

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis menempati posisi magang sebagai *Graphic Designer & Content Creator Intern* pada perusahaan *Upmosphere*. Dalam menjalani peran ini, penulis secara aktif melakukan koordinasi dengan *Senior Graphic Designer* untuk mendapatkan panduan dan arahan terkait tugas-tugas yang harus dikerjakan. Komunikasi yang terjalin dengan *Senior Graphic Designer* bertujuan untuk memastikan setiap pekerjaan yang dilakukan sesuai dengan standar kualitas perusahaan. Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses *Brainstorming* bersama *Senior Graphic Designer* serta tim *Upmosphere* untuk mendiskusikan ide-ide menarik serta mengembangkan konsep desain. Penulis juga berperan aktif memberikan asistensi kepada *Senior Graphic Designer* seperti pembuatan konsep, *Mindmap*, hingga *Final Artwork*.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis menempati posisi sebagai *Graphic Designer & Content Creator Intern* pada perusahaan *Upmosphere*, yang dimana penulis mendapatkan arahan langsung dari *Senior Graphic Designer*. Pada beberapa momen, penulis juga dapat terlibat dengan *CEO* perusahaan bila diperlukan, terutama bila ingin mendiskusikan konsep desain atau membahas proyek tertentu. Melalui magang di *Upmosphere*, penulis memiliki kesempatan untuk menggunakan segala kemampuan yang dimiliki sekaligus mengembangkan keterampilan baru. Penulis juga mengimplementasikan segala teori dan ilmu yang didapat untuk penerapan konsep serta pengelolaan desain dan konten.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Alur dan struktur kerja *Upmosphere* dirancang secara sistematis untuk memastikan setiap tugas dan proyek dapat diselesaikan secara efisien. Dalam praktiknya, penulis memiliki tanggung jawab untuk membantu proses pembuatan desain produk. Penulis melakukan kolaborasi dengan *Senior Graphic Designer* dan tim *Upmosphere* untuk memastikan bahwa setiap desain yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Koordinasi terstruktur menjadi kunci keberhasilan untuk menjalani setiap proyek di *Upmosphere*. Proses koordinasi tidak hanya memberikan kejelasan dalam pembagian tugas, tetapi juga memastikan tiap pekerjaan berjalan dengan efisien. Berikut merupakan bagan alur koordinasi *Upmosphere* :



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Pada dasarnya, atasan dari penulis bersifat fleksibel, karena penulis dapat langsung memberikan hasil pekerjaan kepada atasan. Namun disisi lain, penulis juga dapat memberikan hasil pekerjaan kepada *Senior Graphic Designer* terlebih dahulu untuk langkah awal mendapatkan arahan dan masukan sebelum disampaikan kepada atasan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Seluruh tugas dirancang untuk melatih dan mengembangkan kemampuan penulis dalam bidang desain grafis serta mengembangkan perusahaan dari berbagai aspek, berikut adalah tugas-tugas yang sudah dikerjakan penulis selama magang di *Upmosphere* :

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	22 - 26 Juli 2024	Membuat design produk untuk konten	Setiap hari kerja membuat design produk dan konten untuk upload di <i>Instagram Instaprint</i>
2	29 Juli – 2 Agustus 2024	Membuat desain <i>feeds</i> komunitas mobil <i>M Owners Club Indonesia</i>	Dalam perusahaan <i>Upmosphere</i> terdapat proyek tambahan dari atasan yaitu membuat <i>feeds</i> instagram komunitas mobil <i>M Owners Club Indonesia</i> .
3	5 - 9 Agustus 2024	Menyicil design produk bertemakan 17 Agustus	Menjelang 17 Agustus maka penulis membuat design produk yang berkaitan dengan tema tersebut
4	12 - 16 Agustus 2024	Melanjutkan design produk yang bertemakan 17 agustus	Sudah semakin mendekati 17 agustus, maka semakin mengejar produk dan konten 17 agustus
5	19 - 23 Agustus 2024	Mendesain <i>web banner</i> produk <i>Instaprint</i>	<i>Instaprint</i> ingin mengganti desain web banner agar lebih <i>Fresh Look</i>
6	26 - 30 Agustus 2024	Membuat design <i>feeds</i> <i>MOCI Cross Island</i>	Atasan meminta untuk dibuatkan desain <i>feeds</i> acara <i>Touring M Owners Club Indonesia</i> Bali, Mandalika
7	2 - 6 September 2024	Membuat design produk <i>Vector Light</i>	Atasan meminta untuk dibuatkan desain <i>Vector Light</i> untuk produk baru. Desain tersebut menggunakan karakter <i>anime</i>

			yang bernama <i>Anya</i> dari Serial <i>Spy X Family</i>
8	9 - 13 September 2024	Membuat desain untuk produk plakat, Membuat desain <i>Story Instagram MOCI Gokart</i> , dan membuat desain <i>Story Instagram Maulid Nabi</i> untuk <i>MOCI</i>	Desain dari plakat yang telah dibuat merupakan penghargaan bagi pemenang lomba <i>Gokart</i> , Desain <i>Story Instagram</i> yang telah dibuat untuk pengumuman hari dan tanggal dari lomba <i>Gokart</i> tersebut, Sedangkan Desain Maulid Nabi adalah sebagai ucapan dari komunitas mobil <i>MOCI</i> untuk bentuk toleransi
9	17 - 20 September 2024 (16 September tanggal merah karena Maulid Nabi)	Melanjutkan desain produk dan membuat konten	Membuat desain produk yang berhubungan dengan <i>Labubu</i> karena sedang Trending.
10	23 - 27 September 2024	Membuat desain <i>feeds MOCI X RECARO</i>	<i>MOCI X RECARO</i> merupakan <i>Event Simulator Race</i> yang diikuti oleh para anggota komunitas <i>M Owners Club Indonesia</i> . Atasan meminta untuk dibuatkan desain <i>Feeds</i> dari <i>Event</i> tersebut.
11	30 September - 4 Oktober 2024	Membuat desain <i>Story Instagram MOCI Kesaktian Pancasila</i>	Untuk sebuah ucapan dari <i>M Owners Club Indonesia</i> mengenai Hari Kesaktian Pancasila
12	7 - 11 Oktober 2024	Membuat design poster untuk konten promo guncang 10.10	Konten promo 10.10 adalah angka kembar yang identik dengan diskon atau promo produk

13	14 - 18 Oktober 2024	Membuat <i>design</i> produk serta membuat konten untuk <i>Instagram</i>	Konsep desain yang digunakan adalah Timnas Indonesia yang trending karena kualifikasi piala dunia 2026
14	21 - 25 Oktober 2024	Membuat desain produk , membuat konten dengan konsep <i>Halloween</i> , Serta membuat desain <i>Story Instagram</i> Sumpah Pemuda untuk <i>MOCI</i>	Sudah menjelang <i>Halloween</i> yang jatuh pada 31 Oktober, maka konsep yang digunakan adalah <i>Halloween</i> . Sedangkan <i>Story Instagram</i> Sumpah Pemuda adalah untuk ucapan dari <i>M Owners Club Indonesia</i> .
15	28 Oktober - 1 November 2024	Membuat desain <i>Feeds MOCI Morning Hike</i> . Sedangkan Untuk produk dan konten masih menggunakan konsep <i>Halloween</i>	<i>Morning Hike</i> merupakan <i>Event</i> kolaborasi antara <i>M Owners Club Indonesia</i> bersama <i>Porsche Club Indonesia</i> .
16	4 - 8 November 2024	Membuat design <i>story Instagram MOCI</i> Hari Pahlawan, serta membuat konten promo guncang 11.11	<i>Story Instagram</i> Hari Pahlawan adalah untuk ucapan dari <i>M Owners Club Indonesia</i> . Sedangkan Konten promo guncang 11.11 adalah berkaitan dengan diskon atau promo produk pada bulan November tanggal 11
17	11 – 15 November 2024	Membuat desain <i>Template</i> kartu <i>FIFA</i>	Produk <i>Template</i> kartu tersebut akan dimasukkan ke <i>Marketplace</i> untuk <i>Template</i> baru

18	18 – 22 November 2024	Membuat design produk serta konten mingguan	Konsep yang digunakan adalah Artis <i>Kpop</i> yang sedang trending karena <i>Kdrama</i>
19	1-5 Desember 20224	Membuat desain produk dan konten yang berkaitan dengan natal	Menjelang hari raya natal, <i>Upmosphere</i> mengikuti tren dengan membuat desain produk dan konten natal, untuk mempersuasi konsumen

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani kegiatan magang enam bulan di *Upmosphere*, penulis fokus pada pekerjaan utama yaitu membuat desain produk. Dalam menjalani tugas ini, penulis selalu memulai proses kerja dengan briefing dan arahan dari *Senior Graphic Designer* dan beberapa juga langsung dari atasan. Arahan ini memberikan panduan awal terkait tujuan, elemen utama, dan pendekatan harus diterapkan dalam desain produk yang akan dibuat. Setelah menerima *Briefing*, penulis memiliki keleluasaan untuk menggunakan kreativitas dan pemahaman yang dimiliki untuk membuat desain produk. Penulis juga mengalami kesempatan untuk mengembangkan metode dalam membuat desain produk.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

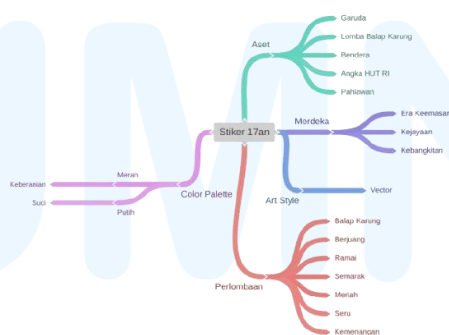
Selama melaksanakan magang di *Upmosphere*, penulis menjalankan tugas-tugas berdasarkan arahan yang diterima dari atasan melalui koordinasi dengan *Senior Graphic Designer*. Salah satu tanggung jawab utama penulis adalah memastikan bahwa desain produk maupun konten promosi dibuat secara konsisten tiap minggu untuk diunggah pada akun *Instagram* resmi *Instaprint*. Tugas ini bertujuan untuk mendukung strategi pemasaran perusahaan melalui media sosial dengan menghadirkan konten yang menarik dan relevan bagi audiens. Atasan memberikan instruksi bahwa desain produk yang dihasilkan harus mengikuti tren positif yang sedang digemari oleh banyak kalangan masyarakat.

3..3.1.1 Desain Stiker 17 Agustus

Penulis menerima arahan untuk mendesain produk stiker yang bertemakan 17 Agustus dengan tujuan menyemarakkan suasana Hari Kemerdekaan. Proyek ini bertujuan untuk menciptakan produk yang menarik secara visual serta mampu mempersuasi audiens bahwa stiker ini dapat menjadi aksesoris dalam kegiatan lomba 17 Agustus. Penulis juga mendapatkan kebebasan dari *Senior Graphic Designer* untuk mengembangkan kreativitas dalam membuat desain stiker 17 Agustus.

