

BAB III

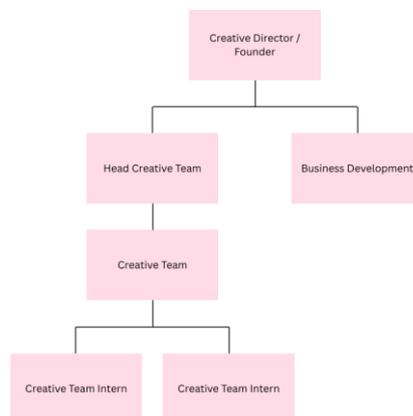
PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama proses pelaksanaan magang di perusahaan Ninette, penulis memiliki posisi sebagai *Creative Team Intern* khususnya di bidang media sosial. Alur koordinasi pelaksanaan magang penulis biasa dimulai dari *brief* yang diberikan oleh *Creative Director* selaku *founder brand*. *Brief* tersebut kemudian disampaikan ke penulis melalui *Head Creative Team* atau *Supervisor*. Tugas utama penulis adalah untuk membuat desain konten media sosial untuk *platform* Instagram Ninette sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *Creative Director*. Selain itu, penulis juga diberikan tugas untuk membantu *Creative Director* dan *Head Creative Team* dalam mengembangkan konsep untuk koleksi-koleksi baru. Hal ini membantu penulis dalam mengembangkan *skill* desainnya sekaligus kreativitas dalam pengembangan konsep.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Setiap perusahaan atau *brand* memiliki struktur organisasinya masing-masing. Hal ini berfungsi untuk mengatur kelancaran serta proses operasional sebuah bisnis secara efektif sehingga hasil yang ingin dicapai bisa dilakukan secara maksimal. Berikut adalah struktur organisasi dari Ninette.



Gambar 3. 1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Posisi teratas adalah *Founder* sekaligus *Creative Director* yang bertanggung jawab untuk membuat serta mengembangkan konsep kreatif dari koleksi atau kampanye yang akan dilaksanakan saat itu. *Creative Director* juga bertugas untuk mengawasi dan melakukan *approval* terhadap konsep kreatif yang sudah dikembangkan serta konten kreatif harian atau *daily content* yang sudah dibuat oleh *Creative Team*.

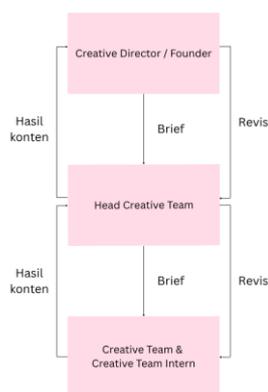
Di bawahnya terdapat *Head Creative Team* dan *Business Development* yang memiliki urutan posisi yang setara. *Head Creative Team* bertugas untuk memimpin anggota *Creative Team* lainnya untuk membantu mengembangkan konsep kreatif sebuah koleksi atau kampanye sesuai dengan *brief* yang sudah diberikan oleh *Creative Director*. Selain itu, *Head Creative Team* juga bertugas untuk menentukan, mengawasi, dan membuat konten kreatif harian untuk diunggah ke *platform digital brand* Ninette. *Business Development* bertugas untuk mengelola strategi bisnis *brand* Ninette untuk memastikan pertumbuhan dan perkembangan pasarnya. Salah satu pekerjaan yang digarap oleh *Business Development* adalah menentukan jenis-jenis promosi yang akan dilakukan oleh *brand* Ninette baik secara *online* maupun *offline* seperti *voucher*, *discount*, *sale*, *loyalty program*, dan sebagainya.

Di bawah *Head Creative Team* dan *Business Development* terdapat posisi *Creative Team*. *Creative Team* bertugas untuk menyalurkan ide untuk mengembangkan konsep kreatif sebuah koleksi atau kampanye sesuai dengan konsep atau *brief* yang sudah ditentukan oleh *Head Creative Team* dan *Creative Director*. Selain itu, *Creative Team* juga bertugas untuk membuat konten kreatif dengan memperhatikan visi kreatif *brand* agar tetap konsisten. Konten kreatif tersebut dapat berupa konten *online* (Instagram Feed, Instagram Story, Instagram Reels, TikTok) dan konten *offline* (poster, flyer, desain *promotional free gift*). Dalam mengerjakan tugasnya, anggota *Creative Team* juga dibantu oleh *Creative Team Intern*. Oleh karena itu, anggota *Creative Team* dan *Creative Team Intern* memiliki tugas untuk saling

membantu dan melengkapi untuk membuat sejumlah konten yang berbeda-beda baik konten foto maupun video.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama proses pelaksanaan magang, penulis beserta anggota *Creative Team* Ninette lainnya perlu membuat sejumlah konten kreatif untuk diunggah ke media sosial brand seperti Instagram dan TikTok. Hal ini dilakukan untuk mendukung strategi pemasaran dan promosi koleksi-koleksi terbaru yang dikeluarkan oleh *brand* Ninette. Berikut adalah alur koordinasi pelaksanaan magang sesuai dengan bagan struktur kedudukan di Ninette.



Gambar 3. 2 Bagan Alur Koordinasi

Alur koordinasi pelaksanaan magang penulis biasa dimulai dari *brief* yang diberikan oleh *Creative Director*. *Brief* tersebut kemudian disampaikan ke penulis melalui *Head Creative Team* atau *supervisor*. Tugas utama penulis adalah membuat desain konten media sosial untuk Instagram Ninette sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *Creative Director*. Setelah desain ataupun konten kreatif sudah diselesaikan oleh penulis sebagai peserta magang, hasil tersebut akan diberikan ke *Head Creative Team* untuk dilakukan *approval* terlebih dahulu.

Pada proses ini juga dapat terjadi revisi sesuai dengan keinginan *Head Creative Team*. Setelah proses revisi dan *approval* sudah dilakukan,

Head Creative Team akan memberikan konten tersebut kepada *Creative Director* sebelum kemudian diunggah ke media sosial Ninette seperti Instagram dan TikTok. *Creative Director* juga dapat memberikan revisi untuk konten yang sudah diberikan, dimana revisi tersebut akan kembali disampaikan ke *Head Creative Team* terlebih dahulu lalu ke anggota *Creative Team*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama proses pelaksanaan magang, penulis memiliki tanggung jawab untuk membuat desain konten kreatif media sosial *brand* Ninette. Konten kreatif tersebut memiliki tujuan untuk mendukung strategi pemasaran atau promosi *brand* Ninette baik untuk koleksi terbaru maupun koleksi atau SKU (*Stock Keeping Unit*) yang lama. Selain itu, penulis juga terlibat dalam pengembangan konsep untuk koleksi-koleksi baru *brand* Ninette, yaitu 2025 *Early Spring Collection* “*Grandma’s Gem*”, “3.3 *Spring Collection*”, 2025 *Spring Collection* “*Girl at Heart*”, 2025 *Late Spring Collection* “*Friends*”, dan 2025 *Summer Collection* “*Summer Soon*”.

