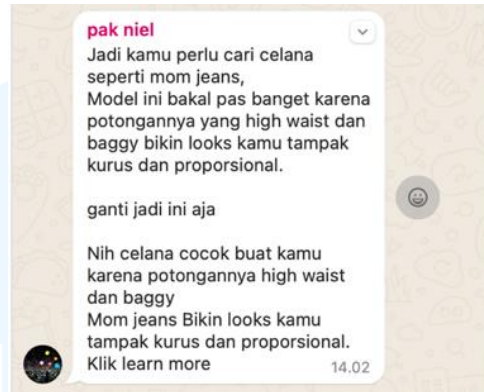
“5 Tips Celana Jeans Untuk *Pear Bodyshape*. Pastikan Tonton Sampai Nomor 5 Supaya *Looks* Kamu Turun Sampai 10 Kg!”

1. Model *highwaist* bakal bikin pinggang kamu lebih kelihatan ramping, dan kaki jadi terlihat lebih tinggi.
2. Model *tapered leg* yang potongan celananya mengecil di bagian bawah, bikin siluet kamu langsing dan gak *bulky*.
3. Cari celana yang panjangnya se mata kaki, bikin kaki kamu terlihat lebih jenjang dan memberikan efek *flowy*.
4. Kamu bisa pilih jeans yang *loose fit* di paha seperti model *baggy*, supaya tetap nyaman dipakai dan tetap membentuk *bodyshape* kamu.
5. Hindari pemakaian *skinny* jeans ya, karena bisa bikin bagian paha dan pinggul kamu semakin ga seimbang sama bahu.

Jadi, kamu perlu cari celana seperti *mom jeans*, model ini bakal pas banget karena potongannya yang *highwaist* dan *baggy* bikin *looks* kamu tampak kurus dan proporsional.

Caption ini dipilih karena memiliki daya tarik yang kuat untuk target audiens, terutama wanita dengan *pear body shape* yang ingin tampil lebih percaya diri dan proporsional. Pemilihan kalimat pembuka seperti 'Pastikan Tonton Sampai Nomor 5 Supaya Looks Kamu Turun Sampai 10 Kg!' bertujuan untuk memancing rasa penasaran audiens sekaligus memberikan solusi yang relevan dengan kebutuhan mereka. Setiap poin pada tips ini dirancang sederhana namun informatif, sehingga mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan. Dengan fokus pada kenyamanan dan estetika,

caption ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah sekaligus memperkuat citra Shenelin sebagai brand yang peduli terhadap kebutuhan konsumen.



Gambar 3.19 Revisi *Ads Pear Bodyshape* Yang Diberikan Direktur
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian, penulis mendapatkan revisi dari direktur mengenai kalimat penutup yang ada di akhir 5 poin tersebut, menjadi: “Nih celana cocok buat kamu karena potongannya *highwaist* dan *baggy*. *Mom jeans* bikin *looks* kamu tampak kurus dan proporsional. Klik *learn more*.”

Before	After
<p>Pastikan tonton sampai nomor 5 supaya looks kamu tampak turun sampai 10kg!</p> <p>(setiap poin akan ada ilustrasi)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Model highwaist bakal bikin pinggang kamu lebih kelihatan ramping dan kaki jadi terlihat lebih tinggi 2. Model tapered leg yang potongan celananya mengecil di bagian bawah bikin siluet kamu lebih langsing dan nggak bulky. 3. Cari celana yang panjangnya se mata kaki, bikin kaki kamu terlihat lebih jenjang dan memberikan efek flowy 4. Kamu bisa pilih jeans yang loose fit di paha seperti model baggy, supaya tetap nyaman dipakai dan tetap membentuk bodyshape kamu. 5. Hindari pemakaian skinny jeans ya, karena bisa bikin bagian paha dan pinggul kamu semakin ga seimbang sama bahu <div style="border: 1px solid red; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Jadi kamu perlu cari celana seperti mom jeans, Model ini bakal pas banget karena potongannya yang high waist dan baggy bikin looks kamu tampak kurus dan proporsional.</p> </div> <p style="text-align: center;">Klik Shop Now</p>	<p>5 tips celana jeans untuk pear bodyshape</p> <p>pastikan tonton sampai nomor 5 supaya looks kamu tampak turun sampai 10kg!</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Model highwaist bakal bikin pinggang kamu lebih kelihatan ramping dan kaki jadi terlihat lebih tinggi 2. Model tapered leg yang potongan celananya mengecil di bagian bawah bikin siluet kamu lebih langsing dan nggak bulky. 3. Cari celana yang panjangnya se mata kaki, bikin kaki kamu terlihat lebih jenjang dan memberikan efek flowy 4. Kamu bisa pilih jeans yang loose fit di paha seperti model baggy, supaya tetap nyaman dipakai dan tetap membentuk bodyshape kamu. 5. Hindari pemakaian skinny jeans ya, karena bisa bikin bagian paha dan pinggul kamu semakin tidak seimbang dengan bahu <div style="border: 1px solid red; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Nih celana cocok buat kamu karena potongannya highwaist dan baggy mom jeans bikin looks kamu tampak kurus dan proporsional</p> </div> <p style="text-align: center;">Klik Learn more</p>

Gambar 3.20 *Before and After* Revisi *Copywriting Ads Pear Bodyshape*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah menerima revisi dan melakukan penyesuaian pada *copywriting*, penulis melanjutkan proses dengan merekam *voice over* berdasarkan teks yang telah disetujui. Proses perekaman dilakukan menggunakan fitur *voice recording* pada *handphone* penulis, yang dipilih karena kemudahannya dalam menghasilkan rekaman suara berkualitas baik. Penulis merekam *voice over* secara tersegmentasi, mengikuti poin-poin yang telah disusun dalam *copywriting* untuk memastikan setiap bagian terdengar jelas dan sesuai dengan konteks pesan.

