

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

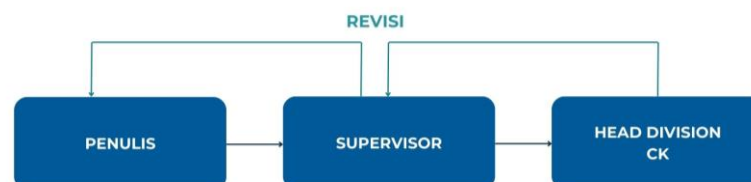
#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

##### Kedudukan Pelaksanaan Magang

Pada Internship ini, penulis ditempatkan di departmen marketing dengan posisi sebagai desainer grafis. Desainer diletakkan di departmen marketing karena kedua divisi tersebut saling berkorelasi dengan satu sama lain. Marketing berfokus pada pengurusan KOL, pemberian ide marketing, analisa, dan lain sebagainya, sedangkan desainer grafis bertugas untuk pembuatan visualisasi dari ide marketingnya.

##### Koordinasi Pelaksanaan Magang

Pada perusahaan KCG ini, penulis utamanya melakukan koordinasi dengan *supervisor*. Setelah sudah disetujui dan dianggap aman oleh *supervisor*, maka proyek/kerja akan di serahkan kepada *head division Charles & Keith*. Apabila tugas ada revisi, maka *head division* akan memberikan penjelasan revisi ke *supervisor* yang kemudian akan diterima balik oleh penulis. Ketika sudah sesuai dengan kriteria dari *head division*, maka penulis akan mengunggah karya tersebut.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan seluruh tugas yang telah dilakukan selama pelaksanaan magang penulis. Tugas ini berlangsung mulai dari tanggal 22 Juli sampai 21 Januari 2024. Tugas/proyek utama penulis merupakan perancangan E-log. Namun, terdapat tugas-tugas tambahan lainnya, seperti pembuatan konten *story* dan *feeds Instagram*, pembuatan video untuk proyek launching, dan lain sebagainya yang dijabarkan sebagai berikut.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	22 – 26 Juli 2024	Thumbnail Cover Feeds (Instagram)	Membuat cover untuk beberapa reels instagram @charleskeith_styleclub
		Fall Event Launch	Mulai mendesain PPT untuk 2024 Fall Trends dan invitation untuk event launching Fall
2	29 – 2 Agustus	Fall Event Launch	Mendesain PPT Fall top-trends dan RTW Fall Trends, Mendesain dan mengedit video untuk Fall top Trend (Selling brief, handling project, trending color, trending detail, construction)
3	5 – 9 Agustus	Story (Instagram)	Mendesain konten video untuk story Instagram “What’s inside Ida Knitted Striped Hobo Bag”
		Fall Event Launch	membantu tim untuk hari H acara launching product Fall CK: membantu dekorasi/ menghias backdrop, Membuat PPT Games, memasukkan video ke PPT untuk tampilan acara launching Fall CK, dan membantu tim konsumsi.
4	12 – 16 Agustus	Fall Event Launch	Membuat poster Fall 2024 dan edit foto-foto acara Launching Fall 2024
5	19 – 23 Agustus	Fall Event Launch	Melanjutkan proses pengeditan foto

		Story (Instagram)	Membuat story instagram CK (must have bags) dan stoty motion graphic
6	26 – 30 Agustus	Story (Instagram)	Desain konten story instagram "Summer Outfit" dan "Virgo Fashion Style."
7	2 – 6 September	Story (Instagram)	Desain konten story instagram "Walk the Walk," dan "Trending fall Item"
		Best Dress Award	Melakukan video editing untuk CK "Best Dress Award" September
8	9 – 13 September	Best Dress Award	Membuat poster untuk "Best Dress Award" September
		E-log (W38)	Membuat draft dan mulai layouting untuk E-log "Tech-Noir Dynamics"
9	16 – 20 September	E-log (W38)	Revisi dan upload E-log "Tech-Noir Dynamics"
		Catalog (Sunglasses)	Mulai menyusun product yang akan dimasukkan ke dalam catalog sunglasses
		Story (Instagram)	Mendesain story instagram untuk "Welcome Fall"
10	23 – 27 September	E-log (W40)	Membuat draft dan mulai layouting untuk E-log "Just Set the Date"
		Brand News	Mengajukan beberapa alternatif artikel dan membuat 6 feeds brand news mengenai "SKIMS Pop-up"
11	30 – 4 Oktober	E-log (W40)	<i>Finishing</i> E-log "Just Set the Date"
		MTD	Mengupdate data list <i>MTD Best seller bags &amp; Shoes</i>
		Brand News	Membuat beberapa alternatif artikel dan membuat 6 feeds brand news mengenai "Onitsuka Tiger 75 <sup>th</sup> anniversary"

12	7 – 11 Oktober	Winter Launch Party	Membuat invitation Winter Launch Party (poster, video)
		E-log (W42)	Membuat draft dan mulai layouting untuk E-log “Luxe City Life”
		Brand News	Mengajukan beberapa alternatif artikel dan membuat 6 feeds brand news mengenai "Roger Vivier Pop-up"
13	14 – 18 Oktober	E-log (W42)	<i>Finishing</i> E-log “Luxe City Life”
		Winter Launch Party	Membantu dekorasi untuk acara winter launch party, repacking Halloween snack
		Brand News	Mengajukan beberapa alternatif artikel dan membuat 6 feeds brand news mengenai "Marc Jacobs flagship store”
14	21 – 25 Oktober	MTD (W42)	Mengupdate data list <i>MTD Best seller bags &amp; Shoes last week (week 42)</i>
		E-log (W44)	Membuat draft dan mulai layouting untuk E-log <i>Halloween Theme : “Dark Whisperer”</i>
		Brand News	Mengajukan beberapa alternatif artikel dan membuat 6 feeds brand news mengenai "Fendi Flagship”
15	28 – 1 November	MTD (W43)	Mengupdate data list <i>MTD Best seller bags &amp; Shoes last week (week 43)</i>
		E-log (W44)	<i>Finishing</i> E-log <i>E-log Halloween Theme : “Dark Whisperer,”</i>
		Brand News	Mengajukan beberapa alternatif artikel dan membuat 6 feeds brand news mengenai "Louis Vuitton pop up in Jakarta”

16	4 – 8 November	MTD (W44)	Mengupdate data list <i>MTD Best seller bags &amp; Shoes last week (week 44)</i>
		Brand News	Mengajukan beberapa alternatif artikel dan membuat 6 feeds brand news mengenai "Hermez"
		E-log (W44)	Plan elog Week 46, "Nostalgic revival"
		Markdown	Membuat layout dan input data untuk <i>Markdown</i> bagian <i>bags</i>
		EDM	Membuat layouting untuk EDM Week 46
17	11 – 15 November	MTD (W45)	Mengupdate data list <i>MTD Best seller bags &amp; Shoes last week (week 45)</i>
		E-log (W46)	Desain dan upload elog Week 46, "Nostalgic revival"
		Brand News	Mengajukan beberapa alternatif tema artikel untuk brand news (Lacoste Holiday Display)
		Poster	Membuat poster untuk etika penggunaan toilet
		EDM	Membuat layouting untuk EDM Week 47
18	18 – 22 November	MTD (W46)	Mengupdate data list <i>MTD Best seller bags &amp; Shoes last week (week 46)</i>
		E-log (W48)	Desain dan upload elog Week 48, "Style Captured"
		Brand News	Mengajukan beberapa alternatif tema artikel untuk brand news (Manolo Bhanik)

Tabel 3. 1 Tabel Tugas yang Dilakukan

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Berikut merupakan proses secara rinci mengenai proyek-proyek yang dilakukan penulis :

### **3.3.1 E-log (E-Magazine) Week 44**

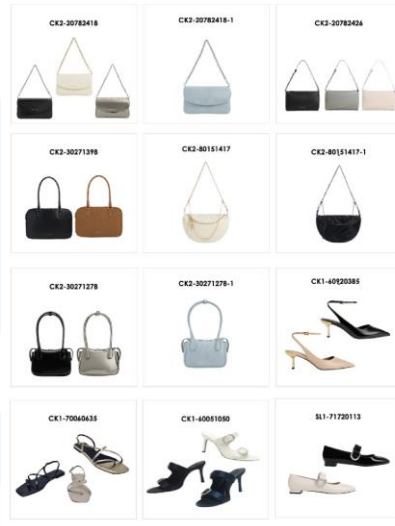
Perancangan E-log ini merupakan tugas yang dilaksanakan setiap 2 minggu sekali dengan batas waktu pengerjaan 1 minggu. E-log memiliki beberapa konten, yakni: *editorial*, konten yang menunjukkan beberapa produksi keluaran baru tas dan sepatu Charles & Keith; *styling tips*, menunjukkan beberapa tema outfit yang cocok dengan sepatu dan tas CK; *Most favorite item*, menunjukkan berbagai produk kesukaan pelanggan pada minggu itu; dan *shoe size guide*, ukuran sepatu.