Tabel 3. 1 Detail pekerjaan yang dilakukan selama magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	21 – 24 Januari 2025	2025 <i>Early Spring Collection</i> “ <i>Grandma’s Gem</i> ”	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan menyusun konsep untuk 2025 <i>Early Spring Collection</i> - Finalisasi dan revisi konsep untuk 2025 <i>Early Spring Collection</i> - Membuat desain logo untuk koleksi “<i>Grandma’s Gem</i>” - Membuat desain katalog untuk setiap SKU (<i>Stock Keeping Unit</i>) koleksi “<i>Grandma’s Gem</i>” - Melakukan <i>photoshoot</i> untuk koleksi “<i>Grandma’s Gem</i>”
2	27 Januari 2025	Ucapan Hari Raya Imlek 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain ucapan untuk Hari Raya Imlek berupa ilustrasi dan video <i>speedpaint</i>

3	6 Februari 2025	<i>Mini Release “Valentine’s Day”</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan <i>video shoot</i> untuk <i>Mini Release “Valentine’s Day”</i> - Mengedit video <i>“Valentine’s Day”</i>
4	10 – 14 Februari 2025	<i>Valentine’s Day Offline Event</i> di House Ninette	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain untuk strategi pemasaran atau promosi <i>offline event “Valentine’s Day”</i> di <i>offline store</i> House Ninette - Melakukan revisi dan finalisasi desain - Melukis <i>mural</i> di <i>offline store</i> House Ninette dalam rangka merayakan <i>Valentine’s Day</i> - Take konten untuk <i>offline event “Valentine’s Day”</i>
5	17 – 21 Februari 2025	<i>3.3 Spring Collection</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan menyusun konsep untuk <i>3.3 Spring Collection</i> - Finalisasi dan revisi konsep untuk <i>3.3 Spring Collection</i> - Membuat desain katalog untuk setiap SKU (<i>Stock Keeping Unit</i>) koleksi <i>“3.3 Spring Collection”</i> - Melakukan <i>photoshoot</i> untuk koleksi <i>“3.3 Spring Collection”</i>
6	17 Maret 2025	<i>Eid Offline Event</i> di House Ninette	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain untuk strategi pemasaran atau promosi <i>offline event</i> Hari Raya Idul Fitri tau Eid di <i>offline store</i> House Ninette - Melakukan revisi dan finalisasi desain
7	30 Maret 2025	Ucapan Hari Raya Idul Fitri 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain ucapan untuk Hari Raya Idul Fitri berupa ilustrasi
8	8 – 14 April 2025	<i>2025 Spring Collection “Girl at Heart”</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan menyusun konsep untuk <i>2025 Spring Collection</i>

			<ul style="list-style-type: none"> - Finalisasi dan revisi konsep untuk 2025 <i>Spring Collection</i> - Membuat desain logo untuk koleksi “<i>Girl at Heart</i>” - Membuat desain katalog untuk setiap SKU (<i>Stock Keeping Unit</i>) koleksi “<i>Girl at Heart</i>” - Melakukan <i>photoshoot</i> untuk koleksi “<i>Girl at Heart</i>”
9	16 April 2025	Ucapan Jumat Agung dan Hari Raya Paskah 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain ucapan Jumat Agung berupa ilustrasi - Membuat desain ucapan Hari Raya Paskah berupa ilustrasi
10	23 – 29 April 2025	2025 <i>Late Spring Collection</i> “ <i>Friends</i> ”	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan menyusun konsep untuk 2025 <i>Late Spring Collection</i> - Finalisasi dan revisi konsep untuk 2025 <i>Late Spring Collection</i> - Membuat desain logo untuk koleksi “<i>Friends</i>” - Membuat desain katalog untuk setiap SKU (<i>Stock Keeping Unit</i>) koleksi “<i>Friends</i>” - Melakukan <i>photoshoot</i> untuk koleksi “<i>Friends</i>”
11	14 – 28 Mei 2025	2025 <i>Summer Collection</i> “ <i>Summer Soon</i> ”	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan menyusun konsep untuk 2025 <i>Summer Collection</i> - Finalisasi dan revisi konsep untuk 2025 <i>Summer Collection</i> - Membuat desain logo untuk koleksi “<i>Summer Soon</i>” - Membuat desain katalog untuk setiap SKU (<i>Stock Keeping Unit</i>) koleksi “<i>Summer Soon</i>” - Melakukan <i>photoshoot</i> untuk koleksi “<i>Summer Soon</i>”

12	23 – 27 Juni 2025	2025 <i>Late Summer Collection</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan menyusun konsep untuk 2025 <i>Late Summer Collection</i> - Finalisasi dan revisi konsep untuk 2025 <i>Late Summer Collection</i>
----	-------------------	------------------------------------	---

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Metode perancangan yang digunakan penulis selama kegiatan magang mengikuti metode perancangan yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya mengenai koordinasi pelaksanaan magang. Metode perancangan dimulai dari *brief* yang diberikan oleh *Creative Director*, kemudian *brief* tersebut akan disampaikan ke *Head Creative Team* lalu anggota *Creative Team* dan *Creative Team intern*. Setelah itu, *Head*, anggota *Creative Team*, dan *intern* saling menyalurkan ide untuk menghasilkan konsep koleksi baru maupun konten kreatif.

Pengembangan konsep dimulai dari penentuan *keywords* dan/atau *keyword story*. Dari *keywords* tersebut akan menghasilkan sebuah *moodboard* untuk keseluruhan konsep. *Moodboard* yang dihasilkan dapat meliputi referensi untuk *photoshoot* maupun desain katalog dan keperluan media desain lainnya. Setelah konsep sudah disusun, konsep akan diberikan ke *Creative Director* untuk dilakukan revisi apabila perlu.

Sedangkan untuk konten kreatif, *Head Creative Team* akan memberikan beberapa opsi referensi konten kepada *Creative Director*. Setelah *Creative Director* memilih beberapa pilihan referensi konten kreatif, *Head Creative Team*, anggota *Creative Team*, dan *Creative Team Intern* akan bekerja sama untuk membuat konten tersebut dengan cara membagi-bagi tugas sesuai dengan keahlian masing-masing. Saat proses produksi konten, penulis selaku *Creative Team Intern* lebih banyak bekerja di bagian *post-production* atau *editing*. Konten yang sudah selesai dibuat kemudian akan diberikan ke *Creative Director* untuk approval maupun revisi. Setelah mendapatkan approval dari *Creative Director*, konten tersebut akan diunggah ke platform media sosial *brand Ninette*.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama proses kegiatan magang, penulis terlibat dalam produksi konten kreatif *brand* Ninette baik di bagian *production* maupun *post-production* untuk keperluan *creative marketing brand*. Dari sejumlah karya yang dihasilkan, penulis telah memilih lima proyek untuk dijelaskan pada bagian ini. Pemilihan proyek ini didasarkan oleh tingkat kesulitan produksi hingga ke hasil konten tersebut. Berikut adalah uraian lima proyek yang telah dikerjakan oleh penulis selama proses kegiatan magang sebagai *Creative Team Intern* di *brand* Ninette.

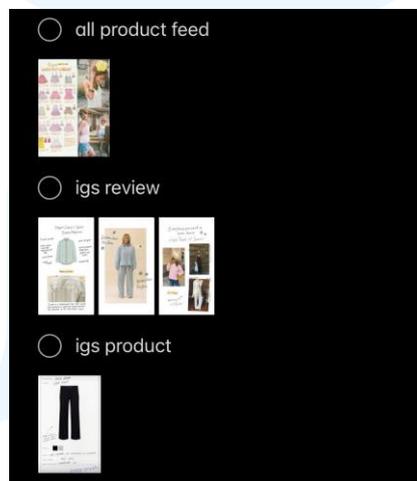
3.3.2 Perancangan Desain *Creative Marketing Content* untuk 2025 *Summer Collection* “*Summer Soon*”

Salah satu proyek utama yang dilakukan oleh penulis selama proses kegiatan magang di *brand* Ninette adalah merancang keseluruhan desain untuk sejumlah konten *creative marketing* untuk 2025 *Summer Collection* “*Summer Soon*”. Konten yang penulis desain meliputi *product details*, *product review*, dan *all products feed*. Masing-masing konten tersebut memiliki isi yang berbeda-beda.

Konten *product review* berisi nama produk atau SKU (*Stock Keeping Unit*), hasil *photoshoot* dan contoh *styling* produk, serta deskripsi singkat produk. Konten *product review* diunggah melalui Instagram Story beserta dengan *link* yang menuju ke etalase produk tersebut di *platform* Shopee. Konten *product details* berisi nama produk atau SKU (*Stock Keeping Unit*), foto *flatlay* produk, dan *detail* produk yang meliputi *sizing*, variasi *warna* atau *motif*, bahan yang digunakan, serta harga produk. Konten *product details* diunggah melalui Instagram Story beserta dengan *link* yang menuju ke etalase produk tersebut di *platform* Shopee. Konten *all products feed* berisi nama produk atau SKU (*Stock Keeping Unit*), foto *flatlay* produk, hasil *photoshoot* dan contoh *styling* produk, deskripsi singkat produk, hingga *detail* produk. Konten *all products feed* diunggah ke Instagram Feed akun Ninette dalam bentuk *carousel post* yang akan terus bersambung setiap *slide*-nya.

1. Tahap *Brief*

Saat proses pengembangan konsep *2025 Summer Collection*, penulis diberikan arahan secara langsung oleh *Head Creative Team* untuk membuat desain *product review*, *product details*, dan *all products feed* dengan visual yang konsisten. Untuk itu, penulis mengumpulkan beberapa referensi desain yang sesuai dengan konsep yang sudah dikembangkan. Konsep ini kemudian diberikan kepada *Creative Director* atau *Founder* secara *online* melalui aplikasi Notes. Setelah konsep dilakukan revisi dan disetujui oleh *Creative Director*, anggota *Creative Team* dapat lanjut dengan konsep tersebut untuk seterusnya. Untuk konten *product review* dan *product details*, penulis diminta untuk membuat desain dalam resolusi *1080x1920 pixel* untuk diunggah dalam bentuk Instagram Story. Sedangkan, konten *all products feed* akan dibuat dalam resolusi *1080x1350 pixel* untuk diunggah dalam bentuk Instagram Feed. Berikut adalah beberapa referensi desain yang penulis berikan untuk konten *creative marketing 2025 Summer Collection “Summer Soon”*.



Gambar 3. 3 Referensi Desain Konten *Creative Marketing* Koleksi “*Summer Soon*”
Sumber: [pinterest.com](https://www.pinterest.com)

Referensi desain yang digunakan diambil dari dua *fashion brand* luar, yaitu *Djerf Avenue* dan *Florence by Mills Fashion*. Kedua *brand* tersebut memiliki target pasar yang menyerupai *brand Ninette*, yaitu perempuan remaja hingga dewasa awal. Meskipun referensi yang diberikan diambil dari dua *brand* yang berbeda, konsep dan desainnya memiliki beberapa persamaan,

yaitu adanya penggunaan teks dengan teknik *handwriting*, layout desain yang sederhana, *color palette* yang minimalis, hingga komposisi desain yang sebagian besar menggunakan foto produk asli. Berdasarkan hal-hal ini, audiens dapat lebih fokus ke penampilan pakaian karena desain konten yang cenderung sederhana. Penulis berharap dengan menggunakan desain tersebut sebagai referensi, hasil desain akan tersampaikan ke audiens dengan baik secara visual.

2. Tahap Produksi Desain

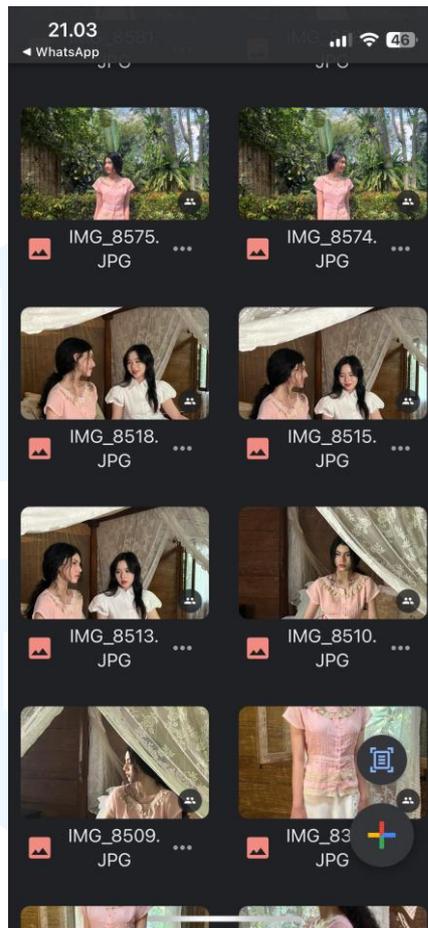
Tahap produksi desain sebagian besar menggunakan aplikasi Canva yang berbasis *online*. Hal ini dilakukan agar anggota *Creative Team* lainnya dapat membantu dalam proses *editing* konten, seperti memasukkan hasil foto hingga melakukan pengecekan lainnya. Berikut adalah proses produksi desain konten *product review*.

konten product review



Gambar 3. 4 Proses Layout Desain *Product Review* Koleksi “*Summer Soon*”

Penulis pertama mengatur *layout* foto untuk setiap *slide* konten per satu SKU. Layout desain dibuat menyerupai referensi desain sebelumnya sesuai dengan arahan *Head Creative Team* dan *Creative Director*. *Layout* dibuat sedemikian rupa agar dapat menunjukkan *detail* dari setiap SKU seperti pola, bentuk baju, aksesoris baju, dan lain-lain.