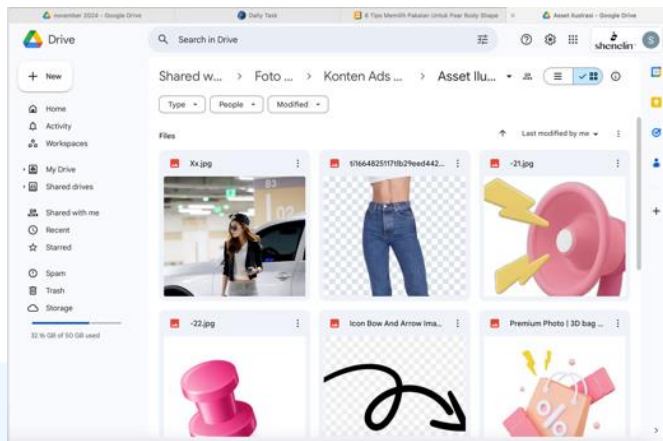
Sebelum merekam, penulis terlebih dahulu membaca ulang dan melatih intonasi pada setiap bagian untuk memastikan hasil rekaman terdengar natural, menarik, dan profesional. Setiap poin direkam secara terpisah untuk mempermudah proses *editing* dan mengurangi risiko kesalahan dalam perekaman ulang. Dengan pendekatan ini, penulis dapat memastikan bahwa *voice over* tidak hanya sesuai dengan *copywriting*, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan intonasi dan emosi yang tepat, sehingga lebih efektif menarik perhatian audiens.





Gambar 3.21 Screenshot Voice Recording Untuk Ads Pear Bodyshape
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain menggunakan aset Shenelin, penulis juga menyusun elemen grafis sendiri untuk kebutuhan konten. Selanjutnya, penulis mulai mencari aset ilustrasi *pear body shape* yang telah disediakan di *drive* Shenelin. Aset ini sebelumnya telah disiapkan oleh direktur dan digunakan oleh *graphic designer* dalam proyek-proyek sebelumnya. *Drive* Shenelin tidak hanya berisi ilustrasi body shape, tetapi juga menjadi tempat penyimpanan berbagai materi penting seperti file *ads*, hasil *photoshoot* produk, serta elemen-elemen grafis pendukung lainnya. Selain memanfaatkan aset yang sudah tersedia, penulis juga melengkapi desain dengan menyusun elemen grafis tambahan yang dibuat sendiri untuk memenuhi kebutuhan spesifik konten. Elemen-elemen ini dirancang agar selaras dengan gaya visual Shenelin, baik dari segi warna, komposisi, maupun estetika keseluruhan.



Gambar 3.22 *Drive Aset Shenelin*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis menyusun elemen grafis pada bagian pembuka konten dengan memadukan ilustrasi buah *pear* dan *pear bodyshape* sebagai elemen visual utama. Selain itu, penulis melakukan pengeditan teks dan menambahkan judul konten untuk menciptakan tampilan yang menarik, informatif, dan harmonis. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menarik perhatian audiens dan mempermudah pemahaman terhadap tema konten,

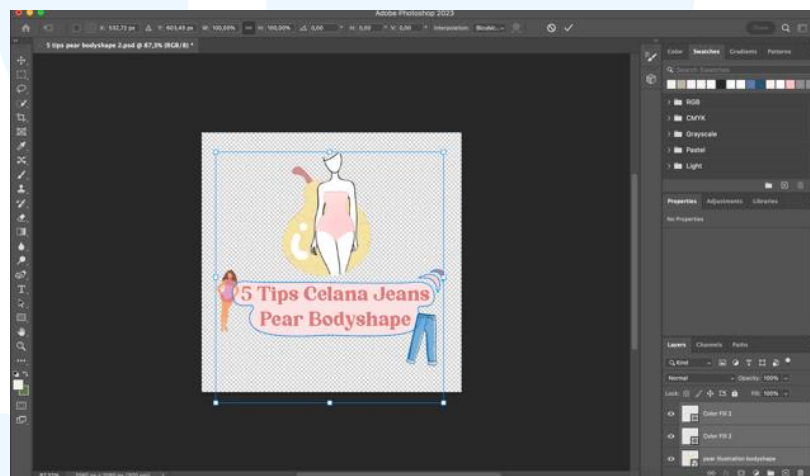
d. *Prototype*

Setelah melewati proses *ideate*, penulis mulai menyusun aset ilustrasi menggunakan Photoshop. Ilustrasi ini dirancang untuk menjaga minat audiens agar tetap terlibat dengan video, menghindari rasa bosan, dan menarik perhatian secara visual. Penulis merancang ilustrasi buah pir dan *pear body shape* sebagai elemen visual utama yang merepresentasikan tema konten secara langsung. Desain ini dirancang dengan detail yang mencerminkan kesan modern dan feminin, sejalan dengan identitas visual brand Shenelin. Ilustrasi buah pir dipilih untuk memperkuat analogi dengan *pear body shape*, menciptakan hubungan visual yang menarik dan relevan bagi audiens.

Penulis menggunakan *pink shape* sebagai latar belakang judul dengan font LaurAsia untuk memberikan tampilan yang lembut namun tetap menonjolkan keanggunan dan kesan feminin, sesuai dengan karakter brand

Shenelin. Warna *pink* dipilih karena melambangkan kelembutan, kasih sayang, dan kehangatan, sehingga mampu menarik perhatian target audiens yang mayoritas wanita. *Pink shape* juga membantu menonjolkan judul agar lebih terlihat jelas dan menjadi fokus utama dalam desain.

Penulis kemudian menambahkan ilustrasi body shape dan celana jeans dari aset Shenelin di sisi kanan dan kiri judul. Penempatan elemen ini dirancang untuk memberikan keseimbangan visual sekaligus memperkuat relevansi desain dengan tema konten. Ilustrasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai dekorasi, tetapi juga sebagai pendukung narasi visual yang memperjelas pesan utama, yakni tips *fashion* untuk *pear body shape*.