1. Proses Pembuatan *Mindmap*

Penulis menggunakan *Mindmap* sebagai metode untuk menyalurkan ide-ide maupun konsep terkait desain stiker 17 Agustus. *Mindmap* ini berfungsi sebagai panduan serta acuan visual untuk dapat mengorganisir pemikiran secara sistematis, sehingga seluruh ide dapat terangkum dan terarah dalam satu kerangka kerja. Melalui proses pembuatan *Mindmap*, penulis mampu mengidentifikasi dan mengelompokkan elemen-elemen yang relevan dengan tema Hari Kemerdekaan Indonesia.



Gambar 3.2 *Mindmap* Stiker 17 Agustus

Berdasarkan *Mindmap* yang telah disusun, penulis mengidentifikasi tiga kata kunci utama yang menjadi landasan konsep desain stiker 17 Agustus yakni, keberanian yang diimplementasikan melalui warna merah dominan serta mencerminkan kekuatan. Kemudian, semangat yang menandakan antusiasme

rakyat Indonesia dalam lomba 17 Agustus. Serta, kemenangan yang menggambarkan hasil perjuangan yang dirayakan

2. Proses Pembuatan *Moodboard*

Penulis menggunakan metode pembuatan *Moodboard* untuk mengembangkan konsep desain yang lebih terarah, dengan mengumpulkan referensi dalam bentuk visual sebagai inspirasi bagi penulis untuk mendesain stiker 17 Agustus. Konsep keberanian, semangat, dan kemenangan terpilih sebagai fokus utama dalam pembuatan *Moodboard*.

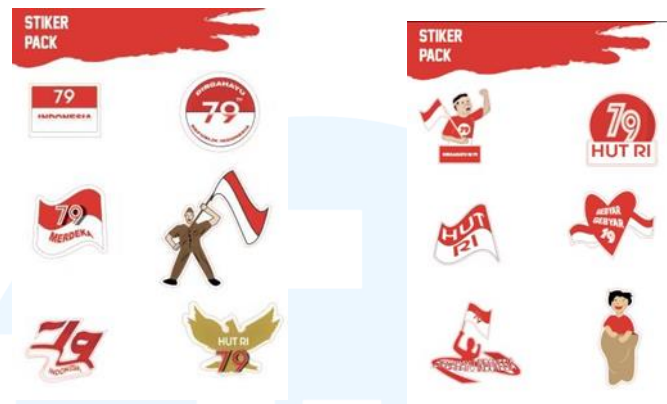


Gambar 3.3 *Moodboard* Stiker 17 Agustus

Setelah melalui tahap penyusunan *Moodboard*, penulis melakukan asistensi kepada *Senior Graphic Designer*. Melalui hasil asistensi tersebut, *Senior Graphic Designer* memberi masukan untuk menggunakan logo resmi HUT RI ke-79 pada desain stiker, hal tersebut disampaikan oleh *Senior* karena menurutnya logo tersebut berfungsi untuk memberikan kesan eksklusif.

3. Proses *Final Artwork*

Tahap akhir dari proyek ini adalah merealisasikan seluruh konsep yang telah dipersiapkan kedalam karya visual. Dengan menggunakan *Software Adobe Illustrator*, penulis membuat desain stiker dalam *Artboard* ukuran A5 (14,8 x 21 cm). Dominasi warna merah dan putih memberikan kesan kuat dan memikat pada desain serta merepresentasikan semangat kemerdekaan Indonesia.



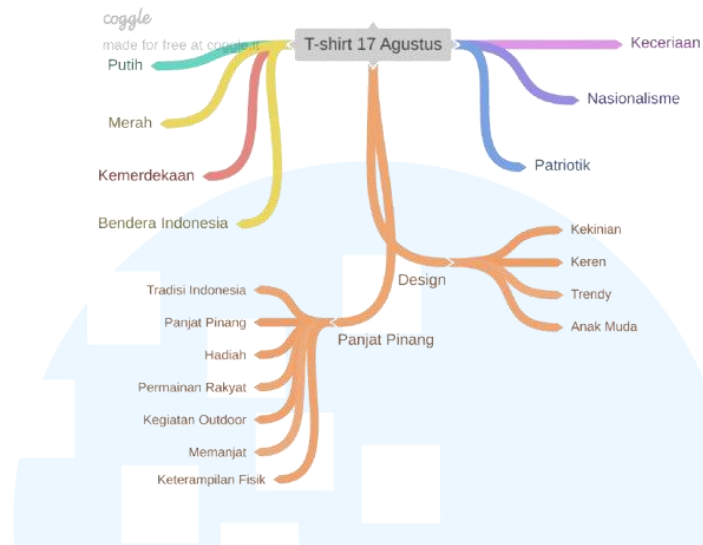
Gambar 3.4 *Final Design* Stiker 17 Agustus

3.3.1.2 Desain *T-shirt* 17 Agustus

Produk *T-shirt* ini dipilih oleh penulis sebagai proyek desain yang masih berhubungan dengan tema 17 Agustus. Produk ini merupakan pilihan yang tepat untuk diaplikasikan dengan konsep 17 Agustus. Pada dasarnya, *T-shirt* merupakan produk yang memperlihatkan desain secara keseluruhan, serta memperlihatkan rasa nasionalisme ketika mengikuti perlombaan 17 Agustus.

1. Proses Pembuatan *Mindmap*

Penulis melakukan pembuatan *Mindmap* untuk memberi panduan serta menemukan kata kunci yang relevan dengan tema yang akan digunakan. Melalui *Mindmap*, penulis dapat menggali ide-ide serta mengeksplorasi berbagai elemen yang berhubungan dengan 17 Agustus.



Gambar 3.5 Mindmap T-shirt 17 Agustus

Selanjutnya, penulis mengajukan hasil *Mindmap* kepada *Senior Graphic Designer* untuk mendapatkan masukan dan saran. Penulis telah menyiapkan tiga kata kunci utama yaitu, kekinian yang memaknai tren desain baju yang sesuai dengan tema anak muda, kemudian Panjat Pinang yang merupakan salah satu perlombaan paling ikonik, serta Nasionalisme untuk menegaskan rasa kebanggaan kepada tanah air Indonesia. Beberapa kata kunci tersebut dipilih karena rasa antusiasme yang tinggi serta rasa nasionalisme anak muda yang tidak pernah padam.

2. Proses Pembuatan *Moodboard*

Setelah mendapat persetujuan dari *Senior Graphic Designer* mengenai *Mindmap* yang telah dibuat, penulis menyalurkan referensi visual pada *Moodboard*. Penulis ingin berfokus untuk menciptakan representasi visual yang menggambarkan tema Panjat Pinang, serta penggunaan warna merah dan putih yang merepresentasikan identitas Indonesia. Elemen Panjat Pinang menjadi fokus penting dalam visual *T-shirt* karena menambahkan kesan perlombaan ikonik di Indonesia.



Gambar 3.6 *Moodboard T-shirt 17 Agustus*

3. Proses *Final Artwork*

Penulis melanjutkan ke proses desain dengan mengaplikasikan konsep yang telah disiapkan sebelumnya. Pada tahap ini, penulis menggunakan elemen warna merah dan putih sebagai bentuk representasi bendera Indonesia. Warna merah melambangkan nasionalisme, keberanian, serta semangat tak mengenal menyerah. Sementara itu, warna putih melambangkan kesucian, dan kejujuran dalam menjalankan perlombaan.



Gambar 3.7 *Mockup T-shirt 17 Agustus*

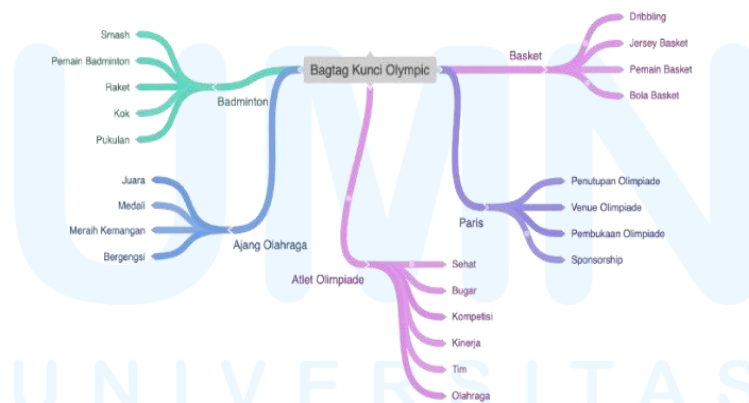
Dalam hal teknik desain, penulis menggunakan teknik *Vector* untuk menciptakan elemen yang mudah diadaptasi pada *T-shirt*. Bagian *belakang T-shirt* dirancang dengan *Vector Panjat Pinang*, sedangkan pada bagian depan *T-shirt*, penulis menggunakan logo resmi HUT RI ke-79 berdasarkan instruksi dari *Senior Graphic Designer*. Terakhir, penulis mengimplementasikan desain pada *Mock-up* untuk memberikan gambaran visual produk *T-shirt* yang sudah jadi.

3..3.1.3 *Bagtag Olympic Paris 2024*

Bagtag merupakan produk aksesoris yang dirancang untuk dapat diaplikasikan pada tas, koper, dan lainnya. Fungsinya adalah sebagai aksesoris yang memperindah serta memberikan keunikan pada tas tersebut. Dalam hal ini, *Bagtag* dirancang dengan tema *Olympic Paris 2024*, yang sempat menjadi trending diseluruh dunia. Produk ini ditujukan kepada konsumen yang memiliki minat kepada olahraga, khususnya anak muda dan laki-laki. Penulis menunjukan produk ini kepada anak muda, karena mereka cenderung lebih terbuka dengan tren ini dan produk ini dapat mencerminkan kesukaan mereka.

1. Proses Pembuatan *Mindmap*

Penulis mengawali dengan proses pembuatan *Mindmap* untuk dapat mengidentifikasi kata kunci yang relevan dan dapat mengembangkan desain produk *Bagtag*. Melalui *Mindmap*, penulis juga dapat menemukan kata kunci yang dapat menyesuaikan dengan *Olympic Paris 2024*, supaya bisa menuju segmen anak muda yang memiliki ketertarikan terhadap olahraga.



Gambar 3.8 *Mindmap Bagtag Olympic Paris 2024*

Setelah melakukan tahap pembuatan *Mindmap*, penulis menemukan tiga kata kunci utama yaitu, Olahraga, Badminton, dan Basket. Penulis ingin

membuat visual yang berkaitan dengan Badminton dan Basket, karena dua cabang olahraga ini paling diminati pada *Olympic Paris 2024*.

2. Proses Pembuatan *Moodboard*

Penulis melanjutkan ke tahap pembuatan *Moodboard* setelah mendapatkan tiga kata kunci yang ingin digunakan, *Moodboard* menjadi panduan serta acuan penulis untuk mengimplementasikan visual *Olympic Paris 2024* sebagai desain *Bagtag*.

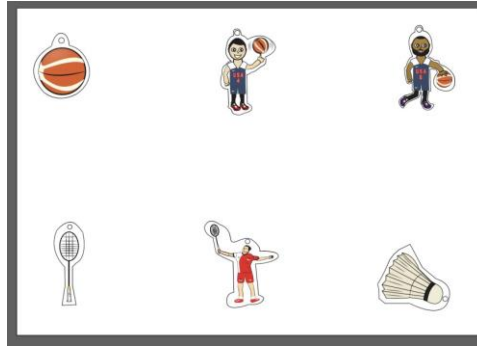


Gambar 3.9 *Moodboard Bagtag Olympic Paris 2024*

Moodboard tersebut bersifat representatif untuk menggambarkan seluruh referensi dan ide visual, serta dapat menjadi landasan kuat untuk memvisualisasikan hasil akhir.

3. Proses *Final Artwork*

Langkah terakhir adalah proses perancangan *produk Bagtag Olympic Paris 2024* sekaligus pemberian warna pada desain. Proses pemberian warna sangat penting untuk memberikan kesan visual yang kuat, sekaligus mempertegas tema yang telah ditentukan sebelumnya. Penulis memilih warna biru, coklat, dan putih sebagai *Colour Palette* utama. Warna biru memvisualisasikan seragam pemain basket. Sementara itu, warna coklat dan putih ditujukan untuk warna dari peralatan olahraga Basket dan Badminton.



Gambar 3.10 Final Design Bagtag Olympc Paris 2024

3.3.1.4 Gantungan Kunci *Kim Soo Hyun*

Penulis membuat desain produk gantungan kunci yang mengambil konsep *Kdrama* dengan inspirasi dari *Kim Soo Hyun*, *Kim Soo Hyun* sendiri merupakan aktor dan pemeran asal Korea Selatan yang pernah trending karena menjadi pemeran utama pada serial *Kdrama* yang berjudul *Queen of Tears*. *Kim Soo Hyun* digemari oleh mayoritas kalangan anak muda, khususnya wanita. Oleh karena itu, penulis ingin mengangkat produk gantungan kunci beserta konsep tersebut untuk ditujukan kepada segmen anak muda, khususnya wanita.

1. Segmentasi Target Pasar

Segmentasi yang ingin dituju oleh penulis untuk produk gantungan kunci adalah kalangan anak muda, khususnya para wanita yang mengidolakan *Kim Soo Hyun*. Produk ini dapat dikoleksi, dijadikan aksesoris, ataupun *Merchandise*. Melalui produk gantungan kunci ini, penulis ingin menciptakan keunikan pada produk sehingga dapat digemari oleh konsumen. Penulis berharap, melalui desain produk ini dapat menjadi daya tarik terhadap konsumen yang menyukai *Kim Soo Hyun* atau *Kdrama*.

2. Proses Pencarian Ide

Penulis melakukan diskusi dengan *Senior Graphic Designer* untuk membahas konsep desain gantungan kunci yang akan dibuat. Pada diskusi tersebut penulis mengajukan tren *Kim Soo Hyun* kepada *Senior Graphic Designer*. Kemudian, penulis diberikan arahan agar menggunakan wajah dari *Kim Soo Hyun* sebagai elemen utama pada gantungan kunci. *Senior* menyarankan agar gambar wajah *Kim Soo Hyun* di-*screenshot* melalui Internet, serta menggunakan teknik *Crop Image*.

3. Proses *Final Artwork*

Penulis memulai proses pembuatan desain *Kim Soo Hyun* yang akan diimplementasikan pada gantungan kunci. Proses desain ini dilakukan dengan mempertimbangkan arahan dari *Senior Graphic Designer*, yang memberikan panduan supaya desain dapat sesuai dengan segmen yang dituju. Penulis menggunakan elemen wajah *Kim Soo Hyun* yang menonjolkan daya tariknya pada desain produk tersebut.



Gambar 3.11 Desain Gantungan Kunci *Kim Soo Hyun*

Dalam proses pembuatan desain, mengadopsi *Artstyle* berkarakter *Cute* untuk membuat daya tarik visual terhadap produk, khususnya terhadap segmentasi yang dituju. Elemen utama desain difokuskan pada wajah *Kim Soo Hyun*. Penulis juga menggunakan warna yang lembut dan feminis untuk memberikan kesan manis.

3..3.1.5 Produk *Photocard Le Sserafim*

Photocard merupakan produk yang dapat dijadikan koleksi atau bisa juga dijadikan sebagai *Merchandise*. *Photocard* memiliki kesan eksklusif serta menghadirkan visual menarik terhadap konsumen. Untuk desain *Photocard* ini, penulis menggunakan konsep bertemakan *Le Sserafim*, yang merupakan *Girlband* asal Korea Selatan yang trending karena merilis album barunya yang berjudul “*Crazy*” pada tanggal 30 Agustus 2024.

1. Segmentasi Target Pasar

Segmen target yang ditunjukkan untuk produk *Photocard Le Sserafim* adalah generasi muda sekaligus wanita yang memiliki ketertarikan terhadap

Kpop. Target ini cenderung berfokus kepada penggemar *Le Sserafim* yang berada di Indonesia. Tujuan utama penulis membuat produk ini adalah untuk memberikan pengalaman eksklusif kepada penggemar.

2. Proses Pencarian Ide

Penulis mengajukan konsep tren *Le Sserafim* kepada *Senior Graphic Designer* untuk dijadikan desain pada produk *Photocard*. *Senior Graphic Designer* memberikan arahan kepada penulis, pada desain bagian belakang *Photocard* menggunakan elemen desain album *Le Sserafim* yang bernama “*Crazy*”, hal ini bertujuan untuk memberikan kesan eksklusif serta relevan dengan tren yang sedang populer. Untuk selebihnya, penulis diberikan kebebasan untuk membuat desain *Photocard* tersebut.

3. Proses *Final Artwork*

Berdasarkan hasil diskusi bersama *Senior Graphic Designer*, desain pada bagian belakang *Photocard* menggunakan elemen visual dari album *Le Sserafim* yang bernama “*Crazy*”. Sementara itu, bagian depan dari *Photocard* diserahkan kepada penulis untuk dikreasikan secara bebas. Pemilihan warna yang dominan lembut dan dipadukan dengan elemen dekoratif untuk menciptakan estetika visual serta meningkatkan daya tarik bagi target konsumen.



Gambar 3.12 Desain Photocard Le Sserafim

Selain itu, penggunaan tipografi juga terkesan feminin agar memperkuat identitas produk dan sesuai kesukaan konsumen. Dengan pendekatan desain ini, *Photocard* dapat menjadi simbol identitas dari *Le Sserafim*, serta *Arstyle* desain yang feminis dapat memperkuat daya tarik terhadap penggemar *Le Sserafim*

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama melaksanakan kegiatan magang enam bulan, tidak hanya menjalankan tugas pokok berupa pembuatan desain produk dan konten, namun penulis juga mendapatkan tanggung jawab untuk mengerjakan proyek tambahan. Salah satu proyek utama yang dikerjakan adalah membuat desain *Feeds Instagram* komunitas mobil *M Owners Club Indonesia*. Hal ini dilakukan karena atasan merupakan salah satu anggota dari komunitas tersebut. Oleh karena itu, setiap kali komunitas tersebut mengadakan acara atau memperingati hari besar, penulis diminta untuk membuat desain *Feeds* yang berkaitan dengan tema tersebut. Selain itu, penulis juga diminta untuk membuat desain *Web Banner* untuk ditampilkan pada halaman *Website Instaprint*. Proyek ini dibuat untuk meningkatkan *engagement* konsumen melalui *Website*. Berikut merupakan empat proyek tambahan yang dikerjakan oleh penulis selama melaksanakan magang.

3.3.2.1 Proyek Desain Web Banner Instaprint

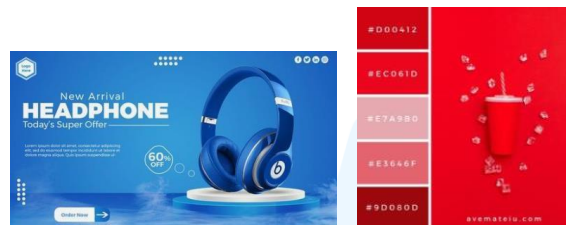
Penulis menerima arahan langsung dari atasan untuk membuat desain sebuah *Web Banner* untuk tampilan *Website Instaprint*. Tugas ini dilakukan dengan tujuan memperbarui tampilan *Web Banner*, supaya terlihat lebih baru dan menarik bagi pengguna. Proyek ini merupakan tanggung jawab bersama yang melibatkan seluruh tim *Upmosphere*, yang diberikan pengerjaan desain *Web Banner* masing-masing. Selama proses pengerjaan, penulis melakukan koordinasi dengan *Senior Graphic Designer*, untuk mendapatkan arahan lebih lanjut mengenai konsep desain yang diinginkan.

1. Proses Pencarian Ide & Konsep

Penulis melakukan diskusi intensif bersama tim *Upmosphere* untuk membahas konsep dan visual untuk membuat desain *Web Banner*. Diskusi ini melibatkan pemilihan warna, elemen visual, serta tipografi, untuk memastikan keselarasan dengan identitas *Instaprint*. Penulis juga memberikan masukan terkait aspek-aspek visual yang dapat meningkatkan daya tarik desain. Sementara itu, *Senior Graphic Designer* memberikan saran untuk menonjolkan produk-produk *Instaprint* dalam *Web Banner*.

2. Proses Pencarian Referensi

Pada awal proses perancangan desain, penulis memulai mencari referensi desain melalui Internet supaya mendapat inspirasi serta dapat menemukan acuan desain yang diinginkan. Sesuai arahan, penulis ingin menonjolkan produk-produk unggulan *Instaprint* sebagai *Point Of Interest*, karena *Instaprint* ingin mengedepankan kualitas dan keunggulan pada produknya.



Gambar 3.13 Referensi Desain *Web Banner*
Sumber: *Pinterest*

3. Proses Final Artwork Desain *Web Banner*

Perusahaan *Instaprint* menggunakan *Colour Palette* pokok merah sebagai pedoman warna utama serta menjadi warna yang mendominasi desain *Web Banner*. Warna merah merupakan warna yang menjadi identitas utama perusahaan *Instaprint*, serta menciptakan kesan yang tegas, energik, serta dinamis. Pada mulanya, penulis merancang design dengan menempatkan

gambar *Tumbler* diatas *Display* piringan putih dengan latar belakang warna merah seperti pada yang tertera pada gambar 3.14,



Gambar 3.14 Desain *Web Banner Instaprint*

4. Proses Revisi Desain *Web Banner*

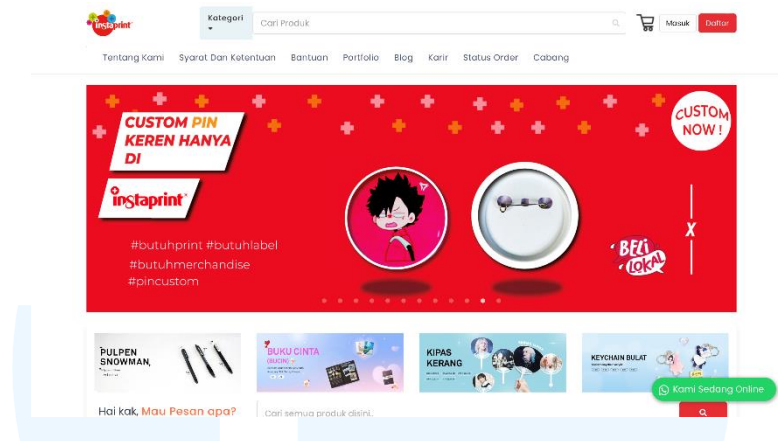
Berdasarkan desain yang sudah dibuat, atasan menilai sudah cukup baik dan dinamis. Namun atasan meminta untuk melakukan perubahan pada produk yang tertera pada *Banner*, atasa mengusulkan bahwa visual produk *Tumbler* diganti dengan *Pin Button*. Hal demikian disampaikan oleh atasan dengan tujuan untuk memperbaharui citra serta *Rebranding* dari *Pin Button* kepada audiens. Menanggapi arahan dari atasan, penulis segera melakukan revisi terhadap desain *Web Banner* yakni dengan mengganti visual *Tumbler* menjadi produk *Pin Button*. Penulis juga melakukan perombakan suasana dari desain tersebut supaya menciptakan kesan dinamis.



Gambar 3.15 Revisi Desain *Web Banner Instaprint*

Ide perubahan penulis dapat diterima oleh atasan, dan diperintahkan untuk diproses finalisasinya. Atas persetujuannya, desain yang telah direvisi tersebut dimasukkan kedalam tampilan beranda *Website Instaprint*. Dengan

demikian, desain *Web Banner* yang telah disesuaikan resmi dipublikasikan untuk memperbarui tampilan *Web Banner* pada *Website Instaprint*.



Gambar 3.16 Tampilan Beranda *Web Instaprint*
Sumber : *Instaprint / Website Instaprint Siaga*

3.3.2.2 Proyek Desain *Instastory MOCI* Maulid Nabi

Menjelang tanggal 16 September 2024, yang merupakan hari Maulid Nabi Muhammad, penulis menerima instruksi langsung dari atasan untuk membuat desain *Instastory* ucapan Maulid Nabi yang akan diunggah *Instagram Story M Owners Club Indonesia (MOCI)*. *MOCI* merupakan komunitas eksklusif penggemar *BMW* seri *M*, yang dikelola oleh atasan dari penulis.

1. Proses Pencarian Referensi

Langkah pertama yang dilakukan penulis yakni mencari referensi desain yang relevan dengan Maulid Nabi, dengan memperhatikan elemen yang sesuai dengan tema tersebut. Penulis menginginkan referensi yang memvisualisasikan suasana islami dan penghormatan hari Maulid Nabi. Beberapa referensi mencakup elemen kaligrafi, warna yang menenangkan, serta tipografi yang menyerupai huruf arab.



Gambar 3.17 Referensi Desain Maulid Nabi MOCI
Sumber : *Pinterest*

Setelahnya, penulis mengajukan beberapa referensi yang didapatkan kepada atasan, dan penulis diberikan arahan untuk tidak terlalu meniru desain yang didapat dari referensi, melainkan penulis harus melakukan improvisasi terhadap desain yang dibuat.

2. Proses Pencarian Ide & Konsep

Dalam merancang desain untuk ucapan Maulid Nabi, penulis ingin memvisualisasikan suasana yang menggambarkan kedamaian, kebahagiaan, serta nuansa islam yang melekat. Penulis ingin menggunakan warna cerah yang mencerminkan kehangatan dan penuh harapan. Selain itu, tipografi yang dipilih juga mencerminkan kesenian huruf Arab.

3. Proses Final Artwork

Dalam proses pembuatan desain, penulis menambahkan tipografi yang sesuai dengan tema Maulid Nabi, mengedepankan religius dan kedamaian. Serta menggunakan warna yang serasi untuk menciptakan kehangatan dan keharmonisan



Gambar 3.18 Desain *Instastory Maulid Nabi MOCi*

3.3.2.3 Proyek Desain Feeds Instagram MOCi X Recaro

Komunitas mobil *M Owners Club Indonesia* menjalin kolaborasi bersama produk Jok mobil *Recaro*, untuk mengadakan acara *Race Simulator* pada bulan September 2024. Acara ini bertujuan untuk menggabungkan hiburan dan teknologi, dimana peserta dapat merasakan sensasi balapan menggunakan *Simulator* canggih menyerupai pengalaman nyata di trek balapan. *Recaro*, sebagai sponsor utama acara ini, memberikan dukungan yang signifikan, baik segi penyediaan perlengkapan produk, maupun dalam hal promosi.

1. Proses Pemberian Briefing

Atasan memberikan akses kepada penulis berupa link *Google Drive* yang berisikan foto-foto dokumentasi selama acara berlangsung, foto-foto tersebut merupakan momen penting yang ingin diabadikan pada akun *Instagram M Owners Club Indonesia*. Atasan meminta penulis untuk mengerjakan desain *Feeds Instagram* dengan tujuan mengabadikan momen-momen tersebut. Disisi lain, atasan meminta supaya desain *Feeds* dapat diselesaikan dengan cepat dan rapi, karena ingin segera diunggah pada akun *Instagram*.

2. Proses Final Artwork

Penulis ingin membuat *Feeds Instagram* dengan konsep yang simpel namun tetap mencerminkan kesan elegan dan *Sporty*, sesuai dengan Branding kolaborasi antara *M Owners Club Indonesia* dengan *Recaro*. Penulis ingin menonjolkan esensi dari acara tersebut dari segi visual, tanpa menghilangkan kesan profesional dan eksklusivitas yang ingin ditampilkan.



Gambar 3.19 Desain *Feeds Instagram MOCI X Recaro*

3.3.2.4 Proyek Desain *Instastory MOCI Sumpah Pemuda*

Menjelang tanggal 28 Oktober 2024, penulis mendapatkan instruksi dari atasan untuk membuat desain *Instagram Story* yang bertemakan Hari Sumpah Pemuda. Desain tersebut nantinya akan diposting pada tanggal 28 Oktober pada *Story* akun *Instagram M Owners Club Indonesia*, sebagai ucapan memperingati Hari Sumpah Pemuda.

1. Proses Pencarian Referensi

Pada tahap pertama menjalankan proyek ini, penulis melakukan eksplorasi serta mencari referensi yang berkaitan dengan nuansa Sumpah Pemuda. Setelah melakukan pencarian dan melihat referensi, penulis ingin memvisualisasikan nuansa semangat kebangsaan yang memperkuat identitas Sumpah Pemuda



Gambar 3.20 Referensi Desain *Instastory MOCI Sumpah Pemuda*
Sumber : *Honda / Akun Resmi Instagram Honda*

2. Proses Pencarian Ide & Konsep

Berdasarkan referensi desain yang telah diberikan oleh penulis, atasan cenderung lebih menyukai referensi yang sebelah kanan, karena terdapat elemen corak, dan dianggapnya lebih efisien dalam penyampaian pesan. Disisi lain, penulis juga mendapatkan arahan dari atasan supaya tidak terlalu meniru dari referensi. Penulis berniat untuk menggunakan warna merah dan putih yang bertujuan untuk memberikan kesan kuat terhadap semangat kebangsaan, khususnya Sumpah Pemuda. Penulis juga ingin menambahkan kolase foto dari pahlawan-pahlawan dengan maksud menggambarkan rasa hormat atas jasa-jasa pahlawan Sumpah Pemuda.

3. Proses Final Artwork

Penulis melakukan improvisasi pada desain yang dibuat dengan mempertimbangkan elemen-elemen yang memperkuat tema Sumpah Pemuda. Penulis menggunakan warna merah untuk menciptakan kesan kuat, merepresentasikan nilai-nilai yang terkandung dalam Sumpah Pemuda.



Gambar 3.21 Desain *Instastory MOCI* Hari Sumpah Pemuda

Penulis juga menambahkan foto dari tokoh-tokoh yang berperan penting dalam peristiwa Sumpah Pemuda, guna mempertegas makna historis. Disisi lain, penulis juga bermaksud memberikan penghormatan terhadap para pahlawan Sumpah Pemuda yang telah berjuang demi persatuan Bangsa Indonesia. Dari desain yang telah dibuat, penulis berharap dapat memvisualisasikan semangat perjuangan dan persatuan dari peristiwa Sumpah Pemuda.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Kendala yang dialami oleh penulis selama enam bulan di *Upmosphere* tidaklah sedikit. Pada masa awal magang, penulis masih merasa bingung dengan sistem kerja yang berlaku pada perusahaan tersebut, meski *Senior Graphic Designer* sudah memberitahu alur dan prosedur yang harus dijalankan. Terkadang, komunikasi antar tim juga kurang efektif dan renggang. Penulis juga sempat mengalami kebuntuan dalam proses kreatif, baik dalam mencari ide, implementasi desain maupun membuat konten. Namun, penulis selalu berusaha untuk tetap komunikatif kepada *Senior Graphic Designer* maupun tim *Upmosphere*, untuk bisa mendapatkan *Insight* dan memperluas perspektif. Seiring berjalannya waktu, penulis melakukan adaptasi dengan seluruh rekan kerja yang di *Upmosphere*,

penulis mulai memahami alur bekerja *Upmsphere*. Dengan beradaptasi dan terus belajar, mampu menjalani tugas-tugas yang diberikan selama magang.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Penulis sempat mengalami kesulitan pada saat melaksanakan magang, lantaran komunikasi antar tim yang kurang, dan rekan kerja yang cenderung pasif (jarang mengobrol). Namun penulis tetap fokus dalam menjalani magang, selalu bertanya kepada *Senior Graphic Designer* agar tidak hilang arah, serta bersikap profesional di tempat magang.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Berdasarkan kendala yang dialami oleh penulis, mulai dari rekan kerja yang jarang mengobrol, terkadang kurangnya *Chemistry* antara satu sama lain, maka solusi dari penulis adalah tetap menjaga komunikasi dengan *Senior Graphic Designer*, selalu bertanya bila ada yang tidak dimengerti, serta berusaha untuk menghindari terjadinya *Miss Communication*.