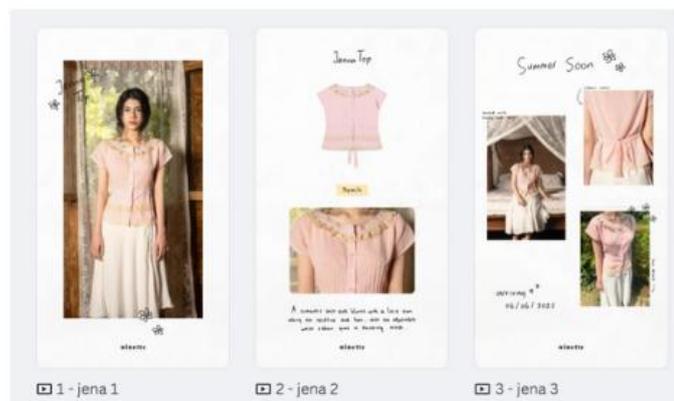
Gambar 3. 5 Proses Pemilihan Foto Desain *Product Review* Koleksi “*Summer Soon*”

Setelah itu, penulis melakukan proses pemilihan foto yang akan dimasukkan ke dalam *layout*. Foto-foto yang digunakan merupakan foto dari pihak eksternal yaitu fotografer untuk foto *campaign* dan *catalog*, serta dari handphone penulis sendiri untuk foto *casual*. Proses pemotretan dilakukan secara bersamaan dan bergantian dengan dua model yang tersedia. Untuk proses foto, penulis hanya menggunakan *handphone* dan cahaya matahari sebagai sumber cahaya. Selama proses foto, penulis harus memastikan agar baju yang dikenakan oleh model dapat terbentuk dengan baik dan sesuai, sehingga perlu ada beberapa *angle* berbeda untuk satu set pakaian atau SKU.



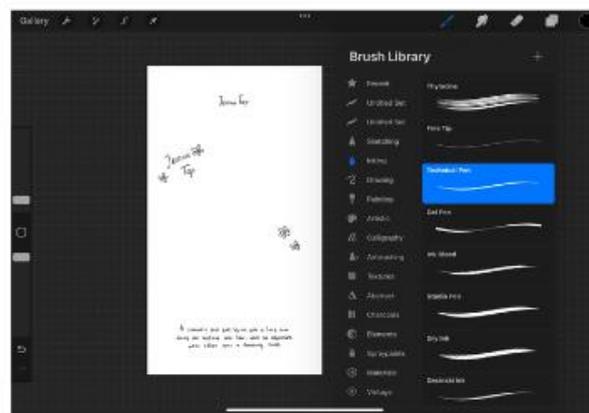
Gambar 3. 6 Proses *Editing* Warna Foto Desain *Product Review* Koleksi “*Summer Soon*”

Setelah foto sudah dipilih, penulis melakukan *editing* warna untuk foto-foto tersebut. Penulis mengedit warna foto dengan mengatur *exposure*, *highlights*, *shadows*, *whites*, *blacks*, *saturation*, dan *vibrance*. Editing warna dilakukan agar foto terlihat jelas dan terang, serta warna produk dapat menyerupai warna aslinya. Proses *editing* warna foto menggunakan aplikasi Lightroom.



Gambar 3. 7 Proses Memasukkan Foto Desain *Product Review* Koleksi “*Summer Soon*”

Proses pemilihan foto dan editing dilakukan secara bersamaan dengan anggota *Creative Team* lainnya. Ketika sebuah foto sudah melalui proses *editing*, foto tersebut akan dimasukkan ke dalam *template* atau *layout* yang sudah dibuat sebelumnya di aplikasi Canva. Foto-foto yang dipilih dapat berubah sesuai dengan arahan *Head Creative Team* jika ada foto lain yang lebih cocok untuk dimasukkan ke dalam desain.



Gambar 3. 8 Proses *Handwriting* Foto Desain *Product Review* Koleksi “*Summer Soon*”

Untuk desain *product review*, penulis menuliskan nama dan deskripsi produk secara manual. Proses penulisan menggunakan aplikasi Procreate. Selain *handwriting*, penulis juga menggambar beberapa ilustrasi penambah seperti bunga-bunga kecil yang dapat menggambarkan musim panas sesuai dengan konsep yang sudah dibuat. *Brush* yang penulis gunakan untuk proses *handwriting* dan ilustrasi adalah tipe *brush* yang berbentuk seperti sebuah *ballpoint pen*.



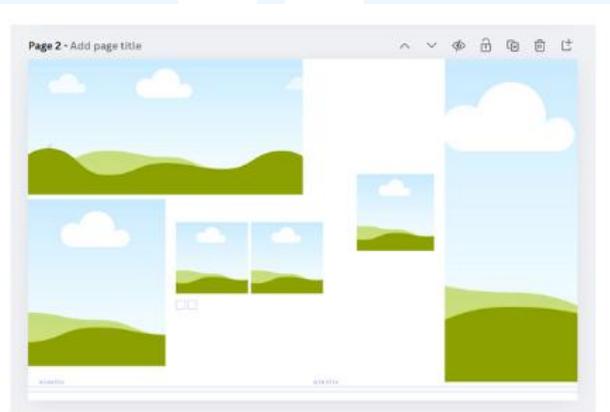
Gambar 3. 9 Proses *Layout* Desain *Product Details* Koleksi “*Summer Soon*”

Konten *product details* memiliki proses produksi desain yang menyerupai proses desain konten *product review*. Pertama, penulis menyusun *layout* dari desain menggunakan aplikasi Canva. *Layout* desain dibuat menyerupai referensi desain sesuai dengan arahan *Head Creative Team* dan *Creative Director*. *Layout* dibuat sedemikian rupa agar dapat menunjukkan foto *flatlay* produk secara jelas serta *detail* produk seperti nama, variasi warna, variasi ukuran, dan harga produk.



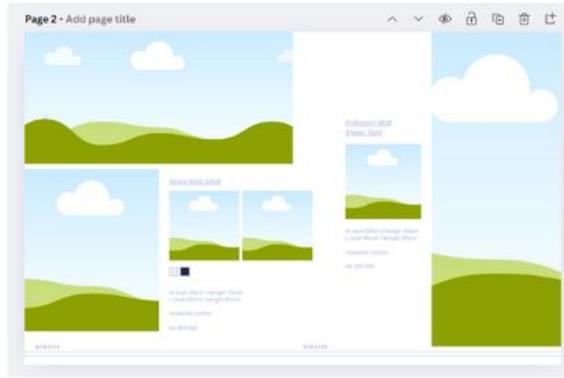
Gambar 3. 10 Proses Memasukkan Foto dan Teks Desain *Product Details* Koleksi “*Summer Soon*”

Setelah menyelesaikan *layout* desain, penulis memasukkan foto *flatlay* produk yang didapatkan dari pihak eksternal. Untuk foto *flatlay* produk tidak perlu melalui proses *editing* warna karena sudah di-*edit* sebelumnya oleh pihak eksternal tersebut. Penulis juga memasukkan teks lainnya sesuai dengan *detail* setiap SKU. *Typeface* utama yang penulis gunakan untuk teks desain ini adalah Poppins. Untuk nama koleksi yaitu “*Summer Soon*”, penulis menggunakan *typeface* Vintage Goods. Kemudian untuk nama produk atau SKU, penulis menggunakan *typeface* The Seasons.



Gambar 3. 11 Proses *Layout* Desain *All Products Feed* Koleksi “*Summer Soon*”

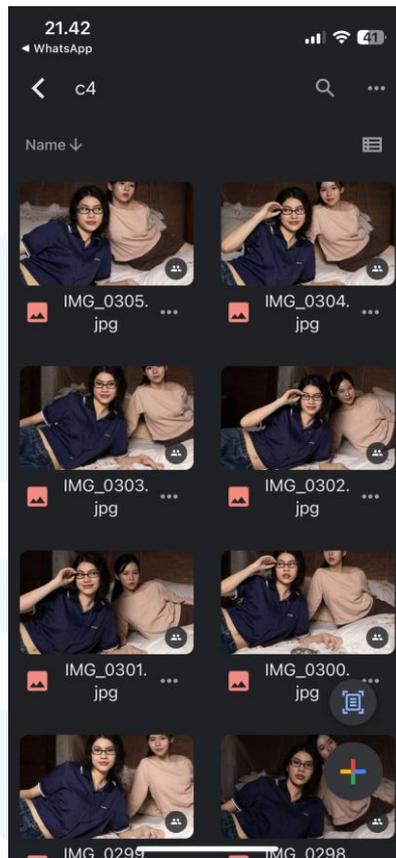
Konten *all products feed* memiliki proses produksi desain yang menyerupai proses desain konten *product review* dan *product details*. Pertama, penulis menyusun *layout* dari desain menggunakan aplikasi Canva. *Layout* desain dibuat menyerupai referensi desain sesuai dengan arahan *Head Creative Team* dan *Creative Director*. *Layout* dibuat sedemikian rupa agar dapat menunjukkan foto *flatlay* produk, contoh *styling* produk, serta *detail* produk seperti nama, variasi warna, variasi ukuran, dan harga produk.



Gambar 3. 12 Proses Memasukkan Teks dan Aset Desain Konten *All Products Feed* Koleksi “*Summer Soon*”

Penulis melanjutkan proses desain layout dengan memasukkan teks dan aset desain lainnya. *All products feed* akan dibuat dalam bentuk *carousel post*, sehingga penulis harus membuat desain yang terus bersambung setiap *slide*-nya. Oleh karena itu, penulis membuat desain dalam *canvas* 1080x2700 *pixel* untuk mempermudah penulis dalam membuat dua *slide* berbeda yang bersambung. *Typeface* utama yang penulis gunakan untuk teks pada desain ini adalah Poppins. Selain itu, penulis menggunakan *typeface* Rolling Pen Basic untuk judul “*Summer Soon*”.

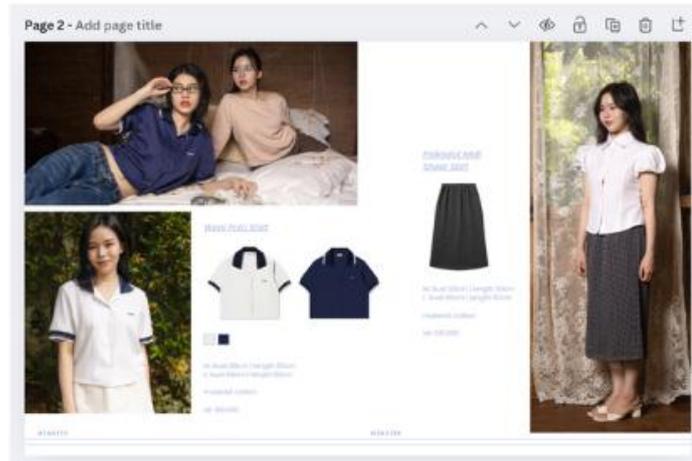
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 13 Proses Pemilihan Foto Desain *All Products Feed* Koleksi “*Summer Soon*”

Penulis kemudian melakukan proses pemilihan foto yang akan dimasukkan ke dalam *layout*. Foto-foto yang digunakan merupakan foto dari pihak eksternal yaitu fotografer untuk foto *campaign* dan *catalog*. Selama proses pemotretan, penulis harus memastikan agar baju yang dikenakan oleh model dapat terbentuk dengan baik dan sesuai bila ada *detail* baju yang mungkin terlewatkan oleh pihak fotografer.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

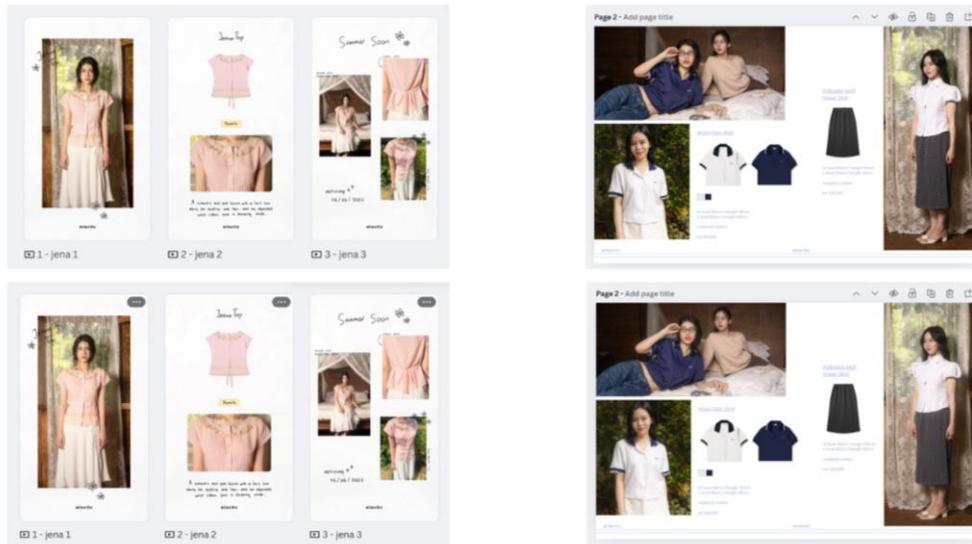


Gambar 3. 15 Proses Memasukkan Foto Desain *All Products Feed* Koleksi “*Summer Soon*”

Ketika foto-foto sudah dipilih dan melalui proses *editing*, foto-foto tersebut akan dimasukkan ke dalam *layout* yang sudah dibuat sebelumnya. Foto-foto yang dipilih dapat berubah sesuai dengan arahan *Head Creative Team* jika ada foto lain yang lebih cocok untuk dimasukkan ke dalam desain.

3. Tahap Revisi

Setelah menyelesaikan desain, penulis mengirimkan *preview* desain berupa *link* Canva kepada *Head Creative Team* selaku *Supervisor* penulis untuk dilakukan pengecekan secara *online*. Setelah diperiksa, penulis mendapatkan revisi dari *Creative Director* untuk membuat foto-foto menjadi lebih terang dan menambahkan efek “*dreamy*” sesuai dengan *moodboard* konsep yang sudah dirancang sebelumnya. Penulis melakukan proses menerangkan foto dan penambahan efek di aplikasi Canva menggunakan *settings* dan *adjustments* yang sudah tersedia seperti mengatur *brightness* dan *warmth*. Untuk menambahkan efek “*dreamy*”, penulis melakukannya dengan cara *duplicate* foto yang akan diberikan efek, kemudian menambahkan *filter blur* yang sudah tersedia di aplikasi Canva serta menurunkan *opacity*-nya. Berikut adalah hasil revisi desain.



Gambar 3. 16 Revisi Desain Konten *Creative Marketing* Koleksi “*Summer Soon*”

3.3.2.1 Perancangan Desain *All Products Feed* Koleksi “*Friends*”

Untuk 2025 *Late Spring Collection* “*Friends*”, penulis ditugaskan untuk membuat konten *Creative Marketing* berupa *all products feed*. Konten *all products feed* berisi nama produk atau SKU (*Stock Keeping Unit*), foto *flatlay* produk, hasil *photoshoot* dan contoh *styling* produk, deskripsi singkat produk, hingga *detail* produk. Konten *all products feed* diunggah ke Instagram Feed akun Ninette dalam bentuk *carousel post* yang akan terus bersambung setiap *slide*-nya.

1. Tahap *Brief*

Saat proses pengembangan konsep 2025 *Late Spring Collection*, penulis diberikan referensi desain untuk konten *all products feed* oleh *Creative Director* secara *online* menggunakan aplikasi Notes. *Creative Director* ingin membuat desain memiliki konsep yang “*vintage*” dan kekanak-kanakan. Berikut adalah referensi desain yang diberikan oleh *Creative Director*.

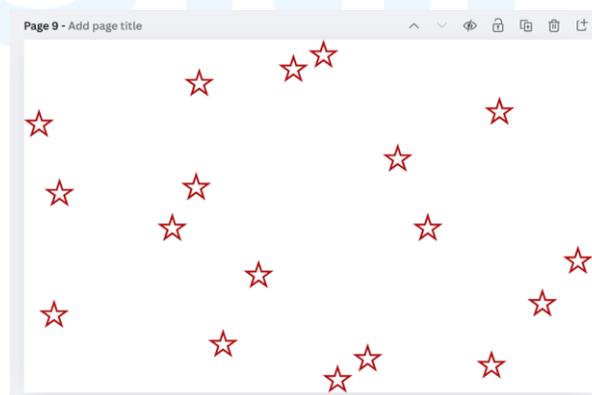


Gambar 3. 17 Referensi Desain *All Products Feed* Koleksi “Friends”

Referensi desain yang diberikan oleh *Creative Director* merupakan sebuah halaman dari sebuah buku yang diproduksi pada tahun 1960-an yaitu *Furga Alta Moda*. *Furga Alta Moda* adalah sebuah *series* boneka *high fashion* yang diproduksi di Italia. Desain ini memiliki ilustrasi karakter boneka *Furga Alta Moda* beserta dengan beberapa set pakaian atau *outfit*. Penulis akan mengubah ilustrasi karakter menjadi foto asli yaitu foto *campaign* dan ilustrasi pakaian menjadi foto asli *flatlay* produk. Konten *all products feed* akan dibuat dengan resolusi 1080x1350 *pixel*.

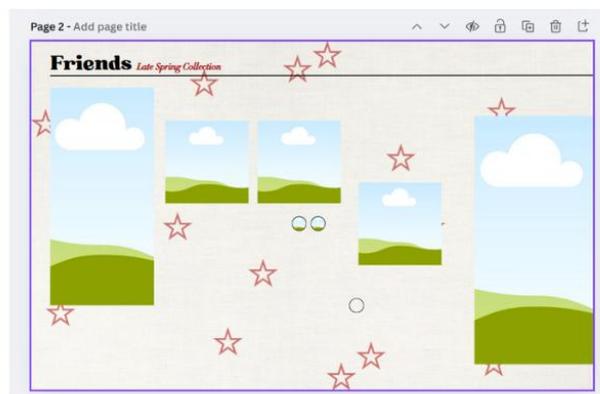
2. Tahap Produksi Desain

Proses desain dilakukan menggunakan aplikasi Canva yang berbasis *online*. Hal ini dilakukan agar anggota *Creative Team* lainnya dapat membantu dalam proses desain. Anggota *Creative Team* lainnya dapat membantu penulis dalam mengubah-ubah foto maupun melakukan pengecekan hal-hal lainnya.



Gambar 3. 18 Aset Desain *Background* Desain *All Products Feed* Koleksi “Friends”

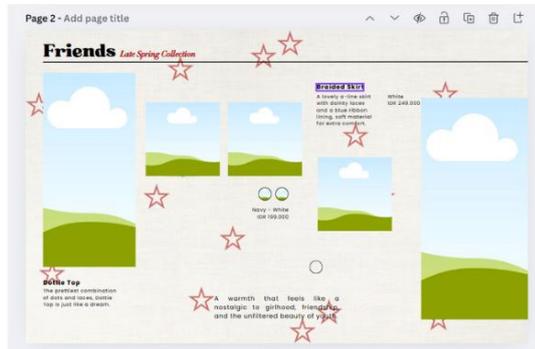
Penulis pertama membuat aset untuk desain *background* terlebih dahulu. Menyesuaikan dengan referensi desain yang sudah diberikan, penulis membuat pola menggunakan bentuk *outline* bintang, dimana aset tersebut sudah tersedia pada aplikasi Canva. Warna yang penulis gunakan untuk aset desain background tersebut adalah merah sesuai dengan referensi desain yang sudah diberikan.



Gambar 3. 19 Proses *Layout* Desain *All Products Feed* Koleksi “Friends”

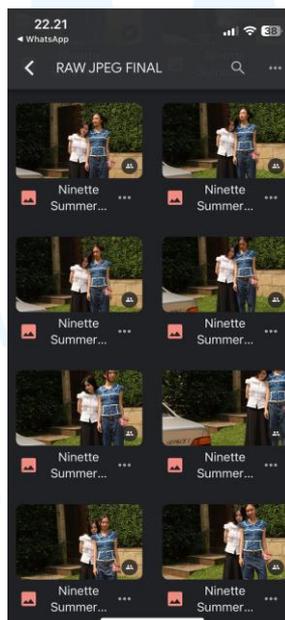
Konten *all products feed* memiliki proses produksi desain yang menyerupai proses desain konten *all products feed* proyek sebelumnya. Pertama, penulis menyusun *layout* dari desain menggunakan aplikasi Canva. *Layout* desain dibuat menyerupai referensi desain sesuai dengan arahan *Head Creative Team* dan *Creative Director*. *Layout* dibuat sedemikian rupa agar dapat menunjukkan foto *flatlay* produk, contoh *styling* produk, serta *detail* produk seperti nama, variasi warna, variasi ukuran, dan harga produk.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



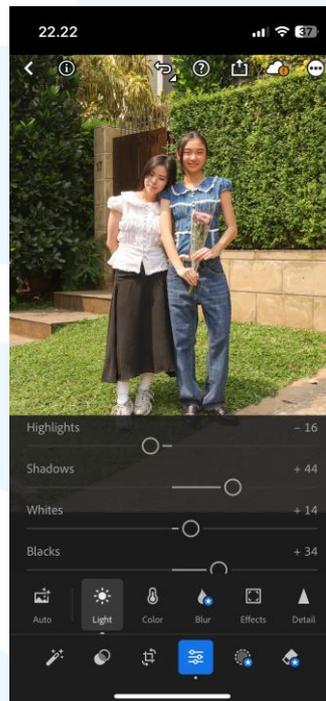
Gambar 3. 20 Proses Penambahan Teks dan Aset Desain Konten *All Products Feed* Koleksi “Friends”

Penulis melanjutkan proses desain layout dengan memasukkan teks dan aset desain lainnya. *All products feed* akan dibuat dalam bentuk *carousel post*, sehingga penulis harus membuat desain yang terus bersambung setiap *slide*-nya. Oleh karena itu, penulis membuat desain dalam *canvas* 1080x2700 *pixel* untuk mempermudah penulis dalam membuat dua *slide* berbeda yang bersambung. *Typeface* utama yang penulis gunakan untuk teks pada desain ini adalah Poppins. *Typeface* yang penulis gunakan untuk judul “Friends” adalah Bugaki, kemudian *typeface* sub-judul “Late Spring Collection” adalah Didot.



Gambar 3. 21 Proses Pemilihan Foto Desain *All Products Feed* Koleksi “Friends”

Penulis kemudian melakukan proses pemilihan foto yang akan dimasukkan ke dalam *layout*. Foto-foto yang digunakan merupakan foto dari pihak eksternal yaitu fotografer untuk foto *campaign* dan *catalog*. Selama proses pemotretan, penulis harus memastikan agar baju yang dikenakan oleh model dapat terbentuk dengan baik dan sesuai bila ada *detail* baju yang mungkin terlewatkan oleh fotografer.



Gambar 3. 22 Proses *Editing* Warna Foto Desain *All Products Feed* Koleksi “*Friends*”

Setelah foto sudah dipilih, penulis melakukan *editing* warna untuk foto-foto tersebut. Penulis mengedit warna foto dengan mengatur *exposure*, *highlights*, *shadows*, *whites*, *blacks*, *saturation*, dan *vibrance*. Editing warna dilakukan agar foto terlihat jelas dan terang, serta warna produk dapat menyerupai warna aslinya. Proses *editing* dilakukan menggunakan aplikasi Lightroom.



Gambar 3. 23 Proses Memasukkan Foto Desain *All Products Feed* Koleksi “Friends”

Ketika foto-foto sudah dipilih dan melalui proses *editing*, foto-foto tersebut akan dimasukkan ke dalam *layout* yang sudah dibuat sebelumnya. Foto-foto yang dipilih dapat berubah sesuai dengan arahan *Head Creative Team* jika ada foto lain yang lebih cocok untuk dimasukkan ke dalam desain.

3. Tahap Revisi

Setelah menyelesaikan desain, penulis mengirimkan *preview* desain berupa *link* Canva kepada *Head Creative Team* selaku *supervisor* penulis untuk dilakukan pengecekan. Setelah diperiksa, ternyata penulis melakukan kesalahan dalam menulis salah satu nama produk.



Gambar 3. 24 Revisi Desain *All Products Feed* Koleksi “Friends”

Penulis menetik nama produk menjadi “*Braided Skirt*”, sementara nama produk yang benar adalah “*Flowy Midi Skirt*”. Penulis juga

melakukan kesalahan dalam mengetik variasi warna “*Peach*” yang seharusnya adalah “*Coral Pink*”. Selain kesalahan penulisan tersebut, tidak ada lagi revisi yang diberikan oleh *Head Creative Team* maupun *Creative Director*. Sehingga, konten sudah di-*approve* oleh kedua pihak tersebut.

3.3.2.2 Perancangan Desain Instagram Story House Ninette House Eid Sale

Dalam rangka merayakan Hari Raya Idul Fitri, *flagship store* Ninette yaitu House Ninette mengadakan *offline event*. Untuk mempromosikan event tersebut, penulis ditugaskan untuk membuat serangkaian konten Instagram Story. Desain ini akan dibuat pada *canvas* 1080x1920 *pixel* sesuai dengan ukuran *format* Instagram Story. Konten akan menjelaskan secara singkat beberapa *event* yang akan berlangsung, seperti *discount*, *sample sale*, dan *free gift*. Konten yang dihasilkan diunggah ke akun Instagram Ninette dan House Ninette. Berikut adalah proses perancangan desain Instagram Story House Ninette *Eid House Sale*.

1. Tahap *Brief*

Head Creative Team dan *Business Development* memberikan referensi desain secara langsung ke penulis untuk konten ini. Konten akan menjelaskan secara singkat beberapa event yang akan berlangsung, seperti *discount*, *sample sale*, dan *free gift*. Berikut adalah referensi desain yang diberikan oleh *Head Creative Team* dan *Business Development*.

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

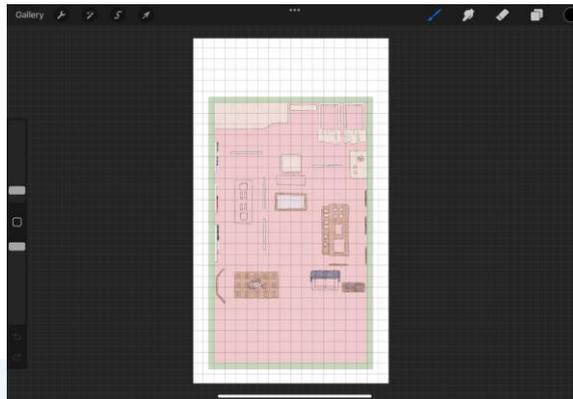


Gambar 3. 25 Referensi Desain Instagram Story House Ninette *House Eid Sale*
Sumber: [instagram.com/popga_official](https://www.instagram.com/popga_official)

Referensi desain diambil dari sebuah *brand makeup* asal Korea yaitu Hince. *Brand* Hince sendiri memiliki target audiens yang menyerupai Ninette, yaitu perempuan remaja hingga dewasa awal. Referensi desain dipilih karena merupakan desain untuk sebuah *brand* Korea, dimana Ninette sendiri memiliki estetika yang menyerupai budaya Korea Selatan. Sehingga, referensi desain dapat disesuaikan dengan Ninette. Berdasarkan referensi tersebut, desain akan menggunakan *color palette* dengan warna *pink* dan hijau. Penulis juga ditugaskan untuk membuat ilustrasi berupa *store map* House Ninette untuk menunjukkan dimana masing-masing *event* akan berlangsung. Sedangkan untuk *slide* lainnya yang menjelaskan *event* tersebut, penulis dibebaskan untuk mencari referensinya.

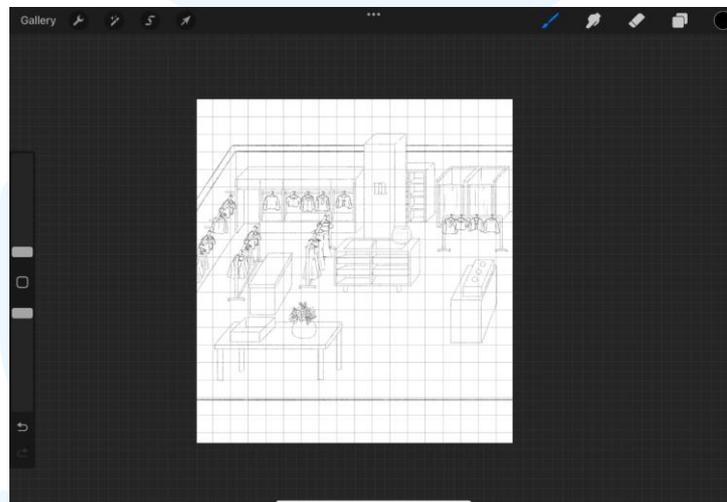
2. Tahap Produksi Desain dan Revisi

Produksi desain dimulai dengan pembuatan ilustrasi *store map* menggunakan aplikasi Procreate. Awalnya, ilustrasi yang diinginkan adalah *layout store* dari tampak atas. Namun, penulis merasa cukup kesulitan membuat ilustrasi tersebut.