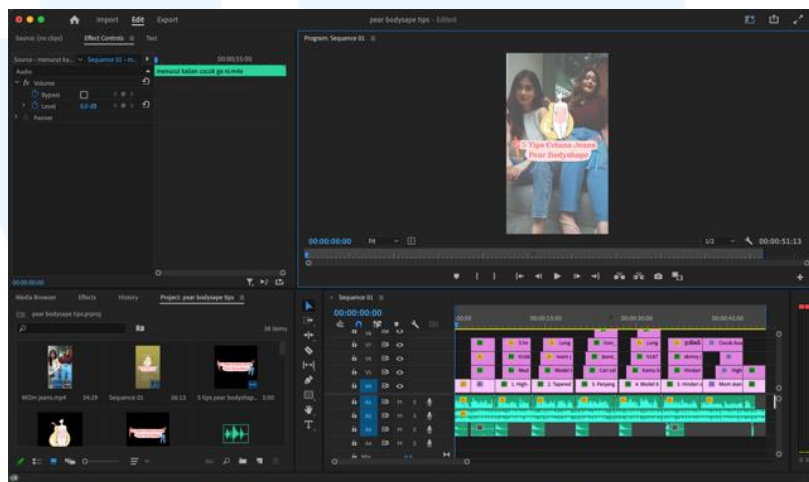
Gambar 3.23 Perancangan Aset Desain Ads Pear Bodyshape
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis mulai mengimpor berbagai aset ke dalam proyek utama menggunakan Adobe Premiere Pro, yang menjadi tools utama dalam proses *editing*. Aset yang dimasukkan meliputi video hasil *shooting*, ilustrasi elemen grafis, dan rekaman suara (*voice recording*) yang telah disiapkan sebelumnya. Setiap elemen ini dipilih dan diorganisasi secara rapi untuk mempermudah proses penyusunan dan *editing* video.

Selanjutnya, penulis menyusun *sequence* secara sistematis sesuai dengan alur *copywriting* yang telah dirancang. Penyusunan dilakukan dengan memperhatikan keterpaduan narasi, transisi antar adegan, serta sinkronisasi

antara audio dan visual. Dengan cara ini, penulis memastikan bahwa narasi video mengalir dengan lancar, menarik perhatian audiens, dan mampu menyampaikan pesan secara efektif.

Berikut adalah tampilan *workspace* pada Adobe Premiere Pro, yang menunjukkan pengaturan *timeline*, penggunaan panel *editing*, serta penempatan elemen-elemen grafis dan audio dalam video yang sedang dikerjakan



Gambar 3.24 Proses Penyusunan Video Pada Adobe Premiere Pro
Sumber: Dokumentasi Pribadi

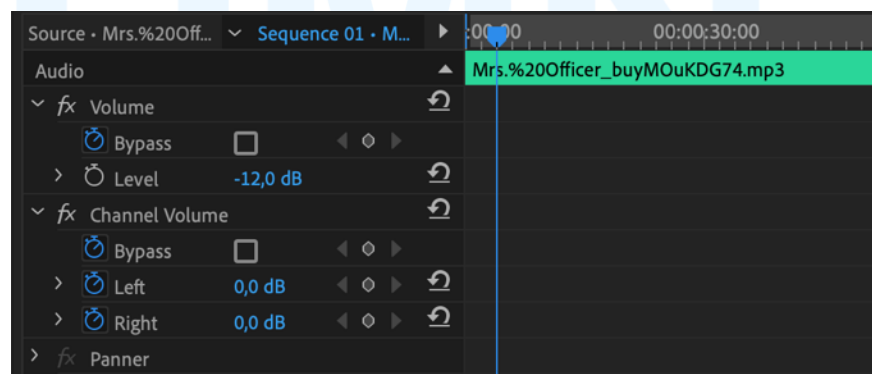
Penulis menambahkan elemen audio berupa *background music* dan *sound effects* untuk memperkaya pengalaman audiens saat menikmati konten. *Background song* yang dipilih adalah “Mrs. Officer” karya Lil Wayne, sebuah lagu dengan karakteristik ritme yang santai namun energik. Lagu ini dipilih karena dianggap mampu menciptakan suasana yang relevan dengan tema konten, memberikan kesan profesional sekaligus menarik perhatian audiens.

Penulis mengunduh lagu tersebut dari situs Planetlagu.skin, memastikan kualitas audio yang optimal untuk kebutuhan *editing*. Dengan penambahan elemen audio ini, penulis berupaya meningkatkan daya tarik konten secara keseluruhan, menciptakan harmoni antara visual, narasi, dan musik yang dapat memperkuat emosi serta pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.



Gambar 3.25 Website Planetlagu.skin
 Sumber: Planetlagu.skin (2022)

Untuk memastikan harmoni antara musik latar dan *voice recording*, penulis melakukan pengaturan ulang *volume* dengan menurunkan tingkat *decibel* lagu tersebut menjadi -12 dB. Langkah ini bertujuan agar suara musik tidak mengganggu atau bertabrakan dengan narasi suara. Penyesuaian serupa juga diterapkan pada *sound effect*, sehingga semua elemen audio terdengar seimbang dan tetap mendukung fokus utama konten. Proses pengeditan ini dilakukan dengan cermat agar hasil akhir memberikan pengalaman *audio-visual* yang optimal bagi audiens.



Gambar 3.26 Tingkat *Decibel Background Song*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

e. Test

Pada fase terakhir, konten iklan *pear bodyshape* yang telah diproduksi melalui berbagai tahapan diuji langsung kepada audiens target. Proses pengujian dilakukan dengan mempublikasikan konten tersebut melalui platform Instagram *reels*, yang merupakan salah satu media efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara visual dan interaktif.



Gambar 3.27 *Ads Pear Bodyshape* Yang Dipublikasikan Ke *Reels* Instagram Shenelin
Sumber: Shenelin (2024)

Setelah di-*posting*, performa konten dianalisis melalui berbagai indikator, seperti jumlah *likes*, *shares*, *views*, serta interaksi lainnya seperti komentar dan penyimpanan. Total *likes* yang didapat adalah 77 *likes*, 41 *shares*, dan 11.700 *views*. *Feedback* ini menjadi data penting untuk mengevaluasi efektivitas pesan, daya tarik visual, dan relevansi konten terhadap audiens target. Melalui proses ini, Shenelin dapat memahami sejauh mana konten *pear bodyshape* berhasil menarik perhatian dan menciptakan keterlibatan dengan audiens, sekaligus memperkuat *brand awareness* di platform digital.

