

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

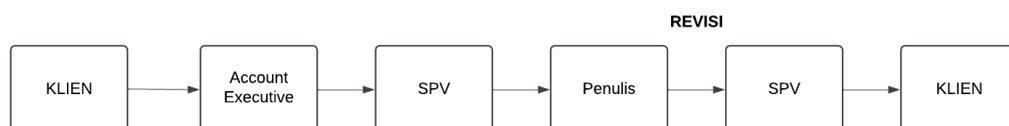
Perusahaan menetapkan posisi penulis sebagai pegawai magang dengan bekerja sama dengan salah satu pegawai yang menjadi supervisor penulis dalam kegiatan magang berlangsung. Penulis berkoordinasi dengan Creative Director dan juga Account Executive Liquid Agency.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Saat berlangsungnya proses kerja magang, penulis melakukan 2 jenis pekerjaan Desain Grafis diantaranya adalah membuat *Cover* dan juga *Carousel Post*. Pekerjaan tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan mengenai Desain Grafis. Materi visual disesuaikan dengan 2 kategori promo, yaitu *Promo Weekday* dan *Weekend*. Dari masing - masing kategori tersebut, terdapat berbagai jenis kategori produk. Contohnya adalah kategori **Murah Tiap Hari** yang menampilkan produk - produk untuk ibu rumah tangga. Lalu ada **Electronic Deals** yang menampilkan produk - produk Elektronik.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Berikut adalah pihak yang terlibat pada *workflow* penulis dalam pelaksanaan magang. Materi visual diberikan kepada Account Executive melalui klien, lalu SPV memberikan brief kepada penulis untuk dikerjakan. Setelah pengerjaan selesai, penulis melakukan revisi.



Gambar 3.1. Alur Koordinasi Liquid Agency

Setelah melakukan revisi penulis memasukkan file pekerjaan kedalam Google Drive yang sudah diberikan kepada SPV. Tahap terakhir adalah SPV memberi file tersebut untuk di cek kembali kepada client.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berisi seluruh tugas yang telah dilakukan selama pelaksanaan magang sesuai dengan *daily task* yang telah diisi dalam laman Merdeka. Buatlah juga pengantar sebelum penulisan detail pekerjaan (minimal tiga kalimat).

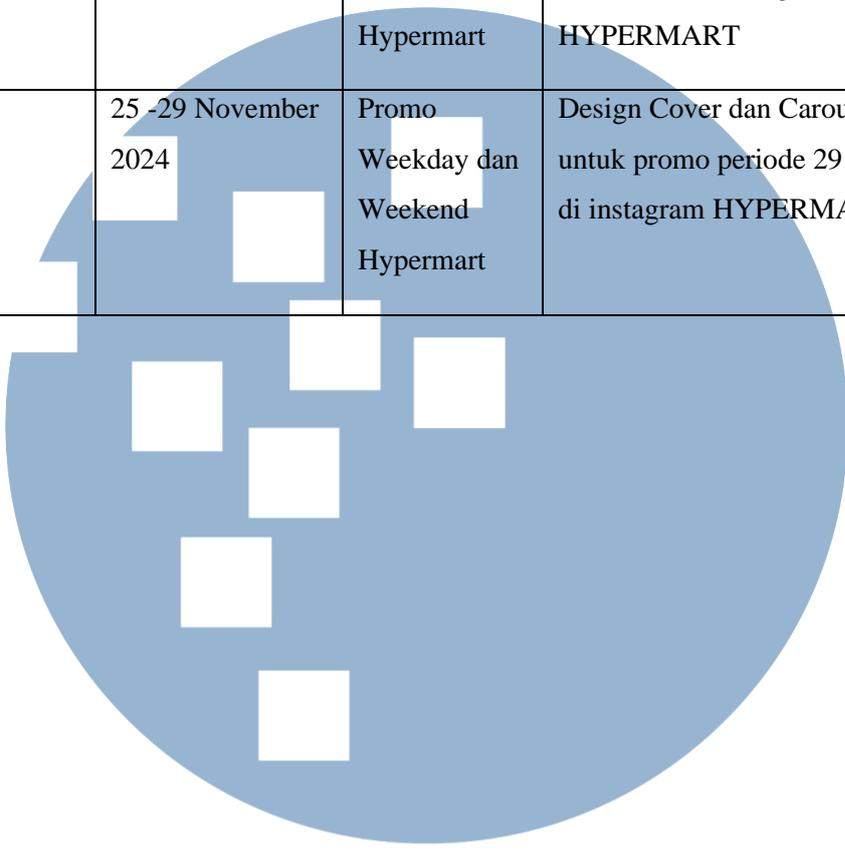
Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	12 - 16 Agustus 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 12-22 Agustus di instagram HYPERMART
2	17 - 21 Agustus 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 20-29 Agustus di instagram HYPERMART
3	22 - 30 Agustus 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 23-29 Agustus di instagram HYPERMART Design IG Story untuk promo periode 30 AGS - 5 SEP di instagram HYPERMART
4	2- 6 September 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design IG Story (PROMO FRESH, ELECTRONIC CLEARANCE SALE) untuk promo periode 3 - 5 SEP di instagram HYPERMART

			Design IG Story dan Caraousel Post untuk promo periode 6 - 12 SEP di instagram HYPERMART
5	9 - 13 September 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design IG Story dan Caraousel Post untuk promo periode 10 - 12 SEP di instagram HYPERMART Design IG Story dan Caraousel Post untuk promo periode 13 - 19 SEP di instagram HYPERMART
6	17 - 23 September 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design IG Story dan Caraousel Post untuk promo periode 20 - 26 SEP di instagram HYPERMART Design IG Story dan Caraousel Post untuk promo periode 24 - 26 SEP di instagram HYPERMART
7	24 Sep - 1 Oktober 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design IG Story dan Caraousel Post untuk promo periode 24 - 26 SEP di instagram HYPERMART Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 1 - 3 OKT di instagram HYPERMART
8	2-9 Oktober 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 1 - 10 OKT di instagram HYPERMART

9	14-18 Oktober 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 15 - 17 OKT di instagram HYPERMART Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 18 - 24 OKT
10	21-25 Oktober 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 22 - 31 OKT
11	28 Okt - 1 Nov	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 29 - 31 OKT Design Cover BARU dan Carousel Post untuk promo periode 1 - 7 NOV
12	4 - 8 November 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 5 - 7 NOV Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 12 - 14 NOV
13	11 - 15 November 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 12 - 14 NOV Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 15 - 21 NOV
14	18-22 November 2024	Promo Weekday dan	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 19-28

		Weekend Hypermart	November di instagram HYPERMART
15	25 -29 November 2024	Promo Weekday dan Weekend Hypermart	Design Cover dan Carousel Post untuk promo periode 29 NOV-5 DES di instagram HYPERMART



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang, penulis melakukan brainstorming untuk menemukan ide dan untuk memberi hasil yang memuaskan kepada klien. Proses yang penulis lakukan dimulai dari pembuatan konsep desain, revisi, dan finalisasi. Berikut adalah tugas-tugas yang dikerjakan oleh penulis dengan proses yang dilalui.

3.3.1 Daily Konten Visual untuk Promosi Produk Pada Sosial Media Instagram Brand Hypermart

Dalam setiap kategori produk, penulis harus membuat logo dari setiap kategori produk. Elemen visual yang terdapat dalam logo tersebut antara lain adalah tipografi, *shape* dan warna.



Gambar 3.2 Lampiran Tipografi Logo Produk

Berikut adalah penerapan tipografi dalam logo kategori produk. Tipografi yang digunakan antara lain adalah DIN Pro Bold, Cooper Black, Amertha, BEBAS NEUE BOLD. Penggunaan tipografi tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya tarik audience.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Dalam pembuatan cover, terdapat *copywriting* yang bertujuan untuk meningkatkan aksi pembelian produk kepada *audience*. Penulis diminta memasukkan *copywriting* yang sudah dibuat oleh tim *copywriter* kedalam key visual tersebut. Proses yang pertama adalah menyesuaikan penempatan teks agar terlihat proporsional.



