

## BAB III

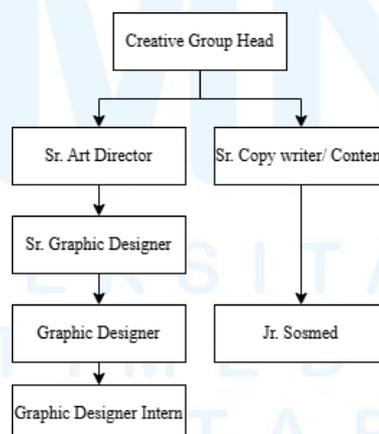
### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang, penulis menduduki posisi sebagai intern di bidang desain grafis, dengan alur koordinasi yang berlangsung secara langsung bersama Senior Art Director di ADTree Digital. Pada setiap proyek yang dikerjakan, penulis menerima arahan serta feedback yang diberikan oleh Senior Art Director terkait konsep visual dan detail teknis yang perlu dipenuhi. Alur koordinasi ini melibatkan diskusi berkala yang bertujuan untuk memastikan bahwa hasil desain sesuai dengan standar agensi dan kebutuhan klien. Penulis juga mengikuti proses review dan revisi untuk mengasah kemampuan teknis sekaligus menyesuaikan desain dengan visual yang diinginkan oleh klien.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di ADTree Digital, penulis menempati posisi sebagai Desain Grafis Intern di divisi kreatif. Divisi kreatif terdiri atas beberapa posisi, antara lain Creative Group Head, Senior Art Director, Senior Copywriter, Graphic Desiner, dan Junior Social Media.

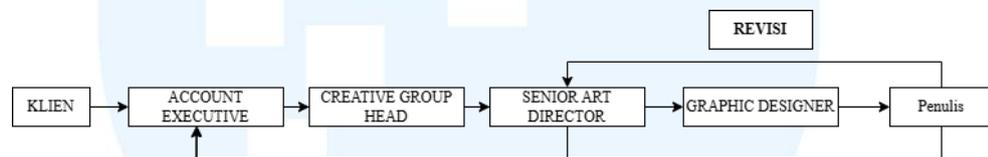


Gambar 3.1 Struktur Kedudukan Magang

Sebagai bagian dari tim kreatif, penulis berperan dalam mendukung pengerjaan aset visual untuk berbagai proyek, seperti media sosial, website, dan kampanye promosi digital. Dalam struktur organisasi divisi Senior Art Director kreatif, posisi penulis berada di bawah koordinasi langsung dan bekerja sama dengan Graphic Designer lainnya.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Koordinasi pekerjaan di ADTree Digital dilakukan secara terstruktur dengan melibatkan berbagai pihak yang memiliki peran masing-masing untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan permintaan klien.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Proses dimulai dari klien yang menyampaikan brief dan kebutuhan mereka kepada Account Executive, yang kemudian meneruskannya kepada Creative Group Head dan Senior Art Director untuk memimpin arah kreatif. Senior Art Director lalu berkoordinasi dengan Graphic Designer dan Graphic Designer Intern, termasuk penulis, untuk mengembangkan konsep visual dan melaksanakan eksekusi desain. Komunikasi dan masukan berkala dilakukan agar sesuai *brief* yang diinginkan oleh klien,

## 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama lima bulan menjalani program magang di ADTree Digital, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan berbagai proyek dari brand dengan latar belakang industri yang beragam. Beberapa brand yang ditangani oleh penulis meliputi Eka Hospital, Grand Wisata, Acaraki, FIFGROUP, Golden Rama, RSIA, dan lainnya. Setiap brand memiliki kebutuhan yang berbeda, sehingga hasil pekerjaan yang dihasilkan juga bervariasi, mulai dari pembuatan desain untuk media cetak, website, logo, Key Visual, hingga berbagai materi promosi lainnya.

Berikut adalah penjabaran detail pekerjaan yang telah diselesaikan oleh penulis selama masa magang.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	21—23 Agustus 2024	Deck ADTree trends (perusahaan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cover deck</li> <li>• Beautify deck</li> </ul>
2	26—30 Agustus 2024	Golden Rama, Eka Hospital logo child cancer, Acraki	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Shoot video</li> <li>• Edit motion</li> <li>• Edit video</li> <li>• Membuat logo</li> <li>• Totebag</li> </ul>
3	2—6 September 2024	Pitching Axis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat key visual</li> <li>• Sample motion</li> <li>• Sample content Instagram feeds</li> <li>• Sample Content Video</li> </ul>
4	9—13 September 2024	Pitching Axis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sample content Instagram feeds</li> <li>• Sample content video</li> <li>• Beautify deck Axis</li> </ul>
5	16—20 September 2024	Royal Safari Garden, Pitching Judydoll, Pitching Lasegar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Content ads website Royal Safari Garden</li> <li>• Beautify deck Lasegar</li> <li>• Beautify deck Judydoll</li> </ul>
6	23—27 September 2024	Amitra, BRImo, Sakatonik, FIFGroup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resize key visual untuk content ads website Amitra</li> <li>• Beautify deck BRImo</li> <li>• Resize key visual untuk content ads website</li> <li>• Resize key visual untuk content ads website FIFGroup</li> <li>• Beautify deck Sakatonik</li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
7	30 September — 4 Oktober 2024	GoodDay, Frisian Flag	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Shooting content sample</i> GoodDay</li> <li>• <i>Motion logo</i> GoodDay</li> <li>• <i>Edit Video content sample</i> GoodDay</li> <li>• <i>Key visual</i> GoodDay</li> <li>• <i>Beautify deck</i> GoodDay</li> <li>• <i>Beautify deck</i> Frisian Flag</li> </ul>
8	7—11 Oktober 2024	Vasanta, ADTree, PSM X Kredit Pintar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Beautify deck</i> Vasanta</li> <li>• KV PSM X Kredit Pintar</li> <li>• <i>Motion sample</i> PSM X Kredit Pintar</li> </ul>
9	14—18 Oktober 2024	PSM X Kredit Pintar, Logo perusahaan, Royal Safari Garden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Beautify</i> PSM X Kredit</li> <li>• Membuat logo perusahaan</li> <li>• <i>Resize</i> untuk <i>contend ads website</i> Royal Safari Garden</li> </ul>
10	21—25 Oktober 2024	<i>Deck credential</i> perusahaan, Kredit Pintar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Beautify deck</i> perusahaan</li> <li>• <i>Mockup Roulette</i></li> <li>• <i>Mockup Booth</i></li> <li>• <i>Mockup Notebook</i></li> </ul>
11	28 Oktober—1 November 2024	FIFastra, Danastra & Spektra, <i>pitching</i> Entrostop, Logo PT. Teknologi Operator Prima	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Resize content ads</i> untuk <i>website</i> FIFastra, Danastra &amp; Spektra</li> <li>• <i>Key visual</i> Untuk FIFastra</li> <li>• Logo PT. Teknologi Operator Prima</li> <li>• KV Entrostop</li> </ul>
12	4—8 November 2024	<i>Pitching</i> Entrostop, <i>pitching</i> Nissin, Logo perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisi <i>Key Visual</i> Entrostop</li> <li>• <i>Mockup Bus</i> Entrostop</li> <li>• <i>Mockup ads billboard</i> bandara</li> <li>• <i>Beautify deck</i> Entrostop</li> <li>• <i>Beautify deck</i> Nissin</li> <li>• Revisi logo perusahaan</li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
13	11—15 November 2024	Logo perusahaan, <i>pitching</i> Judydoll, Deck credential perusahaan, <i>pitching</i> Nissin, Eka Hospital	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Beautify deck</i> perusahaan</li> <li>• <i>Beautify deck</i> Nissin</li> <li>• <i>Beautify deck</i> Judydoll</li> <li>• <i>Content Reels</i> untuk Eka Hospital</li> </ul>
14	18— 22 November 2024	Eka Hospital	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Content Reels</i> untuk Eka Hospital</li> </ul>
15	25—29 November 2024	<i>Pitchig</i> Laurier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Content sample</i> Instagram <i>Feeds</i> untuk Laurier</li> <li>• <i>Mockup booth</i></li> <li>• <i>Beautify deck</i> Laurier</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani praktik kerja magang di ADTree Digital, penulis terlibat dalam berbagai proyek pitching dan pengelolaan brand, seperti pitching AXIS, Lasegar, dan Gooday, serta proyek kampanye Kredit Pintar dan motion untuk Golden Rama. Dalam setiap proyek, penulis bekerja secara terkoordinasi dengan desainer grafis lain untuk memastikan hasil yang sesuai dengan brief klien. Penulis mendapatkan arahan langsung dari Senior Art Director dan Desainer Grafis untuk menyempurnakan karya yang dihasilkan. Setiap hasil kerja juga melalui tahap approval dari Creative Group Head sebelum diberikan kepada klien.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Proyek utama yang dikerjakan penulis selama magang adalah pitching untuk brand Axis, yang berlangsung selama dua minggu, dimulai dari tanggal 2 hingga 13 September 2024. Penulis memilih proyek ini karena memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi dengan *workload* yang signifikan, sehingga memberikan tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan kemampuan

desain grafis. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab menghasilkan berbagai *output* kreatif yang mencakup desain visual dan materi pendukung lainnya sesuai kebutuhan *pitching*.

Proses desain dalam proyek *pitching* AXIS menggunakan metode *design thinking* yang dimulai dengan tahap *empathize*. Tahap awal dimulai dengan taking brief melalui meeting antara pihak ADTree Digital, seperti Creative Group Head, Senior Copywriter, Senior Art Director, Account Executive, dan Strategy Lead, bersama klien. Dalam meeting tersebut, pihak AXIS memberikan brief yang mencakup informasi penting, seperti target audience, persona, pesan yang ingin disampaikan, serta arahan desain yang diinginkan. Melalui metode ini, tim ADTree Digital dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang klien dan memahami permasalahan yang sedang dihadapi, sehingga solusi desain yang dihasilkan lebih relevan dan efektif.

*Brief* Proyek 360 *Digital Campaign* dari AXIS berfokus pada target audiens utama, yaitu Generasi Z (13–22 tahun) dan Generasi Alpha yang memiliki karakteristik adaptif, dinamis, unik, sangat digital native, pragmatis, serta memiliki kesadaran finansial yang tinggi. Komunikasi kampanye ini mengusung konsep "*Simply Built Different*", menekankan keunikan AXIS dibandingkan brand telekomunikasi lain. Tantangan utama dalam kampanye ini adalah bagaimana AXIS dapat tampil berbeda di tengah persaingan ketat, di mana hampir semua brand telekomunikasi menggunakan strategi dual-brand dengan pendekatan yang serupa di media sosial. AXIS ingin menciptakan produk yang tidak hanya umum, tetapi juga relevan dengan kepribadian target audiens dan dapat menumbuhkan loyalitas Generasi Alpha sebagai audiens berikutnya.