3.3.2.3 Proyek *Banner Event* Tanggal Kembar 11.11

Penulis bertanggung jawab mendesain *banner* untuk setiap *event* promosi pada tanggal kembar, sesuai dengan arahan dari direktur. Fokus utama dari desain ini adalah menonjolkan promosi diskon yang berbeda pada setiap *event*, sambil mempertahankan daya tarik visual dan keselarasan dengan tema acara. Untuk mencapai hal ini, penulis menggabungkan elemen grafis yang kreatif dengan *copywriting* yang dirancang secara strategis agar relevan dengan tema dan mampu menarik perhatian audiens.

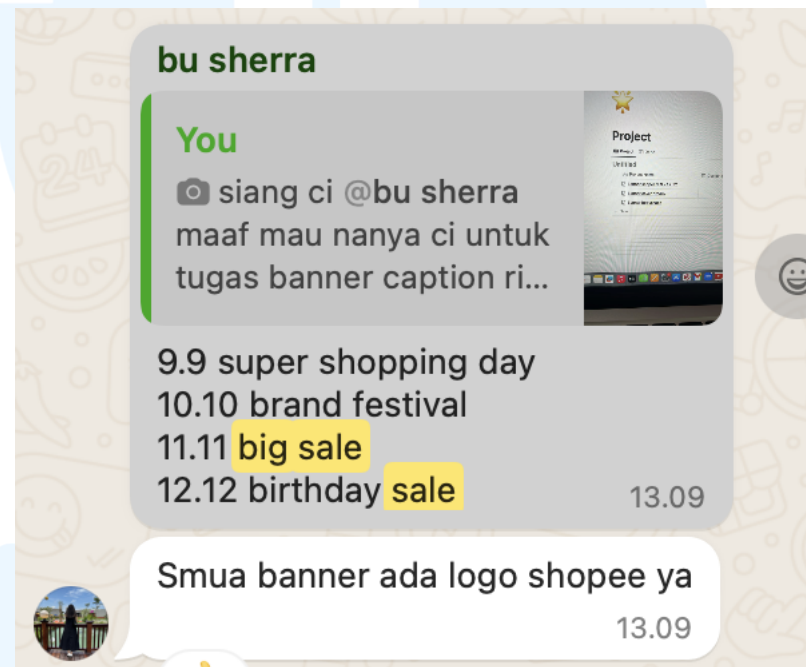
Pada *event* tanggal kembar 11.11 yang berlangsung pada bulan November, penulis memilih tema *cotton candy sky*. Tema ini dipilih karena dianggap mencerminkan kesan yang feminin, lembut, dan manis, sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan. Elemen-elemen seperti palet warna pastel dan gradien yang menyerupai langit berwarna permen kapas diterapkan untuk menciptakan atmosfer visual yang memikat.

Banner akan diunggah ke platform *e-commerce* Shopee dan oleh tim *customer service*. Tujuan perancangan *banner* ini adalah untuk menarik perhatian pelanggan, meningkatkan visibilitas produk, dan memaksimalkan penjualan melalui promosi *event* tanggal kembar.

a. *Empathize*

Pada fase ini, penulis menerima arahan dari direktur mengenai tema dan konsep yang akan diusung untuk *banner* promosi tanggal kembar 11.11. Dalam memberikan arahan, direktur memberikan kebebasan kepada penulis untuk mengeksplorasi ide, dengan catatan tema yang dipilih harus mencerminkan nuansa feminin yang menarik perhatian audiens. Kebebasan ini memberikan ruang bagi penulis untuk menyalurkan kreativitas, sehingga menghasilkan desain yang tidak hanya estetik tetapi juga relevan dengan arahan dari direktur. Arahan ini diberikan pada saat melaksanakan *daily meeting* pada 6 November 2024.

Sebagai bagian dari arahan, direktur juga menetapkan judul utama pada *banner*, yaitu "*Big Sale*", untuk menonjolkan skala besar dari promosi diskon yang ditawarkan. Direktur juga meminta agar *banner* dimasukkan logo Shopee, karena *banner* ini akan dipublikasikan ke Shopee milik Shenelin. Meskipun arahan spesifik lainnya tidak diberikan, penulis diharapkan mampu mengolah elemen desain seperti warna, tipografi, dan ilustrasi yang mencerminkan konsep feminin, sekaligus tetap menonjolkan pesan utama dari promo tersebut.



Gambar 3.28 Arahan Direktur Mengenai Judul *Banner* 11.11
Sumber: Dokumentasi Pribadi

b. Define

Setelah menerima arahan dan *briefing* dari direktur, penulis mulai mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang harus dimasukkan dalam perancangan *banner* untuk *event* promosi tanggal kembar 11.11. Tahapan ini sangat penting untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan tidak hanya sesuai dengan arahan, tetapi juga mampu menyampaikan pesan promosi secara efektif kepada audiens.



Gambar 3.29 *Mind Map Visual Banner 11.11*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sebagai langkah awal, penulis membuat *mind map* visual untuk memetakan semua komponen yang relevan. *Mind map* ini mencakup berbagai elemen seperti tema utama (*cotton candy sky*), judul *banner* "Big Sale," fokus pada promosi diskon besar, serta elemen pendukung seperti warna pastel, font yang feminin, dan tata letak grafis yang harmonis. Penulis juga mempertimbangkan elemen-elemen tambahan ilustrasi yang relevan, misalnya awan lembut atau elemen langit dengan efek gradasi, untuk memperkuat nuansa tema.

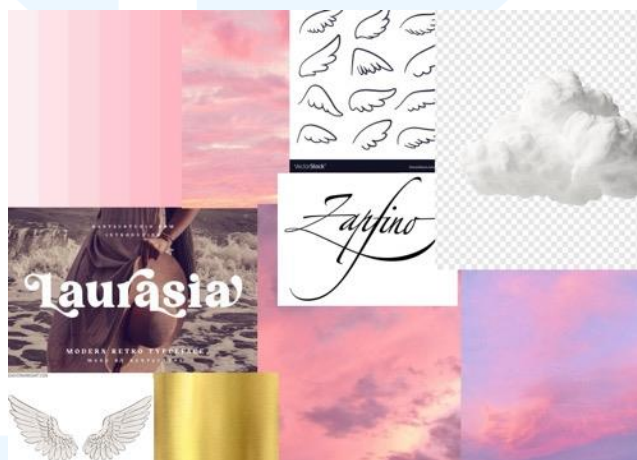
c. *Ideate*

Pada tahap ini, setelah penulis menghasilkan berbagai konsep untuk *banner* event 11.11. Proses *moodboarding* dan sketsa dilakukan untuk mendapatkan elemen visual, *layout*, dan teks yang akan digunakan. Pendekatan kreatif ini memungkinkan penulis untuk memunculkan banyak ide yang menarik dan inovatif, sesuai dengan tema Shenelin.

Penulis mulai mengumpulkan berbagai referensi desain yang diperoleh dari sumber Pinterest, untuk mendapatkan inspirasi visual yang sesuai dengan tema feminin yang diinginkan. Penulis secara khusus mencari desain dengan sentuhan warna dasar *pink*, yang dikenal mewakili keanggunan dan kelembutan, serta menciptakan atmosfer yang feminin. Selain itu, penulis juga mencari palet warna yang tepat untuk memastikan keseimbangan dan keselarasan warna dalam desain *banner*.

Selain itu, penulis juga melakukan riset untuk memilih tipografi yang tepat guna digunakan dalam desain *banner*. Tiga jenis font yang dipilih adalah Laurasia, Poppins, dan Zapfino, yang masing-masing memiliki karakteristik elegan dan klasik yang mendukung tema feminin dalam desain. Pemilihan font ini juga memastikan teks tetap mudah dibaca dan efektif dalam menyampaikan pesan.

Laurasia dipilih karena memberikan sentuhan modern dan lembut, menciptakan kesan yang ramah namun tetap elegan. Poppins menambah kesan bersih dan profesional, dengan bentuk huruf yang sederhana namun tetap kuat dan jelas. Sementara itu, Zapfino memberikan elemen mewah dan artistik, menambah kedalaman pada desain serta memperkuat nuansa feminin yang ingin ditonjolkan. Dengan kombinasi ketiga font ini, penulis memastikan bahwa desain *banner* tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga fungsional dan mudah dipahami.



Gambar 3.30 *Moodboard Banner 11.11*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sebagai langkah lanjutan, penulis membuat moodboard yang berisi berbagai elemen desain yang relevan dengan tema *cotton candy sky*. Moodboard ini berfungsi sebagai referensi visual untuk memastikan konsistensi tema dan memberikan gambaran jelas mengenai suasana yang ingin diciptakan dalam desain. Setiap elemen dalam moodboard dipilih dengan hati-hati untuk mendukung konsep ringan dan manis yang diinginkan.

Ilustrasi awan lembut dipilih karena memberikan kesan ringan dan *dreamy*, yang sesuai dengan tema *cotton candy sky*. Awan ini memiliki bentuk halus dengan warna pastel yang menambah nuansa lembut dan menenangkan, menggambarkan langit yang cerah dan penuh harapan. Sayap, sebagai simbol kebebasan dan kelembutan, ditambahkan untuk memperkuat tema feminin dan memberikan elemen yang terbang dan bebas. Sayap ini juga berfungsi untuk memberikan kesan dinamis, mengangkat suasana desain agar terasa lebih hidup dan anggun.

Pesawat kertas melambangkan kebebasan berpikir dan kreativitas. Elemen ini dipilih karena memberikan sentuhan playful dan imajinatif pada desain. Selain itu, pesawat kertas juga mengingatkan pada masa kecil yang penuh impian, cocok dengan suasana ringan dan manis yang ingin disampaikan. Untuk menambah kedalaman dan kompleksitas visual, penulis juga memasukkan elemen-elemen kecil seperti bintang atau pola geometris yang tidak terlalu mencolok namun memberikan tekstur tambahan pada desain. Elemen-elemen ini memberikan sentuhan magis dan elegan, serta memperkuat nuansa feminin yang halus dan modern.

Setiap elemen ini dipilih untuk menciptakan suasana yang harmonis dan mendukung tema secara keseluruhan. Dengan memilih elemen-elemen desain yang saling melengkapi, penulis memastikan bahwa *banner* yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga dapat menyampaikan karakter feminin, ringan, dan manis yang diinginkan

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 3.31 Sketsa Kasar *Banner* 11.11
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada gambar di atas merupakan sketsa kasar dari desain *banner* untuk *event* 11.11 yang telah dirancang oleh penulis. Sketsa ini merupakan tahap awal dalam proses pembuatan desain, yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai struktur dan elemen-elemen visual yang akan digunakan dalam *banner*. Penulis menempatkan *layout* dengan mempertimbangkan alur visual yang mudah diikuti, memastikan bahwa elemen-elemen penting dapat dengan jelas dilihat oleh audiens.

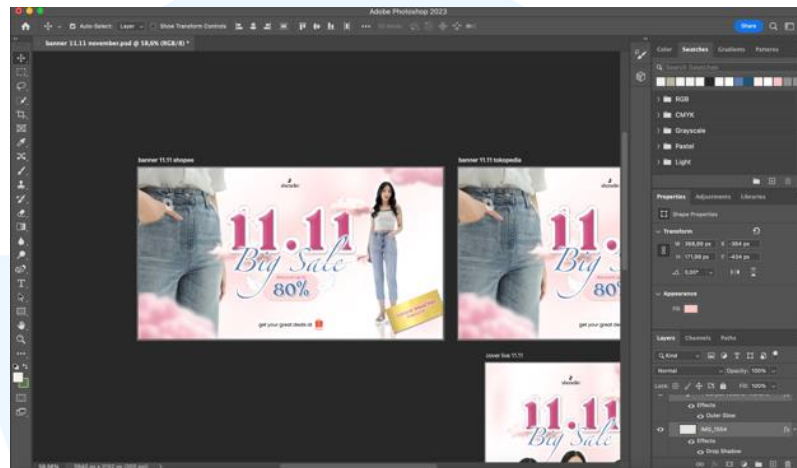
Pada sketsa ini, penulis memposisikan elemen-elemen utama, seperti judul "11.11 *Big Sale*", di bagian yang paling menonjol dan mudah terlihat. Judul ini ditempatkan di posisi atas atau tengah, sesuai dengan prinsip desain yang menekankan pada *visual hierarchy*, sehingga audiens dapat langsung menangkap pesan utama dari *banner*.

Di sekitar judul, penulis menyusun elemen grafis lainnya seperti ilustrasi awan, sayap, dan pesawat kertas, yang berfungsi untuk memperkuat tema *cotton candy sky* yang manis dan feminin. Ilustrasi-elemen ini ditempatkan dengan cermat, agar tidak mengalihkan perhatian dari informasi penting, namun tetap memberikan sentuhan visual yang menarik.

d. *Prototype*

Setelah menyelesaikan proses *ideate*, penulis melanjutkan ke tahap penyusunan aset ilustrasi menggunakan Adobe Photoshop. Pada tahap ini,

penulis mulai merancang elemen visual seperti awan lembut, pesawat kertas, dan sayap, menjadi bagian yang mencerminkan dari tema *cotton candy sky*. Elemen-elemen ini dirancang dengan cermat untuk menciptakan nuansa feminin yang manis dan menarik perhatian audiens.



Gambar 3.32 Proses Perancangan *Banner 11.11* Pada Photoshop
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain ilustrasi, penulis juga memasukkan foto model yang mengenakan produk Shenelin untuk memperkuat *branding* dan memberikan gambaran nyata kepada audiens tentang produk yang dipromosikan. Penulis menggunakan fitur editing seperti *bevel & emboss*, *outer glow*, *selection tools*, *gradient color*, dan lain-lainnya.

Tulisan utama "*11.11 Big Sale*" ditempatkan di tengah *banner* untuk menonjolkan pesan promosi secara langsung. Di bawahnya, penulis menambahkan teks pendukung seperti "*Diskon 80%*", "*Get Your Great Deals at Shopee*", dan "*+Banyak Voucher Lainnya*". Penempatan teks dirancang sedemikian rupa agar tetap jelas terbaca tanpa mengganggu elemen visual lainnya, menggunakan tipografi yang elegan namun tetap *modern*.

Karya ini tidak mendapat revisi oleh direktur karena sudah dianggap memenuhi ekspektasi dan sesuai dengan *brief* yang diberikan. Hal ini menunjukkan desain berhasil mencerminkan tujuan dan visi perusahaan. Tanpa revisi, karya ini juga menunjukkan hasil yang memuaskan baik dari

segi estetika maupun fungsionalitas, yang diharapkan menjadi motivasi untuk mempertahankan kualitas di proyek-proyek selanjutnya.

e. Test

Pada fase terakhir, *banner* yang telah selesai dirancang akan dipublikasikan ke platform Shopee milik Shenelin. Publikasi akan dilakukan oleh tim *customer service* Shenelin. Proses ini menandai tahap akhir dari keseluruhan rangkaian desain dan produksi, di mana hasil kerja penulis akhirnya dapat dilihat dan dinikmati oleh audiens target.



Gambar 3.33 *Banner 11.11* Yang Dipublikasikan Ke Shopee Milik Shenelin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2.4 Proyek *Banner Event Cuci Gudang*

Setiap toko menghadapi tantangan stok produk lama yang menumpuk, sehingga *event* cuci gudang sering diadakan untuk menghabiskan stok tersebut. Produk yang di-*highlight* dalam penjualan biasanya memiliki stok terbanyak atau tidak akan diproduksi lagi. Hal ini juga dilakukan oleh Shenelin untuk mengoptimalkan stok dan menarik minat pembeli.

Penulis diberi tugas mendesain *banner* khusus untuk mendukung *event* ini. Desainnya menonjolkan promosi besar seperti diskon besar, limited stock, dan elemen visual yang mencerminkan *event* tersebut. *Banner* ini akan dipublikasikan di Shopee Shenelin secara strategis agar menarik perhatian pembeli, meningkatkan kunjungan, dan mendorong penjualan produk lama.

a. *Empathize*

Penulis menerima arahan dari direktur Shenelin terkait desain poster "Cuci Gudang". Arahan tersebut mencakup penggunaan tema feminin dengan warna pastel, menonjolkan produk yang sedang diobral, dan menyampaikan pesan utama secara jelas dan menarik. Penulis diarahkan untuk menyusun desain yang dapat memikat audiens Shopee, dengan memasukkan elemen-elemen seperti judul "Promo Cuci Gudang", teks ajakan "Klik Disini!", serta foto produk Shenelin yang masih tersisa banyak di gudang. Tema yang penulis angkat adalah *chic frames*, yang berkonsep hasil foto *photobox grid* dan masing-masing menunjukkan produk dari Shenelin yang bertotal 7 produk. *Briefing* ini diberikan pada tanggal 11 Oktober 2024.

b. *Define*

Setelah menerima arahan dan *briefing* dari direktur, penulis mulai mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang harus dimasukkan dalam perancangan *banner* untuk *event* promosi cuci gudang. Seperti yang sudah ditulis sebelumnya, tahapan ini sangat penting untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan tidak hanya sesuai dengan arahan, tetapi juga mampu menyampaikan pesan promosi secara efektif kepada audiens.

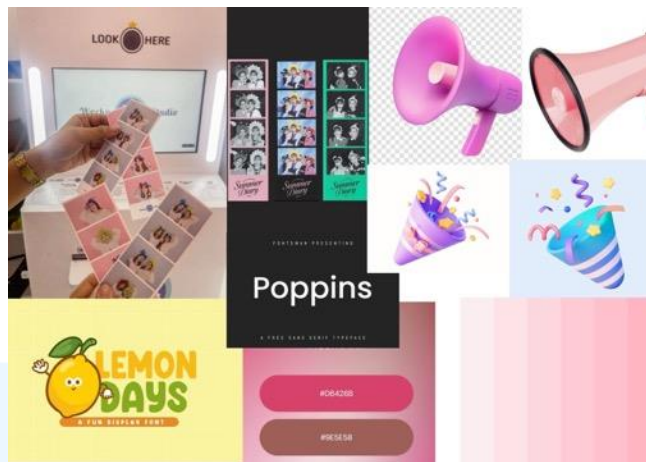


Gambar 3.34 *Mind Map Visual Banner Cuci Gudang*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sebagai langkah awal, penulis membuat *mind map* visual untuk memetakan semua komponen yang relevan. *Mind map* ini mencakup berbagai elemen seperti tema utama *chic frames*, judul *banner* "Promo Cuci Gudang," fokus pada promosi *stock* produk tersisa, serta elemen pendukung seperti warna *pink* pastel, *font* yang mendukung, dan tata letak grafis yang harmonis. Penulis juga mempertimbangkan elemen-elemen tambahan seperti ilustrasi yang relevan, misalnya kertas *photobox*, *pink horn* (megafon berwarna *pink*) yang menggambarkan seruan, dan *confetti* untuk menambah suasana meriah.

c. Ideate

Pada tahap ini, penulis menyusun berbagai konsep untuk perancangan *banner event* cuci gudang. Tahap berikutnya melibatkan proses *moodboarding* dan sketsa untuk mengeksplorasi elemen visual, tata letak, dan teks yang akan digunakan. Pendekatan ini mendorong lahirnya ide-ide baru yang kreatif dan inovatif, sejalan dengan tema yang diusung oleh penulis.



Gambar 3.35 *Moodboard Banner Cuci Gudang*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar di atas merupakan *moodboard* untuk perancangan *banner event* Cuci Gudang Shenelin. Penulis mendapatkan berbagai referensi desain dari Pinterest dan sumber-sumber di internet. *Moodboard* ini menampilkan *color palette* yang didominasi oleh nuansa warna *pink* untuk menciptakan kesan feminin, ceria, dan menarik perhatian audiens.

Dalam pemilihan tipografi, penulis memilih kombinasi font Lemon Days dan Poppins untuk menciptakan keseimbangan antara kreativitas dan keterbacaan. Lemon Days dipilih karena tampilannya yang unik, kreatif, dan playful, memberikan nuansa ceria serta menyemarakkan desain. Font ini cocok untuk menarik perhatian audiens dan memberi kesan segar, cocok dengan tema yang ingin disampaikan. Sementara itu, Poppins dipilih karena tampilannya yang *modern*, bersih, dan mudah dibaca. Kejernihan dan kesederhanaannya memastikan bahwa pesan dalam desain dapat tersampaikan dengan jelas dan efektif, tanpa mengurangi estetika keseluruhan.

Selain itu, penulis juga menambahkan berbagai elemen visual yang relevan dengan tema, seperti ilustrasi *confetti*, *photobox*, dan megafon (toak). Elemen-elemen ini dipilih untuk memperkaya desain dan menciptakan suasana yang meriah dan dinamis, yang sesuai dengan nuansa promosi atau acara yang sedang berlangsung. *Confetti* memberi sentuhan kemeriahan dan

kegembiraan, sementara *photobox* menambahkan kesan interaktif, mengingatkan pada momen-momen spesial yang sering terjadi dalam acara atau kampanye promosi. Megafon (toak), sebagai simbol dari pemberitahuan atau seruan, menambah elemen dinamisme dan urgensi pada desain, menciptakan kesan bahwa konten ini penting dan layak untuk diperhatikan.

Dengan memadukan elemen-elemen visual yang saling melengkapi, penulis berhasil menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga menyampaikan pesan promosi dengan cara yang menyenangkan dan memikat. Kombinasi tipografi dan elemen grafis ini menguatkan tema desain yang ceria, energik, dan penuh semangat, sekaligus memastikan audiens terhubung dengan konten yang disajikan.



Gambar 3.36 Sketsa Kasar *Banner* Cuci Gudang
Sumber: Dokumentasi Pribadi

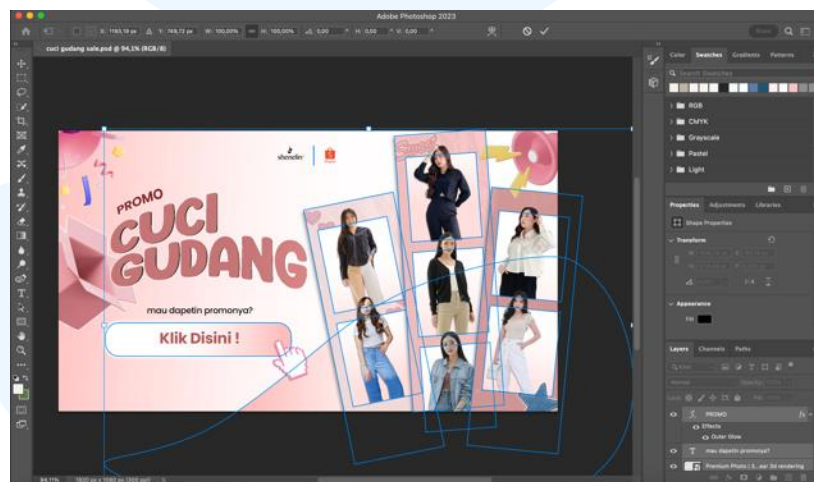
Penulis menyusun sketsa kasar yang berisi penempatan elemen-elemen grafis untuk *banner*. Penulis merancang ilustrasi *photobox paper*, megafon *pink*, dan *confetti*. Penulis juga memberikan gambaran kasar terhadap penempatan *copywriting* yang akan dimasukkan kedalam desain *banner* event cuci gudang. Penulis menggunakan aplikasi Pro Create untuk melakukan proses sketsa.

d. Prototype

Setelah melewati tahap *ideate*, penulis melanjutkan ke tahap perancangan desain dengan menggunakan Adobe Photoshop untuk

merealisasikan ide-ide yang telah disusun sebelumnya. Pada tahap ini, penulis mulai menyusun *layout* dan elemen-elemen visual berdasarkan sketsa kasar yang telah dibuat sebelumnya, memastikan bahwa setiap komponen desain berfungsi secara harmonis. Penulis juga memasukkan beberapa foto model yang mengenakan produk Shenelin ke dalam ilustrasi *photobox paper* yang telah dirancang. Penempatan foto model ini memberikan kesan *playful* dan *girly*, sesuai dengan tema yang diinginkan.

Penggunaan *photobox paper* sebagai elemen desain memberi nuansa interaktif dan *fun*, seolah-olah audiens dapat terlibat langsung dalam pengalaman visual tersebut. Penulis memperhatikan detail komposisi agar foto model dan elemen grafis lainnya saling melengkapi, menciptakan tampilan yang menarik dan dinamis. Hasilnya adalah desain yang tidak hanya memenuhi aspek visual, tetapi juga menciptakan suasana yang sesuai dengan karakter feminin dan enerjik yang ingin ditonjolkan dalam branding Shenelin.



Gambar 3.37 Proses Desain *Banner Cuci Gudang*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Tulisan "Promo Cuci Gudang" dirancang dengan efek seolah-olah keluar dari sebuah kotak berwarna *pink*, yang secara simbolis menggambarkan bahwa stok barang lama kini dikeluarkan untuk kesempatan besar dalam *event* ini. Desain ini bertujuan untuk menekankan konsep "keluarnya" barang-barang yang telah disimpan, memberikan kesan segar dan

penyempurna antusiasme. Untuk memperkuat suasana meriah, penulis menambahkan ilustrasi *confetti* dan megafon di bagian atas kedua sisi *banner*. Elemen-elemen ini berfungsi untuk menciptakan atmosfer yang hidup, dinamis, dan penuh semangat, menggambarkan euforia serta kegembiraan yang menyertai promosi Cuci Gudang Shenelin.

e. Test

Pada tahap akhir, *banner* yang telah selesai dirancang akan diunggah ke platform Shopee milik Shenelin oleh tim *customer service*. Langkah ini menjadi penutup dari rangkaian proses desain dan produksi, di mana karya penulis akhirnya dapat ditampilkan dan dinikmati oleh audiens yang menjadi target promosi.



Gambar 3.38 *Banner* Cuci Gudang Yang Dipublikasikan Pada Shopee Shenelin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan kerja magang, penulis tidak terlepas dari berbagai tantangan dan kendala yang muncul dalam proses pengerjaan tugas. Kendala-kendala ini menjadi bagian tak terpisahkan dari pengalaman magang, yang secara langsung menguji kemampuan penulis dalam menghadapi situasi yang tidak terduga. Namun, setiap kendala yang dihadapi justru memberikan peluang bagi penulis untuk belajar lebih banyak, meningkatkan keterampilan problem-solving, dan mengembangkan sikap profesional dalam menyelesaikan masalah. Kendala yang dialami penulis selama magang adalah:

1. *Time Management* Yang Tidak Teratur

Selama menjalani masa magang, penulis menghadapi tantangan dalam mengatur waktu dengan baik antara menyelesaikan tugas-tugas magang dan mengerjakan laporan magang. Kendala ini muncul karena beban tugas magang yang cukup padat, sehingga penulis sering kali kesulitan membagi fokus dan waktu secara efektif untuk kedua tanggung jawab tersebut. Situasi ini menjadi pelajaran berharga bagi penulis dalam mengelola waktu dan prioritas di tengah tuntutan pekerjaan yang tinggi.

2. Tidak Memiliki Pengalaman Mengedit Konten Video *Ads*

Selama menjalani magang, penulis mendapat tanggung jawab untuk mengedit konten video sesuai dengan arahan direktur. Namun, penulis sebelumnya tidak memiliki pengalaman dalam mengedit video dan hanya memahami sebagian kecil dari *tools* dan fitur yang digunakan dalam proses *editing*. Tantangan ini menjadi peluang bagi penulis untuk memperluas keterampilan di bidang *editing* video selama masa magang.

Namun, penulis memiliki solusi-solusi untuk kendala tersebut. Dengan menerapkan solusi yang tepat, penulis tidak hanya mampu mengatasi kendala tersebut tetapi juga menjadikannya sebagai pelajaran berharga untuk meningkatkan kualitas kerja di masa depan. Hal ini membuat pengalaman magang semakin

bermakna dan bermanfaat dalam pengembangan diri maupun kemampuan profesional penulis. Solusi yang penulis terapkan adalah:

1. Membuat Jadwal Teratur

Untuk menghindari bentrokan antara pengerjaan tugas magang dan laporan magang, penulis menerapkan sistem pengaturan waktu yang terstruktur. Penulis mencatat jadwal kerja harian dengan detail, di mana setiap harinya, pukul 08.00–16.00 WIB difokuskan sepenuhnya untuk menyelesaikan tugas magang. Selanjutnya, pukul 16.00–17.00 WIB dialokasikan khusus untuk mengerjakan laporan magang. Dengan sistem ini, penulis dapat menjaga keseimbangan antara tanggung jawab magang dan penyusunan laporan secara efektif.

2. Inisiatif Belajar Mandiri Melalui Video *Tutorial*

Untuk mengatasi kesulitan dalam mengedit video, penulis memanfaatkan platform YouTube sebagai media pembelajaran. Penulis secara rutin mencari video *tutorial* yang relevan dengan kebutuhan desain video di Shenelin. Video-video tersebut mencakup berbagai teknik pengeditan dasar hingga tingkat lanjut, seperti penggunaan efek transisi, penyesuaian warna, dan pengaturan audio. Selain itu, penulis juga fokus pada tutorial yang membahas pemanfaatan fitur spesifik dari *software editing* yang digunakan, seperti Adobe Premiere Pro atau aplikasi lainnya. Dengan menonton tutorial ini, penulis tidak hanya memperluas wawasan, tetapi juga langsung mempraktikkan setiap langkah yang dipelajari pada proyek yang dikerjakan. Pendekatan ini secara bertahap meningkatkan keterampilan *editing* penulis sehingga mampu memenuhi standar yang diharapkan oleh perusahaan.