Pada E-log untuk week 44 ini, berhubungan dengan tema Halloween. Terdapat beberapa tahap yang harus dilakukan agar perancangan E-log week 44 ini dapat disusun secara baik dan masih sesuai dengan *brand image* Charles & Keith, yakni sebagai berikut:

#### **Briefing Production List (PD List)**

Pada awalnya, penulis mendapatkan informasi mengenai beberapa produk yang akan diproduksi di minggu depannya beserta briefing tema dari *head division*, dan tema yang diinginkan berhubungan dengan Halloween, oleh karena itu, penulis memilih beberapa bags dan shoes yang cocok dengan tema tersebut.

**NEW ARRIVAL**  
RABU, 30 OKTOBER 2024



Gambar 3. 2 Contoh PD List New Arrival  
Sumber: PT Kurnia Ciptamoda Gemilang

### Penentuan Konsep dan Tema (Draft)

Pada tahap ini, penulis melakukan tahap *brainstorming* untuk membuat konsep perancangan majalah katalog. Untuk konsep pada week 44 ini, penulis memutuskan untuk membuat tema dengan konsep yang menyeramkan dan *gloomy*, namun tetap minimalis agar menyesuaikan dengan identitas Charles & Keith. Agar majalah juga mendapat kesan yang misterius, penulis memberikan judul “Dark Whisperer.”



Gambar 3. 3 Gambaran Konsep dan Tema Elog Week 44

Pemilihan *styling tips* juga disesuaikan dengan hal tersebut. Berikut merupakan tema *styling tips* yang dipilih beserta penjelasannya :

*Midnight Glam:* outfit mewah/glamor dengan nuansa gelap, memberikan kesan *bold* dan berani, sehingga cocok dipakai untuk pesta malam hari. Agar melengkapi *outfit* tersebut, penulis memadukannya dengan tas *Caia Metallic Front Flap Shoulder Bag* dan *Emmy Pointed-Toe Stiletto Pumps*.

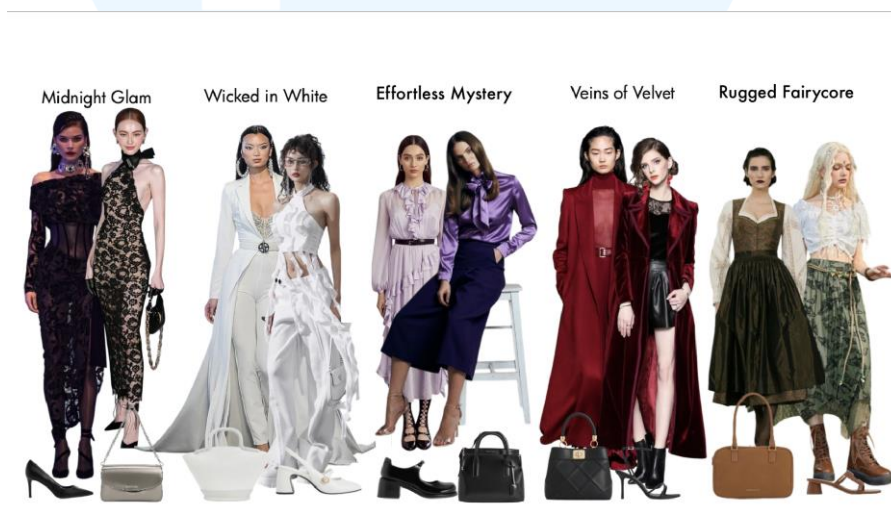
*Wicked in White:* Gaya putih klasik ini memberikan *looks* yang anggun, namun dengan nuansa mistis dan sedikit *edgy*. Untuk memperkuat *outfit*, diberikan tas dengan sepatu warna putih dengan bentuk yang unik, seperti *Pearl-Accent Mary Jane Pumps* dan *Fan Double Handle Tote Bag*.

*Effortless Mystery:* Menunjukkan gaya outfit sederhana namun tetap menunjukkan keanggunan, dengan perpaduan warna lavender dan navy yang menunjukkan perempuan misterius yang berkelas. Untuk memperkuat *outfit*, cocok dipadukan dengan tas dan sepatu minimalis bernuansa gelap. Disini, penulis memilih *Eleni Quilted Top Handle Bag* dan *Rooney Buckled Block-Heel Mary Janes*.



*Veins of Velvet*: Menunjukkan *outfit* berhubungan dengan karakter *Dracula*, yang seringkali identic dengan nuansa merah gelap dan hitam berbahan *velvet* , sehingga menunjukkan kemewahan, berani dengan sedikit sentuhan gaya *vintage*. Untuk itu, penulis memilih Satin Crystal-Embellished Stiletto-Heel Sandals dan Rene Structured Top Handle Bag untuk memperkuat kemewahan *outfit*.

*Rugged Fairycore*: *outfit* yang terinspirasi dari dongeng mistis mengenai peri dan hutan misterius. Gaya ini menggunakan warna *earthy tone*, seperti hijau dan coklat agar memberikan kesan yang tradisional dan *vintage*. Untuk itu, penulis memilih tas minimalis coklat dan heels pendek agar sesuai dengan tema tersebut. Easley Cut-Out Cylinder-Heel Mules, Sianna Bowling Bag.



Gambar 3. 4 Gambaran Konsep dan Tema Elog Week 44 (Styling tips)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Setelah penentuan *styling tips*, penulis mencari beberapa referensi dan color palette yang akan yang cocok dengan tema dan konsep penulis. Setelah disimpulkan, warna yang penulis akan gunakan paling banyak adalah warna hitam dan merah tua agar menunjukkan kesan misterius dan *bold*.



Gambar 3. 5 Gambaran Konsep dan Tema Elog Week 44 (Format layout)

Setelah konsep sudah jadi, maka *draft* tersebut akan dikirim ke *supervisor* untuk diasistensikan. Apabila sudah disetujui, maka akan lanjut ke step berikutnya

### **Pembuatan Cover**

Penulis membuat 6 cover sebagai alternatif untuk *head division* pilih. Biasanya, disini penulis mencari referensi dan foto model melalui *pinterest* dan eksekusi menggunakan aplikasi adobe illustrator, canva, atau powerpoint. Pada cover tersebut, penulis menggunakan efek-efek seperti drop shadow dan glow untuk menonjolkan penulisan judul beserta memberikan efek misterius kepada cover. Font yang digunakan adalah *Made-Coachella* dan *Angel-Rose* agar sesuai dengan majalah *elog* lainnya.

**DARK** \_\_\_\_\_ Made Coachella

*Whisperer* \_\_\_\_\_ Angel Rose

166 px | **e-log**  
FONT : Made Coachella

Gambar 3. 6 Font Judul Elog W44

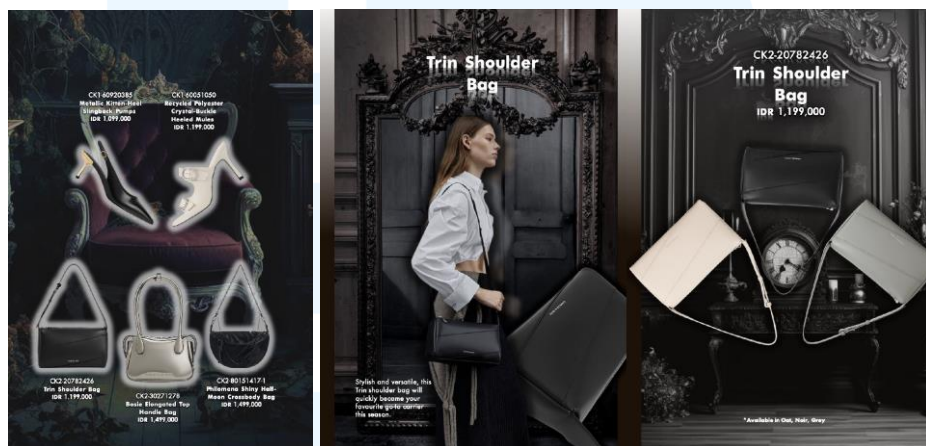
### Cover Alternatives



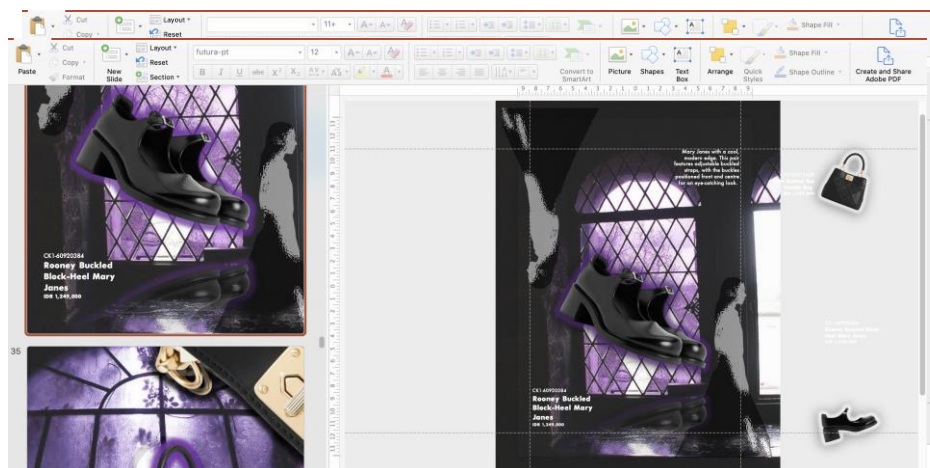
Gambar 3. 7 Cover Alternatif Elog W44

### Perancangan layout desain (Editorial)

Untuk konsep tema editorial “mystic encounters” ini, penulis mencari *background* dengan nuansa yang menyeramkan, seperti kaca dengan bayangan seram, footprints, kuburan, dan lain sebagainya. Pemilihan latar ini ditemukan melalui aplikasi Pinterest, Pexel, dan Canva. Terdapat 5 produk katalog yang terdiri dari 3 *bags* dan 2 *shoes*. Masing-masing produk katalog ini akan dijabarkan satu per satu, mulai dari penjelasan produk, harga, artikel, dan warna yang tersedia.



Gambar 3. 8 Perancangan layout desain Editorial Elog W44



Gambar 3. 9 Grid layout desain Editorial Elog W44



### Perancangan layout desain (Styling Tips)

*Midnight Glam* : Agar menciptakan nuansa mistis, penulis membuat effect glow putih pada produk dan juga penulisan. Tujuan lainnya juga untuk menjadikan kedua hal tersebut sebagai emphasis dari halaman tersebut. Kemudian, kedua model diberikan effect glow dengan warna yang gelap untuk menunjukkan aura *glam but mysterious* dari kedua model. Font yang digunakan untuk penulisan judul adalah font “Zapfino.”



Gambar 3. 10 Perancangan Layout Desain Styling Tips Elog W44

*Wicked in White*: Untuk memberikan kesan seram namun *classy*, penulis membuat layout collage dengan elemen bayangan tangan yang seakan-akan menginginkan produk tersebut. Section selanjutnya dibuat minimalis agar majalah catalog tidak terlalu ramai



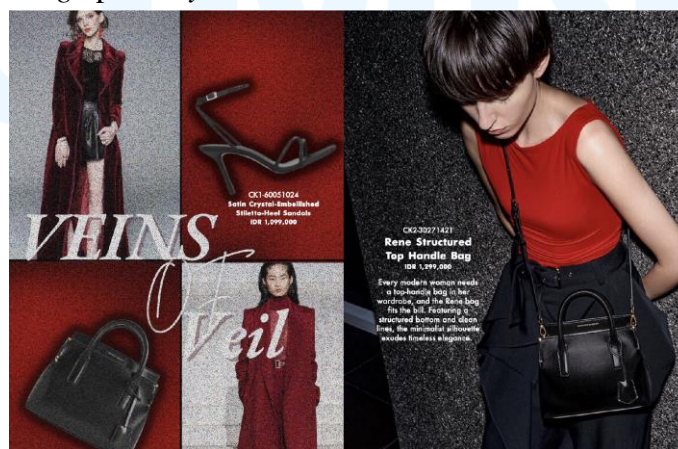
Gambar 3. 11 Perancangan Layout Desain Styling Tips Elog W44

*Effortless Mystery*: Untuk layout styling tips ini, penulis menggunakan background dengan warna ungu gelap, elemen bayangan badan perempuan, beserta efek lipatan kertas untuk memperkuat tema “misterius.” Font yang dipakai adalah gabungan antara *font sans serif bold*, “Conflict Personal Use” dan *font script* “Marker Mark” dengan efek reflection dan glow berwarna ungu tua.



Gambar 3. 12 Perancangan Layout Desain Styling Tips Elog W44

*Veins of Veil*: Pada layout tema ini, menggunakan collage dimana menunjukkan outfit secara minimalis dan menunjukkan produk dengan background merah bold agar menciptakan keseimbangan. Kemudian, efek grain dan font serif digunakan dengan tujuan untuk memperkuat unsur *vintage* pada layout.



Gambar 3. 13 Perancangan Layout Desain Styling Tips Elog W44

Rugged Fairycore: Untuk konsep styling tips ini, penulis mencari background yang memiliki kesan hutan mistis dengan elemen asap yang membuat kesan *gloomy*.



Gambar 3. 14 Perancangan Layout Desain Styling Tips Elog W44

### Perancangan layout desain (Gift Guide)

Untuk tema gift guide yang dipilih adalah *Nightfall Aura* dengan *Shadowed Canvas*. Tema “*Nightfall Aura*” merupakan tema dengan bags yang berwarna hitam dengan *hint* metallic, sedangkan *shadowed canvas* dikhususkan untuk bags dan shoes putih yang memiliki sedikit warna *black* (*multi-colored*). Untuk itu, penulis mencari *background display* yang *cocok* untuk kedua tema tersebut.



Gambar 3. 15 Perancangan Layout Desain Gift Guide Elog W44

## Perancangan layout desain (Most Loved)

Setiap hari senin, penulis akan mendapatkan informasi mengenai produk "most loved" di minggu sebelumnya. Most-loved ini terdiri dari : Heels, Flats, Wedges, Bags, dan SLGs. Pada week 44, Template dibuat menggunakan polaroid dengan *background* gelap dengan mata yang menyeramkan. Font yang digunakan adalah *font zaffino*.



Gambar 3. 16 Perancangan Layout Design Most-Loved Elog W44

## Tinjau ulang

Pada tahap ini, penulis akan melakukan tinjau ulang terhadap konten-konten e-log tersebut, untuk memastikan tidak ada kesalahan penjelasan/artikel produk. Ketika sudah dicek secara teliti, maka penulis akan *save file* tersebut dalam bentuk pdf.

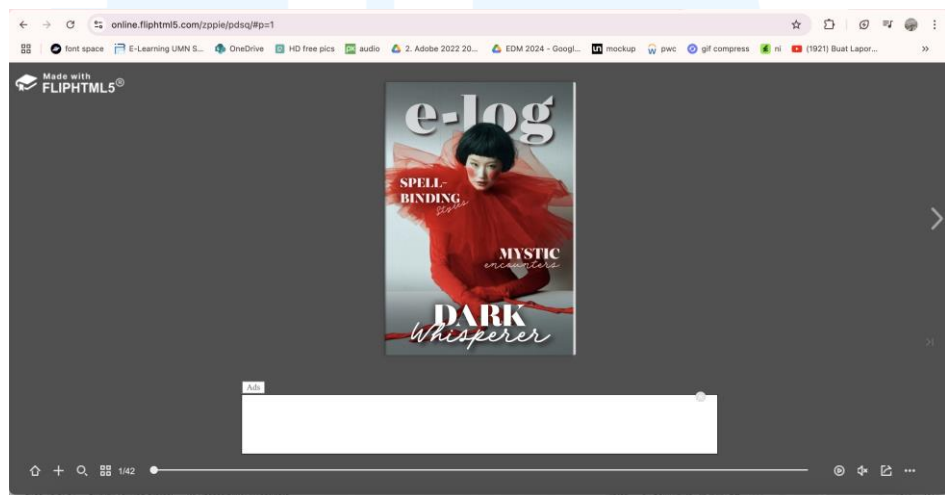
## Proses Pengecekan & Revisi

Setelah semua konten sudah dimasukkan, maka penulis akan mengajukan E-log ke *supervisor*. Dari situ, *supervisor* akan mengajukan ke *head division* yang akan menentukan apakah e-log tersebut sudah layak diunggah atau masih ada yang harus di perbaiki. Apabila ada revisi, maka akan diinfokan melalui *supervisor*, hingga sesuai dengan keinginan dari *head division*.



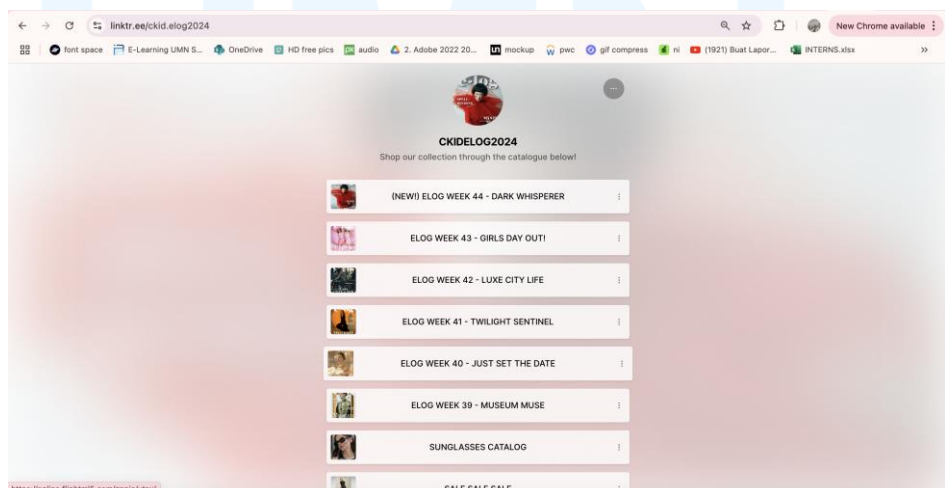
## Upload

Setelah semua sudah sesuai, maka penulis akan mengupload hasil pdf tersebut menjadi layout catalog majalah online melalui *website* fliphtml5.com, agar layout terbentuk menjadi majalah *online*. Terakhir, akan mengunggah hasil majalah katalog ke linktree CKID E-Log, sekaligus *mengupdate display picture* menjadi cover elog yang telah dibuat.



Gambar 3. 17 Upload FlipHTML5 “Dark Whisperer”

Sumber: <https://online.fliphtml5.com/zppie/pdsq/#p=1>



Gambar 3. 18 Linktree CKID E-log

Sumber: <https://linktr.ee/ckid.elog2024>

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

### 3.3.2.1 Brand News (Roger Vivier's New Pop-up)

Setiap minggu, penulis ditugaskan untuk membuat konten “Brand News”. Brand News ini merupakan tugas untuk membuat 1 konten yang berisi 6 feeds mengenai visual merchandising ataupun fashion dari brand kompetitor lainnya. Tujuannya adalah untuk menjadi inspirasi atau insight bagi *internal* KCG untuk mengembangkan brand Charles & Keith khususnya di bidang VM. Terdapat pula beberapa Langkah agar penulis dapat membuat brand news yang informatif, yakni sebagai berikut :

#### Pemilihan Konten

Untuk sistem pembuatannya, setiap hari kamis, penulis dijadwalkan untuk memberikan beberapa alternatif konten brand news ke *supervisor*. Konten ini dicari melalui artikel-artikel terpercaya di internet.

Setelah melakukan proses *browsing*, penulis menemukan beberapa artikel yang menarik untuk dijadikan konten dikarenakan pop-up nya yang berhasil menarik perhatian, yaitu Jordan yang mengusung tema “perempuan kuat dan percaya diri” dan Roger Vivier dengan pop-up yang terinspirasi dari *optical art* nya.



#### Roger Vivier unveils its exclusive VIVIER OP-TICAL pop-up in Singapore

Roger Vivier yang dikenal dengan sepatu dan aksesorinya, baru saja meluncurkan pop-up eksklusif VIVIER OP-TICAL di The Shoppes at Marina Bay Sands, Singapura. Dengan desain yang terinspirasi dari gerakan seni Op art Francis, pop-up ini menyajikan pola grafis berani dan arsitektur interior yang inovatif, termasuk dinding berwarna pink glossy dan furnitur empuk. Dikembangkan oleh direktur kreatif Gherardo Felloni, koleksi ini menampilkan reinterpretasi segar dari desain klasik Roger Vivier dengan warna dan detail baru. Di antara produk unggulannya terdapat sepatu Viv' Canard dalam suede hitam, serta tas Jewel Flower yang diperbarui dengan hiasan wol lembut dan pegangan berhiaskan perhiasan.



#### Jordan Brand Opens A Women's Only Pop-Up At Nordstrom NYC

Jordan Brand membuka pop-up khusus wanita di The Corner, Nordstrom NYC, hingga 10 November, sebagai bagian dari komitmen mereka untuk merayakan dan memperkuat peran wanita dalam budaya streetwear dan basket. Menampilkan koleksi eksklusif apparel, sepatu, dan aksesoris, pop-up ini juga menawarkan sesi "Girl Talk" setiap Kamis, yang menghadirkan diskusi antara wanita berpengaruh. D'Anna Foster, General Manager Jordan Brand untuk streetwear wanita di Amerika Utara, menekankan bahwa pengalaman ini memberikan akses kepada wanita untuk mendapatkan inspirasi dalam menata penampilan streetwear yang percaya diri dan unik, sekaligus memperluas warisan merek melalui kolaborasi dengan komunitas fashion.

Gambar 3. 19 Pemilihan Konten Brand News

## Asset

Setelah sudah dipilih oleh *supervisor*, maka akan mencari elemen yang sesuai dengan konten tersebut. Untuk itu, penulis mencari asset yang berhubungan dengan *optical illusion* dengan warna merah muda terang, beserta produk dari roger vivier sendiri yang senada dengan tema tersebut.



Gambar 3. 20 Asset Brand News Roger Vivier

## Penelusuran Isi Konten

maka akan mulai ke tahap pencarian informasi mengenai topik. Setelah sudah tahu isi-isi konten, maka akan mulai ke proses desain dan layouting 6 feeds. Berikut adalah isi konten dari pop-up Roger Vivier

### **Feeds 1:** Informasi Utama Pop-up store Roger Vivier

Feeds ini menjelaskan letak lokasi dan konsep umum dari opening pop-up store Roger Vivier. Oleh karena itu, menggunakan foto dalam tampak bagian depan dan pada bagian luar pop-up, untuk menunjukkan tempat Roger Vivier tersebut secara umum.



Gambar 3. 21 Feeds 1 Brand News Roger Vivier

### Feeds 2: Header

Feeds ini berfungsi sebagai hook untuk menarik perhatian pembaca. Untuk itu font, dibuat lebih besar sebagai header dengan efek outline dengan warna putih yang sekaligus mendukung efek *optical illusion* tersebut.



Gambar 3. 22 Feeds 2 Brand News Roger Vivier

### Feeds 3: Asal Muasal Konsep Pop-Up

Pada feeds ini, menjelaskan mengenai desainer dari pop-up tersebut beserta inspirasi nya. Untuk melengkapi isi konten tersebut, maka disertai dengan foto layout dari tempat tersebut dan desainer Gherardo Felloni.



Gambar 3. 23 Feeds 3 Brand News Roger Vivier

### Feeds 4: Koleksi Sepatu Eksklusif

Pada feeds ke-4 ini, menampilkan koleksi sepatu eksklusif Roger Vivier dengan sentuhan op art pada sepatu. Desain feeds ini menggunakan beberapa foto sepatu dengan elemen spiral dan latar belakang yang geometris untuk menonjol dan mendukung produk tersebut.



Gambar 3. 24 Feeds 4 Brand News Roger Vivier

### Feeds 5: Inovasi Tas Terbaru Roger Vivier



Memperkenalkan salah satu *highlight* koleksi tas terbaru pada Roger Vivier di pop-up ini, yang dihadirkan dengan desain hitam-putih dengan tekstur yang unik. Dengan berbagai elemen spiral beserta bunga bewarna hitam-putih, membuat efek psikadelik yang kuat, sehingga mendukung produk dari Roger Vivier tersebut.



Gambar 3. 25 Feeds 5 Brand News Roger Vivier

### **Feeds 6 : Edisi Terbatas Koleksi Sepatu**

Pada feeds ini, membuat desain dengan penggunaan elemen bunga yang memberikan kesan feminim dan bold, dengan penggunaan efek drop shadow untuk menonjolkan produk.



Gambar 3. 26 Feeds 6 Brand News Roger Vivier

## Proses Pengecekan & Revisi

Ketika feeds sudah jadi, maka akan mengirim file ke grup intern yang akan di cek oleh *head division Charles & Keith* langsung. Dan ketika sudah sesuai, maka akan di upload oleh *supervisor* di kemudian harinya.

### 3.3.2.2 Proyek Fall Launching (Bridgerton)

Proyek *Fall Launch* ini berjalan sekitar 7 Juli - 22 Agustus 2024. Disini, pekerjaan penulis yang berhubungan dengan desain, meliputi : *edit video*, desain poster, PPT dan *edit foto*.

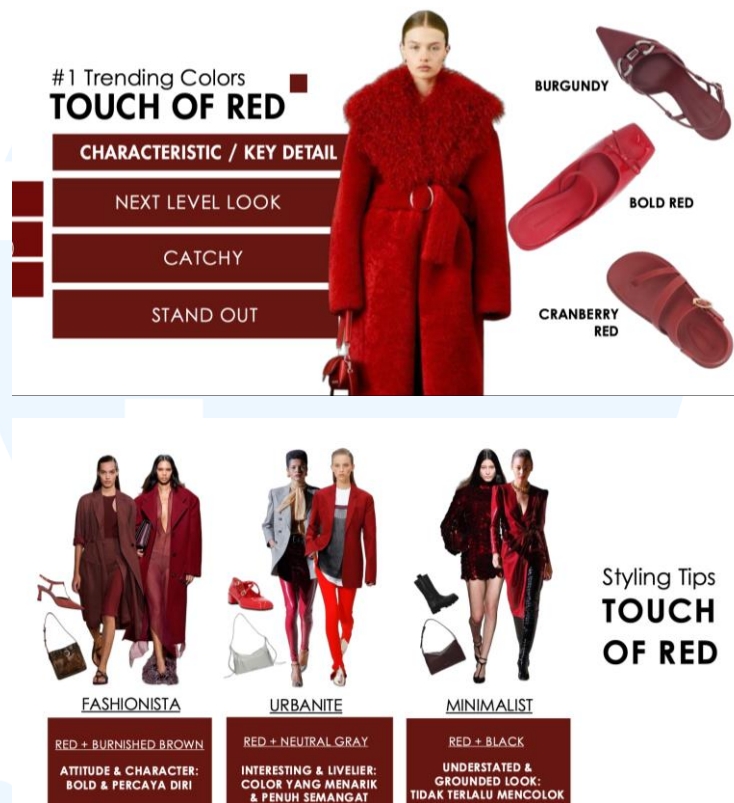
#### 3.3.2.2.1 Desain PPT Key Visual Fall Trend

Desain powerpoint ini merupakan acuan/*key visual* untuk berbagai konten yang ada. Pada pengerjaan PPT ini, penulis berkontribusi dalam pembuatan desain PPT nya agar mudah dimengerti. Segala *asset* dan konten yang ingin dimasukkan sudah disiapkan dari atasan dalam bentuk *powerpoint*.



Gambar 3. 27 Briefing PPT Fall Trend

Setelah mendapat *briefing* dari atasan, Langkah selanjutnya adalah Pembuatan desain. Agar PPT mudah dibaca, penulis membuat desain yang minimalis. Untuk font, menggunakan *century gothic* untuk isi dan *futura* untuk *headernya*

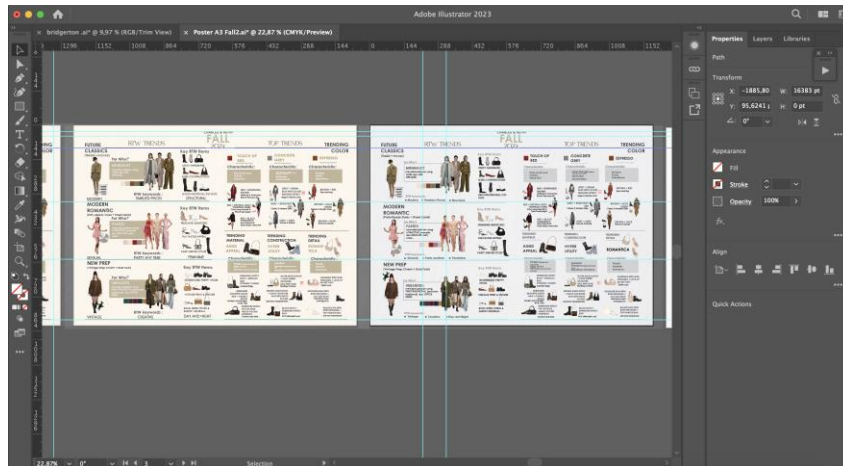


Gambar 3. 28 Contoh PPT Fall Trend

### 3.3.2.2.2 Poster Fall 2024

Setelah konten desain PPT sudah dibuat, penulis ditugaskan untuk membuat poster untuk Fall 2024. Isi dari poster ini adalah kumpulan informasi yang sudah dibuat dari PPT sebelumnya. Untuk itu, penulis mengajukan desain minimalis dengan warna-warna *neutral*, sehingga cocok dengan brand *Charles & Keith*. Aplikasi yang digunakan untuk desain poster ini adalah *adobe Illustrator*.





### 3.3.2.2.3 Edit Video

Gambar 3. 29 Hasil dan Proses pengerjaan Poster Fall 2024

Untuk proyek Fall Launching ini, penulis ditugaskan untuk melakukan video editing. Tugas video ini dimulai dari briefing oleh atasan dan pemberian *asset* video. Video mentahan ini berisi konten *video talent* dan beberapa alternatif *close-up shots* dari produk sepatu dan tas Charles & Keith. Terdapat 5 video yang harus diedit, yakni: *Trending Colors*, *Trending Costruction*, *Selling brief*, *Trend Material*, *handling object* dan *Trending Detail*.

*Trending Color:* video ini menjelaskan mengenai 3 warna yang sedang tren di kalangan dunia fashion, yaitu touch of red, concrete grey, dan espresso. Setiap section dari trending color diberikan close-up agar menjelaskan seperti apa warnanya ketika diimplementasikan ke dalam shoes dan bags. Kemudian, setelah itu akan menjelaskan styling tips dari setiap warna tersebut. Tugas penulis untuk trending color ini adalah membuat motion graphic, menyatukan video, memilih close-up yang cocok untuk dimasukkan, edit background dan video.

*Trending Material:* Menjelaskan mengenai salah satu material yang sedang tren, yaitu Aged Appeal. Pada video tersebut dijelaskan 3 karakteristik dari material tersebut, beserta *styling tips* untuk para *minimalist, fashionista, dan urbanite*. Pada video tersebut, tugas penulis adalah untuk melakukan edit video (cutting, compiling, dsb), membuat motion graphic, *edit object display product*, dan gambaran *styling tips Aged Appeal*.

*Trending Construction:* Menjelaskan mengenai salah satu trend construction, yaitu Hyper Utility. Sama seperti trending material, video ini menjelaskan 3 karakteristik beserta 3 styling tips, untuk para *minimalist, fashionista, dan urbanite* dari *Trend Construction Hyper Utility*.

*Selling Briefing:* Merupakan video panduan untuk menjual produk dengan trending color touch of red. Tugas yang dilakukan penulis pada video ini adalah memberikan *subtitle, motion graphic*, dan edit video close-up.

*Handling Objection:* Menjelaskan mengenai panduan cara menangani *customer* yang memiliki keraguan terhadap material *aged appeal*. Tugas penulis pada video *handling objection* ini adalah memberikan *subtitle, motion graphic (QnA)*, dan edit object penambahan *display product*.

### Template Motion Graphic

Masing-masing dari video memiliki video opening yang dibuat secara motion graphic. Oleh karena itu, langkah awal yang diambil penulis adalah dengan mencari dan membuat asset-asset yang diperlukan.

Fall launching ini memiliki tema yang terinspirasi dari film *bridgerton*, yaitu film dengan konsep bangsawan Inggris pada abad ke-18. Karena hal tersebut, penulis membuat elemen-elemen kerajaan dengan warna emas agar menciptakan desain yang megah. Dan karena film nya yang identik dengan bunga, penulis mencari *asset* bunga lavender melalui website *freepik*.



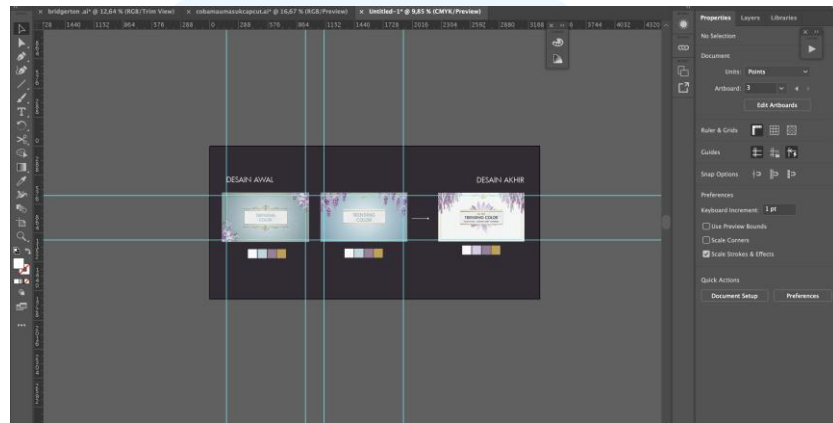
Gambar 3. 31 Asset Fall 2024



Gambar 3. 30 Asset Freepik untuk Fall Launch

Sumber Gambar : Freepik

Setelah asset sudah dikumpulkan, penulis mencoba untuk membuat beberapa alternatif desain melalui aplikasi *adobe Illustrator*. Hasil yang dipilih adalah desain yang paling minimalis agar masih sesuai dengan brand.



Gambar 3. 32 Proses Pengerjaan Desain Header Video

Setelah pembuatan desain, maka lanjut ke proses motion graphic dengan menggunakan aplikasi *capcut*. Disini, keyframe yang dipakai adalah rotation dan perubahan position agar menciptakan efek bergerak dengan tujuan untuk menarik perhatian penonton.



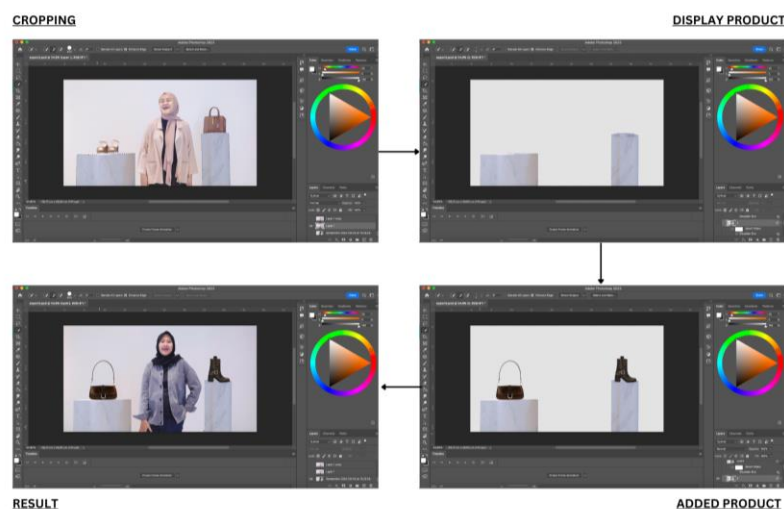
Gambar 3. 33 Desain Header Video

## Edit Object

Pada beberapa video, terdapat *background* yang masih kosong, sehingga penulis ditugaskan untuk memberikan sebuah *display product* agar *background* tidak terlihat terlalu polos. Langkah awalnya, penulis mencari video yang memiliki *display product*. Setelah itu, penulis menggunakan *tools magic wand* dari aplikasi *adobe photoshop* untuk melakukan proses cropping tempat *displaynya*. Setelah sudah di crop, penulis menggunakan produk tas atau sepatu dari key visual, sesuai dengan tema dari video tersebut dan diberi efek *drop shadow* pada display.



Gambar 3. 34 Sebelum edit object



Gambar 3. 35 Proses edit object

## Closeup

Tujuan terdapat close up pada beberapa video, seperti trending color dan material ini adalah untuk menampilkan *detail* untuk beberapa *shoes and bags CK*. Penulis melakukan proses *cropping* video dari beberapa footage close-up untuk menjadi satu kesatuan yang estetik. Volume lagu pun dinaikkan untuk menumbuhkan suasana. Asset yang digunakan untuk video ini adalah elemen border.



Gambar 3. 36 Closeup Product

## Styling Tips

Styling tips terdiri dari 3 kategori, yaitu minimalist, urbanite, dan fashionista. Penulis menggunakan asset yang sama untuk membuat template background dari konten styling tips, agar serasi dengan pembukaan dan penutup video.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

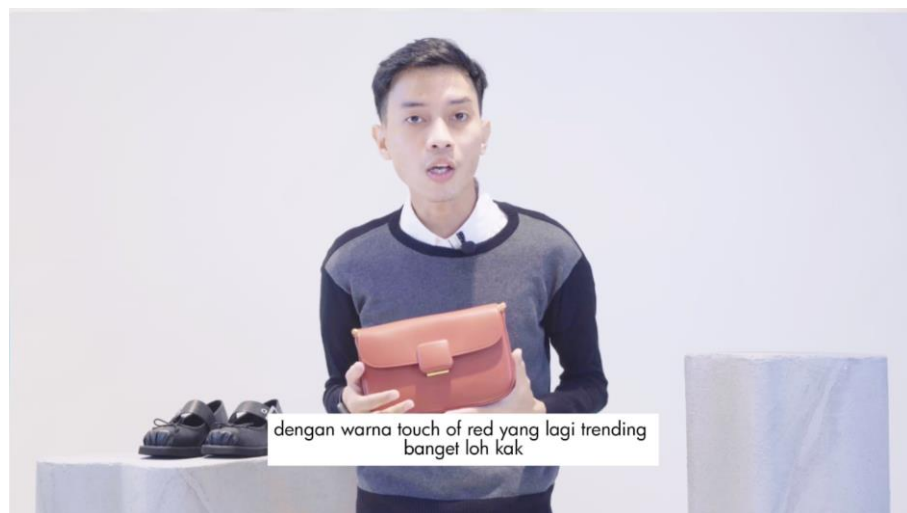




Gambar 3. 37 Template Styling Tips Video

### Subtitle

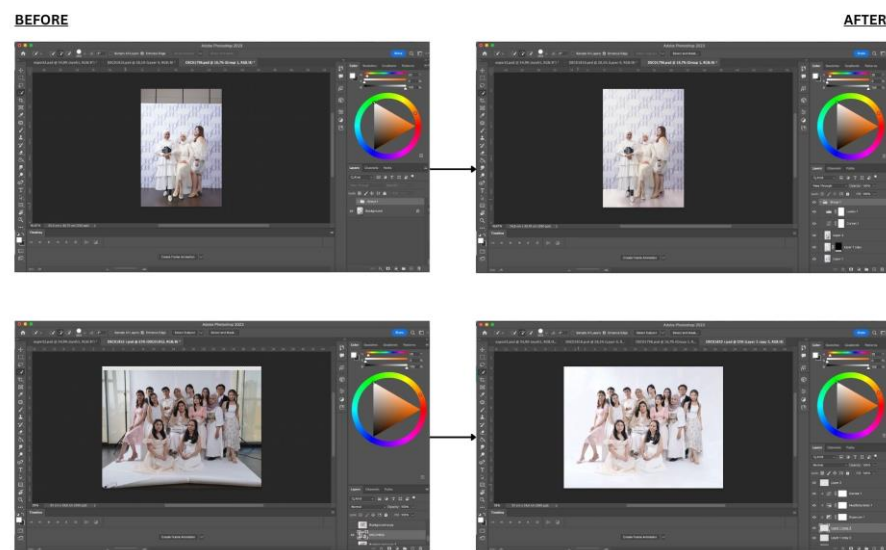
Penulis ditugaskan untuk menambahkan text subtitle untuk video selling briefing dan juga handling objection. Cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan fitur auto caption pada aplikasi Capcut, kemudian melakukan beberapa finishing dan penyesuaian agar text muncul sesuai dengan jeda bicara dalam video.



Gambar 3. 38 Subtitle Video

#### 3.3.2.2.4 Edit Foto Acara

Setelah acara sudah selesai, penulis ditugaskan untuk mengedit foto-foto yang didapat selama acara Fall Launch. Proses edit foto ini, meliputi edit pencahayaan (*hue & exposure*), *cropping*, dan mengganti warna. Tujuannya adalah agar foto semakin bagus dan sesuai dengan konsep dari *bridgerton*. Cara proses *cropping* menggunakan *content-aware fill*.

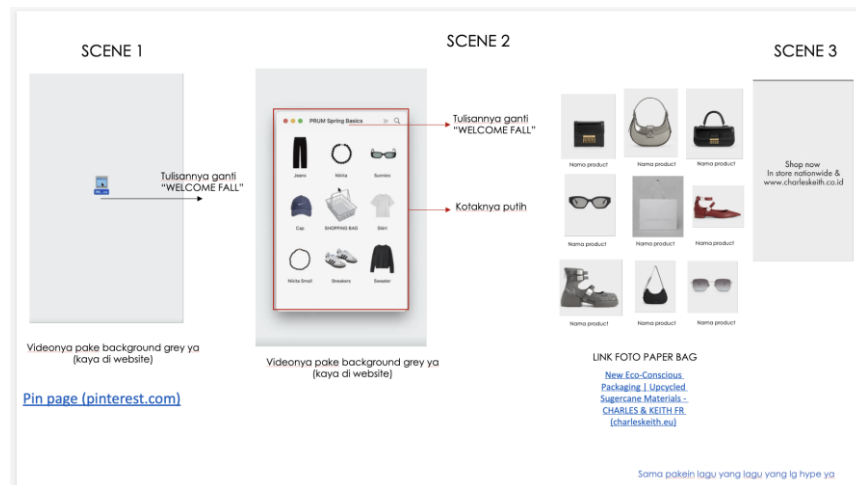


Gambar 3. 39 Sebelum dan Sesudah Edit foto

#### 3.3.2.3 Proyek Desain Story Instagram “Welcome Fall”

Selama proses magang, seringkali penulis diberikan proyek konten desain Instagram, salah satunya untuk desain konten story “Fall Launch”. Pada konten tersebut, penulis diberikan *briefing* mengenai konten yang ingin dibuat, sehingga penulis hanya mengikuti sesuai arahan dari atasan.





Gambar 3. 40 Briefing konten

Karena konsepnya ini menggunakan UI Macbook, maka penulis beberapa asset yang menyerupai hal tersebut. Dan untuk, pop-up tab nya, penulis menggunakan aplikasi *adobe illustrator* dengan tab bernama “Welcome Fall” sebagai judul.



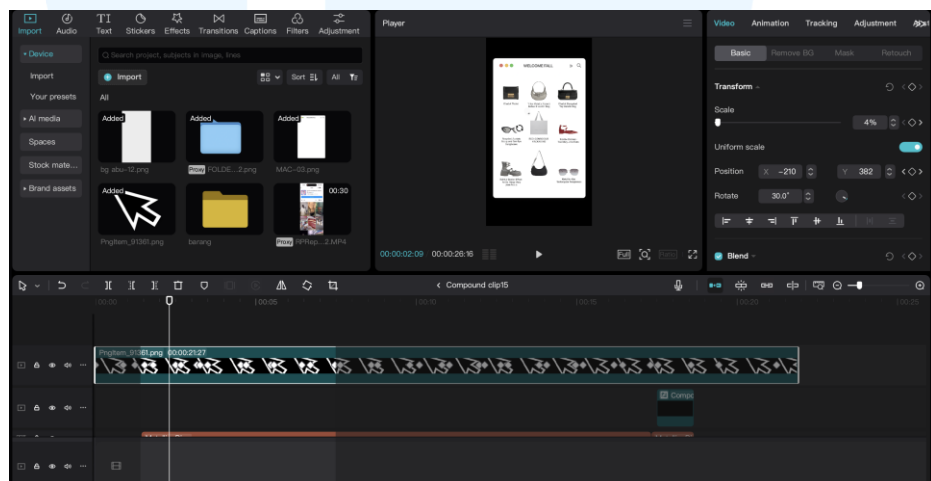
Gambar 3. 41 Asset Story

Sumber Gambar : [https://www.pngitem.com/middle/JRiJx\\_mouse-pointer-mac-png-mouse-cursor-mac-png/](https://www.pngitem.com/middle/JRiJx_mouse-pointer-mac-png-mouse-cursor-mac-png/)

Setelah semua asset sudah jadi, mulai ke tahap pengerjaan *motion graphic* dengan aplikasi Capcut. Konsep dari story ini adalah *drag & drop* produk Fall ke dalam *shopping bag*, oleh karena itu, penulis mengubah-ubah keyframe positioning pada objek *arrow* agar terlihat seperti pergerakan *cursor*. Setiap kali *cursor* sampai ke tas ataupun

sepatu, produk tersebut akan *terhighlight*, yang menunjukkan bahwa produk tersebut sedang terklik/tersorot.

Setelah semua asset sudah dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah pengerjaan *motion graphic* menggunakan aplikasi Capcut. Konsep dari *Instagram story* ini terinspirasi dari UI/UX macbook ketika melakukan proses *drag & drop file*. Namun, “file” ini diberikan foto produk Fall yang seakan-akan masuk ke dalam *shopping bag*. Oleh karena itu, penulis melakukan penyesuaian keyframe positioning pada objek *arrow* agar terlihat seperti pergerakan kursor. Setiap kali kursor mencapai ke produk tas ataupun sepatu, produk tersebut akan di *highlight* dengan warna abu-abu.

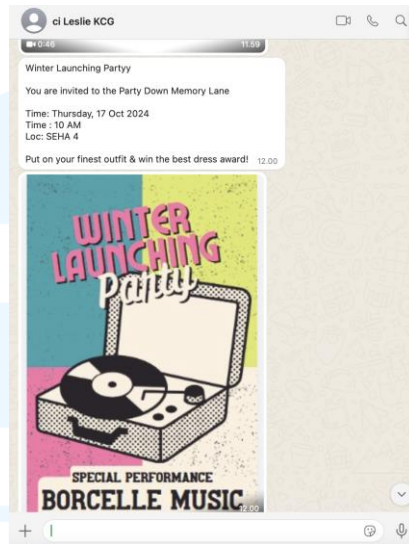


Gambar 3. 42 Proses Pengerjaan Story Instagram

### 3.3.2.4 Winter Launch

Pada winter launch ini, penulis ditugaskan untuk membuat invitation video. Untuk pengerjaan ini, penulis menggunakan 2 aplikasi, yaitu Canva dan Capcut. Awalnya, tugas winter launch ini dimulai dengan *briefing* dari atasan untuk melakukan proses editing dari poster yang sudah ada dengan menambahkan beberapa konsep alternatif poster lain sebagai bahan pertimbangan atasan. Dengan itu, karena konsep dari

winter launch kali ini adalah *retro Halloween*, penulis mencoba membuat beberapa alternatif yang menggabungkan kedua hal tersebut.



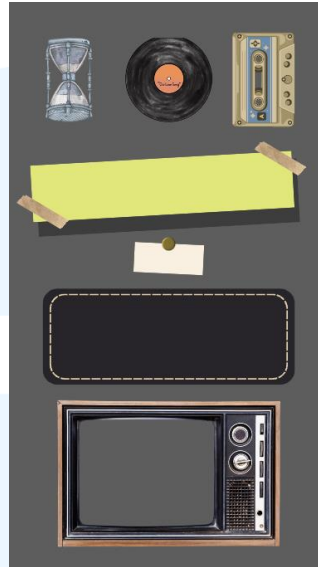
Gambar 3. 44 Briefing Cover Invitation Winter Launch



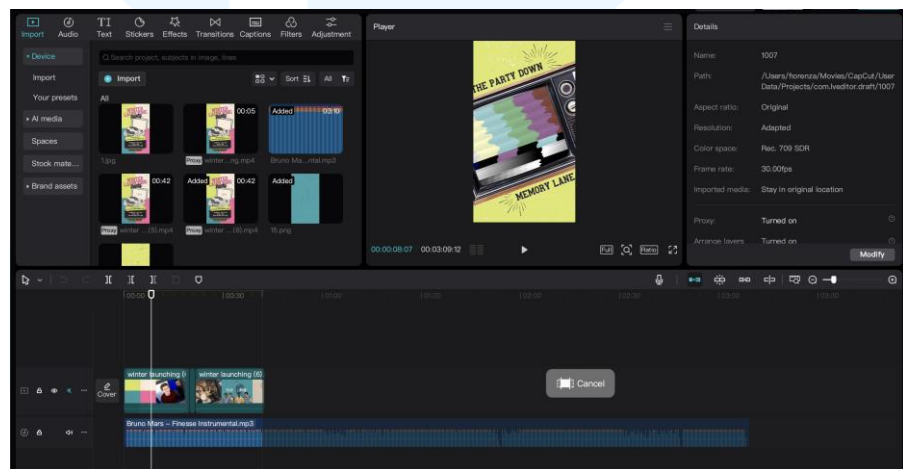
Gambar 3. 43 Pemilihan Cover Invitation Winter Launch

Setelah sudah dipilih oleh *supervisor*, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah pembuatan konten. Pada winter launch ini ingin menampilkan *flashback pop dance* dari zaman ke zaman, mulai dari artis Abba, Nysc, Spice girl, Black Pink, dan New Jeans. Dari konsep tersebut, penulis menggunakan elemen televisi. Setiap MV berdurasi 3 detik dilanjutkan dengan efek layar SMPTE (*short break*) setiap pergantian lagu MVnya. Kemudian lanjut ke tahap dresscode dan key visual, dimana menunjukkan baju-baju/item yang digunakan untuk acara launching. Efek *animation* yang digunakan adalah *succession* dan *fade* dari aplikasi

canva. Tahap terakhir adalah proses pemilihan lagu, untuk itu penulis mencari lagu yang *upbeat*, sesuai dengan tema dan konsep yang ada.



Gambar 3. 45 Asset Invitation winter Launch  
Sumber Gambar: Canva



Gambar 3. 46 Proses pengerjaan Winter Launch

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Bagian ini berisi kendala atau kesulitan-kesulitan yang penulis temukan selama menjalani praktek kerja magang di perusahaan. Pastikan bahwa bahasa yang digunakan tidak bersifat menghakimi pihak manapun. Paragraf minimal terdiri atas tiga kalimat.

### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Selama periode magang penulis, terdapat beberapa kendala yang penulis temukan, yaitu sebagai berikut :

- Terkadang penulis merasa kesulitan untuk memahami revisi yang diberikan dan apa yang perlu diperbaiki.
- Karena penulis ditempatkan di bidang marketing, terkadang tugas yang diberikan penulis keluar dari ranah desain, yang membuat penulis kurang menguasai bidang tersebut.
- Kesulitan untuk melakukan koordinasi antar tim, dikarenakan setiap individu memegang tugas dan kesibukannya masing-masing

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Dari berbagai kendala yang ada, penulis mencari sebuah solusi untuk menangan/meminimalisir permasalahan tersebut, yakni sebagai berikut:

- Bertanya ke atasan apa yang kurang dari desain tersebut. Kalau memang masih diminta untuk melakukan proses revisi, maka akan mencoba untuk menganalisa dari karya-karya sebelumnya, apa yang biasanya disukai oleh atasan.
- Mencoba untuk belajar hal-hal yang baru, menjadikan hal tersebut sebagai pengalaman dan untuk bekal masa depan penulis. Seperti contoh, di divisi CK ini, penulis belajar beberapa hal baru, seperti edit video, menjadi talent photoshoot, mendata, dan lain sebagainya. Walaupun sebelumnya tidak tertarik untuk mencoba tersebut, namun hal ini diyakinkan akan bermanfaat untuk kedepannya.
- Menunjukkan jadwal masing-masing individu, sehingga dapat membagikan tugas dengan prioritas yang jelas.

Pada kegiatan magang ini, penulis belajar bahwa dengan adanya kegiatan magang ini