Dalam brief ini, AXIS memberikan tugas utama berupa strategi tahunan untuk kampanye #EmangKitaBeda yang diarahkan hingga 2025. Fokus utamanya adalah memperbaiki performa media sosial, termasuk meningkatkan reach, impression, dan sentimen positif. Selain itu, AXIS

meminta strategi kampanye digital 360 yang mencakup produk unggulan mereka, yaitu AXIS Suka-Suka. Proposal dari agensi mencakup strategi kunci digital tahunan, manajemen dan hubungan KOL, serta ide kampanye kreatif yang mampu mengangkat citra AXIS sebagai brand yang unik dan relevan di mata target audiens.

Setelah briefing dengan klien selesai, tim ADTree Digital melanjutkan proses ke tahap *define* dengan mengadakan kick-off meeting internal yang melibatkan divisi strategy dan creative. Dalam tahap ini, tim bekerja untuk menentukan pesan utama yang ingin disampaikan melalui desain. Tahap *define* ini sangat penting untuk membedah antara kebutuhan klien dan pendekatan kreatif yang akan diambil. Dengan pemahaman yang jelas mengenai pesan utama, tim dapat melanjutkan ke proses kreatif berikutnya dengan lebih terarah.

Tahap berikutnya adalah *ideation*, di mana tim mulai melakukan brainstorming untuk mengembangkan konsep kreatif. Proses ini mencakup pembuatan moodboard yang dikerjakan menggunakan google slides oleh Senior Art Director dengan arahan dari Creative Group Head.



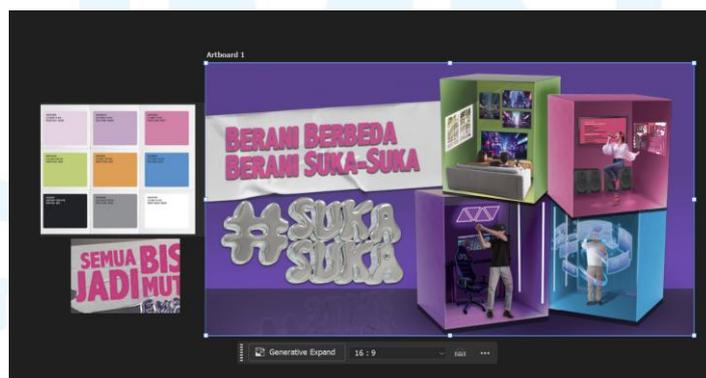
Gambar 3.3 Referensi & Moodboard Axis

*Moodboard* tersebut dirancang untuk menentukan elemen visual utama, seperti jenis *font*, gaya seni, dan jenis foto yang akan digunakan. Hasil dari proses *ideation* ini menghasilkan berbagai *output* kreatif, termasuk *Key Visual*, *motion graphic*, video, elemen 3D font, desain media sosial, dan *cover reels*. Proses brainstorming dan *ideation* ini memakan waktu sekitar tiga hari,

memastikan setiap elemen kreatif sesuai dengan kebutuhan klien dan arahan strategis.

Setelah *moodboard* selesai, Creative Group Head dan Senior Art Director membagi tugas kepada anggota tim, termasuk Senior Copywriter, Junior Social Media, Desainer Grafis, dan Desainer Grafis Intern, salah satunya adalah penulis. Masuk ke tahap *prototype* yang pengerjaannya, dimulai dengan membuat sketsa *Key Visual (KV) Anatomy* yang dibuat oleh Senior Art Director kemudian dikembangkan menjadi *rough KV* dan *storyline* untuk ditinjau dalam *meeting internal Work in Progress (WIP)*. Proses ini penting untuk memastikan seluruh anggota tim memiliki pemahaman yang sama mengenai arah desain yang akan diambil.

Dalam tahap ini, penulis mulai berkontribusi dengan membuat *rough KV* menggunakan *software* Adobe Photoshop. Kemampuan penulis dalam hal visual taste, digital imaging, dan teknis desain diasah melalui arahan langsung dari Creative Group Head, Art Director, dan Desainer Grafis lainnya. KV yang dihasilkan menggunakan gaya urban yang menonjolkan estetika dinamis dan energik untuk mencerminkan esensi eklektik dari kehidupan kota. *Tone* warna yang digunakan mengacu pada palet warna brand Axis yang vibrant.



Gambar 3.4 *Preview Rough Sketch Key Visual Axis*

Selama proses pengerjaan *Key Visual (KV)*, penulis mendapatkan berbagai masukan dari Senior Art Director terkait, seperti pilihan warna yang lebih harmonis, aset visual yang digunakan, dan tata letak elemen visual.

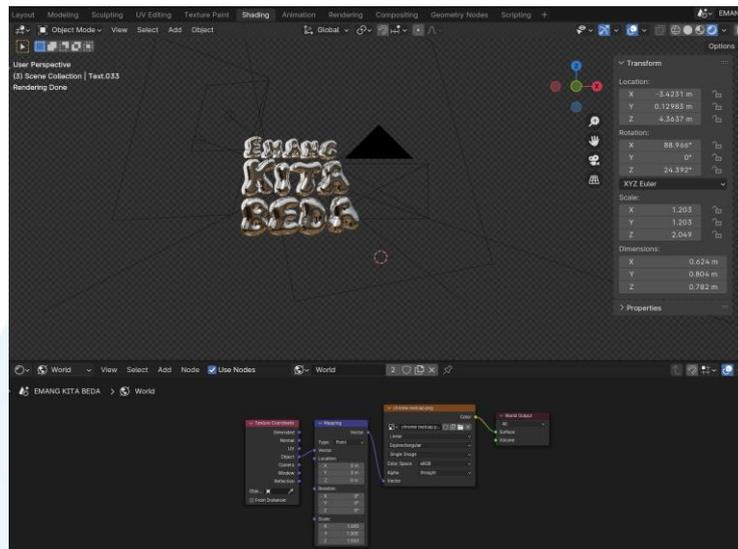
Masukan ini membantu penulis untuk memahami standar desain yang diperlukan dan meningkatkan kualitas visual. Selain itu, penulis juga mempelajari teknik baru, seperti penggunaan *prompt AI (Artificial Intelligence)* di Adobe Firefly untuk menghasilkan visual yang sesuai dengan kebutuhan proyek. *Rough sketch* yang dibuat oleh penulis kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Senior Desainer Grafis untuk disempurnakan, sehingga penulis terlibat langsung dalam proses kolaborasi.



Gambar 3.5 Preview Final Key Visual Axis

Dalam proses finalisasi *Key Visual (KV)*, penulis turut berkontribusi dengan membuat materi *font 3D* bertuliskan “Emang Kita Beda” menggunakan software Blender. Proses ini dilakukan dengan arahan dari Senior Art Director, yang menginginkan gaya font 3D dengan tampilan liquid dan efek chrome untuk memberikan kesan modern dan dinamis. Pemilihan font 3D ini didasarkan pada kelebihanannya, yaitu mudah dipahami, memberikan kesan dinamis, serta efisien dalam menyampaikan pesan visual yang kuat.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.6 Proses Pembuatan 3D Font

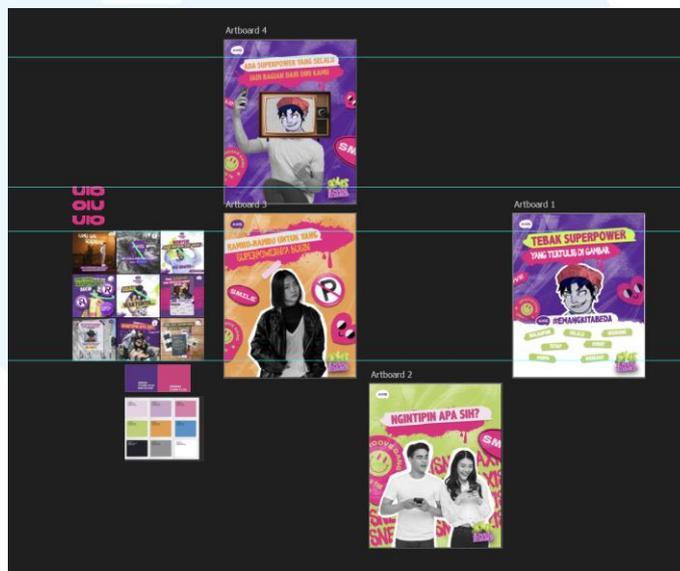
Proses finalisasi pembuatan *font* 3D untuk konsep "Emang Kita Beda" memakan waktu yang cukup lama karena melibatkan berbagai masukan dan revisi dari Creative Group Head dan Senior Art Director. Selama proses ini, penulis memperoleh kesempatan untuk mendalami penggunaan software Blender, terutama dalam menciptakan elemen desain dengan detail dan presisi tinggi. Masukan yang diterima mencakup aspek teknis dan estetika, sehingga hasil akhirnya dapat memenuhi ekspektasi tim dan klien. Setelah melalui beberapa tahap revisi dan evaluasi, *font* 3D yang dihasilkan berhasil dibuat sesuai dengan konsep dan visi yang diinginkan, menonjolkan kesan unik dan berbeda sebagaimana tema yang diusung.



Gambar 3.7 Final Render 3D Font

Setelah menyelesaikan *Key Visual (KV)*, penulis melanjutkan tugas dengan membuat turunannya untuk media sosial, yang pertama adalah konten

Instagram *feed* dengan rasio 4:3. Dalam proyek ini, tim membutuhkan total sembilan konten *feed* untuk disusun menjadi tampilan grid 3x3 yang menarik sebagai *preview*. Penulis diberi tanggung jawab mengerjakan empat konten *feed* tersebut, dengan menerapkan prinsip desain unity yang terlihat dari konsistensi pada treatment foto, ilustrasi, stiker, dan penggunaan font. Setiap elemen dirancang agar selaras dengan identitas visual kampanye yang telah ditentukan sebelumnya.



Gambar 3.8 Progress Sample Konten Instagram *Feeds*

Selama proses pembuatan konten Instagram *feeds*, penulis bekerja di bawah arahan langsung dari Senior Art Director dan desainer grafis lainnya. Masukan serta revisi diberikan secara langsung untuk menyempurnakan hasil desain, seperti penyesuaian layout elemen visual agar nyaman dilihat mata, harmonisasi warna agar lebih selaras, dan pengolahan digital imaging agar terlihat profesional. Proses ini tidak hanya meningkatkan kualitas hasil desain tetapi juga memberikan penulis wawasan baru dalam pengaplikasian prinsip desain untuk media sosial.



Gambar 3.9 Final Sample Konten Instagram Feeds

Tugas sosial media kedua, penulis juga bertanggung jawab untuk merancang *cover* Instagram *reels*. Sebanyak enam *cover reels* berhasil diselesaikan, dengan desain yang menyesuaikan isi dari konten video yang akan ditampilkan. Penulis menerapkan treatment visual yang konsisten dengan desain feed Instagram, sehingga keseluruhan konten memiliki keselarasan gaya dan identitas visual. Cover reels ini dibuat dengan rasio 16:9, yang sesuai dengan format standar video, untuk memastikan tampilannya optimal saat ditayangkan di platform Instagram.



Gambar 3.10 Final Cover Instagram Reels

Selama proses pembuatan cover Instagram Reels, penulis menerima revisi dan masukan, khususnya terkait gambar latar belakang agar lebih sesuai dengan isi video. Latar belakang yang digunakan diharuskan memiliki *tone* warna yang seragam dan vibrant untuk menjaga konsistensi visual. Selain itu, penempatan subjek juga menjadi perhatian utama, di mana subjek harus diletakkan di tengah *frame* dengan penekanan pada aktivitas atau pesan yang

ingin disampaikan melalui video tersebut. Masukan ini membantu penulis untuk menciptakan desain yang lebih menarik dan selaras dengan konten video.

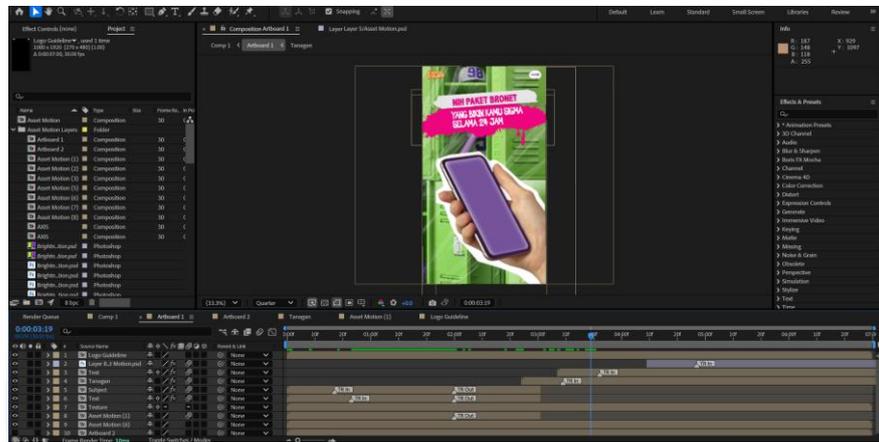
Pada konten sosial media ketiga, penulis berkontribusi dalam pembuatan video *motion* untuk Instagram *reels*, dengan tujuan utama untuk menarik engagement dan menciptakan koneksi dengan audiens. Proses pembuatan dimulai dengan membuat materi visual *motion* menggunakan Adobe Photoshop. Penulis bekerja berdasarkan tiga *storyboard* yang telah dirancang, yang kemudian diimplementasikan sebagai panduan utama dalam proses desain. Setelah materi visual selesai, penulis mengajukan hasilnya untuk direview oleh Senior Art Director. Proses ini memberikan arahan dan masukan yang diperlukan sebelum melanjutkan ke tahap pembuatan *motion* menggunakan *software* Adobe After Effects.



Gambar 3.11 Aset *Motion*

Tahap pembuatan motion dilakukan dengan menggunakan gerakan sederhana yang efektif, memanfaatkan plugin Mister Horse. Gerakan yang digunakan termasuk efek pop-up pada objek dan transisi fade-in untuk latar belakang. Untuk *storyboard* kedua, penulis menambahkan efek *glow* untuk memberikan kesan layar *smartphone* yang menyala, menciptakan interaksi yang lebih menarik. Efek *zoom-in pop-up* juga digunakan untuk menonjolkan notifikasi yang muncul dalam video. Semua elemen *motion* ini dirancang

dengan tujuan untuk memperkuat visual storytelling dan meningkatkan daya tarik konten terhadap audiens.



Gambar 3.12 *Progress Motion*

Pada konten sosial media keempat, penulis bertugas membuat mockup untuk Spotify cover. Proses ini dimulai dengan memanfaatkan ilustrasi yang telah tersedia dan menempatkannya ke dalam *mockup laptop* untuk memberikan tampilan yang lebih realistis dan menarik. Playlist yang ditampilkan dalam Spotify *cover* dirancang sesuai dengan persona karakter yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga setiap elemen dalam konten mencerminkan karakteristik dan preferensi audiens yang ditargetkan.



Gambar 3.13 *Final Mockup Spotify*

Setelah seluruh konten selesai dibuat oleh penulis dan tim, penulis turut berkontribusi dalam mendesain deck pitching di Google Slides. Tugas ini

mencakup layouting, pemilihan gambar, serta pemilihan font yang memperhatikan aspek keterbacaan (*readability*) dan kejelasan (*legibility*). Selain itu, penulis juga mendesain divider antar konten untuk mempertegas struktur presentasi. Sepanjang proses ini, penulis mendapatkan arahan dari Senior Art Director dan desainer grafis lainnya untuk memastikan bahwa deck yang dibuat mampu menyampaikan pesan secara jelas dan efektif kepada klien.



Gambar 3.14 Divider Aset Pitch Deck

Setelah seluruh konten selesai dibuat, proses berlanjut ke tahap terakhir dalam metode design thinking, yaitu *test*. Tahap ini dimulai dengan meeting internal work-in-progress terakhir yang melibatkan Creative Group Head, Senior Art Director, Senior Copywriter, Lead Strategist, divisi Strategy, Account Executive, serta tim dari divisi KOL. Pada tahap ini, tim kreatif melakukan detailing dan revisi minor berdasarkan masukan dari seluruh tim yang hadir. Selain itu, tim juga melaksanakan rehearsal untuk memastikan kesiapan presentasi kepada klien agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain proyek utama, penulis juga mengerjakan berbagai proyek tambahan selama magang di ADTree Digital. Proyek-proyek ini mencakup beragam output, seperti desain untuk media sosial, *motion* logo, desain totebag, hingga media promosi untuk campaign tertentu. Setiap tugas dalam proyek tambahan ini dikerjakan dengan arahan dari Creative Group Head,

serta bimbingan langsung dari Senior Art Director dan desainer grafis lainnya, sehingga penulis dapat mengasah keterampilan dan memahami proses kerja kreatif secara lebih mendalam.

### 3.3.2.1 Proyek Motion Untuk Pitching Lasegar

Proyek tambahan pertama yang dikerjakan penulis adalah membuat motion untuk pitching Lasegar. Proyek ini diawali dengan taking *brief* dalam pertemuan antara Creative Group Head, Account Executive, dan klien. Dari hasil *brief*, diketahui bahwa Lasegar ingin memproduksi serial video vertikal untuk media sosial mereka, dengan konsep eksplorasi produk di warung-warung di Medan. Dalam proyek ini, penulis diberi tugas untuk membuat *motion bumper in* dan *bumper out* sebagai pembuka dan penutup serial video. Logo untuk bumper telah dirancang oleh Senior Art Director, dan penulis melanjutkannya dengan membuat motion agar tampilan lebih immersive dan menarik perhatian.



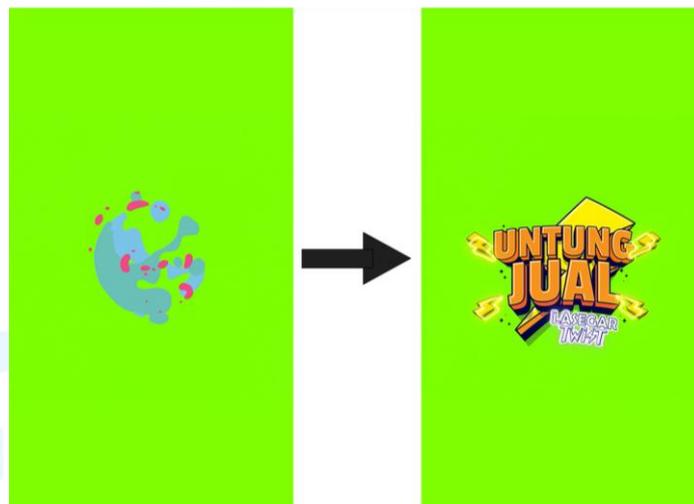
Gambar 3.15 Logo Untung Jual

Setelah logo selesai dirancang oleh Senior Art Director, penulis diberikan video *liquid transition* untuk digunakan sebagai elemen transisi sebelum dan setelah bumper, sehingga visual berpindah dengan lebih halus. Penulis memanfaatkan plugin dari Mister Horse untuk membuat *motion* lebih efektif waktu. Motion yang dirancang menggunakan *liquid transition* untuk mengungkap logo "Untung Jual," diikuti dengan metode *pop-up zoom* untuk menampilkan logo secara menarik. Transisi kemudian ditutup dengan *liquid transition* kembali, menciptakan alur visual yang dinamis dan *seamless*.



Gambar 3.16 *Progress Motion* Logo Untung Jual

Selama proses pengerjaan motion logo ini, penulis menerima masukan untuk menambahkan efek glowing petir agar logo terlihat lebih menarik dan sesuai dengan konsep visual yang diinginkan. Selain itu, logo juga dibuat sedikit berguncang untuk memberikan kesan petir yang dinamis, sejalan dengan karakteristik dari logo Lasegar Twist. Efek tersebut berhasil menciptakan tampilan yang lebih hidup dan menarik perhatian.



Gambar 3.17 *Final Motion* Logo Untung Jual

Masukan tersebut segera diterapkan oleh penulis dan hasilnya berhasil mendapatkan persetujuan dari Senior Art Director serta Creative Group Head. Selama proses pengerjaan motion, penulis juga mendapatkan bantuan dari Senior Art Director dan desainer grafis

lainnya, terutama terkait hal teknis penggunaan *software* dan komposisi warna yang sesuai. Dukungan ini membantu penulis menghasilkan *motion* yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan proyek.

### 3.3.2.2 Proyek Desain *Totebag* Acaraki

Proyek pembuatan *totebag* dimulai dengan Account Executive menerima brief dari klien, yang kemudian disampaikan kepada Creative Group Head dan Senior Art Director. Selanjutnya, Senior Art Director memberikan arahan kepada penulis melalui sebuah brief yang dilengkapi dengan moodboard bergaya retro. Dalam brief tersebut dijelaskan bahwa *totebag* akan menampilkan desain dengan elemen utama berupa ilustrasi kaleng produk Acaraki. Berdasarkan arahan tersebut, penulis mengembangkan beberapa alternatif desain *totebag* yang sesuai dengan konsep dan kebutuhan klien.



Gambar 3.18 *Progress & Alternatif Desain Totebag Acaraki*

Setelah penulis menyelesaikan beberapa alternatif desain, hasil tersebut diserahkan kepada Senior Art Director untuk diteruskan ke Account Executive. Kemudian, penulis menerima *feedback* dari klien yang mengharuskan dilakukan revisi. Dalam proses revisi, penulis mendapat arahan langsung dari Senior Art Director dan desainer grafis lainnya untuk menyesuaikan desain dengan *moodboard* yang lebih

sesuai, dengan penekanan pada gaya *grunge* dan penggunaan efek *threshold*. Setelah melakukan revisi sesuai arahan, desain yang dihasilkan mendapatkan *feedback* positif dan disetujui oleh klien.



Gambar 3.19 Final Desain *Totebag* Acaraki

Setelah desain totebag mendapatkan persetujuan dari klien, penulis melanjutkan tugas dengan membuat mockup totebag untuk memvisualisasikan hasil akhir secara lebih nyata. Dalam proses ini, penulis menciptakan dua opsi warna. Dengan tujuan sebagai variasi untuk memberikan lebih banyak pilihan kepada klien. Sehingga mereka dapat menentukan desain yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.



Gambar 3.20 Final *Mockup* Desain *Totebag* Acaraki

*Mockup* ini dibuat dengan tujuan memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai desain totebag sebelum proses produksi dilakukan, sehingga klien dapat memahami secara visual hasil akhir dari produk yang akan dihasilkan. Setelah menyelesaikan desain mockup, penulis

menyerahkan *working file* dan *file PDF* beresolusi tinggi kepada Senior Art Director untuk ditinjau lebih lanjut. Selanjutnya, *file* tersebut diteruskan kepada Account Executive untuk disampaikan kepada klien, memastikan seluruh detail desain sesuai dengan ekspektasi sebelum memasuki tahap produksi.

### 3.3.2.3 Proyek Video Golden Rama

Account Executive menerima *brief* dari klien dan menyampaikannya kepada Creative Group Head serta Senior Art Director untuk merancang video yang akan digunakan dalam *talkshow* Golden Rama Travel & Tour. Selanjutnya, penulis menerima penjelasan detail terkait *brief* dari Senior Art Director, yang mencakup cara membaca dan memahami alur *storyboard* sebagai panduan utama dalam pengerjaan video. Dalam *storyboard* tersebut, terdapat elemen-elemen penting yang harus dimasukkan ke dalam video, seperti penggunaan *suppers*, *voice over*, dan transisi antar *scene*, yang semuanya dijelaskan secara rinci untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan kebutuhan klien.



Gambar 3.21 Storyboard Golden Rama

Langkah awal yang dilakukan penulis adalah mengedit video agar sinkron dengan *voice over* dan mengikuti alur yang telah ditentukan dalam *storyboard*. Setelah itu, penulis menambahkan berbagai efek, seperti *suppers*, transisi, dan elemen lainnya, untuk memperkaya tampilan visual video dan menciptakan hasil yang lebih menarik. Dalam

proses ini, penulis mempelajari penggunaan *software* Adobe After Effects dan mendapatkan arahan langsung dari Senior Art Director mengenai teknik dan *treatment* yang sesuai dengan karakteristik video untuk merek Golden Rama Travel & Tour.



Gambar 3.22 *Progress Editing* Video Golden Rama

Setelah proses *editing* selesai, video tersebut diserahkan kepada Account Executive untuk *preview* kepada klien. Dalam tahap ini, klien memberikan beberapa masukan untuk revisi, termasuk permintaan untuk mempendek durasi video agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan alur yang diinginkan. Revisi ini menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa hasil akhir video mampu memenuhi ekspektasi klien dan pesan disampaikan dengan jelas melalui media tersebut.



Gambar 3.23 *Final Preview* Video Golden Rama

Setelah revisi selesai dilakukan dan mendapatkan persetujuan akhir dari klien. Penulis melanjutkan dengan menambahkan *subtitle*

untuk membantu dan memperjelas pesan dalam video. Selain itu, dilakukan proses *color grading* agar warna terlihat lebih harmonis dan nyaman di mata audiens. Setelah semua kebutuhan video terpenuhi, video dirender dalam resolusi tinggi agar hasil akhirnya optimal sebelum diserahkan kepada klien. Setelah itu penulis memberikan final *file* kepada Senior Art Director untuk diteruskan ke klien oleh Account executive.

#### **3.3.2.4 Proyek Kampanye Kredit Pintar**

Account executive menerima brief dari klien dan menyampaikannya kepada creative group head serta senior art director untuk membuat berbagai kebutuhan, termasuk konten sosial media, *mockup booth*, *notebook*, dan *roulette*. Konten yang dirancang untuk Kredit Pintar melibatkan kolaborasi dengan klub sepakbola PSM Makassar, dengan konsep yang menggabungkan elemen olahraga dan keseruan. Penulis mendapatkan arahan khusus untuk mengembangkan konten yang mencerminkan gaya *sporty* dan *fun*, sesuai dengan tema dan kebutuhan kampanye.

Penulis diberi tanggung jawab untuk membuat konten sosial media dengan arahan langsung dari senior art director dan desainer grafis lainnya. Dalam pembuatan konten ini, tone warna utama yang digunakan adalah merah, putih, dan hitam, mencerminkan kolaborasi dengan klub sepakbola PSM Makassar. Fokus utama konten adalah menampilkan para pemain PSM dengan gaya yang menarik dan dinamis. Untuk menambah kesan *sporty*, setiap postingan dilengkapi dengan elemen *supergraphic* yang memperkuat identitas visual kampanye.



Gambar 3.24 Final *Preview* Konten Sosial Media Kredit Pintar

Setelah menyelesaikan konten sosial media, penulis melanjutkan tugas dengan membuat *mockup booth* untuk memvisualisasikan desain secara nyata. Penulis menggunakan *software* Blender dalam proses pembuatan *mockup* ini, dengan arahan langsung dari Senior Art Director untuk memastikan hasilnya sesuai dengan kebutuhan brand. Dalam prosesnya, penulis juga mendapatkan bantuan teknis dari Senior Art Director, terutama dalam menyesuaikan elemen desain dengan identitas visual brand. *Mockup booth* dirancang dengan dominasi warna merah dan putih untuk mencerminkan kolaborasi dengan klub PSM Makassar.



Gambar 3.25 Final *Preview Mockup Booth* Kredit Pintar

Sebagai bagian dari kolaborasi antara Kredit Pintar dan PSM Makassar, penulis merancang desain merchandise berupa keychain yang memvisualisasikan kemitraan tersebut. Keychain ini memiliki warna merah yang mencerminkan semangat olahraga dan energi khas PSM Makassar, dengan pattern tulisan "EWAKO" yang diulang sebagai latar

belakangnya. Pada sisi belakang keychain, terdapat tulisan besar "EWAKO" untuk mempertegas pesan semangat "Ayo Berjuang, Berani!" yang diusung dalam desain ini.



Gambar 3.26 Final *Preview Mockup Keychain* Kredit Pintar

Sebagai bagian dari kolaborasi antara Kredit Pintar dan PSM Makassar, penulis merancang desain merchandise berupa keychain yang memvisualisasikan kemitraan tersebut. *Keychain* ini memiliki warna merah yang mencerminkan semangat olahraga dan energi khas PSM Makassar, dengan *pattern* tulisan "EWAKO" yang diulang sebagai latar belakangnya. Pada sisi belakang keychain, terdapat tulisan besar "EWAKO" untuk mempertegas pesan semangat "Ayo Berjuang, Berani!" yang diusung dalam desain ini.



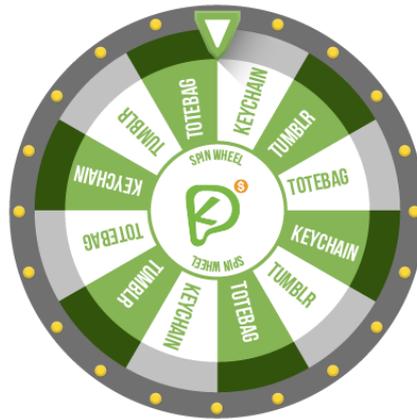
Gambar 3.27 Final *Preview Mockup Tshirt* Kredit Pintar

Sementara itu, desain t-shirt juga mengusung warna merah sebagai warna dominan, memperkuat tema semangat dan keberanian yang menjadi ciri khas PSM Makassar. T-shirt ini dihiasi dengan *pattern* batik tulisan "EWAKO" yang tersebar secara elegan di seluruh permukaannya, memberikan kesan *modern* dan *sporty*. Dengan desain sederhana namun menarik, t-shirt ini mengintegrasikan elemen *supergraphic* dari huruf "EWAKO," menghadirkan tampilan yang membangkitkan semangat olahraga sekaligus menonjolkan nilai lokalitas dan kebanggaan budaya Sulawesi.



Gambar 3.28 Final *Preview Mockup Notebook* Kredit Pintar

Tugas terakhir dalam proyek ini adalah mendesain roulette sebagai bagian dari materi promosi Kredit Pintar. Desain roulette dibuat sederhana agar opsi tulisan pada bagian roulette terlihat jelas dan mudah dibaca. Penulis menggunakan ilustrasi vektor untuk memvisualisasikan mockup dengan akurat. Tone warna yang digunakan tetap mengacu pada identitas visual brand Kredit Pintar, yaitu hijau, putih, dan oranye, sehingga desain terlihat konsisten dan sesuai dengan kebutuhan brand.



Gambar 3.29 Final *Preview Mockup Roulette* Kredit Pintar

Dalam proyek ini, penulis mendapatkan bimbingan langsung dari Senior Art Director, dengan proses revisi yang dilakukan secara langsung berdasarkan masukan yang diberikan. Selama pengerjaan, penulis mempelajari hal baru, terutama terkait cara menurunkan key visual ke berbagai media promosi. Pengalaman ini membantu penulis memahami bagaimana menjaga konsistensi desain sekaligus menyesuaikannya dengan kebutuhan media yang berbeda.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Praktik kerja magang yang dijalani penulis memberikan pengalaman dan pembelajaran ilmu desain komunikasi visual secara nyata. Namun, dalam pelaksanaannya, penulis juga menghadapi berbagai tantangan yang berasal dari faktor internal maupun eksternal. Untuk memastikan kelancaran kegiatan magang, diperlukan solusi yang efektif dalam mengatasi setiap kendala yang muncul. Berikut adalah beberapa hambatan yang dihadapi penulis selama magang beserta langkah-langkah yang diambil untuk mengatasinya.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan proyek dan pekerjaan. Salah satu kendala utama adalah beban kerja yang cukup banyak, mengingat penulis harus menangani beberapa proyek secara bersamaan dengan tenggat waktu yang ketat. Selain itu, penulis juga perlu beradaptasi dengan kecepatan kerja di lingkungan

agensi yang sangat dinamis, sehingga menuntut kemampuan multitasking yang baik. Kendala teknis seperti penguasaan *software* desain juga menjadi tantangan, terutama ketika menghadapi kebutuhan desain yang kompleks dan spesifik.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Untuk mengatasi kendala selama praktik magang, penulis menerapkan beberapa solusi yang efektif. Pertama, penulis belajar mengatur timeline kerja dengan baik agar semua tugas dapat diselesaikan tepat waktu tanpa mengorbankan kualitas hasil pekerjaan. Penulis juga aktif bertanya kepada tim terkait cara dan alur kerja yang lebih efisien, sehingga proses pengerjaan menjadi lebih terstruktur. Selain itu, untuk mengatasi kendala teknis dalam penggunaan *software* desain, penulis meminta arahan dan bimbingan langsung dari Senior Art Director serta desainer grafis lainnya di tim. Pendekatan ini tidak hanya membantu penulis menyelesaikan tugas dengan lebih baik, tetapi juga meningkatkan keterampilan teknis dan pemahaman terhadap alur kerja perusahaan.