Gambar 3.3 Font Copywriting

Copywriting tersebut menggunakan warna yang berbeda beda, warna yang digunakan harus sesuai dengan arahan *Creative Director*. Penggunaan font pada *copywriting* ini menggunakan font *BEBAS NEUE BOLD*. Setelah sudah di cek kembali oleh supervisor, penulis biasanya melakukan revisi pada *copywriting*. Revisi tersebut hanya mengganti kalimat yang sudah diganti oleh tim *copywriter*.

U M N
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

Berikut adalah cover dan carousel post untuk materi promosi di Instagram Hypermart Indonesia. Materi visual yang dibuat dengan jumlah 1-10 kategori promo produk.



Gambar 3.4 Lampiran Karya 1

Software yang digunakan untuk pekerjaan ini adalah Adobe Illustartor. Pembuatan cover dibantu atau diarahkan oleh Art Director. Periode pengerjaan 16 Agustus 2024 s/d 26 September 2024.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.2 Daily konten (Instagram Story untuk Promo Weekday dan Weekend brand Hypermart

Konten promo weekday dan weekend dengan format Instagram Story. Terdapat 1 -10 Kategori produk dalam promo ini. Masing – masing kategori produk terdapat 3-4 produk yang akan ditampilkan dalam template key visual tersebut. Penulis juga harus menyesuaikan penulisan tanggal untuk periode promo dalam brand Hypermart.



Gambar 3.5 Lampiran Karya 2

Periode pengerjaan : 6 September Agustus 2024 s/d 19 September 2024. Proses pengerjaan menggunakan Adobe Illustrator. Setelah pekerjaan selesai, penulis melakukan revisi serta mengecek kembali gambar serta teks yang dimasukkan sudah sesuai atau tidak.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.2.1 Cover & Carousel Post untuk Promo Weekday dan Weekend

Dalam pengerjaan key visual *Cover & Carousel Post* untuk brand Hypermart, penulis menggunakan beberapa teknik dalam design untuk meningkatkan engagement , diantaranya adalah CTA (*Call to Action*). Menurut Gondokusumo (2024), *call to action* adalah suatu gambar, tulisan, atau ucapan yang mendorong audiens atau pengunjung website untuk melakukan *action*.



Gambar 3.6 Call to Action

Contoh CTA yang digunakan pada salah satu proyek magang penulis adalah: “Cek sekarang”. CTA tersebut berfungsi untuk mengajak para pembeli untuk melihat produk dan melakukan aksi pembelian pada produk. Yang kedua adalah *Typography*, Teknik desain ini merupakan pemilihan dan pengaturan huruf atau teks sebagai elemen visual dalam suatu desain.

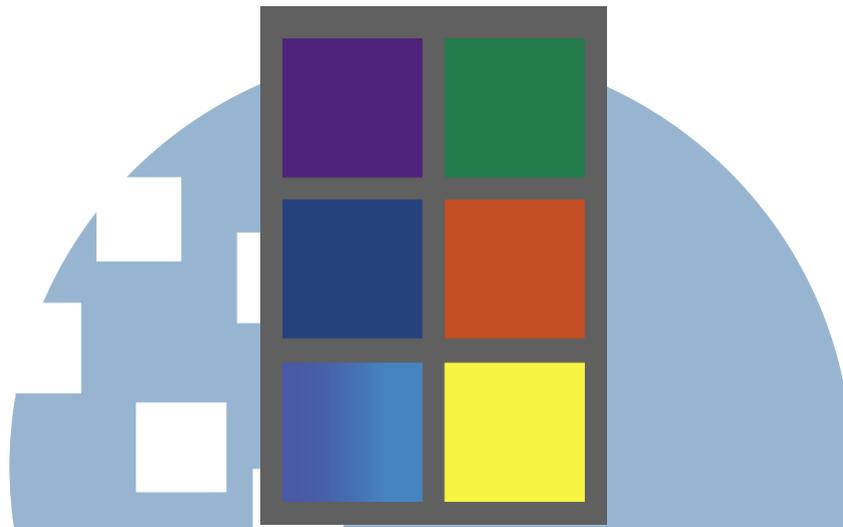
Poppins Black
Gotham Book

DIN Pro Bold
DINBEK Bold

Gambar 3.7 *Typography*

Menurut Assidiq (2023), teknik tipografi tidak hanya mempertimbangkan penampilan dan kesan visual, tetapi juga memperhatikan aspek daya tarik, keterbacaan pada pembaca yang jelas, serta maksud pesan yang ingin disampaikan. Contoh jenis tipografi yang penulis gunakan pada materi visual antara lain adalah : *Poppins Black*, *Gotham Book*, *DIN Pro Bold*, dan *DINBEK Bold*.

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



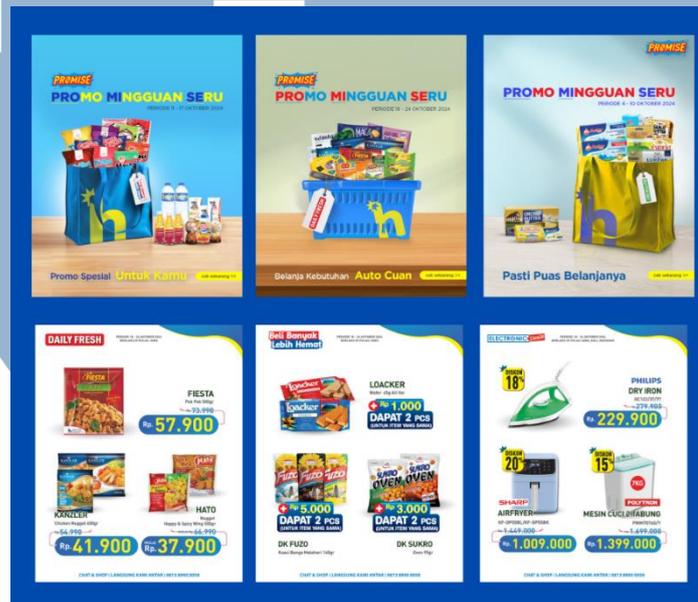
Gambar 3.8 *Color Pallette*

Menurut Rustang (2024) untuk menciptakan kesan yang menarik, aspek yang sangat penting dalam pengerjaan design adalah *Color Pallette*, *Color Pallette* merupakan suatu kombinasi warna yang digunakan oleh desainer saat mendesain. Jika digunakan dengan benar, color pallette dapat berfungsi untuk membentuk suatu fondasi visual pada brand. Contoh penerapan color pallette yang penulis gunakan adalah seperti ini : *Color Pallette* juga membantu menjaga konsistensi, dan membuat visual menjadi lebih menarik secara estetika dan menyenangkan untuk dilihat.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Layouting visual, Menurut Donald Norman, seorang ahli desain, layout merupakan visual yang terbentuk dari beberapa elemen dalam desain grafis. Penulis membuat key visual cover ini dengan konsep tas belanja atau keranjang belanja. Konsep tersebut bertujuan untuk menciptakan kesan menarik kepada audience.

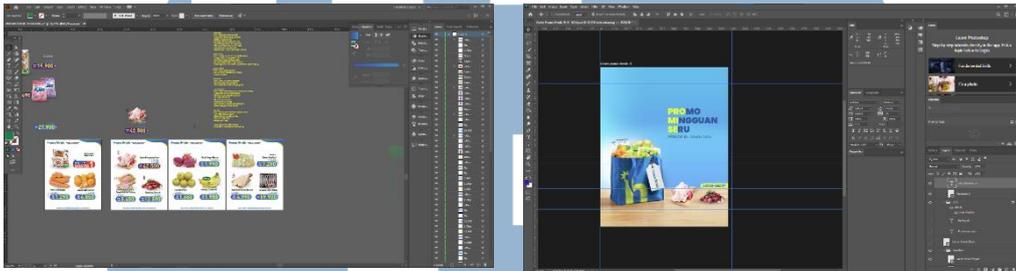


Gambar 3.9 Lampiran Karya 3

Layout ini nantinya akan membantu user atau audiens untuk lebih memahami dan dapat berinteraksi dengan desain tersebut. Periode pengerjaan : 4 Oktober 2024 s/d 24 Oktober 2024.

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Dalam layouting, mandatory yang ada dalam visual ini diantaranya adalah gambar produk, harga produk dan juga periode promo. Pengerjaan carousel post ini dibantu oleh Account Executive dengan membuat list produk sesuai kategori masing - masing.



Gambar 3.10 Proses pengerjaan 2 dan 3

Software untuk pekerjaan ini menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Proses pengerjaan yang penulis lakukan adalah membuat *Artboard* sesuai dengan jumlah yang sudah di list pada *Account Executive*. Setelah itu penulis mengimport gambar produk dan juga memasukkan harga produk. Penulis juga mengganti logo dan tanggal periode promo sesuai dengan kategorinya masing – masing. Dalam pembuatan cover penulis juga diberi arahan untuk mengatur kualitas gambar produk agar terlihat lebih jelas dan menyatu dalam mood key visual tersebut.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.2.2 New Key Visual Promo Weekday dan Weekend

Projek besar yang penulis kerjakan adalah mengubah template menjadi lebih simple serta dan minimalis, objek utama yang terdapat pada Key Visual ini merupakan Shape persegi dengan beragam warna.



Gambar 3.11 Lampiran Karya 4

Warna tersebut merepresentasikan berbagai macam kategori produk. Contohnya seperti warna hijau yang melambangkan produk buah buahan segar. Periode pengerjaan : 1 November 2024 s/d 7 November 2024.

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

Proses pengerjaan pada key visual ini menggunakan Adobe Photoshop, periode promo ini dibuat untuk periode bulan November.



Gambar 3.12 Proses Pengerjaan Karya 4

Proses pertama yang penulis lakukan adalah melayouting gambar produk, dan elemen visual lainnya dengan tools Rules, setelah itu penulis memasukkan gambar produk serta layouting agar tidak terlihat White Space atau bagian yang kosong. Proses terakhir yang penulis lakukan adalah revisi warna pada background dan juga elemen shape yang mewakili kategori produk.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.2.3 Key Visual Kategori Promise (Promo Mingguan Seru)

Key visual ini merepresentasikan tentang promo mingguan seru atau Promise. Untuk meninggalkan kesan emosional yang seru dan ceria, color pallete yang digunakan pada visual ini adalah warna kuning dan merah.



Gambar 3.13 Lampiran Karya 5

Periode pengerjaan : 8 November 2024 s/d 6 Desember 2024, dalam key visual ini terdapat sebuah elemen “penegasan” seperti shape icon yang merepresentasikan keseruan atau kemeriahan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Proses pengerjaan key visual menggunakan software Adobe Illustrator, dalam Key Visual ini penulis memasukkan gambar dan harga produk yang sudah di list oleh Account Executive.



Gambar 3.14 Proses Pengerjaan Karya 5

Penulis juga melakukan layouting gambar produk serta elemen visual lainnya seperti shape harga, dll. Penulis juga melakukan revisi terhadap gambar produk. Gambar produk biasanya sudah tidak update dan juga blur. Penulis harus menunggu file jpeg/png dari client untuk melakukan revisi, oleh karena itu pengerjaan ini biasanya memakan waktu 1-5 jam.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Pada pelaksanaan magang, penulis tentu menemukan beberapa kendala dalam bekerja, terutama dalam manajemen waktu, ketelitian dalam bekerja, serta fokus dalam mengedit visual dalam jumlah yang terhitung banyak.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala yang penulis alami diantaranya adalah merevisi konten visual, contohnya seperti mengganti template yang tidak disetujui oleh client, merevisi harga produk dan merevisi typo pada penulisan periode promo dan juga penulisan nama produk.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Solusi yang penulis ajukan terutama untuk client dan juga perusahaan adalah mengirim file master yang sudah final. Hal tersebut dapat menghambat pekerjaan penulis karena banyak perubahan yang secara tiba tiba/ waktu yang tidak tentu.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA