

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

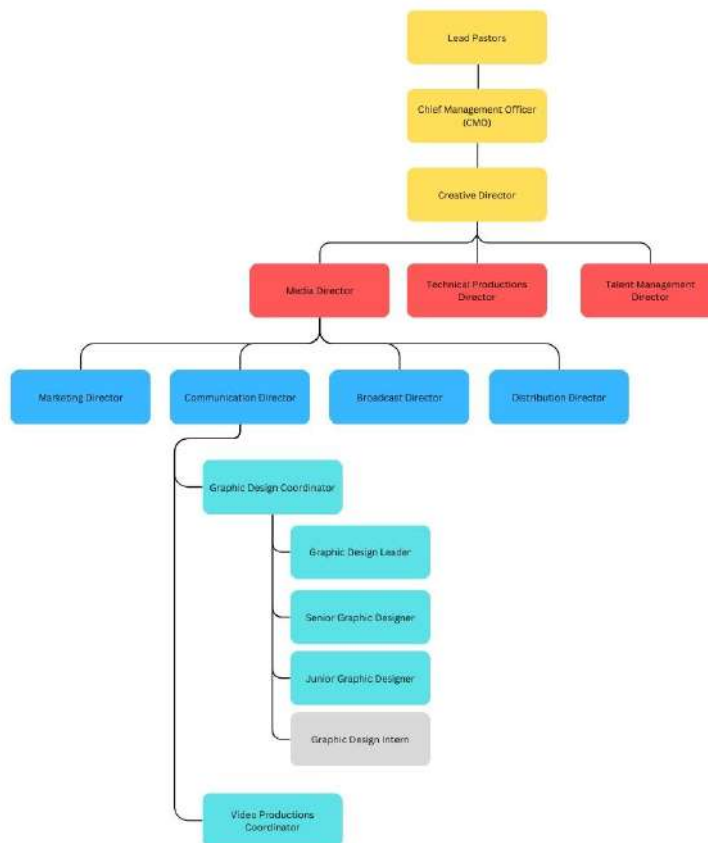
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi dan sistem koordinasi kerja yang mendukung operasionalnya, termasuk di Christ Cathedral. Selama kurang lebih 100 hari menjalani program magang di Christ Cathedral, penulis mengamati bahwa struktur organisasi dan alur koordinasi kerja sangat berpengaruh pada keseharian penulis sebagai *Junior Graphic Designer*. Dalam struktur organisasi, posisi penulis sebagai *intern graphic designer* berada di bawah supervisi *Media Director*. Di atas *Media Director*, tanggung jawab dilanjutkan oleh *Creative Media Director*, lalu *Chief Management Officer (CMO)*, dan pada tingkatan tertinggi, *Lead Pastors*. Struktur ini memengaruhi alur koordinasi kerja sehari-hari. Penulis bertugas mengirimkan hasil desain kepada *Media Director* untuk ditinjau. Selanjutnya, *Media Director* meneruskan desain tersebut kepada *Creative Media Director* dan, jika diperlukan, kepada beberapa anggota tim inti di bidang desain grafis untuk evaluasi lebih lanjut. Proses ini memastikan setiap pekerjaan memenuhi standar kualitas sebelum digunakan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Struktur organisasi di Christ Cathedral dirancang dengan alur koordinasi yang terstruktur untuk mendukung kelancaran setiap divisi. Pada tingkatan tertinggi, *Lead Pastors* memberikan arahan utama yang diteruskan oleh *Chief Management Officer (CMO)* dan *Creative Director*. Di bawah *Creative Director*, terdapat tiga direktur utama, yaitu *Media Director*, *Technical Productions Director*, dan *Talent Management Director*, yang bertanggung jawab atas pengelolaan berbagai divisi. *Media Director* berkolaborasi dengan direktur lainnya, seperti *Marketing Director*, *Communication Director*, *Broadcast Director*, dan *Distribution Director*, untuk memastikan informasi serta hasil karya kreatif dapat disampaikan secara

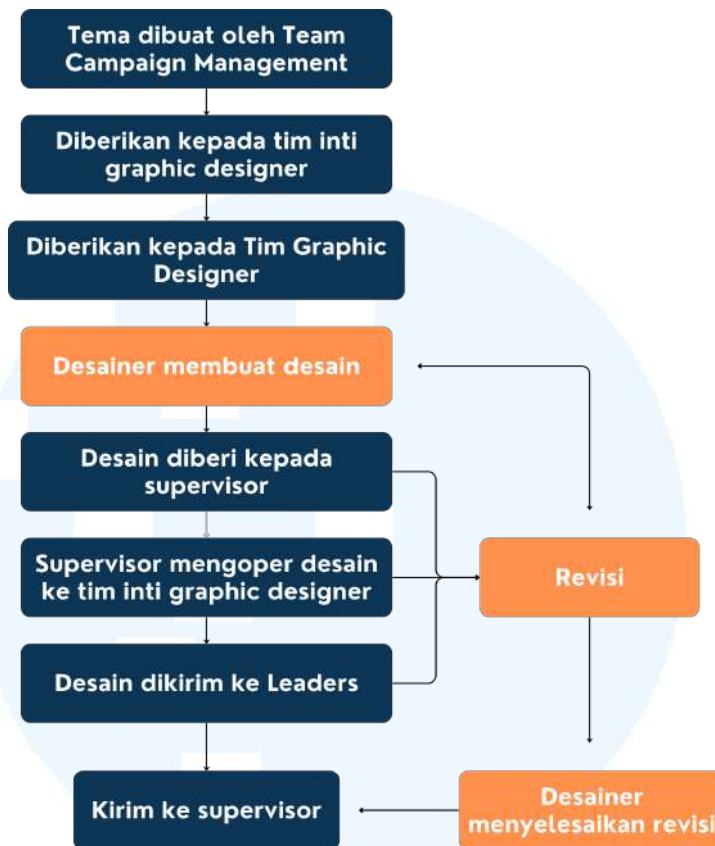
efektif. Divisi desain grafis berada di bawah koordinasi *Media Director* dengan hierarki yang meliputi *Graphic Design Coordinator*, *Graphic Design Leader*, *Senior Graphic Designer*, *Junior Graphic Designer*, hingga *Graphic Design Intern*. Struktur ini memungkinkan setiap anggota tim untuk menjalankan perannya secara terorganisasi, mulai dari proses awal pembuatan desain hingga tahap produksi akhir. (jelasin rinci jabatan supervisor nya)



Gambar 3.1. Bagan Kedudukan di Christ Cathedral

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Berikut adalah bagan alur koordinasi di Christ Cathedral, disusun berdasarkan pengalaman penulis selama lima bulan menjalani masa magang di sana.



Gambar 3.2. Bagan Koordinasi di Christ Cathedral

Tim marketing di Christ Cathedral bertugas untuk mencari dan melakukan riset mengenai topik yang menarik untuk dijadikan tema pada berbagai acara gereja, seperti Natal, Paskah, dan acara lainnya. Setelah tim *campaign management* menemukan dan menetapkan tema yang sesuai, mereka akan mengirimkan *file* berupa presentasi PowerPoint kepada tim inti *graphic design*. *File* tersebut mencakup tema, tujuan, *key message*, referensi video, referensi visual desain, dan *timeline*. Namun tidak menutup kemungkinan, sebuah campaign atau tema desain dapat dilakukan dan dibuat langsung oleh tim grafik desain itu sendiri.

Pada tahap awal koordinasi, tim *campaign management* mengirimkan file PowerPoint kepada tim inti *graphic design* di Christ Cathedral. Selanjutnya, file tersebut akan diteruskan kepada seluruh tim *graphic design*, termasuk desainer penuh waktu dan intern. Kemudian, pertemuan daring akan diadakan melalui platform

Zoom atau Google Meet, di mana tim *campaign management* akan memberikan arahan dan penjelasan lebih rinci terkait kampanye acara yang akan dilaksanakan. Selain penyampaian *brief*, pertemuan ini juga akan diikuti dengan sesi tanya jawab untuk memperjelas *brief* yang telah disampaikan. Setelah sesi tanya jawab selesai, pertemuan pun akan diakhiri.

Tahap koordinasi berikutnya masuk ke dalam proses pengerjaan desain, yang dimana setelah mendapatkan *brief* dari tim *campaign management*, tugas penulis dan *graphic designer* lainnya adalah membuat *Key Visual* untuk tema acara tersebut. Hal pertama yang penulis lakukan pastinya akan mencari referensi sebanyak mungkin terkait *brief* yang telah diberikan yang pastinya masih sama seperti referensi yang telah diberikan namun yang penulis cari pastinya lebih tertuju terhadap *Key Visual* dan apa yang ingin disampaikan melalui desain tersebut. Setelah mencari referensi tidak lupa penulis akan mencari beberapa referensi *color palette* beserta main dan *secondary typeface* yang akan digunakan untuk *Key Visual* dan turunan desain lainnya. Setelah itu penulis akan memulai membuat *Key Visual* sesuai dengan tema dan informasi yang diberikan, selain membuat *Key Visual* biasanya penulis akan membuat aset – aset yang dapat digunakan untuk desain tersebut. Semua tahap ini penulis atau desainer lainnya jadikan satu ke dalam *slides* atau Power Point dan penulis kirim ke supervisor.

Setelah *brief* desain dikirimkan kepada supervisor, supervisor akan meninjau dan mendistribusikan *brief* tersebut kepada tim koordinasi desain grafis melalui WhatsApp, Google Drive, atau Asana. Dalam beberapa kasus, terutama saat terdapat acara tertentu yang melibatkan tim *campaign management*, *brief* tersebut juga dapat diteruskan kepada mereka untuk direview. Apabila hasil *review* menghasilkan revisi, supervisor akan menyampaikan umpan balik tersebut kepada penulis atau desainer grafis lainnya, baik secara langsung melalui pertemuan tatap muka maupun secara daring melalui WhatsApp. Setelah revisi selesai diperbaiki, penulis akan mengirimkan hasil desain dalam format PNG atau JPEG kepada supervisor. Jika desain telah dinyatakan sempurna, supervisor akan menginformasikan kepada

penulis, dan master *file* desain kemudian dapat dikirimkan kembali kepada supervisor.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, sebuah *campaign* atau tema desain dapat langsung dibuat oleh tim desain grafis. Dalam proses ini, alur koordinasi biasanya dimulai dengan pembuatan *brief deck* oleh desainer grafis, baik junior maupun intern. *Brief deck* tersebut berisi konsep kampanye atau desain yang akan dibuat, dan disusun dalam format PDF atau tautan *slides* menggunakan platform seperti Google Slides atau Canva. Setelah *brief deck* selesai, desainer mengirimkannya kepada *Graphic Design Leader* (supervisor) untuk diperiksa. Proses revisi dapat dilakukan secara langsung melalui pertemuan tatap muka maupun secara daring menggunakan aplikasi seperti Asana atau WhatsApp. Setelah revisi selesai dikerjakan, dokumen final dikirim kembali kepada *Graphic Design Leader*. Dokumen ini kemudian diteruskan kepada *Media Director*, *Creative Director*, hingga ke pihak-pihak terkait lainnya untuk persetujuan lebih lanjut.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama kurang lebih 5 bulan magang di Christ Cathedral, penulis memiliki beberapa tanggung jawab pekerjaan seperti *branding*, membuat aset, *layouting*, dan *simple video editing*. Tabel berikut ini berisikan secara lengkap dari minggu, tanggal, proyek, hingga keterangan selama penulis magang di Christ Cathedral.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1 & 2	27 Agustus – 8 September 2024	- CC SHE - <i>Boards Frontline</i>	- <i>Rebranding identity</i> CC SHE - Membuat desain untuk papan <i>welcoming greeter</i>
3 & 4	10 – 20 September 2024	- <i>Online Service</i> - CC SHE - <i>Thumbnail Youtube</i>	- Desain YouTube <i>online service</i> - Desain igs, igf, tv slide untuk CC SHE - Desain <i>Thumbnail Youtube</i>
5 & 6	24 September – 6 Oktober 2024	- <i>Thumbnail Youtube</i>	- Desain <i>Thumbnail Youtube</i>

		<ul style="list-style-type: none"> - CC SHE - <i>Brief Deck</i> Natal 	<ul style="list-style-type: none"> - Desain igs, igf, tv slide, dan video promosi untuk CC SHE - Mengerjakan <i>brief deck</i> natal dengan tema yang telah ditentukan (<i>colour, typeface</i>, referensi desain, contoh aset)
7 & 8	8 – 20 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> - CC SHE - <i>Brief Deck</i> Natal - Promosi <i>Empowered</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Desain igs, igf, tv slide, dan video promosi untuk CC SHE - Mengerjakan revisi <i>brief deck</i> Natal dengan tema yang telah ditentukan (<i>colour, typeface</i>, referensi desain, contoh desain) - Mengerjakan slides promosi untuk <i>empowered gathering</i>
9 & 10	22 Oktober – 3 November 2024	<ul style="list-style-type: none"> - CC SHE - KV Natal 	<ul style="list-style-type: none"> - Desain igs, igf, tv slide, dan video promosi untuk CC SHE - Mengerjakan <i>key visual</i> natal setelah <i>brief deck</i> natal telah di approve
11 & 12	5 – 12 November 2024	<ul style="list-style-type: none"> - CC SHE - KV Natal 	<ul style="list-style-type: none"> - Desain igs, igf, tv slide, information centre, video promosi untuk CC SHE, soft sell desain igf untuk CC SHE - Mengerjakan turunan KV natal untuk ukuran A1, toilet, <i>hanging banner</i>, umbul – umbul (untuk info natal serta baptisan)
13 & 14	16 – 22 November	<ul style="list-style-type: none"> - CC SHE 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan revisi SHE - Di minggu ini cukup tidak hectic dan banyak kerjaan
15 & 16	23 – 5 Desember	<ul style="list-style-type: none"> - CC SHE 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan soft selling promosi untuk CC SHE

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Penulis mulai magang di Christ Cathedral pada tanggal 27 Agustus 2024, penulis dapat bekerja secara *onsite* di tempat kerja. Namun, pekerjaan juga dapat dilakukan secara *online* atau *work from home* dengan syarat mendapatkan persetujuan dari supervisor setelah memberikan alasan yang jelas. Dalam perannya sebagai *Graphic Design Intern*, penulis bertanggung jawab mengerjakan berbagai tugas, seperti branding, *layouting*, dan pengeditan video sederhana. Dari sejumlah proyek yang diberikan oleh Christ Cathedral, penulis memilih satu proyek utama sebagai andalan, sementara empat proyek lainnya dipilih berdasarkan tingkat kebanggaan penulis terhadap hasil kerja tersebut.

3.3.1 Perancangan Rebranding Identity CC SHE

CC SHE adalah komunitas wanita gereja yang bertujuan menyatukan perempuan dari berbagai usia, mulai dari remaja hingga dewasa. Setiap tahun, CC SHE mengusung desain branding yang berbeda. Pada tahun 2023, desain branding CC SHE menonjolkan kesan energik, ramah, dan tetap feminin, dengan elemen dekoratif berupa pola geometris seperti lingkaran dan bingkai *scallop* untuk memperkuat kesan feminin tersebut.

Memasuki tahun 2024, CC SHE berencana menghadirkan gaya baru dengan desain dan warna yang lebih tertujukan untuk kalangan orang tua namun tetap diterima oleh remaja dan dewasa awal, dengan tetap mempertahankan nuansa feminin serta penggunaan pola geometris, namun dengan pendekatan visual yang lebih segar. Tujuannya adalah memberikan tampilan baru pada *feeds*, *story*, dan *TV slide* mingguan, sehingga menarik perhatian audiens dengan pembaruan yang lebih dinamis dan berkesan.



Gambar 3.3 Desain CC SHE 2023

Penulis memilih tugas utama magang penulis adalah rebranding identity CC SHE atau komunitas wanita Christ Cathedral. Pada tugas utama ini, penulis harus membuat identitas baru berupa konsep, asset, warna, *typeface* dan implementasi terhadap beberapa hal tersebut. Pada awalnya penulis hanya membuat 5 asset berdasarkan konsep yang penulis buat yaitu berdasarkan kata “*Worthy*” dan “*Wisdom*”.



Gambar 3.4 Aset – Aset Awal Rebranding CC SHE

Penulis membuat aset menggunakan aplikasi Adobe Illustrator tanpa melalui tahap sketsa manual terlebih dahulu. Dalam proses pembuatan aset, penulis memanfaatkan berbagai alat pada Illustrator, seperti *Shape Tool*, *Curvature Tool*, *Brush Tool*, dan *Fill Color*. Setelah semua aset selesai dibuat, penulis menentukan palet warna yang sesuai untuk merepresentasikan makna dari setiap aset. Misalnya, warna merah digunakan untuk hati, dan warna kuning untuk bunga matahari. Selanjutnya, penulis mencari jenis huruf yang cocok melalui situs *Google Fonts* dan *Dafont*. Setelah mempertimbangkan berbagai opsi, penulis memilih font *Nave* sebagai *primary typeface* dan *DM Sans* sebagai *secondary typeface*. *DM Sans* dipilih karena sesuai dengan gaya huruf yang sering digunakan oleh gereja. Selain itu, gereja juga menyediakan logo yang ditaruh di google drive dan diberikan kepada penulis oleh supervisor melalui platform asana. Untuk aset foto pembicara penulis meminta kepada rekan kerja penulis selaku *photography and documentation librarian*. Setelah semua elemen, seperti aset, jenis huruf, logo, foto dan palet warna, tersusun dengan baik, penulis mengonversi hasil pekerjaan ke format PDF. File PDF tersebut kemudian dikirimkan kepada supervisor melalui WhatsApp. Supervisor bertanggung jawab untuk meneruskan file tersebut kepada tim koordinasi desain grafis untuk ditindaklanjuti.

Supervisor dan tim koordinasi grafik desain kemudian memberikan beberapa revisi dan masukan. Yang pertama, aset yang dibuat dinilai masih terlalu kaku dan kurang mampu merepresentasikan tema “*Wisdom dan Worthy*.” Selain revisi pada desain aset, *primary typeface* juga disarankan untuk diubah karena dinilai kurang feminin, dan pilihan warnanya masih dianggap terlalu sederhana. Revisi tersebut disampaikan secara tatap muka, dan penulis langsung melakukan perbaikan. Setelah menyelesaikan revisi yang meliputi perubahan aset, jenis huruf, dan warna, penulis menyerahkan hasil revisi kepada supervisor, yang kemudian mengirimkannya kembali kepada tim inti desain grafis untuk tinjauan akhir. Setelah semua masukan diterapkan dan disetujui, desain pun siap untuk tahap implementasi.

Pada tahap implementasi, penulis diminta membuat desain dengan format *Instagram post* (1080 x 1080 px), *Instagram story* (1920 x 1080 px), dan *TV slides* (1080 x 1920 px). Ketiga format tersebut dibuat setiap minggu untuk mendukung promosi acara komunitas wanita yang diadakan pada hari Rabu. Desain Instagram post dan story biasanya dibuat dan dipublikasikan pada hari Selasa, sehari sebelum acara, untuk mempromosikan kegiatan tersebut. Sementara itu, *TV slides* digunakan untuk mempromosikan acara komunitas minggu berikutnya dan juga disiapkan pada hari Selasa, agar dapat ditampilkan pada hari Rabu saat acara berlangsung.



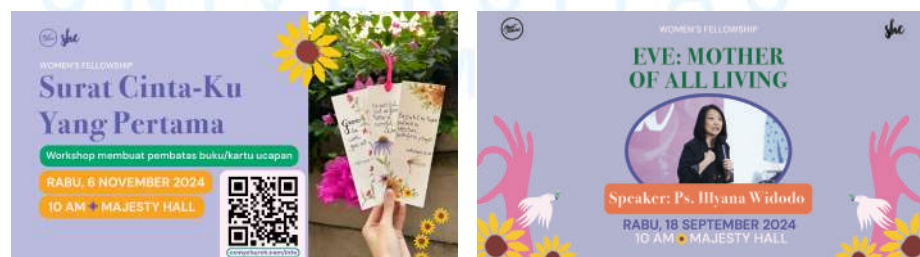
Gambar 3.5 Aset – Aset Setelah Revisi Untuk CC SHE

Seperti yang penulis telah sampaikan, penulis juga membuat implemntasi untuk instagram feeds CC SHE. Desain ini akan dipost setiap hari selasa pada malam hari.



Gambar 3.6 Implementasi Instagram Post

Yang kedua penulis juga disuruh untuk membuat implementasi tv slides yang digunakan untuk mempromosikan acara tersebut di hari yang sama dengan acara minggu sebelumnya diadakan.





Gambar 3.7 Implementasi Tv Slides

Untuk implementasi terakhir penulis, juga disuruh untuk membuat implemementasi untuk Instagram story CC SHE, yang akan di sebarakan pada hari selasa di malam hari



Gambar 3.8 Implementasi Instagram Story

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain mengerjakan proyek utama, penulis juga memiliki sejumlah proyek tambahan yang dapat dibanggakan dan layak untuk dibagikan. Proyek tambahan ini mencakup beberapa kolaborasi, seperti proyek tambahan 1, 2, dan 3, yang dikerjakan bersama rekan kerja. Namun, untuk proyek tambahan 4, penulis menyelesaikannya secara mandiri dengan memanfaatkan aset yang telah

disediakan oleh desainer sebelumnya. Semua proyek tambahan ini mengikuti alur koordinasi yang serupa dengan proyek utama, meskipun proses pengerjaannya berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing proyek.

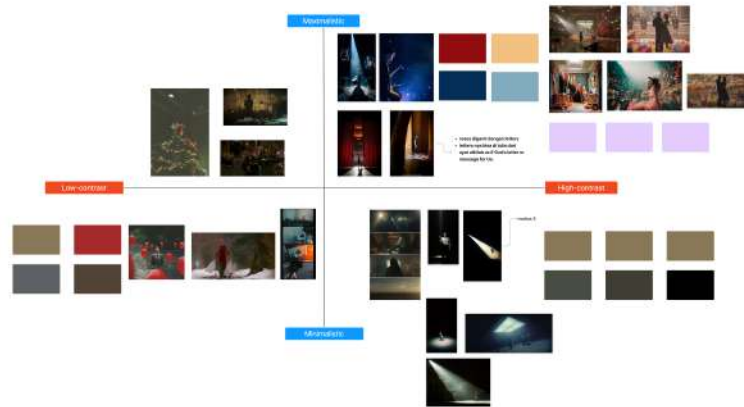
3.3.2.1 Perancangan Key Visual Proyek Natal 2024

Dalam memperingati natal dibulan desember, Christ Cathedral telah mempersiapkan dari jauh – jauh hari untuk merayakan natal bersama di Christ Cathedral. Team *campaign management* telah mempersiapkan tema *campaign* natal tahun ini sekitar dari bulan agustus hingga september, yang pastinya melalui banyak revisi dan masukkan lainnya perihal ini penulis tidak mengetahui alur koordinasi nya seperti apa karena berbeda divisi dengan penulis.

Di natal tahun ini *team campaign management* Christ Cathedral mengambil tema *Worship The King* yang diambil dari Matius 2 : 1 dimana tertulis mengenai Tuhan Yesus pertama kali lahir semua makhluk bersorak sorai memuji namanya. *Team campaign management* membuat slides yang berisikan tema, objektif, *key message*, dan referensi untuk *key visual* desain dan video. Dalam proyek ini penulis dipercayakan untuk menjadi *lead design* bersama rekan penulis yang menjadi *head design* dalam pembuatan *key visual* serta turunan dari desain natal ini. Sehingga pada akhir bulan september penulis bersama beberapa rekan kerja lainnya dan *team campaign management* melakukan *meeting* secara *online* melalui platform zoom. Di *meeting* tersebut tim *campaign management* menjelaskan mengenai *campaign* yang telah mereka buat yang kemudian dilanjutkan dengan penjelasan tentang pesan visual seperti apa yang ingin dicapai dan tanya jawab.

4 hari setelah *meeting* tersebut diadakan, penulis bersama rekan kerja penulis mencari ide serta referensi untuk *key visual* natal yang akan dibuat. Karena tema natal kali ini ingin mengangkat tema *cinematic*, *theatrical*, dan *musical*, kita mengambil garis besar contoh referensi seperti film *the greatest showman*. Kemudian langkah awal yang kita lakukan adalah dengan membuat *positioning*, membuat *mindmap* singkat, dan *slides brief deck*

natal. Kita membuat *positioning* bertujuan untuk mengetahui *style photography* mana yang dapat kita lakukan untuk mencapai pesan visual yang ingin disampaikan. Di dalam *positioning* terdapat 4 garis yang berlawanan antara *maximalistic/minimalistic*, dan *low contrast/high contrast photography*. Kemudian kita memutuskan untuk menggunakan konsep *minimalistic* dan *high contrast photography*, setelah kita memutuskan konsep fotografi sekarang masuk ke dalam konsep *key visual* desain.



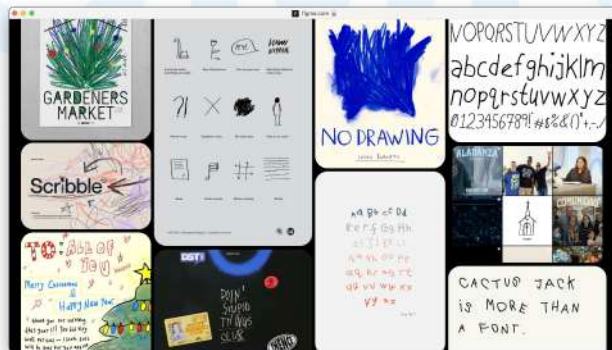
Gambar 3.9 *Positioning* Natal 2024

Selain *positioning*, kita juga membuat *mindmap* singkat agar penulis dan rekan kerja penulis dapat menelaah dan mengerucuti objektif dari pada Natal 2024 ini.



Gambar 3.10 *Mindmap* Natal 2024

Tema Natal tahun ini adalah *Worship the King*, yang terinspirasi dari lagu *Little Drummer Boy*. Kami memutuskan untuk mengangkat konsep yang selaras dengan lagu tersebut, dengan menyampaikan pesan tentang seorang anak kecil yang tidak memiliki apa pun untuk dipersembahkan kepada Tuhan. Namun, dari kesederhanaan tersebut, anak tersebut diberi kebebasan untuk memandu arah perayaan Natal tahun ini. Berdasarkan pesan utama dari *key visual* tersebut, kami mulai mencari referensi melalui platform seperti Pinterest, dan Behance untuk memberikan gambaran kepada tim desain dan manajemen kampanye tentang konsep yang ingin disampaikan. Setelah itu, kami memilih tipografi yang merepresentasikan gaya tulisan anak-anak. Font yang dipilih adalah *Chicken Scratch* sebagai font utama dan *Afacad Medium* sebagai font pendukung. Dalam proses desain, kami juga menentukan palet warna yang dapat merepresentasikan suasana Natal, dengan menghindari penggunaan warna merah. Hal ini karena warna merah dalam fotografi dan desain sering diasosiasikan dengan makna yang kurang sesuai, seperti darah. Kami kemudian memilih contoh warna dengan nada dingin (*cold tone*) yang lebih cocok untuk fotografi dan desain ini. Tahap akhir dalam penyusunan *brief deck* versi pertama adalah membuat beberapa contoh aset yang menggambarkan karya seorang anak kecil, seperti ilustrasi dan elemen grafis yang mendukung konsep tersebut. Aset ini menjadi panduan visual awal untuk pengembangan desain dan pelaksanaan kampanye Natal tahun ini.



Gambar 3.11 Referensi *Key Visual* Natal 2024

Setelah menyelesaikan pembuatan *brief deck* Natal, file slide Figma tersebut dikirimkan kepada supervisor. Selanjutnya, supervisor meneruskan file tersebut kepada tim manajemen kampanye melalui WhatsApp untuk mendapatkan masukan serta revisi. Setelah itu, sejumlah revisi diterima, dengan beberapa perubahan signifikan yang perlu dilakukan. Pertama, konsep awal yang diusulkan dinilai menarik, namun sayangnya kurang sesuai untuk diimplementasikan sebagai tema *theatrical musical* pada perayaan Natal kali ini. Selain itu, konsep tersebut cenderung lebih cocok untuk ibadah anak-anak, bukan untuk ibadah umum. Kedua, *brief deck* awal dinilai kurang merepresentasikan unsur Natal sehingga tampilannya terlihat kurang ceria. Berdasarkan masukan dan revisi yang diberikan, tim segera mencari ide baru untuk *key visual*, tetap mempertahankan elemen *heavy photography* yang telah menjadi bagian dari konsep sebelumnya. Kita mencari beberapa ide atau contoh *photography style* tersebut melalui platform Shutterstock.



Gambar 3.12 Referensi Foto Untuk Natal 2024

Lalu untuk memberikan contoh yang signifikan sebelum kita beranjak ke tahap desaining *key visual*, kita memberikan contoh *angle photography* yang ingin dishoot, beserta mencoba mengubah *color grading* menjadi lebih cold tone sesuai dengan apa yang telah didiskusikan.



Gambar 3.13 Key Visual Awal Natal 2024

Setelah kita membuat contoh kasar *key visual* awal natal 2024, penulis ditugaskan untuk membuat beberapa asset kasar yang merepresentasikan gambar anak kecil.



Gambar 3.14 Aset Awal Natal 2024

Kami memutuskan untuk menggunakan Adobe Photoshop sebagai platform desain dalam mengerjakan proyek ini. Pemilihan Photoshop didasarkan pada ketersediaan berbagai efek dan alat yang mendukung proses pengeditan foto dan desain secara lebih optimal. Setelah berdiskusi, kami memilih konsep yang berfokus pada tokoh utama, yaitu seorang anak kecil yang sedang bermain drum, dilengkapi dengan nuansa pohon Natal dan penggunaan tipografi yang mencerminkan tema *theatrical musical*. Kami kemudian mencari *primary* dan *secondary typeface* yang sesuai untuk *key*

visual Natal ini. Setelah melalui pencarian di platform seperti Dafont dan Google Fonts, kami memutuskan untuk menggunakan Grostino Regular sebagai *primary typeface* untuk judul “Worship the King” dan EB Garamond sebagai *secondary typeface* untuk kalimat “#BeyondTheSong” serta teks penjelasan lainnya. *Font* tersebut kemudian diperkaya dengan efek seperti *bevel and emboss*, *color overlay*, dan *outer glow* untuk menciptakan tampilan tulisan yang lebih nyata dan mudah terbaca. Langkah berikutnya adalah mengedit foto anak kecil sebagai elemen utama visual. Kami menyesuaikan *hue/saturation* dan *curves* untuk meningkatkan kecerahan dan kontras pada gambar agar tampak lebih menonjol. Untuk mempercantik *key visual* dan memberikan kesan yang mewah serta *theatrical*, kami menambahkan elemen-elemen pendukung seperti pohon Natal putih, *rings*, *smoke*, *clouds*, *sparkles*, dan *red dots*. Semua aset dan vektor tersebut diunduh melalui platform Freepik. Visual akhir berhasil menciptakan perpaduan yang harmonis antara elemen desain dan tema yang diusung.

Ketika *key visual* telah selesai dibuat, kemudian kita mengirimkan *key visual* tersebut balik lagi kepada supervisor penulis dan supervisor mengirimkan *key visual* tersebut kepada tim *campaign management*. Pada tahap ini terdapat beberapa revisi *minor* seperti *rings* yang terdapat di belakang elemen utama terlihat lebih menonjol, dan anak kecil nya tersebut terlihat kurang besar. Sehingga kita segera memperbaiki revisi tersebut dan mengirimkan hasil revisi berupa jpeg kepada supervisor dan tim *campaign management*. Ketika semua sudah selesai dan tidak ada revisi, *head of campaign management* kemudian mengirimkan desain tersebut kepada *lead pastors* untuk mendapatkan approval. Kemudian dari *key visual* natal ini, kita diminta untuk membuat beberapa turunan desain lainnya dalam beberapa ukuran yang berbeda. Penulis diminta untuk membuat dalam ukuran A1, *hanging banner*, umbul – umbul, dan toilet desain. Selain *key visual* utama, penulis juga diminta untuk membuat turunan *key visual* untuk

baptisan, *key visual* baptisan ini dibuat oleh rekan penulis, dan penulis hanya tinggal menurunkan asset visual dari *key visual* baptisan tersebut.



Gambar 3.15 *Key Visual* Akhir Natal 2024

Seperti yang penulis katakan sebelumnya, terdapat *key visual* natal 2024 juga yang dibuat oleh rekan penulis. *Key visual* ini digunakan untuk menjadi patokan turunan desain lainnya untuk mempromosikan baptisan di natal 2024 ini. *Key visual* ini hanya dibuat oleh rekan penulis tanpa campur tangan penulis sama sekali.



Gambar 3.16 *Key Visual* Akhir Baptisan Natal 2024

Penulis juga membuat turunan desain natal 2024 dengan ukuran A1 (59,4 x 84,1 cm). Ukuran A1 ini dipasang di bagian depan gereja lantai 1 dengan tujuan agar jemaat tidak terlewatkan informasi tentang natal 2024.



Gambar 3.17 Implementasi *Key Visual* Pada A1

Selain A1, penulis juga membuat desain dengan *layout* yang sama untuk desain *print* toilet. Desain toilet ini memiliki ukuran 38 x 50 cm.



Gambar 3.18 Implementasi *Key Visual* Pada Toilet Poster

Penulis juga disuruh untuk membuat turunan lainnya seperti *hanging banner*. *Hanging banner* ini akan dipasangkan di ruangan yang dimana banyak jemaat duduk dan jemaat sering lewati sehingga dapat melihat informasi terkait natal ini.



Gambar 3.19 Implementasi *Key Visual* Pada *Hanging Banner*

Implementasi yang terakhir penulis ditugaskan untuk membuat umbul – umbul dengan ukuran 60 x 300 cm. Umbul – umbul ini akan digunakan untuk mempromosikan natal di bagian area luar gereja.



Gambar 3.20 Implementasi *Key Visual* Pada Umbul - Umbul

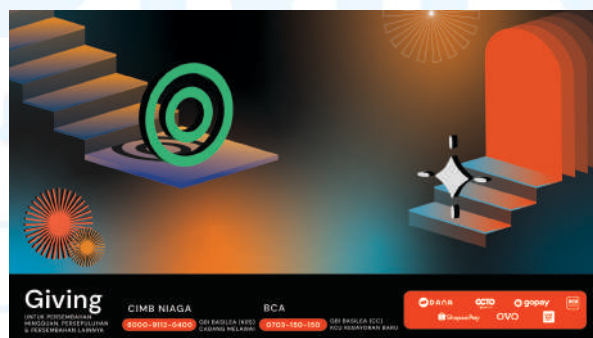
3.3.2.2 Perancangan Aset Grafis Video *Online Service Youtube*

Christ Cathedral memiliki akun YouTube yang digunakan untuk berbagai keperluan, seperti siaran langsung ibadah Minggu, penayangan renungan harian, dan lainnya. Penulis bertugas membuat desain tata letak sekaligus memasukkan aset yang telah disiapkan sebelumnya oleh rekan kerja ke dalam format layanan *online* tersebut. Secara rinci nya penulis diminta untuk membuat beberapa desain tata letak untuk berbagai kebutuhan layanan YouTube ini, seperti monetisasi, informasi persembahan secara *offline* maupun *online*, *giving*, dan banyak lainnya.

Pada mulanya, penulis diberikan arahan oleh supervisor untuk membuat desain layout YouTube *service* milik christ cathedral. Supervisor

penulis juga memberitahu bahwa penulis dapat mengerjakan kerjaan ini menggunakan *file* Illustrator yang rekan penulis telah buat sebelumnya. Namun tidak menutup kemungkinan penulis juga membuat beberapa asset baru tambahan. Kemudian penulis pun membuat *file* baru di Adobe Illustrator untuk mengerjakan YouTube *online service* ini. Penulis diminta untuk membuat desain *layout* YouTube *online service* dengan ukuran 1920 x 1080 px dan 1080 x 540 px. Pada saat semua desain telah dikerjakan penulis diminta untuk mengunduh *file* dengan format png, *transparent background*, dan resolusi *screen 72 ppi*

Pada tahap awal, penulis membuat sekitar 11 *artboard* baru untuk mendesain layanan YouTube *online* Christ Cathedral. Pertama, penulis merancang tata letak persembahan menggunakan tools berbentuk persegi panjang dengan ukuran 1920 x 1080 piksel untuk mengisi warna pada artboard tersebut. Penulis memilih beberapa warna, seperti hitam, biru muda, biru tua, oranye tua, dan oranye muda. Warna-warna ini diambil dari palet yang digunakan pada aset yang telah dibuat oleh rekan kerja sebelumnya. Selanjutnya, penulis memasukkan template desain yang berfungsi untuk memberikan informasi kepada jemaat mengenai nomor rekening dan daftar bank yang bekerja sama dengan Christ Cathedral. Terakhir, penulis menambahkan beberapa aset turunan dari rekan kerja dan menempatkannya dengan rapi serta sesuai dengan tata letak yang dirancang.



Gambar 3.21 Desain Tampilan Awal *Giving* Youtube Service

Pada *artboard* kedua, penulis membuat desain tata letak untuk memberikan informasi kepada jemaat tentang ajakan untuk bertumbuh dalam Christ Cathedral. Dalam desain ini, penulis menambahkan template QR code serta teks ajakan tersebut. Selanjutnya, beberapa aset turunan dari rekan kerja juga dimasukkan dan diatur dengan penempatan yang sesuai. Sementara itu, pada *artboard* ketiga, penulis membuat desain sederhana dengan menggunakan shape berukuran 1920 x 1080 piksel dan menerapkan warna gradasi yang telah digunakan sebelumnya. Penulis juga menambahkan template teks bertuliskan *Saved*, *Changed*, *Empowered*, *Impact*. *Artboard* ini dirancang untuk digunakan sebagai tampilan layar YouTube sebelum ibadah dimulai.



Gambar 3.22 Desain Tampilan Youtube *Online Service*

Artboard 4 hingga 7 dirancang untuk menampilkan informasi kepada jemaat, seperti QR Code dan nomor rekening untuk persembahan gereja, doa menerima Kristus, doa Bapa Kami, serta perjamuan kudus. Pada keempat *artboard* ini, penulis menggunakan tata letak, aset, dan bentuk yang serupa. Penulis memanfaatkan bentuk persegi panjang dengan sudut membulat, sehingga menghasilkan tampilan yang sedikit lonjong.

Perbedaan di antara keempat *artboard* tersebut terletak pada isi kontennya dan warna yang digunakan dalam bentuk tersebut.



Gambar 3.23 Desain Tampilan Awal *Giving Youtube Service*

Masuk pada *artboard* 8 hingga 11, keempat *artboard* ini juga memiliki layout dan aset yang sama. Selain itu *artboard* ini digunakan untuk pergantian *slide* video pada Youtube ketika siaran ibadah belum dimulai dan juga digunakan untuk para jemaat dapat melihat secara seksama informasi – informasi tersebut. Pada keempat *artboard* ini yaitu *artboard* untuk monetisasi, survei, persembahan dan perpuluhan, dan *online giving*. Penulis memasukkan *shape rectangle* dengan ukuran 1920 x 1080 px dan warna *gradient* yang sama seperti desain lainnya. Selain itu penulis juga memasukkan beberapa foto turunan dari desain sebelumnya serta *text* penjelasan dengan *layout* yang sama. Namun pada bagian *online giving* terdapat sedikit perbedaan yang dimana karena pada *artboard* ini hanya menampilkan QR Code maka terdapat penambahan aset untuk mengisi bagian yang kosong pada *artboard* tersebut.



Gambar 3.24 Desain Tampilan Monetisasi, Survei, dan Giving Youtube Service

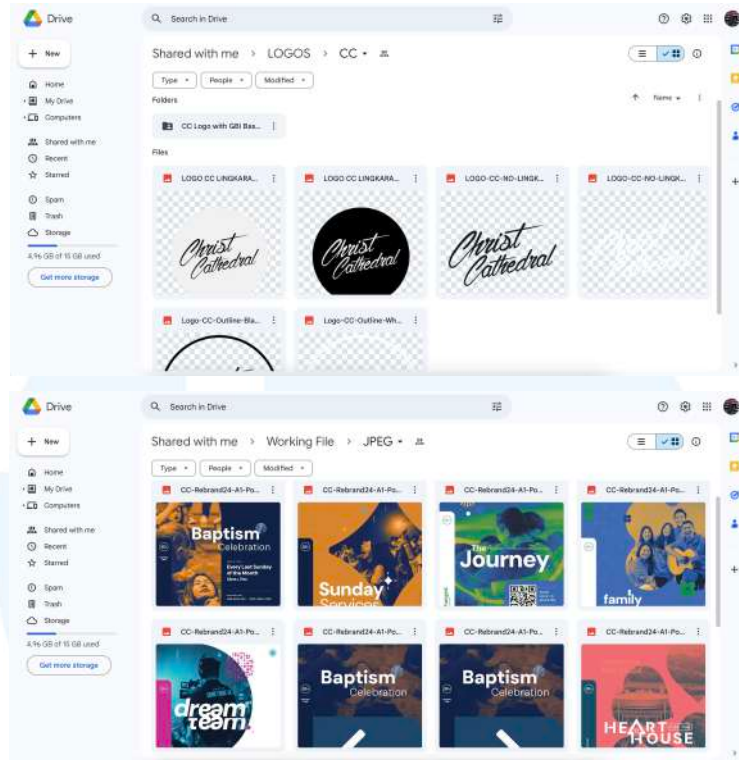
3.3.2.3 Perancangan Papan Untuk *Frontline Ministry*

Pelayanan *Frontline Ministry* adalah sebuah unit pelayanan yang terdapat di Christ Cathedral yang sudah bergerak dari tahun 2017 akhir, pelayanan ini memiliki tugas untuk menyambut jemaat pada area luar tempat ibadah Christ Cathedral seperti di lantai 1, 3 dan 4. Untuk menambah *engagement* pada jemaat, di pelayanan ini terdapat papan *board* yang tertulis kata – kata motivasi dalam rohani. Papan *board* ini telah dibuat dan dipakai dari tahun 2018 hingga 2023 kemarin. Dikarenakan papan tersebut sudah lama dan sempat tidak digunakan selama tahun 2020 – 2022 dikarenakan pandemi, menjadikan papan tersebut rusak dan sudah tidak layak dipakai. Maka dari itu penulis diberikan tugas untuk membuat papan tersebut kembali menggunakan desain baru namun dengan aset yang menjadi turunan *brand identity* Christ Cathedral.



Gambar 3.25 Contoh Papan Boards Frontline Ministry

Seperti yang penulis telah katakan sebelumnya, karena tidak layak untuk digunakan maka dari itu penulis ditugaskan untuk membuat desain papan *greeter* tersebut. Pada awalnya supervisor memberitahukan informasi secara langsung untuk membuat papan *board* baru. Kemudian penulis langsung membuat desain baru dengan ukuran 1080 x 1080 px di Adobe Illustrator. Supervisor menyuruh untuk menggunakan aset turunan *branding identity* Christ Cathedral yang supervisor kirimkan melalui platform asana dengan memasukkan link drive berisikan *file* turunan aset tersebut. Selain itu penulis juga diharuskan untuk memasukkan logo Christ Cathedral yang dikasih oleh supervisor melalui platform asana dengan memasukkan *link* Google Drive yang berisikan logo Christ Cathedral.



Gambar 3.26 Link Google Drive Logo dan Branding Christ Cathedral

Masuk kedalam proses pengerjaan desain boards, penulis awal – awal membuat 9 *artboard* baru dengan ukuran 1080 x 1080 px. Setelah itu, penulis memasukkan beberapa list kalimat motivasi yang telah dibuat oleh pengurus dari *Frontline Ministry*. Dari 33 kalimat tersebut penulis memilih hanya 9 kalimat yang dapat digunakan untuk papan *board* tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

No.	Ide wording untuk boards		
1	1 God Is Waiting for You		
2	2 You belong here		
3	3 Ibadah bareng yuk		
4	4 God is good		
5	You are Loved Valued		
6	5 Believed In		
7	Pagi-pagi makan roti, Tuhan memberkati!		
8	Reminder, 7 Jesus Loves You!		
9	8 God left the 99 to find you		
10	9 YOU belong with me		
11	10 I'm here		
12	11 Naik Shuttle yuk!	Untuk boards shuttle	
13	12 So Glad You're Here		
14	13 Welcome Home		
15	14 You Look Amazing Today		
16	15 It's Great To See You		
17	16 See u Next Week		
18	17 Jesus Over Everything		
19	18 Have A Great Sunday		
20	19 God Is Writing Your Story		
21	20 Keep Believe		
22	21 Don't Give Up		
23	22 Forgive as The Lord Forgave You		
24	Jesus is the way He has already won the battle		
25	Break Through is Coming		
26	Pray More Worry Less		
27	God Promises: Yes & Amen		
28	The Greatest Among You Must Be Untuk Dream Team(?)		
29	You Are Loved		
30	The Gift of God is Eternal Life		
31	It's Never Too Late with God		
32	Give and it will be Given to you		
33			

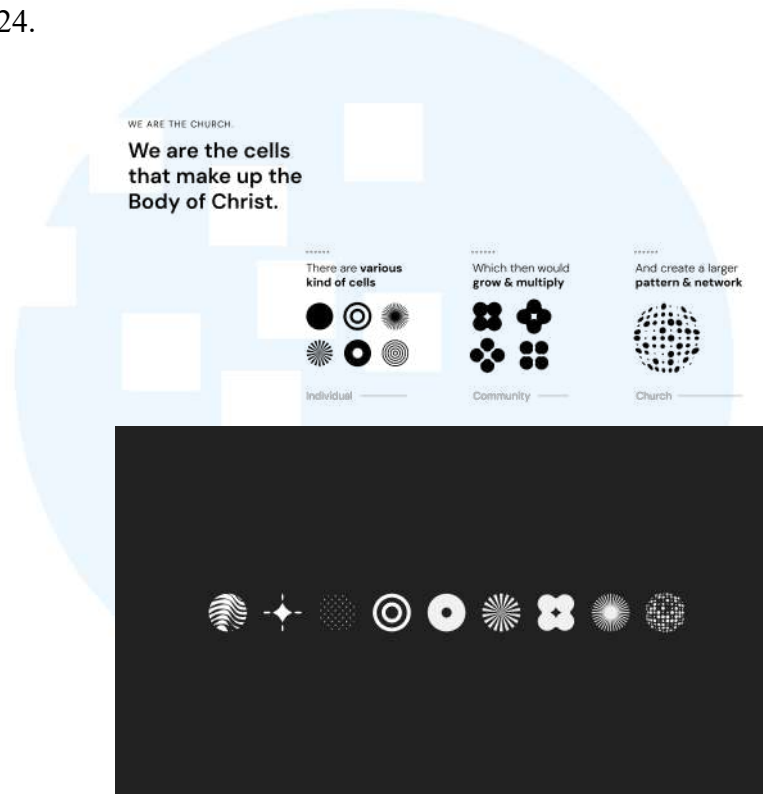
Gambar 3.27 List Kalimat Untuk Desain Papan *Board*

Setelah memilih beberapa kalimat motivasi rohani, penulis masuk ke dalam proses desain. Pertama – tama, penulis menaruh *shape square* ke dalam 9 *artboard* dengan warna dasar berbeda – beda. Warna tersebut merupakan turunan warna dari *branding identity* Christ Cathedral. Setelah itu penulis memasukkan beberapa elemen – elemen turunan dari *branding identity* nya tersebut.



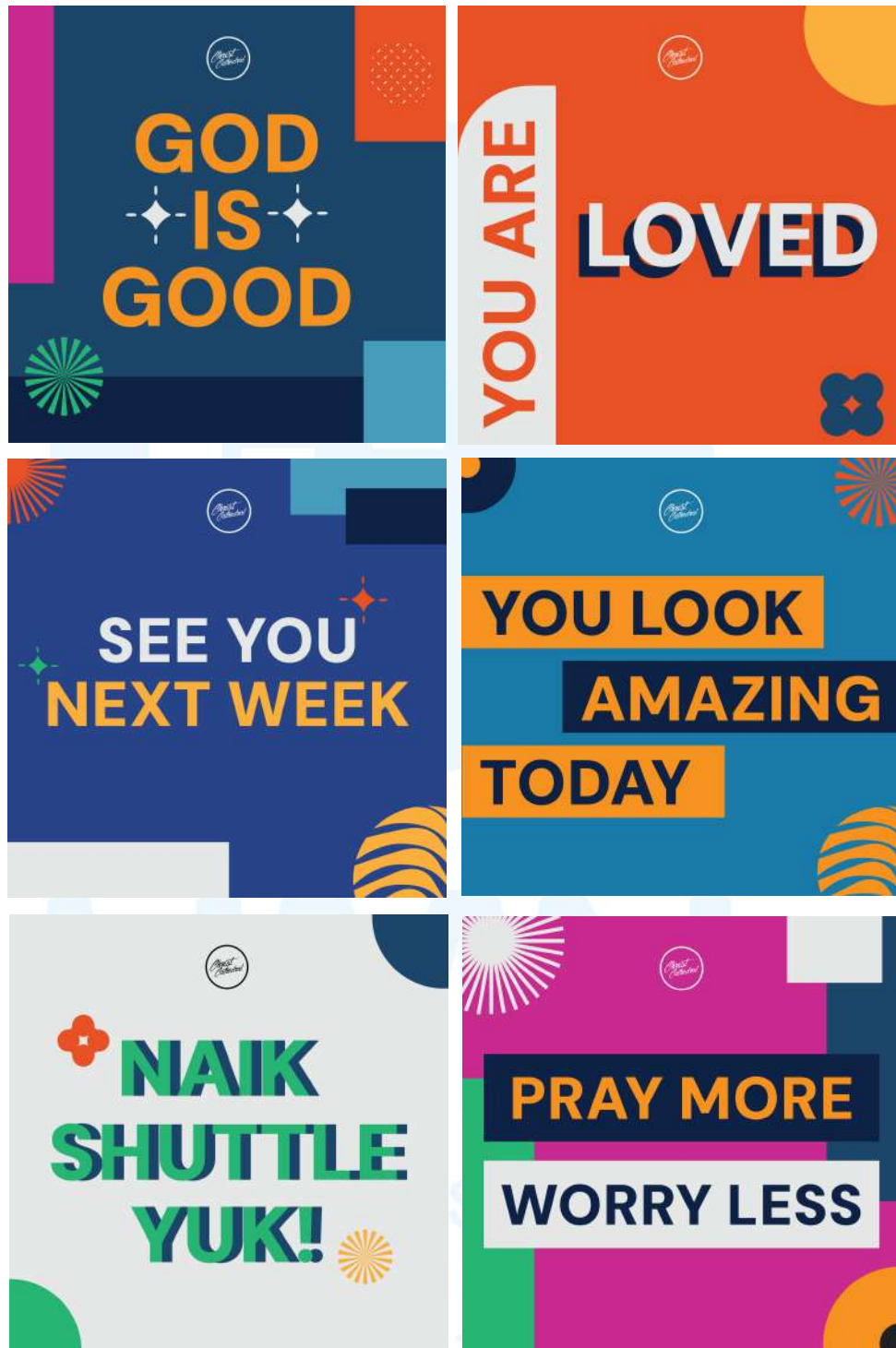
Gambar 3.28 Element *Branding Identity* Christ Cathedral

Selain elemen – elemen pada *branding identity* Christ Cathedral, penulis juga menggunakan aset – aset *branding identity* milik Christ Cathedral yang telah dibuat oleh rekan kerja penulis pada awal bulan tahun 2024.



Gambar 3.29 Aset - Aset *Branding Identity* Christ Cathedral

Kemudian tahap akhir pada pembuatan papan *boards frontline* ini, penulis baru mulai memasukkan *text* kalimat motivasi tersebut, elemen dan aset ke dalam *artboard* dan mulai *layouting*. Setelah penulis selesai memasukkan semua kalimat, elemen dan aset, kemudian penulis memberikan *file* PDF kepada supervisor melalui Whatsapp dan supervisor memberikan *file* tersebut kepada tim inti grafik desain Christ Cathedral. Setelah itu dari tim inti grafik desain sudah menyukai desain penulis dan menindak lanjutkan ke dalam proses *printing* dengan memberikan *file* pdf dengan tipe *best for printing* kepada supervisor.





Gambar 3.30 Final Desain Papan *Board Frontline Ministry*

3.3.2.4 Perancangan Desain Layout Thumbnail Youtube

Christ Cathedral memiliki platform Youtube yang digunakan untuk menunggang ibadah setiap minggu secara *online*. Ibadah mingguan *online* ini disaksikan oleh jemaat ketika mereka tidak bisa menghadiri ibadah secara *offline* pada hari minggu tersebut. Tujuan dilakukannya *online service* ini selain dapat disaksikan secara langsung pada hari minggu, bisa juga disaksikan pada hari – hari kedepannya.

Penulis ditugaskan untuk membuat desain *layout thumbnail* Youtube milik Christ Cathedral. Penulis membuat desain ini menggunakan aset – aset *branding identity* yang telah diberikan oleh supervisor penulis. Aset *branding identity* ini dibuat oleh rekan kerja penulis. Selain itu supervisor juga memberikan beberapa aset lainnya seperti logo Christ Cathedral. Foto pembicara pun penulis dapatkan dari *librarian photography documentation* Christ Cathedral. Penulis membuat *thumbnail* Youtube ini dengan ukuran 1920 x 1080 px.

Setelah penulis membuat *artboard* dengan ukuran tersebut, kemudian penulis memasukkan foto pembicara pada hari minggu. Pada *thumbnail* ini penulis diminta untuk membuat 2 jenis *thumbnail* yang berbeda, yang pertama penulis diminta untuk membuat 1 jenis *thumbnail* untuk ibadah umum dan 1 jenis *thumbnail* untuk ibadah sore atmosphere. Keduanya memiliki perbedaan di segi *layouting* foto dan judulnya saja. Lalu penulis baru memasukkan pilihan foto pembicara pada hari minggu dan memasukkan logo, judul kotbah, tanggal dan nama pembicara di desain *thumbnail* Youtube tersebut.





Gambar 3.31 Desain *Thumbnail* Youtube Christ Cathedral

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam setiap pekerjaan pasti terdapat kendala yang dialami oleh setiap orang yang sedang bekerja. Penulis mengalami beberapa kendala pada saat pelaksanaan magang dari awal hingga hari terakhir penulis magang di Christ Cathedral. Namun, dalam setiap kendala pastinya terdapat solusi yang bisa penulis lakukan dan dapatkan sehingga kendala ini bukan menjadi kendala lagi namun menjadi pelajaran yang berdampak.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Penulis mengalami kendala utama dalam hal komunikasi dengan supervisor. Supervisor sering kali memberikan respons yang lambat karena kesibukan dengan pekerjaan lain, sehingga proses diskusi, revisi, dan persetujuan desain sering tertunda. Kondisi ini kerap mengakibatkan keterlambatan dalam penyelesaian tugas, terutama ketika desain harus diselesaikan sesuai tenggat waktu yang telah ditentukan.

Selain itu, penulis juga menghadapi tantangan berupa kesulitan mendapatkan ide dalam *layouting* dan mendesain. Sebagai seorang desainer, menciptakan karya yang menarik dan inovatif secara konsisten merupakan hal yang tidak mudah, terutama jika harus mengikuti tema tertentu atau mempertahankan elemen yang serupa. Ketika inspirasi sulit ditemukan, proses

kreatif menjadi terhambat, yang pada akhirnya memengaruhi efisiensi kerja dan kualitas hasil desain.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam menghadapi kendala dalam komunikasi penulis kepada supervisor, penulis menemukan solusi dengan lebih mengutamakan komunikasi secara langsung dibandingkan melalui Whatsapp. Pendekatan ini dilakukan untuk mempercepat proses tanya jawab, diskusi, dan revisi yang sering kali terhambat ketika dilakukan secara daring. Dengan berkomunikasi secara langsung, penulis dapat memperoleh arah dan persetujuan lebih cepat, sehingga tugas dapat diselesaikan secara lebih efisien dan tepat waktu. Selain itu, komunikasi tatap muka juga membantu mengurangi potensi kesalahpahaman yang mungkin terjadi dalam percakapan berbasis teks.

Untuk mengatasi kendala kedua, yaitu kesulitan dalam menemukan ide untuk layout dan desain, penulis menerapkan beberapa langkah strategis. Salah satu solusi utama yaitu dengan lebih aktif dalam mencari referensi desain melalui berbagai platform, seperti media sosial, situs desain, atau buku desain grafis, untuk memperluas wawasan dan inspirasi kreatif penulis. Selain itu penulis menyadari pentingnya keberanian dalam menyampaikan pendapat dan bertanya selama diskusi atau *brainstorming*. Dengan lebih aktif dalam komunikasi, penulis tidak hanya memperoleh masukan namun dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam proses kreatif, sehingga menghasilkan desain yang lebih relevan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA