

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani kegiatan magang di Aiti Media, penulis menempati posisi sebagai *Graphic Designer Intern*. Dalam proses pengerjaan proyek desain, penulis berkoordinasi langsung dengan *Senior Graphic Designer* dan *Social Media Officer* yang memberikan arahan teknis serta masukan terhadap hasil desain. Selain itu, komunikasi juga dilakukan dengan pihak lain seperti *Account Coordinator* untuk memahami kebutuhan klien melalui *brief* yang telah disampaikan. Seluruh pekerjaan desain yang dihasilkan disesuaikan dengan permintaan dan standar kualitas yang telah ditentukan oleh tim internal Aiti Media.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis menjalankan kegiatan magang sebagai *Graphic Designer Intern* di divisi desain Aiti Media. Dalam struktur organisasi, posisi penulis berada di bawah bimbingan langsung oleh *Senior Graphic Designer* yang berperan sebagai *supervisor*. Berikut adalah gambaran kedudukan penulis.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Penulis di Aiti Media Jakarta

Tugas utama penulis mencakup pembuatan materi visual sesuai kebutuhan klien, seperti desain untuk media sosial (Instagram Feeds & Instagram Story). Setiap hasil desain yang telah dibuat harus melalui proses asistensi terlebih dahulu oleh *Senior Graphic Designer* dan *Social Media Officer* sebelum dilanjutkan ke tim internal lainnya untuk di-*review* secara menyeluruh sebelum diserahkan kepada klien atau di-*post*.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalankan kegiatan magang di Aiti Media, penulis melakukan koordinasi dengan beberapa pihak internal perusahaan untuk memastikan proses pengerjaan desain berjalan efektif. Alur komunikasi berlangsung secara *online* melalui grup WhatsApp internal milik *brand* yang terkait. Koordinasi dilakukan secara rutin mulai dari proses penerimaan *brief*, asistensi desain, hingga tahap revisi dan finalisasi sebelum desain dikirimkan kepada klien. Berikut ini adalah bagan alur koordinasi yang penulis gambarkan untuk membantu memperjelas alur koordinasi antar staf atau tim.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Alur kerja dimulai dari klien yang menyampaikan kebutuhan konten kepada *Managing Director*, kemudian diteruskan kepada *Account Coordinator* dalam bentuk *brief*. *Brief* tersebut dilanjutkan kepada *Social Media Officer* dan *Senior Graphic Designer* sebelum akhirnya sampai ke penulis sebagai *Intern Graphic Designer*. Setelah desain dikerjakan, hasilnya diasistensikan kepada *Senior Graphic Designer* untuk mendapatkan masukan atau persetujuan. Apabila disetujui, desain diteruskan kembali ke pihak internal untuk ditinjau oleh *Account Coordinator* dan *Managing Director*. Jika semua pihak telah menyetujui, desain dikirim ke klien untuk mendapat *feedback* akhir. Desain yang telah di-*approve* kemudian dijadwalkan untuk dipublikasikan ke akun media sosial *brand* yang berkaitan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di CV Aiti Solusi Kreatif (Aiti Media), penulis bertanggung jawab dalam perancangan desain konten visual untuk kebutuhan promosi sosial media dari beberapa *brand* yang ditangani

oleh agensi. Dalam prosesnya, penulis bekerja berdasarkan *content plan* yang telah disusun oleh tim internal setiap *brand* terkait.

Tugas utama yang dikerjakan mencakup perancangan desain visual baik untuk format digital maupun cetak. Konten digital yang dikerjakan berupa desain untuk Instagram Feeds dan Instagram Story, sedangkan konten cetak seperti poster promosi atau materi promosi lainnya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing *brand*. Terkadang, penulis juga mengerjakan permintaan desain tambahan seperti penyesuaian konten promosi untuk momen tertentu, misalnya hari raya atau perubahan jadwal operasional.

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	20 - 24 Januari 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds untuk <i>brand</i> Yujo • Desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Mayrose • Desain Instagram Feeds untuk <i>brand</i> Cangu BakeHouse • Desain Instagram Feeds Mayrose • Desain Instagram Story Yujo & Mayrose
2	28 - 31 Januari 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story Mayrose, desain Cover Reels Yujo, desain Instagram Story & desain poster A4 Cangu BakeHouse, desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Mayrose • Desain Instagram Story Mayrose

			<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Story Mayrose
3	3 - 7 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Yujo • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Ads untuk Valentine Deal <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Feeds & Story Mayrose • Desain Instagram Story mingguan untuk <i>brand</i> Puri Sabina
4	10 - 14 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Mayrose • Desain Instagram Ads untuk promo <i>brand</i> Mayrose • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Yujo • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Story mingguan untuk <i>brand</i> Puri Sabina • Revisi berbagai desain untuk Mayrose, Yujo, Cangggu BakeHouse, dan Puri Sabina
5	17 - 21 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Mayrose

			<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Revisi desain untuk beberapa <i>brand</i> lainnya
6	24 - 28 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Mayrose • Design Instagram Feeds untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Story mingguan untuk <i>brand</i> Puri Sabina • Revisi desain untuk beberapa <i>brand</i> lainnya
7	3 - 7 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Mayrose • Desain Instagram Feeds untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Feeds untuk <i>brand</i> Yujo
8	10 - 14 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Story mingguan untuk <i>brand</i> Puri Sabina • Desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Mayrose • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Yujo
9	17 - 21 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Yujo

		<ul style="list-style-type: none"> • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Story mingguan untuk <i>brand</i> Puri Sabina • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Mayrose
10	24 - 27 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse dan Yujo • Desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Mayrose • Desain Instagram Feeds untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse (April)
11	2 - 4 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse, Yujo, dan Puri Sabina • Revisi Instagram Feeds untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse (April)
12	7 - 11 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Mayrose • Desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Story untuk <i>brand</i> Puri Sabina • Desain Instagram Feeds & Story untuk <i>brand</i> Yujo
13	14 - 17 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Story untuk Mayrose, Yujo, dan Puri Sabina

		<ul style="list-style-type: none"> • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds untuk Mayrose dan Yujo
14	21 - 25 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk Yujo dan Mayrose • Desain Instagram Story untuk Cangggu BakeHouse
15	28 April 2025 - 2 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain dan revisi Instagram Feeds Cangggu BakeHouse bulan Mei • Desain Instagram Feeds untuk Mayrose
16	5 – 9 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk Mayrose dan Yujo • Desain Instagram Story untuk Cangggu BakeHouse • Desain Instagram Story Mingguan untuk Puri Sabina • Revisi desain untuk Yujo
17	13 – 16 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk Yujo dan Mayrose • Desain Instagram Story untuk Cangggu BakeHouse dan revisi desain • Desain Instagram Story Mingguan untuk Puri Sabina
18	19 – 23 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Cangggu BakeHouse • Yujo Sushi • Mayrose • Puri Sabina 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram Feeds & Story untuk Mayrose dan Yujo • Desain Instagram Story untuk Cangggu BakeHouse (CBH)

			dan Puri Sabina (mingguan)
--	--	--	-------------------------------

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Aiti Media, penulis bertugas sebagai *Graphic Designer Intern* yang menangani kebutuhan desain dari beberapa *brand*, yaitu Cangu BakeHouse, Yujo Sushi, Mayrose, dan Puri Sabina. Tugas utama penulis adalah merancang konten promosi untuk media sosial, khususnya Instagram. Konten yang dirancang meliputi desain untuk *Instagram feeds* dan *story* secara rutin, serta desain tambahan untuk keperluan promosi musiman atau penyesuaian jadwal seperti hari raya.

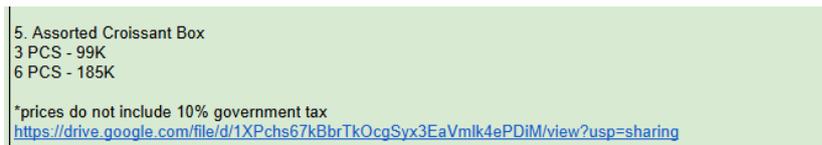
Setiap *brand* memiliki karakteristik visual yang berbeda, sehingga penulis perlu menyesuaikan pendekatan desain berdasarkan identitas visual masing-masing *brand*. Penugasan *brand* ditentukan oleh *Senior Graphic Designer* di awal masa magang. *Brief* dan kebutuhan konten dapat diakses melalui *content calendar* yang telah disusun oleh tim. Dalam proses pengerjaannya, penulis mengikuti tahapan seperti *brainstorming visual*, proses desain, asistensi kepada *Senior Graphic Designer*, hingga finalisasi desain sebelum dikirimkan ke klien atau *di-post*.

Untuk brand Puri Sabina, penulis hanya bertanggung jawab pada kebutuhan desain Instagram story, menyesuaikan dengan strategi konten yang telah ditetapkan oleh tim. Sedangkan untuk *brand* lainnya, penulis mengerjakan tidak hanya Instagram Story, namun juga membuat media Instagram Feeds untuk keperluan promosi masing-masing *brand*. Proses revisi dan *approval* dilakukan secara bertahap melalui grup komunikasi internal sebelum akhirnya desain *final* dimasukkan ke dalam Google Drive dan *di-update* ke *content calendar* agar seluruh anggota tim dari *brand* terkait yang terlibat dapat ikut serta melihat status dari konten pada hari itu sudah bisa *di-post* atau masih dalam proses desain.

3.3.1 Perancangan Konten Media Sosial Cangggu BakeHouse

Dari berbagai konten yang telah penulis rancang selama masa magang, penulis memilih salah satu proyek dari *brand* Cangggu BakeHouse sebagai karya utama yang merepresentasikan proses desain secara menyeluruh. Pemilihan proyek dari *brand* Cangggu BakeHouse sebagai karya utama didasari oleh dua pertimbangan. Pertama, alur kerja dalam proyek-proyek untuk *brand* ini tergolong lebih rapi dibanding *brand* lainnya, sehingga mempermudah proses perancangan desain. Kedua, secara kuantitas, penulis juga banyak terlibat dalam pembuatan konten media sosial untuk *brand* ini dibandingkan dengan *brand* lain yang ditangani selama magang. Oleh karena itu, *brand* ini dinilai paling mewakili pengalaman serta proses kerja desain yang dialami penulis selama menjalani magang di Aiti Media.

Dari berbagai konten yang telah penulis rancang selama masa magang, penulis memilih dua proyek sebagai karya utama yang merepresentasikan proses desain secara menyeluruh. Proyek pertama ini merupakan media promosi digital dalam bentuk Instagram Story. Media tersebut dirancang untuk memberikan informasi *promo bundling* pada tanggal 14 Maret 2025 yang ditawarkan kepada konsumen terkait dengan jumlah pembelian *Assorted Croissant Box* yang dimana untuk pembelian dengan jumlah yang lebih banyak yaitu 6 *pieces* akan dikenakan biaya yang lebih sedikit. *Brief* desain diberikan kepada penulis melalui Google Sheets yang telah disusun oleh tim *content planner*. Berdasarkan *brief* tersebut, penulis diminta untuk merancang visual promosi yang menampilkan produk dan teks untuk memperjelas penyampaian promosi agar sesuai dengan konsep promo yang sedang berlangsung.



Gambar 3.3 *Brief* Konten Instagram Story Cangggu BakeHouse
Sumber: Aiti Media

Sebelum memulai proses perancangan, penulis terlebih dahulu mempelajari *brand guideline* dan akun Instagram milik Cangggu BakeHouse sebagai referensi untuk memastikan gaya desain yang dihasilkan tetap konsisten dengan identitas visual *brand*. Dalam panduan tersebut, telah tercantum penggunaan berbagai elemen visual seperti logo, *color palette*, jenis *typeface*, dan elemen lainnya seperti ilustrasi vektor yang telah di sediakan di *working file*. Berdasarkan pedoman tersebut, terdapat dua jenis *typeface* yang digunakan, yaitu Kirang Haerang Regular untuk *headline*, dan Chelsea Market Regular untuk *body text*. *Color palette* dari Cangggu BakeHouse sendiri memberikan kesan yang nyaman dan hangat, dengan dominasi warna hijau dan coklat, namun juga dilengkapi dengan warna yang lebih terang sebagai kontras dari warna utama yang agak gelap seperti beige. *Color palette* ini dalam proses perancangannya memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi dalam pemilihan warna yang akan digunakan pada saat mendesain tergantung dari aset foto yang disediakan kepada penulis dan umumnya digunakan pada bagian teks dan aset visual seperti ilustrasi di dalam setiap perancangan konten.



Gambar 3.4 *Brand Guideline* Cangggu BakeHouse
Sumber: Aiti Media

Sebagai *brand* yang memiliki *visual guideline* yang *fun* and *comforting*, tim Cangggu BakeHouse sudah menyediakan aset ilustrasi vektor yang mendukung *guideline* tersebut. Aset ilustrasi ini terinspirasi dari nuansa *lifestyle* di daerah Cangggu oleh karena itu banyak ilustrasi yang memiliki tema pantai

dan peselancar. Aset ilustrasi vektor ini sendiri memiliki fungsi utama untuk membawakan kesan yang *fun* namun digunakan sebagai salah satu dari identitas *brand* Cangggu BakeHouse sendiri. Berikut ini merupakan beberapa contoh aset ilustrasi vektor yang telah digunakan oleh *brand* Cangggu BakeHouse.



Gambar 3.5 Aset Ilustrasi *Brand* Cangggu BakeHouse

Selain itu, pada akun Instagram Cangggu BakeHouse, sesuai dengan *brand guideline*, gaya desain yang diterapkan cenderung mengusung konsep yang *fun* dan *comfy*. Umumnya, desain di dominasi oleh aset fotografi untuk menampilkan foto seperti produk, *ambiance* dari cafe, dan *crew* yang disertai dengan teks singkat sebagai penjasar atau deskripsi visual. Untuk teksnya sendiri, Cangggu BakeHouse seringkali menggunakan *background shape* untuk teks tidak hanya untuk meningkatkan keterbacaan, namun juga memberikan kesan yang *fun* dengan *corner* dari *shape rectangle* yang dibuat *circular*.



Gambar 3.6 Tampilan Akun Instagram Cangggu BakeHouse
Sumber: Profil Instagram Cangggu BakeHouse

Setelah mempelajari *brand guideline* dan referensi dari *feeds* yang sudah ada, penulis mulai memikirkan untuk perancangan desain dengan nuansa yang serupa dengan referensi yang telah di tinjau dari desain-desain sebelumnya yang sudah ada. Langkah pertama yang penulis lakukan sebelum memulai mendesain adalah membaca *brief* dan membuka aset foto yang diberikan oleh tim kepada penulis untuk diolah menjadi karya desain grafis. Foto tersebut merupakan hasil fotografi yang sudah diolah oleh tim Aiti Visual Fotografi untuk kemudian bisa dimasukkan kedalam bank image brand

terkait untuk diolah menjadi desain akhir yang dapat dipublikasikan. Untuk mempermudah dan memperlancar proses perancangan, penulis mengunduh foto tersebut. Untuk proyek kali ini adalah perancangan desain untuk media Instagram Story dan berikut ini adalah aset foto yang diberikan dari tim kepada penulis.



Gambar 3.7 Aset Foto Story Canggu BakeHouse
Sumber: Aiti Media

Untuk perancangan karya proyek desain ini penulis memulai proses pertama dengan menghapus *background* dari aset foto yang diberikan menggunakan *software* Adobe Photoshop. Langkah pertama yang dilakukan adalah memasukkan foto yang akan di-*edit* dengan Adobe Photoshop, kemudian menseleksi objek yang ingin dihapus *background*-nya menggunakan *selection tools* dan menggunakan *layer mask* agar proses desain tidak menjadi destruktif ke foto aslinya, setelah itu menggunakan *brush* putih dan hitam di

layer mask untuk memperbaiki hasil seleksi yang masih kurang memuaskan. Setelah hasil dari potongan sudah memuaskan penulis membuat *layer* baru untuk memisahkan hasil seleksi dengan *background*-nya kemudian menyimpan hasilnya menggunakan format *file transparent* PNG. Berikut ini adalah hasil *before* dan *after* foto roti yang sudah dihapus *background*-nya.



Gambar 3.8 Proses Penghapusan Background

Setelah foto objek utama berhasil di pisahkan, penulis memberikan efek *outline* kepada foto menggunakan *software* Adobe Illustrator. Langkah pertama yang dilakukan oleh penulis adalah memasukkan foto yang sudah dihapus *background*-nya ke Adobe Illustrator untuk diproses. Setelah itu penulis melakukan *image trace* ke foto tersebut dan menggunakan fitur *expand* agar penulis dapat melihat dan mengedit seluruh vektor yang ada dalam foto tersebut. Setelah foto berhasil diubah menjadi vektor, penulis menggabungkan seluruh objek vektor tersebut menjadi satu objek menggunakan fitur *pathfinder unite*. Setelah seluruh vektor tersebut sudah menjadi satu objek vektor, penulis menggunakan *offset path* sejumlah 50 piksel dengan jenis *join rounded*. Setelah itu, penulis menempatkan objek vektor tersebut di *layer* yang lebih rendah daripada foto roti sebelumnya. Proses ini dilakukan tidak hanya untuk meningkatkan keterlihatan produk namun juga untuk memberikan kesan yang *fun* sesuai dengan *brand guideline*. Berikut ini adalah hasil foto yang sudah di-*edit* dan siap untuk di susun ke media yang digunakan.



Gambar 3.9 Foto Roti yang Sudah di Outline

Setelah foto tersebut sudah di-*edit* dan siap untuk disusun menjadi aset produk, tahap pertama yang penulis lakukan adalah menggunakan *single column grid* sebagai pembatas agar teks dan aset tidak melewati *margin*, namun, untuk bagian atas dari *grid* penulis memberikan kotak tambahan sebagai garis bantu untuk menempatkan logo pada desain konten. Setelah penulis memiliki *grid*, penulis mulai menyusun desain mulai dari meletakkan logo, aset foto yang telah di-*edit*, dan mulai menyusun teks.



Gambar 3.10 Proses *Layouting* Desain Konten

Teks dibagi menjadi beberapa jenis, yang pertama adalah *headline* atau judul yang bertuliskan “*Assorted Croissant Box*”. Untuk *headline*, sesuai dengan *brand guideline*, penulis menggunakan *typeface* “Kirang Haerang Regular” dengan jenis teks *full* kapital dan ukuran yang besar. Sedangkan untuk teks “3 PCS - 99K, 6 PCS - 185K” penulis menggunakan *typeface* “Chelsea Market Regular” dengan jenis teks kapital agar pesan dari promosi dapat tersampaikan kepada konsumen dengan baik tidak hanya itu penulis juga menggunakan *shape box* sebagai elemen untuk mempertegas hierarki dari susunan teks. Setelah itu ada teks tambahan untuk memberikan informasi bahwa harga tersebut masih belum termasuk pajak ketika pembelian yang menggunakan jenis *typeface* “Chelsea Market Regular” dengan huruf kecil karena tingkat kepentingan dari pesan yang ingin disampaikan lebih rendah dari kedua teks sebelumnya. Setelah itu penulis mengisi bagian kosong dari desain menggunakan aset ilustrasi milik Cunggu BakeHouse. Berikut ini adalah hasil akhir desain yang telah dirancang penulis.



Gambar 3.11 Hasil Akhir Desain Konten
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Hasil desain tersebut kemudian dikirimkan ke grup WhatsApp milik *brand* terkait untuk di-*review* dan mendapatkan *approval* dari tim. Setelah mendapatkan *approval*, penulis mengunggah desain tersebut ke Google Drive dan mengirimkan *link*-nya ke *content plan* agar statusnya siap untuk di-*post*. Untuk karya berikut ini, hasil dari design yang sudah dirancang telah di-*post* beberapa kali untuk mempromosikan menu croissant. Berikut ini adalah contoh dari *approval* desain yang diberikan melalui grup WhatsApp.



Gambar 3.12 Approval Desain Konten Cangu BakeHouse

Selain mengerjakan proyek dengan media Instagram Story, penulis juga mengerjakan proyek *brand* Cangu BakeHouse dengan media promosi digital berupa Instagram Feeds. Berikut ini adalah salah satu proses kerja yang telah dikurasi oleh penulis dan dapat dijadikan sebagai salah satu contoh dari pekerjaan utama yang dikerjakan oleh penulis selama menjalani magang di CV Aiti Solusi Kreatif (Aiti Media). Sama seperti proyek yang telah dijabarkan sebelumnya, proses perancangan selalu dimulai dari *brief* yang diberikan kepada penulis melalui Google Sheets dari *brand* terkait.

Friday, April 15, 2025	Croissant	<p>Bigger, better, and even more delicious! Our pastries are now bigger than ever, so you get more of the flaky, buttery goodness you love. Come try and taste the difference! 🍩</p> <p>Cangu Bakehouse 📍 Pos Bloc (Jl. Pos No.2, Pasar Baru, Kec. Sawah Besar, Kota Jakarta Pusat) 🕒 Everyday : 7AM - 10PM 📞 Contact us through WhatsApp (+62)-812-9706-7896</p> <p>📍 Sarinah Mall (Jl. M.H. Thamrin No.11, Gondangdia, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat) 🕒 Everyday : 10AM - 10PM 📞 Contact us through WhatsApp (+62)-812-8253-0355</p> <p>#canggubakehouse #posblocjakarta #sarinah #pattesseriejakarta #bakery #bakeryjakarta #bakerylife #croissant #coffeshopjakarta #jkcoffe #coffeetime #cafe #balivibes #ballife #cangu #jakartafood #jakartainfo #kulinerjakarta #socialspacejakarta #jakartapusat #kulinerjakpus #jakartahits #jakartafoodies</p>	<p>Bigger-sized Pastry!</p> <p>https://drive.google.com/file/d/1tuz2wvCvdkDKhzB-2bvs6zqG5iUjXh/view?usp=sharing</p>
------------------------	-----------	---	--

Gambar 3.13 Brief Konten Instagram Feeds Cangu BakeHouse
Sumber: Aiti Media

Setelah memperoleh arahan dari *brief* yang diberikan, penulis mulai mempersiapkan tahap awal dalam proses desain dengan menyesuaikan gaya visual agar tetap sejalan dengan identitas *brand* serta referensi yang sudah ditelaah sebelumnya. Sebagai langkah awal, penulis membaca *copywriting* dari konten yang akan dibuat kemudian melihat aset foto yang diberikan oleh tim untuk nantinya akan diolah menjadi desain. Foto yang diberikan oleh tim didapatkan dari hasil produksi Aiti Visual Fotografi yang telah di-*edit*. Aset foto tersebut kemudian diunduh terlebih dahulu untuk mempermudah proses pengolahan visual. Untuk proyek kali ini, fokus desain ditujukan pada media Instagram Feeds, dengan memanfaatkan aset foto tersebut sebagai elemen utama dalam rancangan desain.



Gambar 3.14 Aset Foto Feeds Cangu BakeHouse
Sumber: Aiti Media

Langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah membuat *artboard* berukuran 1080 x 1350 piksel di Adobe Illustrator, menyesuaikan dengan format standar untuk Instagram Feeds. Setelah *artboard* siap, aset foto yang telah diunduh sebelumnya kemudian dimasukkan ke dalam *artboard* sebagai elemen utama yang akan menjadi fokus visual dalam desain. Tidak hanya dimasukkan ke dalam *artboard*, untuk mempermudah dan membuat proses perancangan desain menjadi lebih rapi, penulis menggunakan fitur *clipping mask* untuk membuat ukuran foto sesuai dengan ukuran *artboard*. Penempatan

foto dilakukan dengan mempertimbangkan komposisi dan keseimbangan visual agar tetap menarik serta informatif sesuai dengan tujuan konten promosi.



Gambar 3.15 Proses Pemasukkan Aset Foto

Setelah seluruh foto berhasil ditempatkan dan disesuaikan dengan ukuran *artboard*, penulis melanjutkan proses dengan menambahkan garis bantu atau *safe zone* menggunakan *ruler* untuk memastikan elemen penting seperti teks dan informasi penting dari aset foto tidak terpotong saat ditampilkan dalam tampilan *preview* di halaman profil Instagram. *Safe zone* tersebut dibuat dengan perbandingan rasio 3:4, mengikuti ukuran tampilan *thumbnail* Instagram Feeds yang baru, sehingga semua informasi penting tetap terlihat jelas.



Gambar 3.16 Proses Menggunakan Garis Bantu

Setelah garis bantu *safe zone* diterapkan, penulis melanjutkan dengan menambahkan *grid* berjenis *single column* pada *artboard*. Penggunaan *grid* ini

bertujuan untuk membantu penulis dalam menyusun elemen teks atau *copywriting* agar tersusun secara rapi dan selaras secara visual. *Grid single column* dipilih karena cocok untuk tata letak konten yang bersifat sederhana namun tetap terstruktur, serta memudahkan penempatan teks agar tidak keluar dari batas area baca yang nyaman. Dengan adanya *grid* ini, penulis dapat memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui teks tetap terbaca dengan jelas dan tidak mengganggu elemen visual lainnya.



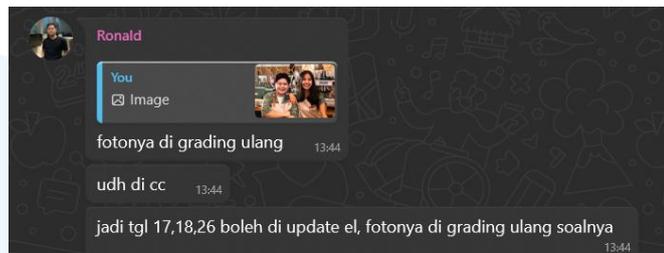
Gambar 3.17 Proses Menggunakan Grid

Setelah elemen *grid* diterapkan, penulis melanjutkan dengan memasukkan elemen logo dan *copywriting* ke dalam desain konten sesuai dengan *brief* dan *brand guideline* yang telah ditelaah. Pada visual konten yang dilampirkan, logo Canggung BakeHouse ditempatkan di bagian atas, mengikuti aturan jarak aman agar tidak terlalu dekat dengan tepi *artboard*. Sementara itu, *copywriting* utama “Bigger Sized Pastry!” ditempatkan di bagian bawah foto dengan komposisi yang seimbang. Kata “Pastry!” diberikan penekanan secara visual menggunakan ukuran huruf yang lebih besar dan warna teks yang kontras agar menarik perhatian audiens. Untuk menjaga keterbacaan, teks diletakkan di atas latar berbentuk *rounded rectangle* berwarna terang. Seluruh elemen ditempatkan dengan memperhatikan keselarasan dan hierarki visual yang rapi agar pesan promosi tersampaikan secara efektif.



Gambar 3.18 Proses Layouting Desain Feeds Canggu BakeHouse

Setelah seluruh elemen desain dimasukkan dan dirapikan, penulis kemudian mengirimkan *preview* desain tersebut ke grup WhatsApp yang digunakan sebagai media komunikasi internal antara tim dari *brand* terkait. Tujuannya adalah untuk mendapatkan masukan atau persetujuan sebelum desain dipublikasikan. Setelah dikirimkan, pihak klien memberikan masukan berupa revisi minor, yaitu permintaan untuk mengganti foto utama pada desain. Hal ini dikarenakan pihak klien menginginkan tampilan *color grading* yang berbeda agar lebih sesuai dengan citra visual *brand* secara keseluruhan.



Gambar 3.19 Feedback untuk Desain

Setelah penulis mendapatkan *feedback* untuk mengganti aset foto, penulis kembali mengunduh aset foto baru yang telah di-*color grading* ulang untuk menggantikan foto yang sebelumnya sudah diproses. Dengan proses yang sama, penulis memasukkan foto tersebut ke Adobe Illustrator dan menggunakan fitur *clipping mask* agar *artboard* tetap rapi. Berikut ini adalah foto sebelum dan sesudah aset foto melalui proses revisi.



Gambar 3.20 Proses Revisi Desain Feeds Canggus BakeHouse

Setelah revisi selesai dilakukan dan disetujui oleh pihak klien, penulis melanjutkan proses dengan mengumpulkan *file* desain ke dalam Google Sheets yang telah disediakan oleh tim. *File* yang dikumpulkan mencakup hasil akhir dalam format JPEG untuk keperluan publikasi. Setelah *file* berhasil diunggah, penulis juga memperbarui status konten menjadi “siap untuk di-*post*”. Hal ini dilakukan agar seluruh tim mengetahui bahwa konten tersebut sudah melalui proses desain dan revisi, serta siap untuk dijadwalkan tayang sesuai rencana publikasi *brand*. Berikut ini adalah hasil akhir dari desain konten.



Gambar 3.21 Hasil Akhir Desain Feeds



Gambar 3.23 *Working File* Canggu BakeHouse

Melalui tampilan *working file* tersebut, dapat terlihat gambaran beban kerja yang penulis jalani dalam kurun waktu satu bulan dalam menangani konten Instagram Feeds untuk Canggu BakeHouse. Jumlah proyek yang tercatat menunjukkan frekuensi tugas harian yang dikerjakan. Setelah ini, penulis akan membahas beberapa tugas lain yang juga menjadi tanggung jawab penulis selama magang untuk *brand* lainnya.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain mengerjakan tugas utama selama magang, penulis juga mendapat kesempatan mengerjakan beberapa proyek tambahan dari berbagai *brand* lain. Proyek-proyek ini memberikan pengalaman beragam dan membantu mengasah kemampuan penulis dalam desain grafis serta perancangan konten digital. *Brand* tambahan yang ditangani penulis memiliki media utama yang serupa dengan Canggu BakeHouse, yaitu konten Instagram Feeds dan Instagram Story. Beberapa *brand* tambahan yang dikerjakan antara lain Yujo Sushi, Puri Sabina, dan Mayrose Studio. Berikut adalah penjabaran beberapa proyek yang menggambarkan pekerjaan penulis selama magang di Aiti Media:

3.3.2.1 Proyek Konten Media Sosial Yujo

Untuk proyek tambahan pertama yang akan dijabarkan adalah perancangan konten promosi media sosial untuk *brand* Yujo. Sama seperti

dengan konten yang sudah ada, penulis dapat menciptakan materi visual yang lebih selaras, dan mendukung identitas *brand* di media sosial.



Gambar 3.26 Tampilan Akun Instagram Yujo
Sumber: Profil Instagram Yujo

Setelah memahami karakter visual dari konten yang telah dipublikasikan, penulis melanjutkan proses dengan membuka *link* aset foto yang telah disediakan dalam *brief*. Aset yang diberikan berupa foto produk yang akan digunakan dalam perancangan konten. Penulis kemudian mengunduh *file* tersebut agar proses desain dapat dilakukan dengan lebih efisien, khusus untuk *brief* kali ini, penulis diberikan aset foto produk tanpa *background* dan pihak tim memberikan arahan agar foto di-*edit* dan diberikan *background* menggunakan aset foto lainnya. Foto-foto yang diberikan oleh tim didapatkan melalui hasil produksi tim Aiti Visual Fotografi yang telah di-*edit* dan di arsip ke dalam bank foto.



Gambar 3.27 Aset Foto Menu Feeds Yujo
Sumber: Aiti Media

Setelah mengunduh aset yang sudah diberikan, penulis melanjutkan proses dengan mencari foto produk lain yang memiliki bentuk serupa serta *background* yang sesuai dengan produk yang akan ditampilkan. Pemilihan foto ini dilakukan agar hasil penggabungan visual terlihat lebih selaras dan tetap sesuai dengan arahan dari tim. Selain itu, pencocokan *background* juga bertujuan untuk menjaga visual dari konten yang dirancang agar tetap sesuai dengan *brand* Yujo. Berikut ini adalah foto menu lain yang akan dijadikan *background*.



Gambar 3.28 Aset Foto Ramen Yujo
Sumber: Aiti Media

Setelah menemukan foto dengan *background* yang sesuai, penulis melanjutkan proses dengan menggabungkan foto produk dari *brief* ke dalam latar belakang terpilih menggunakan Adobe Photoshop. Pada tahap ini, penulis tidak hanya menempatkan gambar, tetapi juga melakukan *retouch* secara visual agar produk terlihat lebih menyatu dengan *background*. Penyesuaian seperti pencahayaan, bayangan, serta warna dilakukan untuk memastikan hasil akhir terlihat natural dan harmonis, sehingga konten yang dihasilkan tetap menarik dan sesuai dengan standar visual *brand* Yujo. Berikut ini adalah hasil dari *digital imaging*.



Gambar 3.29 Hasil Digital Imaging Aset Foto Yujo

Setelah proses *digital imaging* selesai dilakukan di Adobe Photoshop, penulis melanjutkan dengan memindahkan hasil visual tersebut ke Adobe Illustrator untuk tahap perancangan selanjutnya. Di dalam Adobe Illustrator, penulis menggunakan garis bantu sebagai pembatas untuk memastikan bahwa setiap elemen visual tidak terpotong saat ditampilkan dalam tampilan *grid* profil Instagram. Garis bantu ini juga berfungsi untuk membantu penulis dalam menyusun komposisi teks agar tetap proporsional dan mudah dibaca ketika dipublikasikan sebagai konten Instagram Feeds. Berikut ini adalah tampilan *grid* visual desain.



Gambar 3.30 Proses Layouting Desain Feeds Yujo

Setelah menentukan komposisi visual dengan bantuan *grid*, penulis melanjutkan proses dengan menambahkan elemen penting seperti logo *brand* dan *copywriting* ke dalam desain. Penempatan logo dilakukan dengan mempertimbangkan area yang tidak mengganggu fokus utama, yaitu produk makanan. Begitu pula dengan *copywriting*, teks dimasukkan dengan penyesuaian ukuran, warna, dan posisi agar tetap terbaca jelas namun tidak menutupi menu yang ditampilkan. Penyesuaian ini dilakukan untuk menjaga keseimbangan visual dan memastikan informasi tetap tersampaikan tanpa mengurangi daya tarik konten secara keseluruhan.



Gambar 3.31 Hasil Akhir Desain Feeds Yujo

Setelah seluruh elemen desain selesai disusun, penulis kemudian mengirimkan *preview* konten ke grup tim dari *brand* terkait untuk mendapatkan *feedback*. Proses ini penting dilakukan agar desain yang telah dibuat dapat direvisi atau disesuaikan sesuai dengan preferensi dan kebutuhan *brand*. Untuk perancangan kali ini penulis tidak mendapatkan revisi terkait desain yang telah dirancang. Berikut adalah bukti *approval* dari tim terkait hasil desain yang sudah di-*preview*.



Gambar 3.32 Approval dari Tim Yujo

Setelah penulis mendapatkan *approval* dari tim, penulis akan memindahkan hasil desain akhir ke Google Sheets agar tim dapat mengakses *file* akhir. *File* yang sudah di Google Sheet nantinya akan digunakan oleh tim untuk dipublikasikan di media sosial sesuai waktu yang telah ditentukan. Berikut adalah hasil desain penulis yang sudah dipublikasikan melalui Instagram Feeds Yujo.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.33 Tampilan Desain di Feeds Yujo

Selain media Instagram Feeds, penulis juga bertanggungjawab untuk mengerjakan konten berupa Instagram Story untuk *brand* Yujo. Sebelum lebih lanjut kedalam perancangan, tahap pertama dari proses perancangan konten adalah penulis akan diberikan *brief* dari tim untuk memperjelas arah perancangannya. Berikut ini adalah *brief* konten Instagram Story yang diberikan oleh tim kepada penulis:

Tuesday, March 11, 2025	<p>PROMO THR</p> <p>Buy 2 Get 1 FREE!</p> <p>Nikmati 2 Temak favoritmu dan dapatkan Kari Fried Mental Temak GRATIS! Promo berlaku hanya di hari kerja (sepanjang hari).</p> <p>Ayo ajak keluarga dan teman, dan jangan sampai ketinggalan promo!</p> <p>Yujo Sushi</p> <ul style="list-style-type: none"> Non-mirin & non-sake menu options are available Jl. Pajajaran Indah V, Baranangsiang, Bogor Timur Open everyday: Mon-Thu & Sun: 11.00 - 21.00 / Fri & Sat: 11.00 - 22.00 <p>#yujosushi #japaneserestaurant #japanesedining #restobogor #restauranbogor #restobogohits #kulinerbogor #kulinerbogor #bogorkuliner #bogorupdate #bogorhits #eksklusiwbogor #explorebogor #bogoreatery #sushibogor #sushibogor #mananabogor #raemabogor #japaneserestaurantbogor #jktgo #instagramabogorkarta #jakartahits #japaneserestokarta #jktfooddestination #infokulinerjakarta #jakartafoodies</p>	<p>Promo THR</p> <p>Temak Hand Roll</p> <p>Buy 2 Get 1 FREE</p> <p>Available only on weekdays (all day)</p>
-------------------------	---	---

Gambar 3.34 Brief Konten Instagram Story Yujo
Sumber: Aiti Media

Setelah menerima *brief*, penulis melanjutkan dengan membuka dan mengunduh aset foto yang telah disediakan dalam *brief* tersebut. Sama seperti aset foto lainnya, aset foto untuk perancangan kali ini juga disediakan oleh tim Aiti Visual Fotografi yang telah di-*edit*. Aset foto ini nantinya akan digunakan sebagai materi utama dalam perancangan konten Instagram Story. Dengan memiliki *file* aset secara lengkap dan terorganisir, proses desain dapat berjalan lebih efisien dan terarah sesuai dengan kebutuhan serta arahan yang telah ditetapkan oleh tim. Berikut ini adalah aset foto yang akan diolah dalam konten.



Gambar 3.35 Aset Foto IGS Yujo
Sumber: Aiti Media

Setelah mengunduh aset foto, penulis memindahkan *file* tersebut ke Adobe Illustrator dan membuat *artboard* dengan ukuran 1080 x 1920 piksel, sesuai dengan ukuran standar Instagram Story. Selanjutnya, penulis menerapkan *grid* pada *artboard* untuk memudahkan pengaturan elemen desain secara rapi dan proporsional. Penggunaan *grid* ini membantu dalam menyusun komposisi visual agar tampilan konten menjadi lebih terstruktur dan menarik saat dipublikasikan.



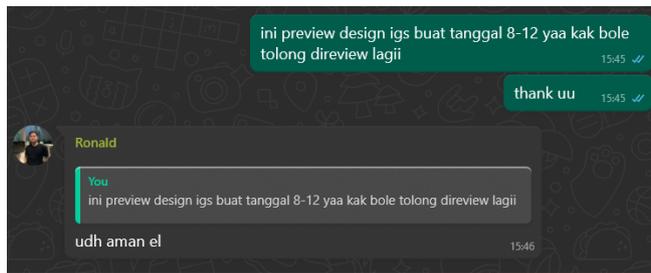
Gambar 3.36 Penggunaan *Grid* dalam IGS Yujo

Setelah menyiapkan *artboard* dan *grid*, penulis melanjutkan dengan memasukkan teks serta logo *brand* ke dalam desain. Untuk memastikan teks tetap jelas terbaca di atas latar gambar, penulis menggunakan efek *gradient* sebagai latar belakang teks. Selain itu, penulis juga menambahkan bentuk kotak di belakang teks guna memperkuat hierarki visual dan memudahkan audiens dalam menangkap informasi penting secara cepat dan efektif. Berikut ini adalah hasil akhir dari desain yang telah dirancang oleh penulis.



Gambar 3.37 Hasil Akhir Design IGS Yujo

Setelah menyelesaikan desain, penulis mengirimkan *preview* hasil desain ke grup tim *brand* untuk memperoleh masukan dan persetujuan. Tahap ini penting agar desain dapat diperbaiki jika diperlukan sesuai dengan arahan tim. Khusus untuk proyek kali ini, penulis tidak mendapatkan revisi dan hasil desain bisa langsung di-*upload* ke Google Sheets. Berikut adalah *approval* dari tim terkait proyek yang dikerjakan.



Gambar 3.38 Hasil Approval Design dari Tim Yujo

Setelah penulis mendapatkan approval dari tim terkait desain yang dirancang, penulis mengunggah *file* akhir ke Google Sheets yang telah disiapkan oleh *brand* agar konten dapat dijadwalkan dan dipublikasikan tepat waktu sesuai rencana ke media sosial. Berikut ini adalah hasil desain penulis yang telah dipublikasikan di *highlight* Instagram Yujo.



Gambar 3.39 Hasil Desain Penulis di Highlight Yujo

Kedua proyek tersebut merupakan gambaran dari tanggung jawab yang penulis miliki selama bekerja di Aiti Media terkait *brand* Yujo. Beban tugas yang ditangani oleh penulis tidak berbeda jauh jika dibandingkan dengan *brand* Canggung BakeHouse. Namun, secara kuantitas, Canggung BakeHouse memiliki jumlah perancangan yang setara hingga lebih banyak daripada *brand* Yujo. Oleh karena itu penulis mengkategorikan *brand* Yujo sebagai tugas tambahan meskipun media perancangan serupa dengan tugas utama yang dikerjakan oleh penulis.

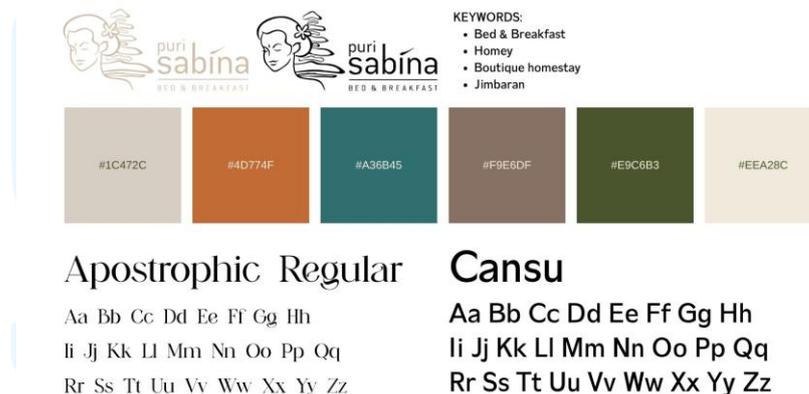
3.3.2.2 Proyek Instagram Story Puri Sabina

Proyek kedua yang dipilih oleh penulis sebagai tugas tambahan magang adalah konten media sosial Instagram Story dari *brand* Puri Sabina. Sebelum membahas perancangan lebih lanjut lagi, tahap awal dari perancangan selalu dimulai dari *brief* yang diberikan kepada penulis. Berikut ini adalah *brief* konten Instagram Story dari *brand* Puri Sabina:



Gambar 3.40 Brief Instagram Story Puri Sabina
Sumber: Aiti Media

Setelah menerima *brief*, penulis melanjutkan dengan mempelajari *brand guideline* Puri Sabina untuk memahami penggunaan *font* dan warna yang menjadi ciri khas *brand* tersebut. Langkah ini penting agar setiap elemen desain yang dibuat dapat konsisten dengan identitas visual Puri Sabina. Sebagai referensi dalam perancangan konten, penulis juga diberikan *working file* dalam *format* Adobe Photoshop yang berisi desain sebelumnya. *File* ini digunakan sebagai acuan utama agar hasil desain tetap selaras dengan konten yang sudah dipublikasikan sebelumnya.



Gambar 3.41 Brand Guideline Puri Sabina
Sumber: Aiti Media

Setelah mempelajari *brand guideline* dan *working file*, penulis melanjutkan dengan membuka aset foto yang telah disediakan dalam

brief. Aset foto tersebut merupakan hasil produksi dari Aiti Visual Fotografi yang telah di-*edit* dan diarsipkan kedalam bank foto milik brand Puri Sabina. *File* foto tersebut kemudian diunduh oleh penulis untuk memudahkan proses perancangan konten selanjutnya. Akses *file* yang sudah di-*download* tersebut kemudian akan dipindahkan kedalam *software* tempat penulis melakukan proses desain yaitu Adobe Photoshop.



Gambar 3.42 Aset Foto Instagram Story Puri Sabina
Sumber: Aiti Media

Setelah *file* foto dipindahkan ke dalam Adobe Photoshop, penulis melanjutkan dengan menambahkan *layer* gelap transparan di atas gambar utama. *Layer* ini berfungsi untuk memperjelas teks yang akan ditambahkan, sehingga tetap terbaca dengan baik tanpa mengganggu tampilan visual foto. Selanjutnya, penulis memasukkan elemen identitas *brand* berupa *logo* sebagai *header*, serta menambahkan informasi media sosial dan kontak Puri Sabina di bagian *footer*, guna memperkuat *branding* serta memudahkan audiens dalam menghubungi pihak terkait.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



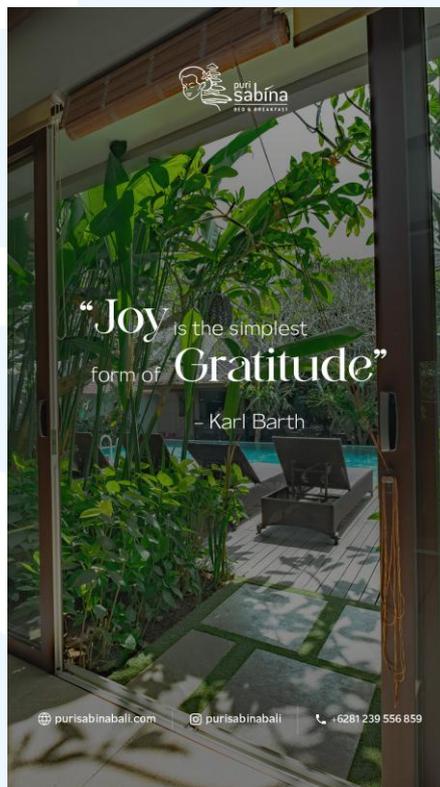
Gambar 3.43 Proses Layout Header & Footer

Setelah elemen visual seperti *layer* gelap, logo, dan informasi kontak ditambahkan, penulis melanjutkan proses dengan memasukkan teks yang ada di dalam *brief* ke dalam desain. Penempatan teks dilakukan dengan memperhatikan keseimbangan komposisi visual agar informasi yang disampaikan tetap jelas, menarik, dan tidak mengganggu elemen visual lainnya. Penyesuaian ukuran, jenis font, serta kontras warna juga dilakukan untuk memastikan keterbacaan tetap optimal sesuai dengan gaya visual Puri Sabina. Berikut ini adalah hasil layout dari desain.



Gambar 3.44 Proses Memasukkan Copy

Sebagai tahap akhir, penulis melakukan *finishing touch* dengan menambahkan lapisan gelap tambahan di belakang elemen teks dan logo. Lapisan ini dibuat dengan tingkat transparansi yang disesuaikan agar tidak menutupi latar belakang sepenuhnya, namun tetap mampu meningkatkan kontras antara teks/logo dengan gambar. Penambahan elemen ini bertujuan untuk memastikan keterbacaan semakin optimal. Berikut ini adalah hasil akhir dari desain konten Instagram Story.



Gambar 3.45 Hasil Final Desain IGS Puri Sabina

Setelah desain dinyatakan selesai, penulis melanjutkan dengan mengirimkan *preview* konten tersebut ke grup tim untuk mendapatkan *feedback*. Tanggapan dari tim sangat penting dalam memastikan desain yang dibuat telah sesuai dengan arahan *brief* dan standar visual *brand* Puri Sabina. Berikut ini adalah *approval* dari tim Puri Sabina.

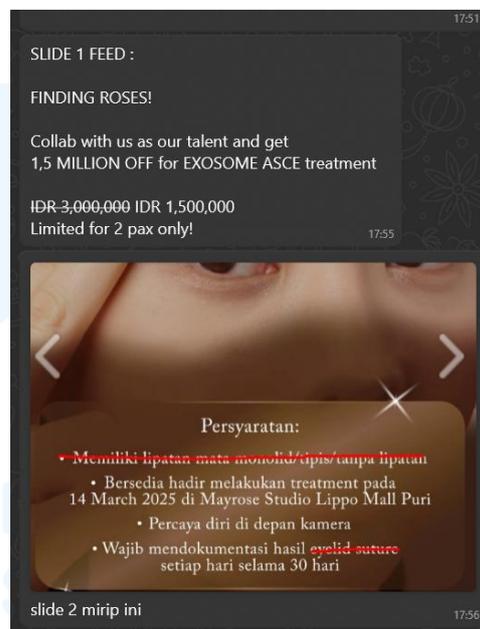


Gambar 3.46 Approval dari Tim Puri Sabina

Tanggung jawab penulis sebagai *Intern Graphic Designer* untuk *brand* Puri Sabina selesai hingga tahap *preview* melalui pengiriman *link* Google Drive ke grup WhatsApp tim Puri Sabina. Setelah mendapatkan *approval* dari tim, hasil desain yang sudah ada di *link* Google Drive akan disortir oleh anggota tim lainnya ke *content calendar* dan hasil untuk desain kali ini telah dipublikasikan ke akun Instagram Puri Sabina pada tanggal 25 Maret 2025.

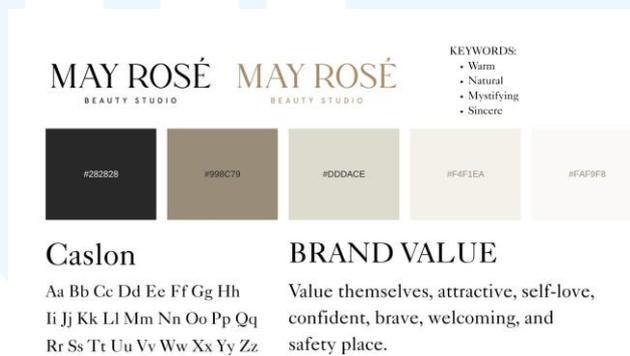
3.3.2.3 Campaign Finding Roses Exosome Mayrose Studio

Proyek ketiga yang dipilih oleh penulis sebagai tugas tambahan ketika menjalani program magang adalah perancangan Instagram Feeds *campaign* “Finding Roses Exosome” untuk *brand* Mayrose Studio. Berikut ini adalah *brief* dari proyek yang diberikan kepada penulis.



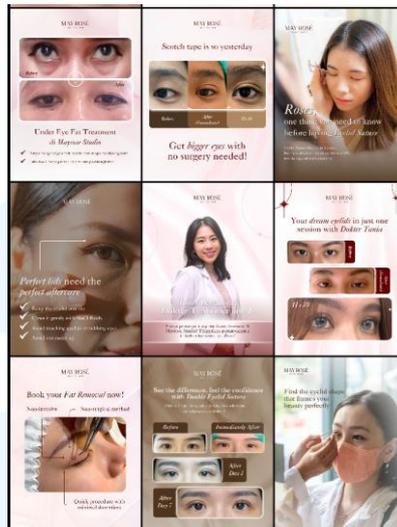
Gambar 3.47 Brief Campaign Mayrose
Sumber: Aiti Media

Setelah menerima *brief*, penulis melanjutkan dengan mempelajari *brand guideline* dari Mayrose Studio sebagai acuan utama dalam proses perancangan. *Brand guideline* tersebut mencakup elemen-elemen penting seperti warna utama, *tone* visual, serta penggunaan elemen grafis yang merepresentasikan identitas *brand*. Selain itu, penulis juga memperhatikan jenis *font* yang digunakan oleh Mayrose agar desain yang dirancang tetap konsisten dan selaras dengan gaya visual yang sudah ada. Pemahaman ini menjadi langkah awal penting untuk memastikan seluruh materi kampanye memiliki tampilan yang profesional.



Gambar 3.48 Brand Guideline Mayrose Studio
Sumber: Aiti Media

Setelah mempelajari *brand guideline*, penulis melanjutkan dengan mengamati profil Instagram Mayrose Studio untuk memperoleh gambaran visual yang lebih jelas mengenai konten yang telah dipublikasikan sebelumnya. Melalui langkah ini, penulis dapat memahami karakter visual yang konsisten digunakan oleh *brand*, seperti komposisi elemen, gaya layout, hingga *tone* warna yang sering muncul. Observasi ini juga membantu penulis dalam menyesuaikan rancangan konten kampanye agar tetap selaras dengan estetika yang sudah terbentuk di media sosial Mayrose Studio. Berikut ini adalah halaman profil Instagram Feeds milik Mayrose Studio.



Gambar 3.49 Tampilan Feeds Instagram Mayrose Studio
 Sumber: Instagram Mayrose Studio

Setelah memahami karakter visual dari konten yang telah dipublikasikan di Instagram, penulis melanjutkan proses dengan mencari aset foto yang akan digunakan untuk keperluan perancangan desain *campaign*. Aset-aset tersebut dapat diakses melalui Google Drive, yang telah dibagikan oleh tim sebagai bagian dari kelengkapan *brief*. Foto-foto ini nantinya akan menjadi elemen utama dalam konten *campaign* dan dipilih berdasarkan kesesuaian tema serta kualitas visual yang mendukung pesan yang ingin disampaikan melalui desain. Foto berikut ini merupakan foto yang disediakan oleh Aiti Visual Fotografi dan telah melalui proses *editing* hingga akhirnya siap untuk diolah menjadi konten.



Gambar 3.50 Aset Foto Campaign Mayrose
 Sumber: Aiti Media

Setelah memperoleh aset foto dari Google Drive, penulis melanjutkan ke tahap perancangan desain dengan memulai dari pembuatan *background* sebagai elemen dasar konten. Untuk proyek *campaign* kali ini, penulis menggunakan *software* Canva sesuai dengan *working file* yang telah disediakan oleh tim. Penggunaan Canva memungkinkan penulis untuk bekerja secara lebih efisien dan tetap mengikuti *template* visual yang sudah ditentukan sebelumnya.



Gambar 3.51 Perancangan Background Feeds Mayrose

Setelah *background* berhasil dirancang di Canva, penulis melanjutkan proses dengan mengolah aset foto menggunakan Adobe Photoshop sebelum digabungkan ke dalam desain akhir. Tahap ini diawali dengan menghapus *background* asli dari foto agar objek utama dapat berdiri sendiri tanpa gangguan visual. Selain itu, penulis juga melakukan penyesuaian transparansi pada beberapa bagian foto untuk menciptakan efek visual yang lebih halus dan menyatu dengan *background*. Langkah ini dilakukan agar keseluruhan tampilan desain terlihat lebih profesional dan harmonis, sekaligus mempertahankan estetika yang sesuai dengan karakter *brand* Mayrose Studio.



Gambar 3.52 Proses Pengolahan Aset Foto

Setelah proses pengolahan foto selesai dilakukan di Adobe Photoshop, penulis melanjutkan dengan menyatukan elemen foto yang telah diproses dengan *background* yang sebelumnya dirancang di Canva. Penggabungan ini dilakukan secara hati-hati untuk memastikan komposisi visual tetap seimbang dan tidak saling mendominasi. Untuk menambah dimensi dan memberikan kesan yang lebih terang serta profesional, penulis menambahkan efek *gradient* berwarna putih pada area tertentu. *Gradient* ini berfungsi sebagai *highlight*, sekaligus menjaga kesan lembut dan elegan yang menjadi ciri khas visual dari Mayrose Studio.



Gambar 3.53 Proses Pengolahan Foto Kedalam Konten

Setelah penggabungan elemen foto dan *background* selesai, penulis melanjutkan dengan menambahkan garis bantu pada desain. Garis bantu

ini berfungsi untuk memastikan bahwa seluruh konten penting tidak terpotong saat ditampilkan pada tampilan *grid* profil Instagram. Dengan menggunakan garis bantu sebagai panduan, penulis dapat mengatur posisi elemen visual dan teks secara presisi, sehingga setiap bagian konten terlihat utuh dan rapi ketika dipublikasikan. Langkah ini sangat penting untuk menjaga konsistensi tampilan dan profesionalitas pada *feed* Instagram Mayrose Studio.



Gambar 3.54 Penggunaan Garis Bantu

Setelah menambahkan garis bantu, penulis melanjutkan dengan memasukkan teks ke dalam desain untuk menyampaikan informasi yang ingin disampaikan kepada audiens. Beberapa teks diberikan bentuk kotak sebagai latar belakang guna memperkuat hierarki visual dan memudahkan pembaca dalam menangkap pesan utama secara cepat. Penyesuaian ukuran, warna, dan posisi teks juga dilakukan agar tetap selaras dengan keseluruhan komposisi, sekaligus menjaga keterbacaan tanpa mengganggu elemen visual lainnya. Langkah ini bertujuan agar konten tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam mengkomunikasikan pesan *campaign* Mayrose Studio. Berikut ini adalah hasil desain *feeds* untuk *slide* pertama dari *campaign* Mayrose Studio



Gambar 3.55 Hasil Akhir Desain Slide 1

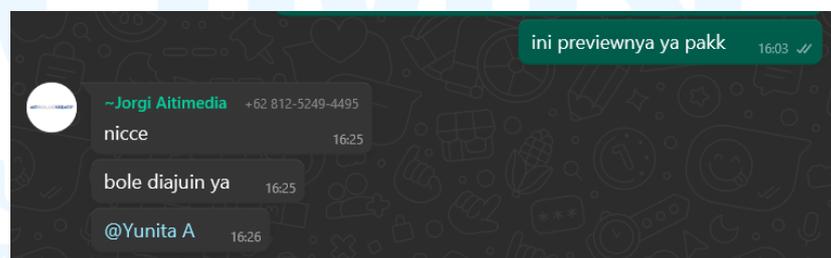
Setelah menyelesaikan desain untuk *slide* pertama, penulis melanjutkan proses dengan membuat desain untuk *slide* kedua yang konsepnya kurang lebih sama. Penulis kembali menerapkan langkah-langkah serupa, mulai dari penempatan foto, pengaturan *background*, hingga penambahan teks dengan *shape* kotak untuk menjaga hierarki visual. Penyesuaian juga dilakukan agar setiap elemen pada *slide* kedua tetap konsisten dengan *slide* pertama, sehingga menghasilkan tampilan *campaign* yang harmonis dan profesional. Berikut ini adalah hasil desain *feeds* untuk *slide* kedua dari *campaign* Mayrose Studio.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.56 Hasil Akhir Desain Slide 2

Setelah menyelesaikan desain untuk *slide* kedua, penulis mengirimkan *preview* kedua *slide* tersebut ke grup tim terkait untuk mendapatkan *feedback* dan masukan. Proses ini penting agar hasil desain dapat diperbaiki sesuai dengan ekspektasi *brand* serta kebutuhan *campaign*. Namun, untuk proyek kali ini, penulis tidak mendapatkan revisi terkait desain yang dikerjakan. Berikut adalah *approval* dari grup tim Mayrose Studio terkait desain yang dirancang.



Tanggung jawab penulis sebagai *Intern Graphic Designer* selesai sampai tahap *preview* hasil desain dan *approval* dari tim karena hasil akhir desain tidak ada revisi melainkan *feedback* positif. Oleh karena itu, hasil desain diajukan oleh *Social Media Officer* ke *brand* terkait untuk dipublikasikan ke media sosial Mayrose Studio. Hasil akhir desain telah

di-post sebagai Instagram Ads dan Instagram Feeds namun telah di takedown karena durasi collab telah selesai.

3.3.2.4 Proyek Motion Graphic Instagram Story Puri Sabina

Proyek tugas tambahan terakhir yang penulis pilih adalah dari brand Puri Sabina yang berupa perancangan Instagram Story/Instagram Reels. Tugas tambahan ini berbeda dengan tugas tambahan Puri Sabina yang sebelumnya karena untuk perancangan konten kali ini penulis diberikan tugas untuk merancang *motion* grafis simpel. Berikut ini adalah *brief* dari konten yang diberikan kepada penulis dari tim.

NO	PROMO	COPYWRITING	LINK PHOTO
1	LONG STAY STANDARD ROOM	<p>SLIDE 1:</p> <p>LONG STAY DEAL</p> <p>Standard Room (Monthly)</p> <p>Our most popular room is located on Level 2 and offers a charming view of our street.</p> <p>IDR 8.800.000 (Room only) for 30 nights</p> <p>Additional charges:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Electricity IDR 800.000 for 30 nights 2. High Season (1 July - 31 August) surcharge IDR 50.000/room/night or IDR 1.500.000 for 30 nights. 3. Peak Season (20 Dec - 5 Jan) surcharge IDR 75.000/room/night or IDR 1.275.000 for 17 nights. <p>BOOK NOW</p> <p>+8281 239 858 859 +6282 322 993 348</p>	<p>https://drive.google.com/file/d/1uagwvH8DNsGaDQW330cUjR935Dfyz/view?usp=drive_link</p>

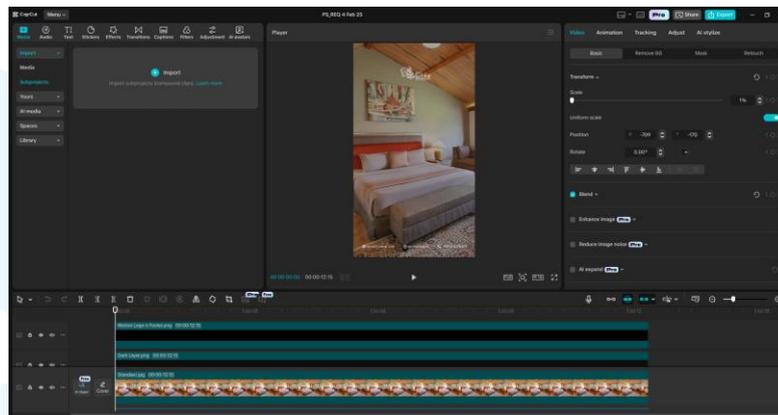
Gambar 3.57 Brief Konten Reels Puri Sabina
Sumber: Aiti Media

Setelah menerima *brief*, penulis membuka *file* yang terlampir dalam *briefing* untuk mengakses aset foto yang akan digunakan sebagai latar belakang desain *motion* grafis. Foto tersebut merupakan foto hasil produksi dari tim Aiti Visual Fotografi yang telah di-*edit* dan di arsip ke bank foto untuk brand Puri Sabina. Selanjutnya, penulis mempelajari referensi visual yang diberikan oleh tim sebagai panduan dalam proses perancangan. Referensi ini membantu penulis memahami gaya animasi, serta elemen dinamis yang diharapkan sehingga desain *motion* grafis dapat sesuai dengan identitas *brand* Puri Sabina.



Gambar 3.58 Aset Foto Reels Puri Sabina
Sumber: Aiti Media

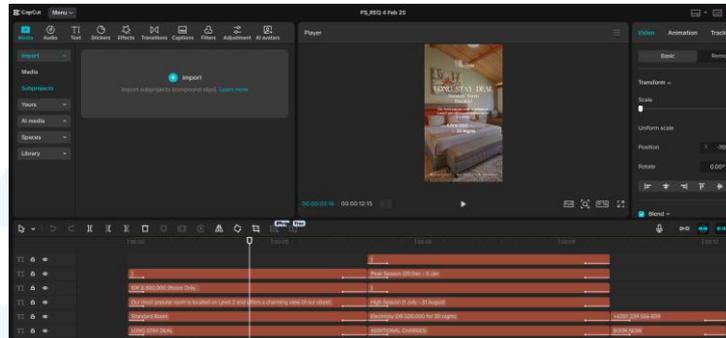
Setelah mempelajari referensi dan mengakses aset foto yang disediakan oleh tim, penulis memasukkan *file* foto tersebut ke dalam *software* desain yang digunakan yaitu CapCut. Selanjutnya, penulis menambahkan *layer* gelap di atas foto sebagai latar untuk memperjelas elemen teks yang akan muncul dalam *motion* grafis. Penulis juga memasukkan logo sebagai *header* dan menambahkan elemen *footer* yang berisi informasi kontak serta media sosial Puri Sabina agar *branding* tetap konsisten di sepanjang konten.



Gambar 3.59 Proses Perancangan Video

Setelah elemen visual utama ditambahkan, penulis melanjutkan dengan memasukkan teks sesuai dengan isi *brief* ke dalam konten *motion* grafis. Untuk memberikan kesan dinamis dan menarik, penulis menggunakan efek *fade in* dan *fade out* pada teks sehingga perpindahan antar informasi terasa halus dan mudah diikuti oleh audiens. Selain itu,

penulis juga menambahkan audio sebagai *background* yang sesuai dengan suasana konten, untuk memperkuat daya tarik serta meningkatkan pengalaman bagi audiens Instagram Story atau Reels Puri Sabina.



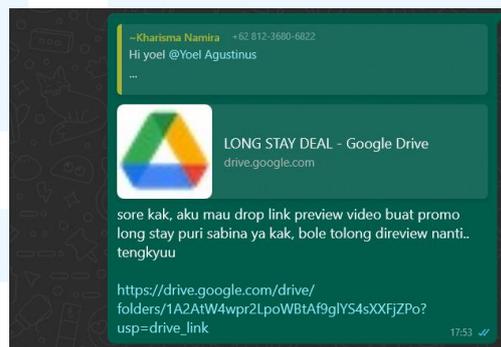
Gambar 3.60 Proses Pemasukkan Copywriting ke Reels

Sebagai tahap akhir, penulis melakukan *finishing touch* dengan menambahkan efek pergerakan halus pada *background* guna memberikan kesan dinamis yang lebih hidup. Efek ini dibuat dengan menggunakan fitur *position keyframe* di CapCut, yang memungkinkan latar belakang bergerak perlahan ke arah tertentu selama durasi video berlangsung. Pergerakan ini dibuat dengan intensitas ringan agar tidak mengganggu fokus audiens terhadap teks dan elemen penting lainnya, sekaligus memberikan tampilan akhir yang lebih profesional dan menarik.



Gambar 3.61 Cover Reel Puri Sabina

Setelah seluruh elemen *motion* selesai dirancang, penulis melanjutkan dengan mengirimkan *preview motion* grafis kepada tim melalui WhatsApp. *Preview* ini berfungsi sebagai bahan evaluasi awal sebelum konten diunggah ke media sosial. Penulis kemudian menunggu *feedback* dari tim terkait aspek visual, animasi, maupun kesesuaian konten dengan *brief* yang telah diberikan.



Gambar 3.62 Pengiriman Preview Motion Grafis

Setelah penulis mengirim *preview* dari *motion* grafis yang telah dirancang, tidak lama kemudian anggota tim Puri Sabina yang bertugas sebagai *supervisor* memberikan *feedback* positif terhadap perancangan yang telah dilakukan. Hasil *motion* grafis yang dirancang oleh penulis tidak diberikan revisi dari tim *brand* Puri Sabina. Berikut adalah *approval* dari tim Puri Sabina terkait *motion* grafis yang dirancang.



Gambar 3.63 Feedback Motion Grafis Puri Sabina

Setelah hasil desain sudah di-*approve* dan penulis sudah menyelesaikan tanggung jawab penulis sebagai *Intern Graphic Designer* untuk *brand* Puri Sabina terkait proyek kali ini, penulis hanya perlu

menunggu anggota tim untuk memproses hasil desain agar dapat dipublikasikan sesuai dengan jadwal yang diinginkan *brand*. Berikut ini adalah hasil desain penulis yang sudah dipublikasikan di media sosial.



Gambar 3.64 Hasil Motion Grafis di Highlight Puri Sabina

Untuk kesimpulan, tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab penulis termasuk dengan *brand* lainnya seperti Yujo, Mayrose, dan Puri Sabina menjadi pengalaman yang berharga bagi penulis karena dapat membangun penulis sebagai desainer yang disiplin dan dapat mengembangkan manajemen waktu penulis agar semakin baik lagi.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di CV Aiti Media, penulis terlibat dalam berbagai proyek desain yang memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda-beda. Dalam proses pelaksanaannya, penulis tidak lepas dari beberapa kendala, baik yang bersifat teknis maupun non-teknis. Meskipun demikian, setiap kendala yang muncul menjadi peluang untuk belajar dan berkembang, terutama dalam mencari solusi yang tepat agar hasil pekerjaan tetap sesuai dengan standar dan ekspektasi

dari tim maupun klien. Pada sub-bab ini, penulis akan memaparkan kendala-kendala yang dialami serta solusi yang diterapkan selama menjalani masa magang.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang, penulis tidak mengalami kendala yang signifikan, namun terdapat beberapa hal yang bisa dicatat sebagai tantangan. Untuk kendala pertama, penulis mengalami tantangan dalam hal alur komunikasi antar tim yang kurang efektif akibat sistem kerja *online*. Proses penerimaan *brief* dan pemberian *feedback* sering memakan waktu lebih lama dari yang diperlukan, sehingga memperlambat proses pengerjaan. Hal ini berpengaruh langsung terhadap efisiensi kerja dan penyelesaian tugas harian.

Kendala kedua yang penulis hadapi adalah waktu pemberian *brief* yang sering kali terlalu dekat dengan tenggat waktu. Kondisi ini membuat penulis perlu menyusun ulang skala prioritas pekerjaan dalam satu hari, agar seluruh tugas tetap dapat diselesaikan tepat waktu. Akibatnya, waktu pengerjaan menjadi lebih padat dan menantang, terutama ketika beberapa pekerjaan memiliki *deadline* yang berdekatan.

Adapun kendala ketiga berkaitan dengan arahan atau revisi yang datang secara mendadak dan sering kali di luar jam kerja. Komunikasi yang disampaikan melalui pesan teks membuat instruksi terkait revisi atau pembuatan konten mendesak tetap berlangsung di luar jam kerja yang telah ditentukan. Situasi ini membuat penulis harus menyesuaikan waktu pribadi agar dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai kebutuhan klien dan perusahaan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Sebagai solusi untuk kendala yang pertama, penulis berusaha lebih aktif dalam berkomunikasi agar pesan yang diterima menjadi lebih jelas dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Setiap kali menerima *brief* atau revisi melalui pesan teks, penulis terbiasa meminta konfirmasi ulang atau penjelasan tambahan jika terdapat bagian yang kurang dipahami. Langkah ini dilakukan

agar tidak terjadi miskomunikasi yang dapat menghambat proses desain dan supaya hasil pekerjaan sesuai dengan ekspektasi tim maupun klien.

Untuk mengatasi kendala kedua, yaitu waktu pemberian *brief* yang terlalu dekat dengan *deadline*, penulis mulai menyusun jadwal kerja yang lebih fleksibel dan mengatur prioritas tugas dengan lebih cermat. Pekerjaan yang memiliki tenggat waktu lebih cepat akan didahulukan, sementara tugas lain akan dijadwalkan sesuai dengan urgensi dan tingkat kesulitannya. Dengan cara ini, penulis dapat memanfaatkan waktu kerja secara lebih efisien dan tetap menyelesaikan semua tugas tepat waktu.

Sebagai solusi atas kendala ketiga, penulis menyediakan waktu cadangan setiap harinya sebagai antisipasi terhadap perubahan mendadak dalam pekerjaan. Waktu ini dialokasikan di luar jam kerja utama untuk mengerjakan revisi atau tugas tambahan yang datang secara tiba-tiba, termasuk yang diberikan di luar jam kerja. Dengan strategi ini, penulis dapat tetap menjaga produktivitas tanpa terlalu terganggu oleh perubahan mendadak yang mungkin terjadi selama proses magang.

