

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Kedudukan dan koordinasi selama proses pelaksanaan magang merupakan *flow* pemberian pekerjaan antara atasan, para pekerja, hingga penulis sebagai *intern*. Penulis sebagai *Visual Designer Intern* berada pada divisi *Branding* yang merupakan bagian dari divisi *Branding & Marketing*. Dengan adanya kedudukan dan koordinasi pelaksanaan magang yang jelas, penulis dapat mempunyai pemahaman yang baik mengenai alur pekerjaan dan dengan siapa penulis harus berkoordinasi.

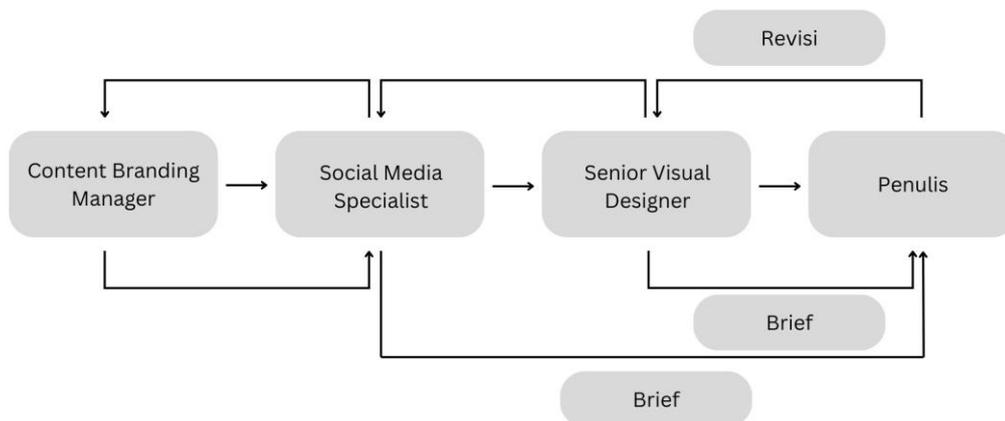
##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Kedudukan penulis selama pelaksanaan magang di PT Coolvita Maju Sehat yaitu sebagai *Visual Designer Intern* pada divisi *Branding*. Di dalam divisi *Branding* terdapat 10 orang, yang dipimpin oleh *Content Branding Manager* dan 9 orang anggotanya dengan *jobdesc* yang berbeda, yaitu *Brand Specialist*, *Social Media Specialist*, *KOL Officer*, *Branding Officer*, *Public Relations Specialist*, *Video Producer*, *Video Producer Associate*, *Senior Visual Designer*, dan penulis sendiri sebagai *Visual Designer Intern*.

Penulis bekerja langsung di bawah *Senior Visual Designer* yang menjadi *Supervisor* penulis selama pelaksanaan magang, yaitu Muhammad Syarif Hadiansyah. Penulis bekerja untuk membantu pekerjaan *Senior Visual Designer* dalam membantu membuat beberapa media cetak dan media digital seperti *e-invitation*, *mockup*, dan *greeting card*. Namun, pekerjaan utama penulis sebagai *Visual Designer Intern* adalah untuk sepenuhnya bertanggung jawab dalam membuat desain konten media sosial *Instagram* Coolvita. Penulis membuat desain konten media sosial *Instagram* sesuai dengan brief yang diberikan oleh *Social Media Specialist*, yaitu Ina Andini.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang, penulis melakukan koordinasi dengan Muhammad Syarif Hadiansyah sebagai *Supervisor* dan *Senior Visual Designer* pada divisi *Branding* di PT Coolvita Maju Sehat. Penulis membuat desain untuk kebutuhan divisi *Branding* PT Coolvita Maju Sehat yang diawasi oleh *Senior Visual Designer* sebagai *Supervisor*. Pada awal pelaksanaan magang, *Supervisor* menjelaskan konsep keseluruhan yang digunakan oleh akun media sosial *Instagram* Coolvita, serta penggunaan aset produk-produk yang biasa digunakan untuk kebutuhan desain.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

Pekerjaan utama penulis dalam menjadi *Visual Designer Intern* adalah membuat konten media sosial *Instagram* di antara lain adalah *Instagram feeds*, *Instagram Reels cover*, dan *Instagram Story*. Pada umumnya, penulis diberikan *brief* mengenai desain konten *media sosial Instagram* Coolvita oleh *Social Media Specialist* yang harus dikerjakan sebelum tanggal konten tersebut akan diunggah. Pengerjaan desain pada umumnya dibuat pada *software Adobe Photoshop*.

*Brief* desain yang diterima oleh penulis pada umumnya diberikan melalui *docs* dari aplikasi Lark sesuai dengan platformnya masing-masing seperti “*Social Media Content Brief*” untuk *brief* desain *Instagram*, “*Linkedin Content Brief*” untuk *brief* desain konten *Linkedin*, dan “*Creative Request*”

untuk *brief* desain media cetak atau digital seperti brosur, *banner*, *flyer*, *wobbler*, dan OOH. Pekerjaan desain untuk konten *Instagram* dilakukan setiap hari karena Cool-Vita aktif mengunggah konten setiap hari, sehingga *brief* yang diberikan secara *weekly* dan *Social Media Specialist* akan mengabarkan penulis melalui *chat* pribadi pada aplikasi Lark untuk memberikan informasi bahwa *brief* tersebut sudah bisa dikerjakan. Untuk pengerjaan desain lain yaitu konten LinkedIn dan media cetak atau digital dilakukan tidak setiap hari. Dengan ini, *brief* tersebut pada umumnya diinformasikan setiap ada *brief* baru saja terkadang melalui *docs* dari aplikasi Lark, melalui *chat* pribadi aplikasi Lark, atau secara lisan jika pekerjaan tersebut dibutuhkan cepat.

Penulis pada umumnya melakukan *retouch* pada produk serta foto talent yang digunakan untuk konten media sosial yang dibuat, kemudian mengeksekusi seluruh desain media sosial *Instagram* Coolvita. Setelah membuat desain, penulis melakukan *approval* kepada *Senior Visual Designer* dan akan diberikan revisi akan langsung diperbaiki oleh penulis. Setelah disetujui, penulis akan memberikan hasil desain kepada *Social Media Specialist* untuk disetujui jika desain tersebut sudah baik untuk diunggah pada akun *Instagram* Coolvita.

Selain mengerjakan desain konten *Instagram*, penulis juga membantu membuat beberapa desain yang diberikan oleh *Senior Visual Designer* seperti membuat *greeting card*, *e-invitation*, dan membantu membuat *mockup*. Segala pekerjaan desain yang dibuat oleh penulis yang telah disetujui oleh *Senior Visual Designer* dan *Social Media Specialist* akan diberikan kepada *Content Branding Manager* untuk mendapatkan persetujuan final agar desain tersebut sudah bisa diunggah atau dicetak.

### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Penulis bekerja untuk membuat kebutuhan desain pada divisi *Branding* di PT Coolvita Maju Sehat selama pelaksanaan magang dan mengisi *daily task* dalam *website* Merdeka berisikan tugas-tugas yang dikerjakan oleh penulis setiap harinya selama pelaksanaan magang ini. Pekerjaan yang ditulis oleh penulis pada

*daily task* akan disetujui oleh *Supervisor* yaitu *Senior Visual Designer*. Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis secara garis besar adalah desain konten media sosial yang dipegang oleh divisi *Branding*, khususnya *Instagram* dan *Linkedin*. Penulis juga melakukan beberapa pekerjaan desain berupa media cetak dan digital seperti *flyer*, *greeting card*, *e-invitation*, dan *promotional banner* untuk membantu meringankan pekerjaan *Supervisor* jika terdapat permintaan yang bersifat *urgent*.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	30-31 Januari 2025	-Desain konten <i>Instagram feeds</i>  - Desain konten <i>Instagram reels cover</i>	- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i>  - Melakukan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i>
2	3-7 Febuari 2025	- Desain konten <i>Instagram feeds</i>  - Desain konten <i>Instagram reels cover</i>  - Desain konten <i>Instagram story</i>  - Desain <i>key visual</i> produk	- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i>  - Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i>  - Membuat desain konten <i>Instagram story</i> #10DaysChallenge untuk persiapan bulan Ramadan  - Membuat desain <i>key visual</i> produk-produk Cool-Vita untuk aset dan keperluan konten desain
3	10-14Febuari 2025	- Desain konten <i>Instagram feeds</i>  - Desain konten	- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i>  - Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i>

		<p><i>Instagram reels cover</i></p> <p>- Pembuatan <i>mockup</i></p>	<p>- Membuat <i>mockup</i> truk untuk OOH melalui Adobe Photoshop</p>
4	17-21 Febuari 2025	<p>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></p> <p>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></p> <p>- Desain <i>e-invitation</i></p> <p>- <i>Shooting</i> konten <i>reels</i></p> <p>- Desain konten <i>Instagram story</i></p>	<p>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></p> <p>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></p> <p>- Menjadi <i>talent</i> dan melakukan <i>shooting</i> untuk konten <i>reels</i></p> <p>- Membuat desain <i>Instagram story</i> untuk <i>payday</i></p> <p>- Membuat desain <i>e-invitation</i> untuk Cool-Vita Livestream Gathering 2025</p>
5	24-28 Febuari 2025	<p>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></p> <p>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></p> <p>- <i>Photoshoot</i> produk dan model</p> <p>- Membuat konten <i>reels</i></p> <p>- Desain konten <i>Instagram story</i></p>	<p>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></p> <p>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></p> <p>- Mendatangi lokasi <i>booth</i> Cool-Vita di BCA Expo dan membuat video konten promosi</p> <p>- Membuat desain <i>Instagram story</i> untuk tanggal kembar 3.3</p> <p>- Melakukan <i>photoshoot</i> produk dan model untuk kebutuhan promosi pada media sosial Cool-Vita</p>
6	3-7 Maret 2025	<p>- Desain konten</p>	<p>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></p>

		<p><i>Instagram feeds</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- Desain <i>greeting card</i></li> <li>- <i>Shooting</i> konten <i>reels</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten <i>feeds</i> untuk <i>giveaway</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Menjadi <i>talent</i> untuk konten <i>reels</i></li> <li>- Membuat desain <i>greeting card</i> untuk <i>hampers</i> Ramadan Cool-Vita</li> </ul>
7	10-16 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Membuat desain <i>Instagram feeds</i> pengumuman partisipasi Cool-Vita pada Festival Ramadan Ekstra Seru by TikTok Shop</li> </ul>
8	17-21 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>-Menghadiri <i>event</i> dan menjaga <i>booth</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Membuat desain <i>Instagram feeds</i> mengenai Festival Ramadan Ekstra Seru by TikTok Shop</li> <li>-Menghadiri dan menjaga <i>booth</i> pada Festival Ramadan Ekstra Seru by TikTok Shop</li> </ul>
9	24-27 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> </ul>

		<p><i>Instagram reels cover</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram story</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain <i>Instagram feeds</i> dan <i>story</i> untuk kolaborasi Cool-Vita x Y.O.U</li> <li>- Desain <i>Instagram story</i> untuk <i>payday</i></li> <li>- Desain <i>Instagram story</i> untuk tanggal kembar 4.4</li> </ul>
10	8-11 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- Desain <i>key visual</i> untuk OOH</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Membuat 2 alternatif desain <i>key visual</i> baru untuk OOH Cool-Vita</li> <li>- Mempelajari untuk <i>resize</i> OOH pada berbagai ukuran</li> </ul>
11	14-17 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- <i>Shooting</i> konten <i>Instagram reels</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Menjadi <i>talent</i> dan <i>shooting</i> untuk konten <i>Instagram reels</i></li> </ul>
12	21-27 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Menjadi <i>talent</i> dan <i>shooting</i> untuk konten <i>Instagram reels</i></li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>key visual</i> produk</li> <li>- <i>Shooting product shot</i></li> <li>- Membuat design produk sampel</li> <li>- <i>Resize Instagram story</i></li> <li>- Desain <i>promotional banner A1</i></li> <li>- Desain <i>wobbler</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat alternatif <i>key visual</i> produk</li> <li>- Membuat desain untuk menempel produk sampel ukuran A5</li> <li>- Membuat <i>promotional banner A1</i> untuk <i>event</i> padel Cool-Vita di The Newton 2 X P.ALS dan CSR</li> <li>- Membuat <i>wobbler</i> 2 buah untuk <i>event</i> padel Cool-Vita di The Newton 2 X P.ALS dan CSR</li> <li>- Menjaga <i>booth</i> untuk <i>event</i> padel Cool-Vita di The Newton 2 X P.ALS dan CSR</li> </ul>
13	28 April – 2 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- <i>Shooting product shot</i></li> <li>-Revisi OOH</li> <li>-Revisi <i>Car wobbler</i></li> <li>-<i>Shooting</i> konten <i>Instagram reels</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Menjadi <i>talent</i> dan <i>shooting</i> untuk konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Melakukan revisi pada desain OOH dan <i>car wobbler</i></li> </ul>
14	5-9 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram story</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Membuat desain <i>Instagram story</i> untuk tanggal kembar 5.5</li> </ul>
15	14-16 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- <i>Shooting product shot</i></li> <li>- Desain konten <i>feeds linkedin</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Menjadi <i>talent</i> dan <i>shooting</i> untuk konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Membuat desain untuk <i>feeds linkedin</i></li> </ul>
16	19-23 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- <i>Shooting Instagram reels</i></li> <li>- <i>Photoshoot</i> produk <i>new packaging</i></li> <li>- Desain konten <i>feeds linkedin</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Menjadi <i>talent</i> dan <i>shooting</i> untuk konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Menjadi <i>talent</i> dan mengikuti proses <i>photoshoot</i> produk dengan kemasan baru</li> <li>- Membuat desain untuk <i>feeds linkedin</i></li> </ul>

17	26-30 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- <i>Shooting</i> konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram story</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Menjadi <i>talent</i> dan <i>shooting</i> untuk 2 konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Membuat berbagai desain <i>Instagram story</i> untuk <i>payday</i></li> </ul>
18	2-5 Juni 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Desain konten <i>Instagram reels cover</i></li> <li>- <i>Instagram Story</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten harian pada <i>Instagram feeds</i></li> <li>- Melakukan desain dan <i>retouch</i> foto untuk <i>cover</i> dari konten <i>Instagram reels</i></li> <li>- Membuat desain konten <i>Instagram story</i> untuk tanggal kembar 6.6</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang, sebagai *Visual Designer Intern* di PT Coolvita Maju Sehat, penulis memiliki pekerjaan utama yaitu untuk membuat desain pada berbagai akun media sosial *branding* Cool-Vita yaitu *Instagram* dan *Linkedin*. Selain itu, penulis juga memiliki tugas untuk melakukan proyek desain lainnya seperti membuat media promosi *offline* seperti *banner*, *wobbler*, kertas produk sampel, *greeting card* dan *e-invitation*.

### 3.3.1 Proses Perancangan Konten IG Ramadan Ekstra Seru

Festival Ramadan Ekstra Seru merupakan acara yang diselenggarakan oleh TikTokShop by Tokopedia bersama Coolvita, yaitu sebuah *event* bazaar yang diadakan di Grand Atrium mall Kota Kasablanka pada tanggal 13-16 Maret 2025. Coolvita merupakan sponsor utama pada acara ini, maka dari itu Coolvita mendapatkan *booth* untuk berjualan pada acara ini. Pada acara ini, terdapat berbagai tenan dari berbagai *brand* ternama yang ikut serta berjualan dan berkolaborasi pada acara ini. Coolvita mengadakan promo diskon yang besar, serta mengadakan buka puasa bersama dengan memberikan sampel gratis minuman *collagen effervescent* untuk mendukung suasana ramadan yang meriah dan untuk menarik konsumen untuk datang pada booth Coolvita. Coolvita juga mengadakan *talkshow* dan kuis yang memberikan audiens kesempatan untuk memenangkan hadiah berupa produk-produk dari Coolvita.

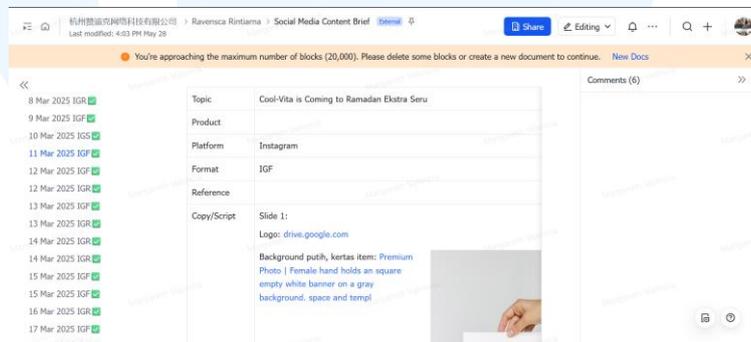
Selama penulis melaksanakan proses kerja magang, penulis telah membuat berbagai desain untuk konten harian di beberapa media sosial Cool-Vita, namun media sosial paling utama yang menjadi tanggung jawab tim *Branding* adalah *Instagram*. Proyek utama yang dipilih penulis selama pelaksanaan magang ini adalah konten Festival Ramadan Ekstra Seru di *Instagram* Cool-Vita. Konten *Instagram* mengenai Festival Ramadan Ekstra Seru ini berisikan konten mengenai pengumuman kehadiran Cool-Vita sebagai sponsor dan partner TikTok Shop sebagai penyelenggara acara tersebut, dan informasi-informasi lainnya mengenai acara tersebut, hingga konten *recap* setelah acara tersebut selesai dilaksanakan.

Konsep yang ditentukan untuk estetika pada konten media sosial Cool-Vita adalah *clean*, maka dari itu penulis banyak menggunakan latar berwarna putih dan aset-aset yang minimalis dan tidak terlalu banyak warna. Selain itu, warna *orange* sebagai warna utama dari *brand* Cool-Vita juga banyak digunakan pada desain konten media sosial Cool-Vita. Mengingat bahwa Cool-Vita menjual produk bidang kesehatan dan kecantikan, tim

*Branding Cool-Vita* ingin menegaskan kesan desain yang terlihat cantik dan bersih untuk mendukung dan mencerminkan Cool-Vita sebagai *brand*.

### 1. Pemberian *Brief*

Perancangan desain konten *Instagram* untuk Festival Ramadan Ekstra Seru diawali dengan pemberian *brief* desain yang dibuat langsung oleh *Social Media Specialist* menggunakan aplikasi Lark. Bentuk *brief* yang diberikan adalah file berupa dokumen berbentuk tabel berjudul “*Social Media Content Brief*” di mana seluruh kebutuhan setiap postingan terdapat pada tanggal posting yang ditentukan, kemudian berisikan topik dan produk yang akan di-*highlight*, jenis konten, referensi desain, aset dan *copy*, serta *caption* dan *hashtag*.



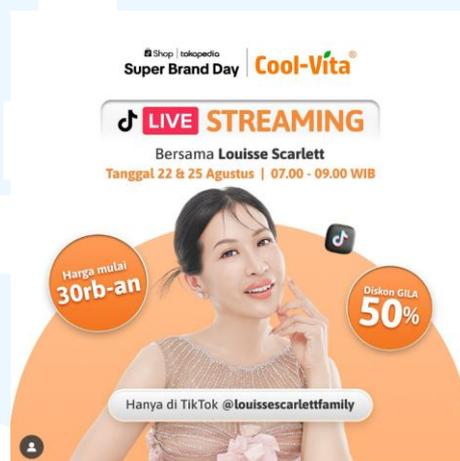
Gambar 3. 2 *Brief* Konten Media Sosial Ramadan Ekstra Seru

Setelah mendapatkan *brief*, penulis akan berdiskusi mengenai aset-aset yang cocok digunakan untuk desain konten, seperti pengambilan aset dari situs yang bebas dari lisensi seperti *freepik*, dan diawasi oleh *supervisor* untuk pemilihan aset dan foto-foto yang tepat menggunakan foto model yang sudah pernah dipotret dan aset tersebut milik aset perusahaan sehingga aman untuk digunakan untuk keperluan komersil.

### 2. Referensi

Setelah mendapatkan *brief* dari *Social Media Specialist*, referensi untuk konten Ramadan Ekstra Seru ini sudah diberikan oleh *Social Media Specialist* dan arahan layout dan elemen yang ingin diadakan pada desain tersebut, namun penulis akan mencari referensi lainnya dan

berdiskusi bersama *Senior Visual Designer* selaku *supervisor* agar desain yang ingin dirancang lebih sesuai dan cocok untuk konsep desain media sosial Cool-Vita, yaitu *clean* dan *minimalis*. Pada *brief* desain ini terdapat arahan untuk membuat teks didalam “*bubble*” untuk memberikan informasi mengenai promo yang diadakan pada Festival Ramadan Ekstra Seru. Pada pengerjaan desain ini, *Supervisor* memberikan arahan dan referensi dari konten *feeds* yang pernah dibuat sebelumnya agar penulis mendapatkan gambaran untuk membuat elemen “*bubble*” tersebut.



Gambar 3. 3 Referensi Konten Media Sosial Ramadan Ekstra Seru

Sumber: Instagram @coolvita.id

Melalui referensi konten *feeds* Cool-Vita yang sudah pernah dibuat, penulis mengikuti arahan untuk membuat desain yang memiliki kesan bersih dan estetik, selaras dengan konsep *branding* Cool-Vita, serta *layout* dan penempatan setiap elemen desain. Untuk perancangan konten *Instagram* Festival Ramadan Ekstra Seru ini, penulis memilih warna latar belakang desain warna putih. Selain itu, aset identitas yang harus dimasukkan pada setiap desain konten media sosial Cool-Vita adalah warna *orange* sebagai warna identitas Cool-Vita. Penulis pada umumnya menggunakan berbagai turunan warna *orange* untuk memberikan variasi pada desain tersebut. Beberapa konten *feeds* juga membutuhkan aset identitas Cool-Vita yaitu logo Cool-Vita sendiri seperti pada gambar di atas, namun tidak semua konten membutuhkan logo.

**Urbanist Extrabold**  
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii**  
**Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr**  
**Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Urbanist Medium  
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Gambar 3. 4 *Font* Urbanist

Tipografi yang digunakan untuk perancangan konten *Instagram* untuk Festival Ramadan Ekstra Seru ini menggunakan *font* Urbanist yang biasa digunakan untuk setiap kebutuhan desain pada media sosial Cool-Vita, yaitu *font* jenis *Sans Serif* yang tidak memiliki garis pada ujung huruf agar mengikuti kesan yang *clean* dan mudah untuk dibaca dan dipahami oleh audiens yang membaca melalui layar digital.

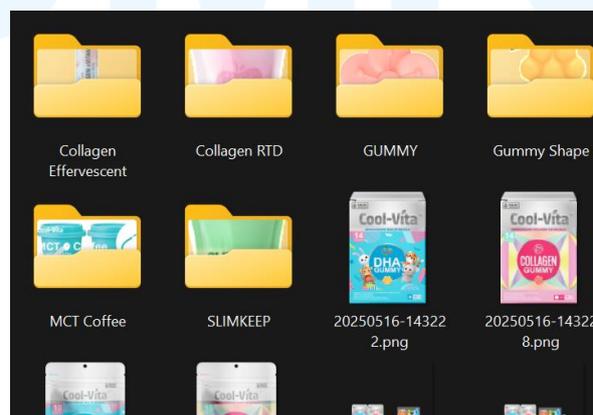
### 3. Aset Desain

Untuk perancangan konten *Instagram feeds*, *Instagram reels cover*, dan *Instagram story*, penulis menerima *raw footage* foto-foto model. Dikarenakan foto-foto tersebut dipotret menggunakan kamera yang memiliki hasil foto dengan kualitas yang kurang baik, penulis perlu memperbaikinya. Foto tersebut yang akan digunakan untuk konten tersebut untuk di-*retouch* dan diperbaiki segala warna dan tekstur dari foto tersebut agar lebih sempurna dan layak untuk dijadikan aset desain pada *Instagram Cool-Vita*.



Gambar 3. 5 Proses *Retouch* dan *Editing* Aset Model

Selain itu, penulis juga menggunakan aset-aset *packshot* dari produk-produk Cool-Vita yang digunakan pada desain *Instagram feeds* dan *Instagram story*. Aset *packshot* tersebut merupakan aset milik perusahaan sehingga aman untuk digunakan dan mempermudah *designer* dalam membuat setiap desain yang dibutuhkan. *Packshot* yang dimiliki berupa produk-produk Cool-Vita yang terdiri dari *packshot Collagen & DHA Gummy* berbentuk *box* dan *pouch* serta bentuk *gummy* dan *sachet* permen, *Collagen Effervescent* berbentuk *tube* kecil dan besar, *Calcium* dan *Multivitamin Chewable Tablet*, *Slimkeep* dan *Collagen Ready to Drink* berbentuk *box* dan *pouch drink*, dan *MCT Coffee* berbentuk kapsul kopi dan *box* besar.

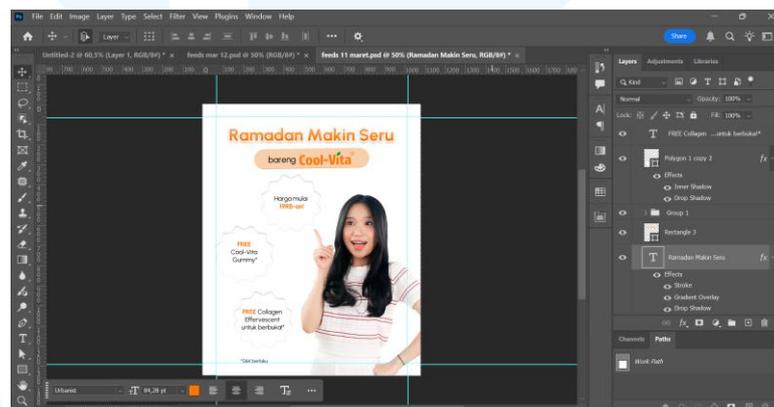


Gambar 3. 6 Aset *Packshot* Produk Cool-Vita

Kebutuhan aset-aset lain yang digunakan oleh penulis untuk desain konten *Instagram* Festival Ramadan Ekstra Seru menggunakan aset dari *freepik* yang bebas lisensi agar aset tersebut aman digunakan untuk keperluan komersil.

#### 4. Proses Perancangan

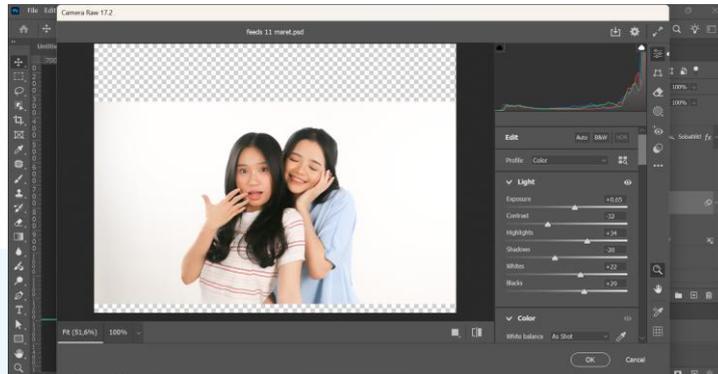
Desain konten *Instagram* Cool-Vita untuk Festival Ramadan Ekstra Seru ini terdapat 5 *Instagram feeds* dan 1 *Instagram reels cover*. Setiap konten *Instagram feeds* memiliki 3-8 *slides* dan disertakan dengan *photo editing* menggunakan *Adobe Photoshop*. Persiapan dan perancangan konten desain ini dimulai pada tanggal 11 Maret 2025, dan dimulai dengan pembuatan konten *Instagram feeds* yang berisikan informasi pengumuman bahwa Cool-Vita akan hadir di Festival Ramadan Ekstra Seru di Grand Atrium Mall Kota Kassablanka pada tanggal 13-16 Maret 2025.



Gambar 3. 7 Proses Perancangan

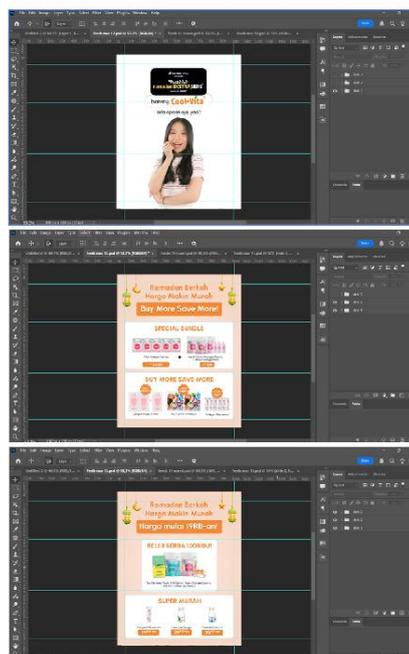
Kemudian, penulis membuat konten-konten selanjutnya yang berisikan informasi aktivitas yang akan diadakan oleh Cool-Vita di Festival Ramadan Ekstra Seru, serta desain promosi mengenai diskon yang akan dihadirkan pada saat Cool-Vita berjualan di *venue* tersebut. Konten-konten selanjutnya berisikan konten *feeds* bersifat *reminder* bahwa Cool-Vita masih akan hadir di Festival Ramadan Ekstra Seru di hari-hari berikutnya, dan diakhiri dengan *feeds recap* dan

*Instagram reels* mengenai keseluruhan acara selama 4 hari di Festival Ramadan Ekstra Seru.



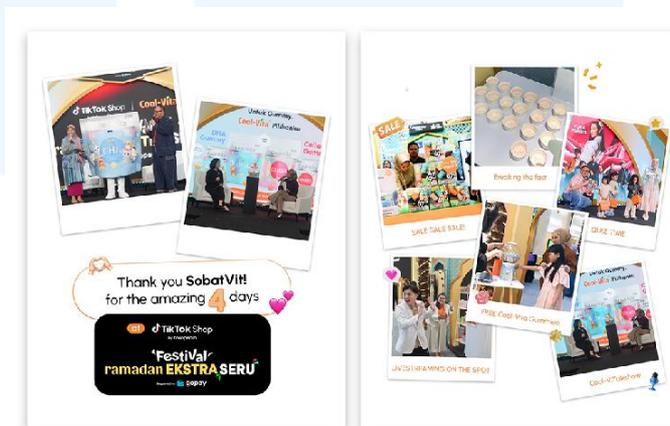
Gambar 3. 8 Proses *Retouch* dan *Editing*

Penulis memulai dengan melakukan *photo editing* pada setiap foto-foto model yang akan digunakan untuk aset desain konten-konten tersebut. Beberapa foto yang akan dijadikan aset desain memiliki kualitas yang kurang baik sehingga membutuhkan beberapa proses *editing*. Foto tersebut di-*retouch* dan diperbaiki cahaya, saturasi warna, serta memperbaiki tekstur wajah agar kualitas foto-foto tersebut lebih bagus dan sempurna untuk ditampilkan pada *Instagram Cool-Vita*.



Gambar 3. 9 Proses Perancangan

Desain konten *Instagram feeds* dirancang menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* dengan ukuran *canvas* 1080 x 1350 px. Penulis menggunakan *font* *Urbanist* jenis *Extrabold* untuk setiap *headline* dan *Urbanist* jenis *Medium* untuk *body text*. Warna-warna yang digunakan pada konten desain ini menggunakan warna dominan putih dan kombinasi antara warna *orange* muda dan tua, sesuai dengan warna identitas *Brand Cool-Vita*. Kemudian, desain *Instagram reels cover* dirancang menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* dengan ukuran *canvas* 1080 x 1920 px, dan didesain dengan melakukan *retouch* dan *editing* pada foto yang akan dijadikan *cover reels* dengan memperbaiki cahaya serta proporsi dari foto yang akan digunakan.



Gambar 3. 10 Proses Perancangan

Dikarenakan konten desain pada media sosial Cool-Vita banyak menggunakan latar belakang putih, penulis memastikan bahwa peletakan setiap elemen desain memiliki keseimbangan yang baik, serta memperhatikan proporsi foto model yang akan digunakan agar dapat bersatu menjadi kesatuan yang baik. Penulis juga membuat beberapa foto model menjadi elemen yang menjadi *emphasis* pada desain tersebut dan diberikan ukuran yang cenderung besar. Aset foto model yang digunakan memiliki ekspresi yang ceria, serta di-*edit* menggunakan saturasi warna yang cerah dan berwarna untuk mencerminkan kebahagiaan Cool-Vita untuk menyambut kedatangan bulan Ramadan.

## 5. Asistensi dan Revisi Kepada *Supervisor*

Setelah penulis selesai membuat desain-desain konten tersebut, penulis melakukan asistensi kepada *Supervisor* terlebih dahulu melalui aplikasi Lark. Asistensi dilakukan dengan mengirimkan hasil desain dengan format jpg agar mudah untuk dilihat oleh *Supervisor* dan *review* hasil desain yang dibuat oleh penulis. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahan atau proporsi yang kurang pas pada desain tersebut sebelum diunggah pada *Instagram*.



Gambar 3. 11 Proses Revisi

Setelah itu, *Supervisor* dan *Social Media Specialist* akan memberikan *feedback* dan melingkarkan beberapa elemen yang kurang pas seperti mengubah bentuk foto menjadi gaya polaroid, atau meminta penulis untuk *take out* beberapa elemen yang tidak dibutuhkan. *Supervisor* juga akan memberikan arahan bagaimana cara melakukan revisi-revisi tersebut atau meminta penulis untuk menambahkan beberapa hal yang diperlukan agar hasil desain tersebut lebih maksimal. Selain melakukan asistensi kepada *Supervisor*, penulis juga harus melakukan asistensi kepada *Social Media Specialist* untuk mendapatkan *feedback* mengenai desain yang telah dibuat.

## 6. Finalisasi

Revisi yang diberikan oleh *Supervisor* dan *Social Media Specialist* segera dilakukan oleh penulis dan memperbaiki setiap elemen untuk menyempurnakan desain agar dapat disetujui untuk diunggah pada *Instagram*. Penulis juga memperhatikan setiap detail yang sekiranya kurang pas dan memperbaikinya. Setelah melakukan revisi, penulis segera mengirimkan lagi hasil desain yang telah direvisi kepada *Supervisor* melalui *chat* aplikasi Lark.



Gambar 3. 12 Finalisasi Desain dan Implementasi

Setelah desain-desain tersebut disetujui oleh *Supervisor*, penulis boleh mengirimkan hasil-hasil desain tersebut kepada *Social Media Specialist* untuk mendapatkan persetujuan darinya. Setelah disetujui, *Social Media Specialist* akan mengirimkan hasil desain yang telah dibuat kepada *group chat* tim *Branding* di aplikasi Lark untuk mendapatkan persetujuan dari *Content Branding Manager*. Setelah mendapatkan persetujuan, tahap akhir *approval* akan diberikan kepada *Country Manager* untuk memberitahukan desain-desain yang akan diunggah pada *Instagram Cool-Vita*.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain mengerjakan proyek utama penulis yaitu membuat konten *Instagram* Cool-Vita di Festival Ramadan Ekstra Seru, penulis juga telah menjalankan beberapa proyek lainnya selama melaksanakan proses magang di PT Coolvita Maju Sehat. Proyek-proyek lain yang telah dikerjakan oleh penulis di antara lain adalah perancangan media promosi offline dan konten *Instagram feeds* untuk acara padel Cool-Vita di The Newton 2 X P.ALS, *e-invitation* untuk Cool-Vita Livestream Gathering 2025, konten LinkedIn *Open Recruitment*, dan *Campaign* Cool-Vita X Y.O.U.

### **3.3.2.1 Event Padel Cool-Vita di The Newton 2 X P.ALS**

*Event* Padel oleh The Newton 2 X P.ALS merupakan acara kompetisi olahraga padel yang diadakan pada tanggal 26 April 2025 di Pondok Indah Padel Club, Jakarta Selatan. Pada acara ini, Cool-Vita hadir sebagai salah satu sponsor dari acara tersebut. Untuk acara padel ini, penulis dipercayakan untuk membuat *promotional banner* berukuran A1, 5 buah *wobbler*, dan *Instagram post*.

#### **1. Pemberian *Brief***

Penulis mendapatkan brief untuk perancangan desain pada tanggal 23 April 2025 melalui chat aplikasi Lark dan *docs* Lark *Social Media Content Brief* yang diberikan oleh *Social Media Specialist* dan *Content Branding Manager*. Brief tersebut berisi konten kreatif yang akan dirancang, aset visual, referensi background yang ingin digunakan, dan tema warna yang diinginkan untuk setiap desain.

Topic	Padel Recap
Product	Gummy
Platform	Instagram
Format	IGR
Reference	
Copy/Script	<p>Cover reels reference: <a href="https://id.pinterest.com/pin/17451517301674555/">https://id.pinterest.com/pin/17451517301674555/</a></p> <p>Background: white paper</p> <p>Use this frame: <a href="#">Photo Frames Set   Free Vector</a> pake yg ada jarum merahnya wkwk</p> <p>Use this mock up: <a href="#">Blank torn photo frame with soft shadows and scotch tape isolated on white paper background   Free</a></p> <p>Use this element: <a href="#">3d rendering of sport icon   Free PSD or www.freepik.com</a> and <a href="#">Padel tennis racket   Free Vector</a></p> <p>Copy di kertas:</p>

Gambar 3. 13 *Brief* Konten Media Sosial Padel

Setelah mendapatkan brief, penulis melakukan diskusi dengan *Supervisor* untuk memastikan ukuran yang pas untuk perancangan *promotional banner* dan *wobbler*, dan mulai melakukan perencanaan sebelum memulai desain.

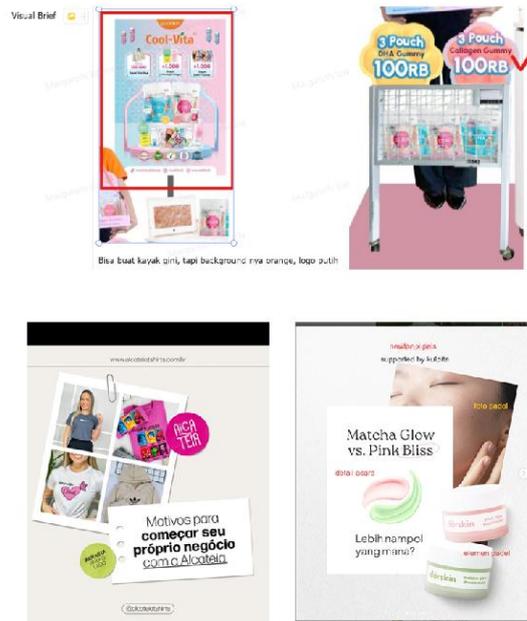


Gambar 3. 14 *Brief* Banner & Wobbler

Setelah mendapatkan *brief*, penulis juga berdiskusi mengenai aset-aset yang dibutuhkan untuk konten *Instagram* kepada *Social Media Specialist*, seperti menggunakan aset *packshot* produk yang sudah diberikan oleh *Supervisor*.

## 2. Referensi

Penulis kemudian menggunakan referensi sesuai dengan brief yang diberikan. Penulis kemudian mengumpulkan referensi yaitu desain yang berhubungan dengan olahraga padel. Penulis juga mencari elemen-elemen desain yang memiliki gaya desain 3D agar terkesan lebih bersih dan tegas.



Gambar 3. 15 Referensi *Banner*, *Wobblers*, dan Konten Media Sosial

Untuk pengerjaan desain *promotional banner* dan *wobblers*, penulis mendapatkan referensi desain dari *Supervisor* berupa desain yang sudah pernah dibuat untuk acara sebelumnya. Penulis juga diberikan arahan untuk menggunakan warna-warna tertentu untuk setiap desain yang dikerjakan, serta mendapatkan arahan untuk membuat *layout* atau bentuk desain yang serupa, dan mengganti teks pada desain sesuai dengan informasi dan promosi yang ingin disampaikan.



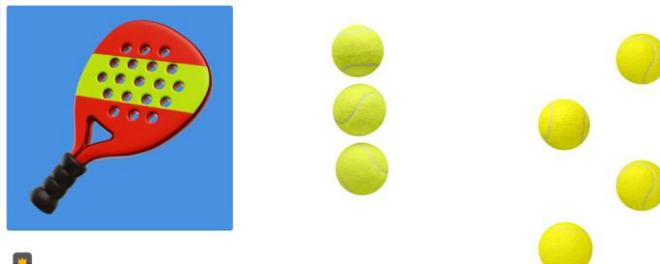
Gambar 3. 16 Aset Identitas Logo

Selain itu, aset identitas yang harus dimasukkan pada setiap desain konten media sosial Cool-Vita adalah warna *orange* sebagai warna identitas Cool-Vita. Penulis pada umumnya menggunakan berbagai turunan warna *orange* untuk memberikan variasi pada desain tersebut. Beberapa konten *feeds* juga membutuhkan aset identitas Cool-Vita yaitu logo Cool-Vita sendiri seperti pada gambar di atas, namun tidak semua konten membutuhkan logo. Untuk desain konten *Instagram* memerlukan aset identitas logo dari The Newton 2 dan P.ALS sebagai penyelenggara acara turnamen padel ini.

Tipografi yang digunakan untuk perancangan *promotional banner*, *wobbler*, dan konten *Instagram* untuk acara padel ini menggunakan *font* Urbanist yang biasa digunakan untuk setiap kebutuhan desain pada media sosial Cool-Vita, yaitu *font* jenis *Sans Serif* yang tidak memiliki garis pada ujung huruf agar mengikuti kesan yang *clean* dan mudah untuk dibaca dan dipahami oleh audiens yang membaca melalui layar digital.

### 3. Aset Desain & Proses Perancangan

Setelah penulis mengumpulkan referensi, penulis kemudian mengumpulkan aset-aset yang diperlukan untuk desain yang akan dirancang. Penulis menggunakan aset-aset visual yang dimulai dari pemilihan *background* pada perancangan desain *promotional banner*. Untuk *promotional banner*, penulis memilih *background* berwarna *orange* sesuai dengan warna identitas Cool-Vita yang disesuaikan oleh *brief* yang diberikan. Kemudian, aset visual yang digunakan untuk *banner* ini membutuhkan berbagai *packshot* produk-produk Cool-Vita.

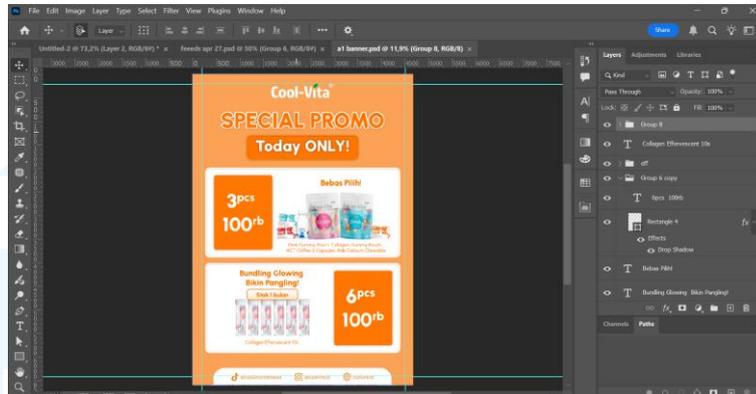


Gambar 3. 17 Proses Mencari Aset Desain di *Freepik*

Pengambilan aset dari *freepik* untuk elemen desain konten *feeds* ini dilakukan oleh penulis atas arahan dari *Supervisor* dan *Social Media Specialist* untuk mencari elemen-elemen yang berhubungan dengan padel. Elemen yang digunakan adalah elemen desain dengan gaya desain 3D agar terkesan rapih dan *clean*.

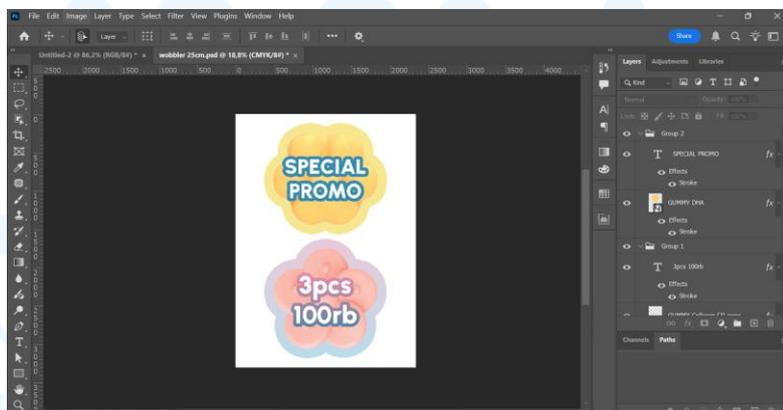
Penulis kemudian melakukan rancangan desain *banner* pada software Adobe Photoshop dengan ukuran A1 yaitu 59,4 cm x 84,1 cm. Kemudian, *promotional banner* tersebut berisikan promo *bundle* produk yang akan dijual pada acara padel tersebut yaitu promo beli 3 100ribu dan promo beli 6 *tube Collagen Effervescent small tube* dengan harga 100ribu. Judul yang diberikan untuk *banner* ini adalah “*SPECIAL PROMO, Today Only!*” Setelah itu, pada bagian bawah *banner*, penulis

menambahkan mengenai informasi TikTok, *Instagram*, dan *website Cool-Vita*.



Gambar 3. 18 Proses Perancangan *Banner*

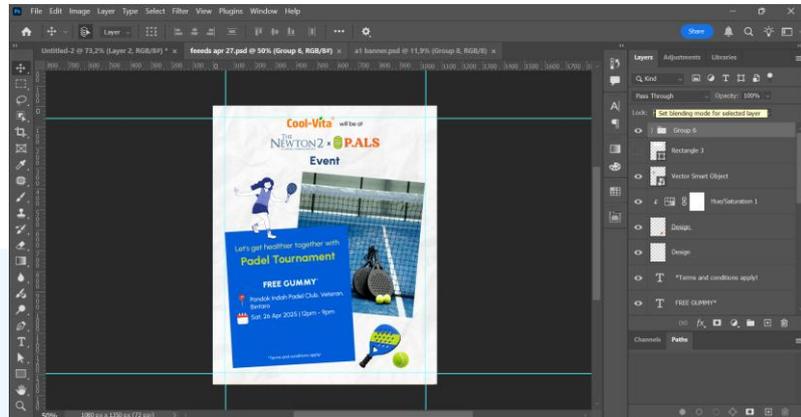
Selain membuat *promotional banner*, penulis melanjutkan dengan melakukan perancangan desain *wobbler* pada software Adobe Photoshop dengan ukuran 25 cm x 25 cm. Desain *wobbler* yang dibuat menggunakan bentuk dari *gummy* Cool-Vita dengan *border* gradasi biru dan pink, yaitu warna dari Cool-Vita *Collagen & DHA Gummy*. Pada desain *wobbler*, penulis memberikan teks pada *wobbler* dengan tulisan “*Special Promo*” dan “*3 pcs 100rb*”.



Gambar 3. 19 Proses Perancangan *Wobbler*

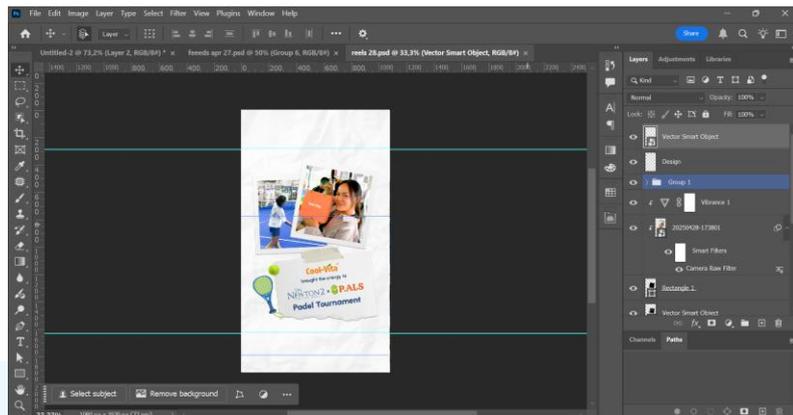
Untuk 3 *wobbler* lainnya berbentuk lingkaran dengan diameter 7 cm. Desain pada ketiga *wobbler* menggunakan 2 warna, yaitu putih dan *orange* seperti logo Cool-Vita. Tulisan

yang diberikan pada *wobbler* tersebut adalah “Promo Rp 100ribu”, “3 pcs Rp 100ribu”, dan “*FREE GUMMY*”.



Gambar 3. 20 Proses Perancangan Konten *Feeds*

Untuk konten *Instagram feeds* berukuran 1080 px x 1350 px dan *Instagram reels recap cover* berukuran 1080 x 1920 px, penulis menggunakan latar belakang putih dan kertas putih bertekstur. Konten *feeds* yang dirancang oleh penulis merupakan desain berisi informasi bahwa Cool-Vita akan berpartisipasi pada acara kompetisi padel dan akan membagikan produk *gummy* gratis kepada para pengunjung. Penulis juga menambahkan aset bola padel dan elemen orang yang bermain padel, diambil dari *freepik*. Penulis menggunakan elemen desain dengan warna hijau dan biru, seperti warna lapangan padel dan bola padel. Penulis juga memberikan informasi mengenai tanggal, tempat, dan waktu acara padel tersebut akan diselenggarakan.



Gambar 3. 21 Proses Perancangan Konten *Cover Reels*

Untuk desain *Instagram reels cover*, penulis memulai dengan melakukan *retouch* dan *editing* pada foto-foto hasil dari dokumentasi yang akan dijadikan aset pada *cover reels*, yang kemudian didesain seperti foto polaroid. Kemudian, penulis juga menambahkan aset kertas yang ditempel dengan isolasi, yaitu aset dari *freepik* dan elemen raket padel dan bola yang juga diambil dari *freepik*. Pada elemen kertas, penulis menambahkan tulisan “Cool-Vita brought the energy to The Newton 2 X P.ALS Padel Tournament” menggunakan logo Cool-Vita, logo The Newton 2, dan logo P.ALS.

#### 4. Asistensi dan Revisi kepada *Supervisor*

Setelah mengerjakan seluruh desain, penulis melakukan asistensi konten *Instagram* dan media *offline* kepada *Supervisor* dan *Content Branding Manager* melalui aplikasi Lark. Penulis mendapatkan revisi dan masukan seperti mengubah posisi teks harga, serta menambahkan elemen orang bermain padel pada konten *Instagram feeds*.



Gambar 3. 22 Revisi *Banner A1*

Kemudian, penulis segera melakukan revisi yang diberikan dan memperbaiki tata letak elemen-elemen desain pada perancangan desain agar lebih pas. Penulis juga memperhatikan jika terdapat detail-detail kecil yang perlu diperbaiki dan menambahkan elemen yang perlu ditambahkan.

## 5. Finalisasi

Setelah melakukan revisi, penulis memberikan hasil desain yang telah direvisi kepada *Supervisor* untuk mengecek seluruh desain. *Supervisor* akan melakukan *review* bila desain sudah bisa di-*forward* kepada *Social Media Specialist* dan *Content Branding Manager*.



Gambar 3. 23 Desain Final Instagram *feeds* & *reels cover*

Pada pembuatan konten media sosial yaitu *Instagram feeds* dan *Instagram reels cover* penulis akhirnya mendapatkan *approval* dari *Supervisor* dan *Social Media Specialist*. Setelah menyelesaikan konten media sosial, penulis melanjutkan untuk mengirim hasil dari *banner* dan *wobbler*.



Gambar 3. 24 Desain Final *Banner* & *Wobbler*

Setelah desain-desain tersebut disetujui oleh *Supervisor*, penulis boleh mengirimkan hasil-hasil desain tersebut kepada *Social Media Specialist* untuk mendapatkan persetujuan darinya. Setelah disetujui, *Social Media Specialist* akan mengirimkan hasil desain yang telah dibuat kepada *group chat* tim *Branding* di aplikasi Lark untuk mendapatkan persetujuan dari *Content Branding Manager*.

Setelah mendapatkan persetujuan, tahap akhir *approval* akan diberikan kepada *Country Manager* untuk memberitahukan desain-desain yang akan diunggah pada *Instagram Cool-Vita*. Untuk desain *promotional banner* dan *wobbler*, penulis memberikan *desain final* kepada *Content Branding Manager* untuk mendapatkan *approval* terakhir sebelum melanjutkan ke proses percetakan.

### **3.3.2.2 E-Invitation Cool-Vita Livestream Gathering 2025**

Cool-Vita mengadakan Livestream Gathering yang diadakan pada tanggal 21 Februari 2025. Pada acara ini, diadakan tukar kado dan perkumpulan untuk melakukan *bonding* dan berbaur dengan satu sama lain. Untuk memberikan informasi mengenai adanya Livestream Gathering ini, penulis dipercayakan oleh *Content Branding Manager* untuk membuat *e-invitation* berukuran A6 yaitu undangan digital yang memberikan informasi mengenai tanggal, waktu, dan tempat, serta *dresscode* yang harus dipakai oleh para tamu undangan.

#### **1. Pemberian *Brief***

Penulis mendapatkan *brief* untuk perancangan desain pada tanggal 19 Februari 2025 melalui chat aplikasi Lark yang diberikan oleh *Content Branding Manager* berisikan *brief* mengenai isi dari *e-invitation* serta tema dan warna yang ingin digunakan pada *e-invitation* tersebut. Penulis juga diberikan *copy* yang lengkap untuk dicantumkan pada desain.

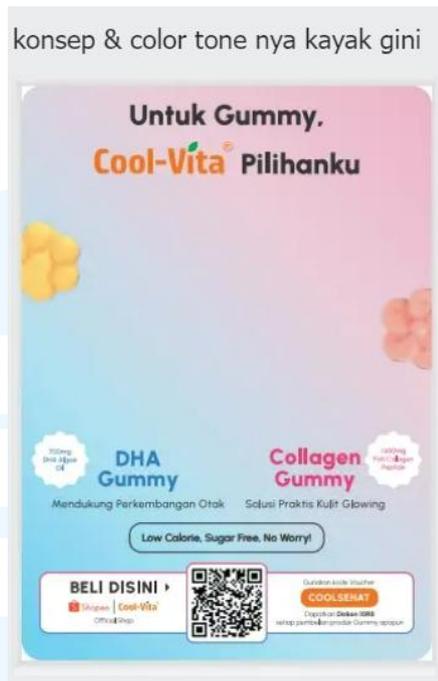


Gambar 3. 25 Brief E-Invitation

Setelah mendapatkan *brief*, penulis juga berdiskusi mengenai aset-aset yang cocok digunakan untuk desain *e-invitation*. Penulis juga memikirkan tata letak setiap elemen yang sekiranya cocok untuk desain tersebut untuk mendapatkan gambaran desain yang ingin dibuat.

## 2. Referensi

Pada saat pemberian *brief*, penulis juga menerima referensi dari *Content Branding Manager* melalui desain kertas sampel produk yang pernah dibuat untuk produk Cool-Vita. Contoh dari desain tersebut digunakan untuk memberitahukan kepada penulis bahwa latar belakang ingin disamakan seperti desain tersebut yaitu gradasi warna *pink* dan biru.



Gambar 3. 26 Referensi Warna Latar Belakang

Setelah itu, penulis melanjutkan untuk mencari referensi di Pinterest mengenai undangan-undangan yang minimalis dan *trendy*. Dengan ini, penulis bisa mendapatkan gambaran mengenai desain *e-invitation* yang ingin dibuat agar tetap mengikuti referensi desain dari *brief* dan tetap selaras dengan gaya desain yang biasa digunakan oleh desain *Branding* Cool-Vita.

### 3. Aset Desain & Proses Perancangan

Penulis memulai perancangan dengan mengumpulkan aset-aset yang akan digunakan pada perancangan desain *e-invitation*. Penulis mengambil aset ikon kalender dan jam dengan gaya desain 3D dari *freepik*, dan menggunakan emoji *location pin* untuk menandakan lokasi acara Livestream Gathering. Pencarian aset dari *freepik* ini dilakukan atas rekomendasi dari *Supervisor*, namun penulis mencari aset-aset tersebut secara mandiri dan mencari aset yang sekiranya sesuai untuk desain *e-invitation* ini.



Gambar 3. 27 Referensi Ikon dari *Freepik*

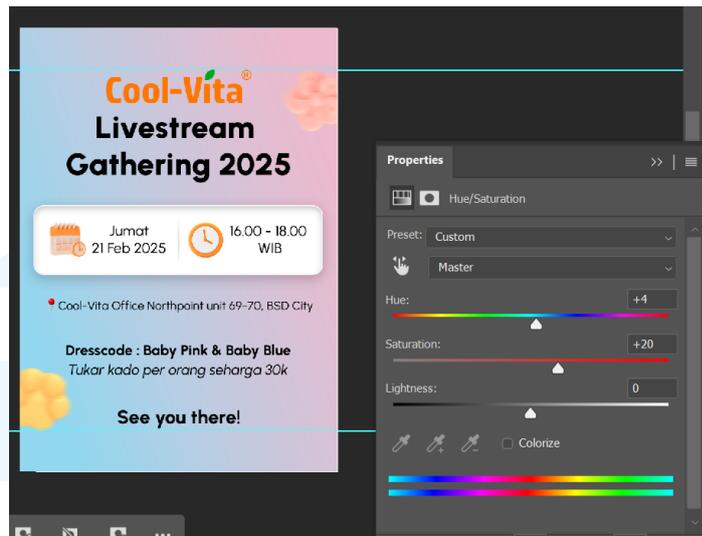
Penulis memilih gaya desain ikon yang 3D karena memiliki warna dan bayangan yang pekat, namun memiliki desain yang simpel dan terkesan bersih. Penulis juga memastikan untuk mencari ikon yang serupa agar bentuk elemen tetap memiliki desain yang serupa. Meskipun warna dari ikon yang didapatkan tidak sesuai dengan warna yang diinginkan, namun bisa diubah warnanya sesuai keinginan.



Gambar 3. 28 Aset *Gummy Shape*

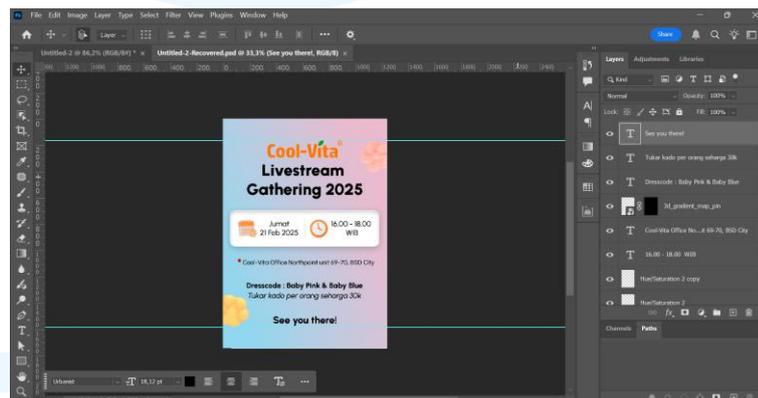
Sumber: Aset Perusahaan

Selain itu, aset identitas yang harus dimasukkan pada setiap desain *e-invitation* ini adalah warna gradasi *pink* dan *biru muda*, sesuai dengan warna identitas dari produk *Cool-Vita Gummy Series* yang menjadi produk yang difokuskan. Aset lain yang digunakan berupa aset produk *gummy shape* untuk menjadi elemen desain pada desain *e-invitation* ini.



Gambar 3. 29 Proses Editing Hue/Saturation Pada Ikon

Setelah itu, penulis melakukan editing kepada ikon jam dan kalender yang diambil dari *freepik* dan mengganti *hue/saturation* dari ikon tersebut menjadi warna *orange* sesuai dengan identitas Cool-Vita, dan menyesuaikan warnanya agar memiliki *tone* warna yang sama dengan logo Cool-Vita.



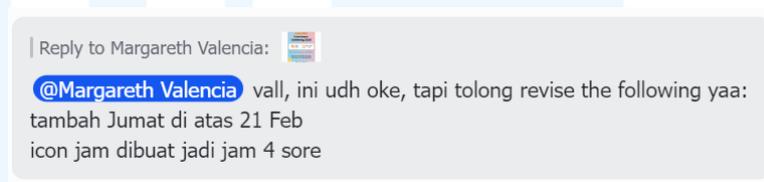
Gambar 3. 30 Proses Perancangan

Kemudian, penulis melanjutkan perancangan seluruh desain *e-invitation* pada aplikasi *Adobe Photoshop* dengan ukuran A6, yaitu 10,5cm x 14,8 cm. Latar belakang dibuat dengan warna gradasi *pink* dan biru muda dengan bentuk *gummy* dari *Collagen & DHA Gummy Cool-Vita*. Judul dari undangan ini adalah “Cool-Vita Livestream Gathering 2025”

dan berisikan informasi tanggal, jam, tempat, *dresscode*, dan informasi adanya tukar kado dengan *budget* 30.000.

#### 4. Asistensi dan Revisi kepada *Supervisor*

Setelah membuat desain, penulis mengirimkan hasil desain kepada *Content Branding Manager* melalui chat aplikasi Lark untuk di-*review*. Kemudian, *Content Branding Manager* meminta penulis untuk mengubah arah jarum jam pada ikon jam yang menunjukkan jam 16.00 sesuai dengan jam yang tertera pada undangan digital tersebut.



Gambar 3. 31 Revisi *E-Invitation*

Selain mengubah jarum jam dalam ikon jam, penulis juga diminta untuk menambahkan hari “Jumat” pada bagian informasi tanggal diselenggarakan *Livestream Gathering* pada undangan digital tersebut. Setelah mendapatkan *feedback*, penulis segera melakukan revisi dan memperbaiki setiap kekurangan yang ada pada desain.

#### 5. Finalisasi

Setelah melakukan revisi, penulis kembali mengirimkan hasil final dari desain *e-invitation* yang telah dibuat melalui chat aplikasi Lark kepada *Content Branding Manager* untuk di-*review* kembali. Pengiriman revisi ini untuk mendapatkan *approval* final agar undangan digital tersebut bisa langsung disebarkan kepada para tamu undangan.



Gambar 3. 32 Desain Final E-Invitation

Kemudian, desain yang dibuat sudah disetujui oleh *Content Branding Manager*. Setelah diberikan *approval*, desain *e-invitation* sudah bisa diberikan kepada pihak yang bertanggung jawab dan segera menyebarkan undangan digital tersebut kepada tamu undangan yang bersangkutan.

### 3.3.2.3 Konten *Feeds LinkedIn Open Recruitment*

Pada bulan Mei 2025, Cool-Vita sedang membuka lowongan untuk *Host Management Intern* dan *Host Live Streaming*. Untuk mencapai audiens yang tepat dan mencapai orang-orang yang sedang mencari kerja, maka Cool-Vita memilih untuk membuat desain *Open Recruitment* yang akan diunggah pada LinkedIn, yaitu aplikasi untuk para pekerja mencari lowongan kerja.

#### 1. Pemberian *Brief*

Penulis mendapatkan brief untuk perancangan desain pada tanggal 21 Mei 2025 melalui chat aplikasi Lark dan *docs* Lark LinkedIn *Content Plan* yang diberikan oleh *Social Media Specialist*. *Dobcs brief* tersebut berisikan brief untuk setiap

konten *feeds* yang akan diunggah pada LinkedIn. Pada *brief* ini, penulis diminta untuk membuat konten *Open Recruitment* untuk *Host Management Intern* dan *Host Live Streaming*.

Topic	Open Recruitment
Platform	LinkedIn
Format	Feed (PDF) ukuran IGF
Reference	
Copy/Script	<p>Slide 1:</p> <p>Background: white paper</p> <p>Use this pict:</p>  <p>Copy:</p> <p>Calling all fresh graduates!</p>

Gambar 3. 33 *Brief* Konten LinkedIn

Penulis menerima *brief* dengan cantuman foto model yang ingin digunakan, serta aset emoji yang ingin digunakan. Selain itu, terdapat juga informasi mengenai *copy* dari konten yang akan didesain seperti informasi ketentuan untuk lowongan yang sedang dibuka serta kontak yang dapat dihubungi jika ingin melamar posisi tersebut kepada Cool-Vita.

## 2. Referensi

Setelah mendapatkan *brief*, penulis kemudian mencari referensi mengenai desain dengan isi informasi lowongan pekerjaan. Referensi yang dicari dipastikan untuk tetap mengikuti gaya desain media sosial *Branding* Cool-Vita yaitu *clean* dan minimalis, maka banyak menggunakan warna putih dan *orange* sebagai warna identitas Cool-Vita. Latar belakang yang digunakan oleh penulis untuk konten LinkedIn adalah latar kertas putih bertekstur, yang digunakan atas arahan dari *Social Media Specialist*.



Gambar 3. 34 Mencari Referensi Aset dari *Freepik*

Penulis juga mendapatkan referensi dengan melihat desain-desain yang pernah dibuat untuk media sosial Cool-Vita agar gaya desain tetap sama dan tidak melenceng. Hal ini untuk memastikan bahwa seluruh desain pada media sosial *Branding* Cool-Vita memiliki konsep yang sama dan selalu konsisten.



Gambar 3. 35 Referensi Konten LinkedIn Sebelumnya

Sumber: LinkedIn Cool-Vita

Untuk desain konten LinkedIn, penulis menggunakan feeds LinkedIn yang pernah dibuat oleh penulis sendiri agar setiap konten *feeds* LinkedIn seragam dan memiliki konsep yang sama. Setiap desain konten LinkedIn ini memiliki *tone* dan warna yang sama yaitu warna putih dan *orange*, sesuai dengan warna identitas Cool-Vita.

### 3. Aset Desain & Proses Perancangan

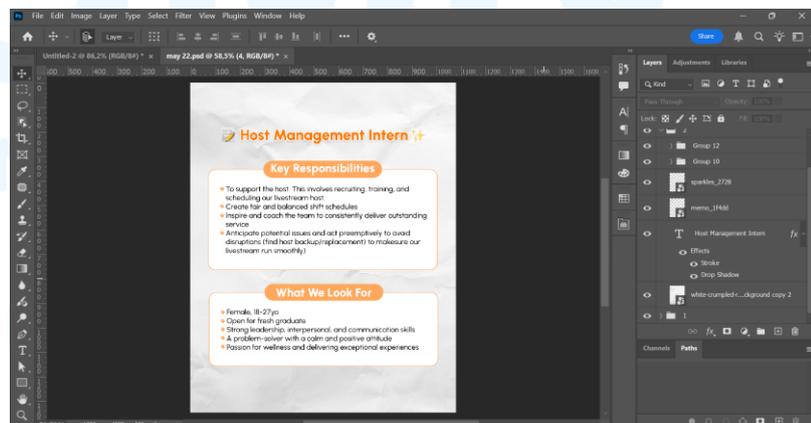
Aset identitas yang digunakan oleh penulis untuk membuat desain konten LinkedIn adalah warna identitas Cool-

Vita yaitu warna *orange*. Aset lain yang digunakan oleh penulis adalah latar belakang kertas warna putih bertekstur yang diambil dari *freepik*. Kemudian, penulis juga menggunakan beberapa emoji yang berhubungan dengan konten desain seperti emoji wisuda untuk *fresh graduate*, dan emoji *megaphone* untuk teks “*Calling out all fresh graduates*”.



Gambar 3. 36 Aset Foto Model

Selain itu, penulis juga melakukan *photo retouch* dan *editing* kepada foto model yang akan digunakan menggunakan *camera raw filter* pada aplikasi *Adobe Photoshop* untuk memperbaiki *noise* serta mengatur cahaya dan keterangan pada foto agar lebih layak untuk ditampilkan pada konten media sosial.

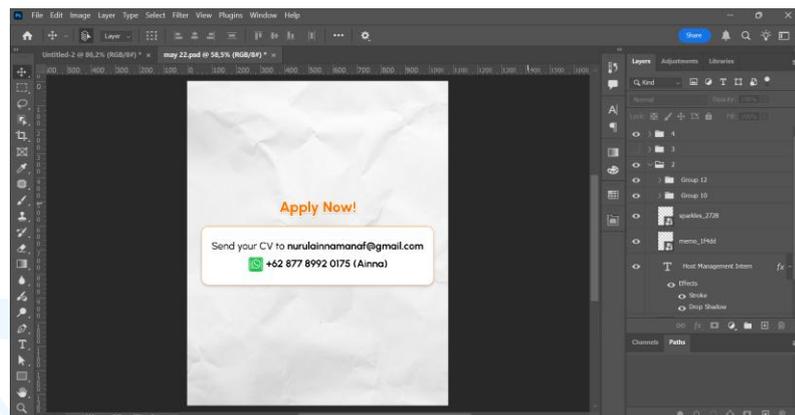


Gambar 3. 37 Proses Perancangan

Untuk *slide* kedua dan keempat yaitu konten ketentuan lowongan pekerjaan, penulis menggunakan teks berwarna *orange* dan menggunakan *shape* persegi panjang berwarna putih dengan *outline* berwarna *orange* sebagai *text box* pada bagian “*Key Responsibilities*” dan “*What We Look For*”. Pada *slide* terakhir yaitu *contact person*, penulis juga menggunakan *shape* persegi panjang berwarna putih dengan *outline* berwarna *orange* untuk mencantumkan *e-mail* dan nomor telepon yang dapat dihubungi untuk melamar dua posisi pekerjaan yang tertera.

#### 4. Asistensi dan Revisi kepada *Supervisor*

Setelah menyelesaikan desain konten *feeds* LinkedIn, penulis melakukan asistensi dengan mengirimkan hasil desain dengan format *jpg* kepada *Supervisor* dan *Social Media Specialist* melalui aplikasi Lark. Penulis mendapatkan revisi dan masukan dari *Social Media Specialist* untuk menambahkan ikon Whatsapp di samping nomor telepon yang dicantumkan.



Gambar 3. 38 Revisi *Slide* 4

Setelah mendapatkan masukan dan revisi, penulis segera mengerjakan revisi dan menambahkan ikon yang diperlukan. Penulis juga memperhatikan detail seperti proporsi setiap teks dan elemen desain agar lebih sesuai dan sudah rapih untuk melakukan finalisasi desain.

## 5. Finalisasi

Penulis kemudian mengirim kembali hasil desain yang sudah direvisi kepada *Supervisor* dan *Social Media Specialist*. Revisi dikirimkan melalui chat aplikasi Lark yang biasa digunakan untuk berkomunikasi perihal pekerjaan di Cool-Vita. Kemudian, kedua pihak telah memberikan *approval* untuk desain konten *feeds* LinkedIn.



Gambar 3. 39 Desain Final Konten LinkedIn

Setelah mendapatkan *approval* terakhir, penulis mengirim hasil desain final kepada *Social Media Specialist* dalam bentuk PDF dan desain dikirimkan kepada *Content Branding Manager* dan *Country Manager* untuk mendapatkan persetujuan terakhir, dan desain tersebut sudah siap untuk diunggah pada akun LinkedIn milik Cool-Vita.

#### 3.3.2.4 *Campaign Cool-Vita X Y.O.U Ramadan Glowing*

Selama bulan ramadan, Coolvita melakukan kolaborasi promo Ramadan Glowing dengan Y.O.U, sebuah brand skincare dan make up yaitu dengan mengeluarkan berbagai promo produk-produk dengan harga yang sangat terjangkau. Promo-promo tersebut tersedia pada platform e-commerce Shopee Mall dan Lazada, dan promo yang dikeluarkan adalah promo bundle yang terdapat produk Coolvita dan produk Y.O.U di mana promo tersebut diadakan dengan harga di bawah Rp100.000 yang membuatnya menggiurkan dan terjangkau. Y.O.U merupakan brand yang sudah dikenal baik oleh konsumen kecantikan di seluruh Indonesia dan dengan kolaborasi ini dapat menarik konsumen baru untuk mengetahui keberadaan produk Coolvita dan tertarik untuk mencoba produk-produk Coolvita.

Pada *campaign* ini, penulis dipercayakan untuk mendesain *Instagram feeds* dan *Instagram story* mengenai promo yang diadakan melalui kolaborasi Cool-Vita X Y.O.U sesuai dengan gaya desain media sosial Cool-Vita. Penulis juga harus menegaskan tema nuansa Ramadan karena *campaign* ini merupakan kolaborasi dengan judul “Ramadan Glowing”.

##### 1. Pemberian *Brief*

Pada tanggal 28 Febuari 2025, penulis menerima *brief* untuk membuat beberapa konten *Instagram* mengenai *campaign* Cool-Vita X Y.O.U yang berjudul “Ramadan Glowing”. Pada *brief* pertama yang diberikan, penulis diminta untuk membuat desain *Instagram feeds* berisi 4 *slides* tentang promo yang diadakan dari kolaborasi Cool-Vita dan Y.O.U.

Topic	YOU X Cool-Vita
Product	
Platform	Instagram
Format	IGF
Reference	
Copy/Script	Slide 1: Use this pict: <a href="https://drive.google.com">drive.google.com</a> , ambil setengah aja fotonya, produknya gausah diajak

Gambar 3. 40 *Brief Campaign Cool-Vita X Y.O.U.*

Pada *brief* konten *feeds* ini, terdapat informasi mengenai latar yang diinginkan untuk konten ini yaitu latar bernuansa Ramadan, namun tetap dengan warna putih agar mengikuti konsep media sosial Cool-Vita yaitu *clean*. Pada *brief* ini juga terdapat informasi mengenai produk mana saja yang akan dilibatkan dalam *bundle* promo bersama produk dari Y.O.U dan informasi mengenai promo *bundle* tersebut.

## 2. Aset Desain & Proses Perancangan

Setelah mendapatkan *brief*, penulis memulai untuk mencari aset desain yang pas untuk konten ini termasuk latar nuansa Ramadan yang sudah didapatkan oleh *Social Media Specialist* dan diberikan kepada penulis berupa *link* aset *freepik*. Kemudian, penulis juga mencari aset dari *freepik* yaitu aset panggung putih untuk meletakkan produk-produk yang ada dalam promo *bundle* untuk *campaign* ini.



Gambar 3. 41 Proses Mencari Aset

Penulis juga menggunakan aset foto model hijab milik perusahaan yang selaras dengan tema Ramadan. Selain itu, penulis juga mengambil aset label nuansa Ramadan dari *freepik*. Aset ini kemudian memerlukan editing dari aset label tersebut di aplikasi *Adobe Illustrator* untuk mengubah ukuran menjadi persegi panjang sebagai *text box* judul “Ramadan Glowing”.

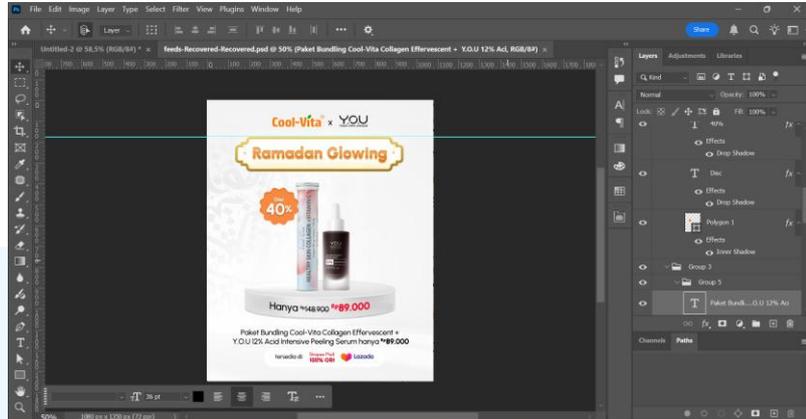
**Cool-Vita®** **Y.O.U**  
YOUR OWN UNIQUE



Gambar 3. 42 Aset Mandatori Konten Cool-Vita X Y.O.U.

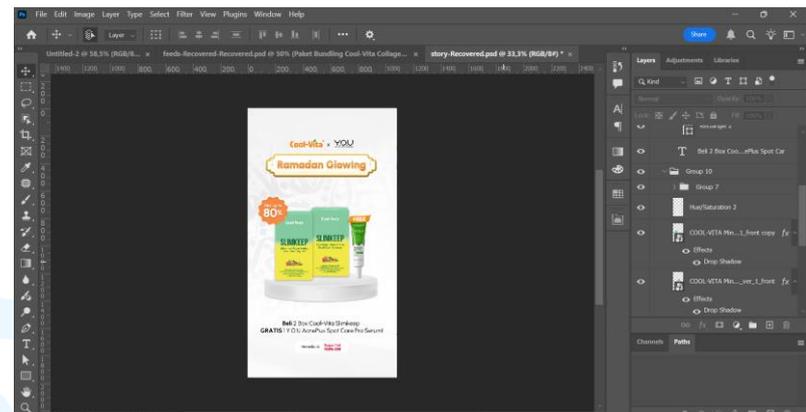
Selain itu, aset identitas yang digunakan oleh penulis adalah warna identitas Cool-Vita yaitu warna *orange* dan logo Cool-Vita dan Y.O.U. Penulis juga menggunakan aset-aset

produk dari Cool-Vita dan Y.O.U. yang akan dimasukkan pada desain konten *feeds* dan *story* ini.



Gambar 3. 43 Proses Perancangan

Kemudian, penulis memulai dengan membuat konten *Instagram feeds* di aplikasi *Adobe Photoshop* dengan ukuran 1080 px x 1350 px. Kemudian aset-aset yang telah dipilih segera dieksekusikan serta menambahkan *packshot* produk Cool-Vita dan produk Y.O.U. serta *text box* judul “Ramadan Glowing” pada awal *slide* konten *feeds* ini.



Gambar 3. 44 Proses *Resize Story*

Setelah merancang konten *feeds*, kemudian penulis melakukan *resize* feeds tersebut menjadi 3 buah *Instagram story*. Untuk *story* ini, desain tidak berubah sama sekali, maka hanya ukurannya yang berbeda dari ukuran *feeds* menjadi ukuran *story*.

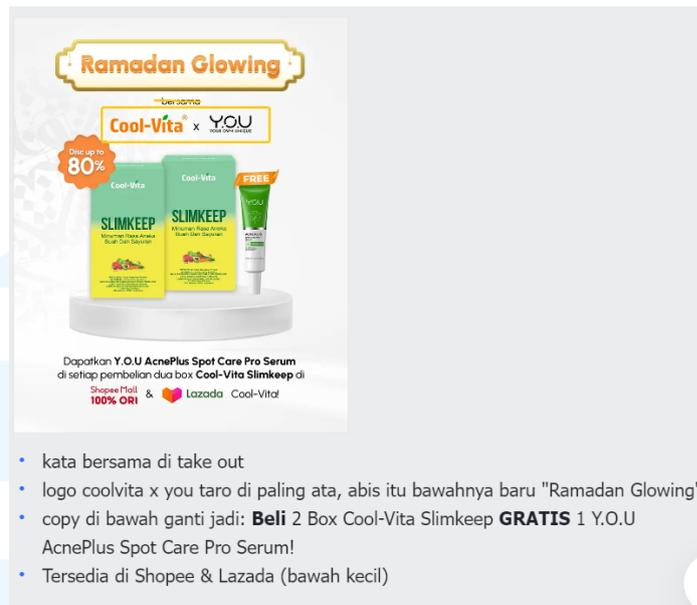


Gambar 3. 45 Perancangan *Instagram Story E-Commerce*

Tidak hanya itu, penulis juga membuat 2 buah *Instagram story* tentang promo Ramadan Glowing ini, namun dengan logo Miss U 2 by Cool-Vita X Y.O.U. Untuk konten *story* ini, penulis menggunakan latar gradasi *radial orange* untuk *Instagram story* untuk ShopeeMall, dan latar gradasi *radial biru* untuk *Instagram story* untuk Lazada. Penulis juga menambahkan aset ikon Ramadan dan menggunakan aset label yang sama dengan konten lainnya untuk judul “Ramadan Glowing”.

### 3. Asistensi dan Revisi kepada *Supervisor*

Setelah membuat desain-desain tersebut, penulis melakukan asistensi dengan mengirimkan hasil desain dengan format *jpg* kepada *Supervisor* dan *Social Media Specialist* melalui aplikasi Lark. Penulis mendapatkan revisi dan masukan dari *Social Media Specialist* untuk mengubah posisi penempatan diskon, dan untuk *take out* beberapa logo yang tidak diperlukan.

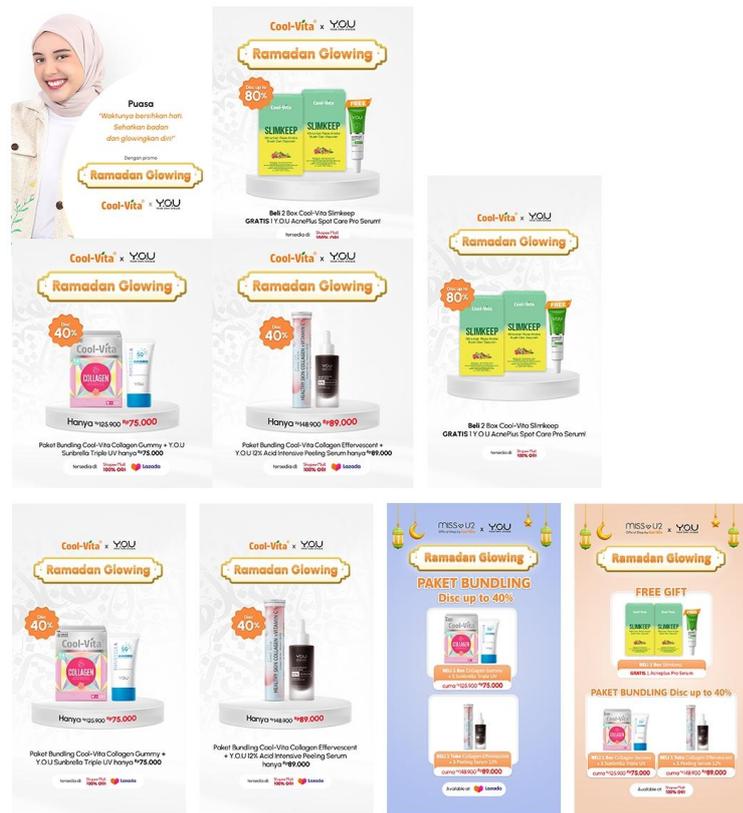


Gambar 3. 46 Revisi dari *Social Media Specialist*

Penulis juga mendapatkan revisi dari *Supervisor* untuk memperbaiki posisi tata letak foto model dan *copy* yang ada pada konten *feeds* pada *slide* awal. Setelah mendapatkan revisi, penulis segera memperbaiki konten *feeds* dan *story* ini. Penulis juga memperhatikan detail seperti proporsi setiap teks dan elemen desain agar lebih sesuai dan sudah rapih untuk melakukan finalisasi desain.

#### 4. Finalisasi

Setelah mengerjakan revisi, penulis mengirim kembali hasil desain konten *feeds* dan *story* kepada *Supervisor* terlebih dahulu untuk *approval* melalui *chat* aplikasi Lark. Setelah *me-review* hasil desain, penulis mendapatkan *approval* dari *Supervisor*. Hasil desain kemudian dapat dikirimkan kepada *Social Media Specialist* untuk mendapatkan *approval* juga.



Gambar 3. 47 Desain Final Cool-Vita X Y.O.U.

Setelah mendapatkan *approval* terakhir, penulis mengirim hasil desain final kepada *Social Media Specialist* untuk diperiksa lagi. *Approval* yang didapatkan dari *Social Media Specialist* kemudian di-forward kepada *Content Branding Manager* pada grup tim *Branding* melalui aplikasi Lark untuk mendapatkan persetujuan desain yang akan diunggah, dan terakhir mendapatkan persetujuan dari *Country Manager* agar desain dapat diunggah pada *Instagram*.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani praktek kerja magang di perusahaan, penulis dapat menjalankan segala tugas dan tanggung jawab sebagai *Visual Designer Intern* dengan baik. Segala pekerjaan yang diterima oleh penulis juga sesuai dengan porsi

*intern* sehingga pihak perusahaan telah memperlakukan penulis sebagai *intern* dengan baik. Penulis juga mendapatkan bimbingan dan arahan yang sangat baik dari *Supervisor* sehingga penulis mendapatkan banyak pelajaran dan pengalaman selama bekerja di Cool-Vita.

Namun, penulis mengalami beberapa kendala minor yang terkadang terjadi di luar kendali, yang berarti kendala tersebut tidak disengaja. Dengan adanya kendala ini, penulis perlu lebih cepat bergerak dan beradaptasi terhadap kendala yang muncul pada waktu yang tidak disangka. Namun, setiap kendala yang ada tetap bisa dihadapi dan dapat dicari solusinya.

### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Kendala pertama selama pelaksanaan magang yang dialami penulis adalah adanya banyak acara *offline* yang dihadiri oleh Cool-Vita, membutuhkan tenaga kerja dari seluruh tim *Branding* untuk ikut serta dalam acara tersebut seperti *take content* dan menjaga *booth* pada acara tersebut. Hal ini membuat penulis harus membagi waktu antara pekerjaan desain yang menjadi tanggung jawab utama dan pekerjaan untuk menghadiri acara-acara tersebut.

*Brief* desain yang diterima kepada penulis terkadang diberikan secara dadakan. Hal ini dapat terjadi terkadang karena keputusan perusahaan untuk berpartisipasi dalam suatu acara atau *campaign* juga diputuskan dalam waktu yang singkat, yang membuat segala eksekusi dan persiapan harus dijalankan dalam waktu yang dekat, sehingga penulis harus memproduksi segala konten desain dalam waktu yang cukup singkat

Pada segi kebutuhan konten foto dan video untuk desain, terdapat keterbatasan fasilitas kamera untuk memfoto model atau foto produk, yang membuat hasil-hasil foto tersebut tidak memiliki kualitas yang sempurna dan cahaya yang cenderung gelap. Keterbatasan fasilitas ini membuat *designer* untuk harus lebih teliti melakukan *retouch* dan *editing* agar kualitas foto lebih layak dan sempurna.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Solusi yang dapat ditawarkan oleh penulis untuk kendala-kendala di atas adalah untuk lebih baik dalam mengatur manajemen waktu, dan membuat skala prioritas antara pekerjaan utama penulis sebagai *Visual Designer Intern*, yaitu untuk mengerjakan setiap pekerjaan desain yang sudah menjadi tanggung jawab penulis. Dengan ini, penulis dapat memprioritaskan pekerjaan desain terlebih dahulu, dan sebisa mungkin menyelesaikan setiap pekerjaan yang harus diselesaikan agar dapat lebih tenang dalam ikut serta suatu acara, dan tidak menumpuk pekerjaannya.

Selain itu, untuk menghindari adanya pekerjaan yang cenderung mendadak dan harus dikerjakan dengan waktu yang singkat, segala acara atau *campaign* yang diadakan secara dadakan dapat dipikirkan secara matang terlebih dahulu agar pada saat pemberian *brief*, dapat dipastikan bahwa *brief* tersebut sudah pasti dan tidak akan ada perubahan yang besar lagi, agar *designer* tidak kerja dua kali atau melakukan terlalu banyak revisi. Penulis juga dapat memperhatikan setiap detail dari *brief* desain dan berkomunikasi dengan baik dengan pihak bersangkutan untuk menghindari miskomunikasi yang akan memperlambat pekerjaan desain.

Pihak perusahaan juga dapat meng-*upgrade* fasilitas yang dibutuhkan seperti kamera dan *lighting* agar lebih nyaman dan mudah saat mengambil foto produk dan model. Dengan ini, *designer* lebih mudah untuk melakukan *retouch* dan *editing*. Selain itu, dengan kualitas foto yang bagus, *designer* lebih mempunyai banyak pilihan foto yang dapat digunakan sebagai aset desain dan memiliki opsi.