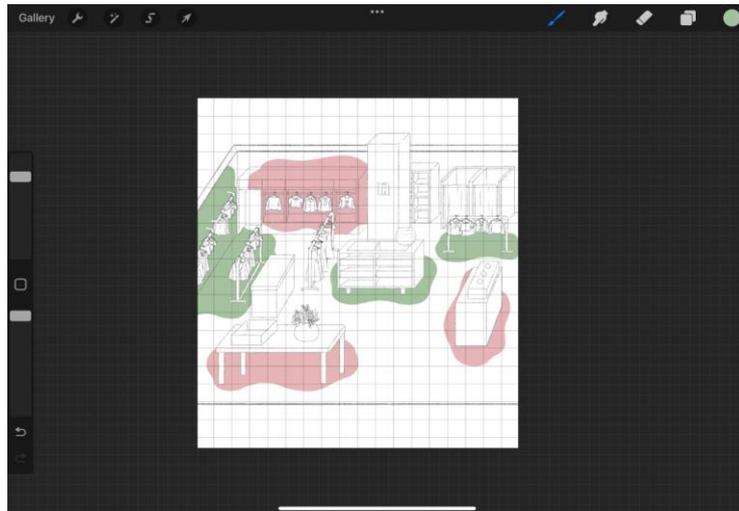
Gambar 3. 26 Draf Ilustrasi *Store Map*

Setelah melakukan diskusi dengan *Head Creative Team*, ilustrasi *store map* digantikan dengan *layout store* dengan *3/4 view*. Penulis menggunakan *brush* tipe *pencil* untuk *outline* ilustrasi. Untuk membantu penulis dalam proses ilustrasi agar lebih rapi, penulis menggunakan fitur *drawing guide* pada aplikasi Procreate. Berikut adalah hasil ilustrasi *store map* dengan *3/4 view*.



Gambar 3. 27 Sketsa Ilustrasi *Store Map*

Kemudian, penulis menambahkan beberapa bentuk abstrak yang berwarna *pink* dan hijau untuk memisahkan letak masing-masing *event*. Warna *pink* dan hijau diambil langsung dari referensi desain yang diberikan sebelumnya menggunakan *color pick tool*. Berikut adalah hasil ilustrasi *store map* setelah diberikan warna.



Gambar 3. 28 Ilustrasi *Store Map* Final

Setelah penulis memberikan hasil ilustrasi store map ke *Head Creative Team* dan *Business Development*, penulis mendapatkan revisi untuk mengubah warna *pink* dan hijau menjadi lebih terang. Pengecekan hasil ilustrasi dan revisi dilakukan secara langsung atau *offline*. Penulis juga diminta untuk memberikan beberapa alternatif warna lainnya. Berikut adalah hasil revisi dan alternatif warna ilustrasi *store map*.

Variasi warna yang di ACC



Gambar 3. 29 Opsi Warna Ilustrasi *Store Map*

Saat ilustrasi final sudah diterima oleh *Head Creative Team* dan *Business Development*, penulis melanjutkan proses desain konten menggunakan aplikasi Canva. Desain ini menggunakan dua *typeface*, yaitu DM Serif Display untuk judul dan Helvetica Now Display untuk sub-judul

dan *body text*. *Color palette* yang digunakan pada desain tetap menggunakan warna *pink* dan hijau dengan *saturation* dan *value* yang berbeda.

Slide pertama atau *cover* terdapat ilustrasi *store map*, beserta dengan nama event yaitu “House Eid Sale” yang menggunakan *typeface* DM Serif Display dan tanggal *event* tersebut berlangsung menggunakan *typeface* Helvetica Now Display. Pada bagian ilustrasi, penulis menambahkan teks untuk menunjukkan letak dimana masing-masing *event* akan berlangsung, yaitu *items sale*, *sample sale*, *Eid picks*, *House gacha gifts*, dan *free gift*. Berikut adalah hasil desain *cover* konten promosi *House Eid Sale*.



Gambar 3. 30 Cover Konten Promosi *House Eid Sale*

Slide kedua dan seterusnya memiliki komposisi yang sama, dimana setiap *event* dipisah dengan *event* yang lain. Referensi desain untuk slide-slide berikutnya diambil dari desain konten Instagram Story *fashion brand* asal Korea, yaitu *Glowny*. *Brand* *Glowny* sendiri memiliki target audiens yang menyerupai *Ninette*, yaitu perempuan remaja hingga dewasa awal. Penulis menggunakan referensi desain tersebut karena target audiens

yang serupa serta desainnya yang sederhana, sehingga, audiens dapat memproses desain dengan lebih mudah baik visual maupun informasinya. Selain itu, referensi desain juga sesuai dengan gaya dan estetika budaya Korea Selatan yang ingin dicapai oleh Ninette. Berikut adalah referensi desain yang digunakan oleh penulis.



Gambar 3. 31 Referensi Desain Konten Promosi *House Eid Sale*

Dalam satu susunan event terdapat nomor *event*, penjelasan singkat *event*, serta foto atau ilustrasi untuk mendampinginya. Untuk *event items sale* dan *Eid picks*, penulis menggunakan foto produk *flatlay*. Sedangkan untuk *event sample sale* dan *free gift*, penulis menggunakan ilustrasi pribadi yang sebelumnya dibuat menggunakan aplikasi Procreate. Berikut adalah hasil desain konten promosi *House Eid Sale*.



Gambar 3. 32 Desain Konten Promosi *House Eid Sale*

3.3.2.3 Perancangan Desain Konten Instagram Story “*Styling Tips for Your Body Type*”

Penulis ditugaskan untuk membuat konten Instagram Story untuk diunggah setiap dua hari sekali. Salah satu konten tersebut adalah konten “*Styling Tips for Your Body Type*”. Konten ini akan dibuat dalam *canvas* berukuran 1080x1920 *pixel* sesuai dengan ukuran format Instagram Story. Konten ini menjelaskan jenis pakaian apa yang cocok dan tidak cocok digunakan untuk tipe bentuk tubuh yang berbeda. Berikut adalah proses perancangan desain konten Instagram Story “*Styling Tips for Your Body Type*”.

1. Tahap *Brief*

Head Creative Team memberikan ide konten tersebut secara langsung ke penulis. Untuk *brief* yang diberikan, *Head Creative Team* ingin penulis membuat ilustrasi tipe bentuk tubuh yang berbeda. Tipe bentuk tubuh tersebut terdiri dari *hourglass*, *strawberry (inverted triangle)*, *rectangle*, *apple*, dan *pear*. Selain penjelasan pakaian apa yang cocok untuk tipe bentuk tersebut, *Head Creative Team* juga ingin ada foto *flatlay* produk Ninette yang cocok dengan tipe bentuk tubuh tersebut.

2. Tahap Produksi Desain

Tahap produksi desain dimulai dengan penulis mencari referensi desain konten terlebih dahulu. Referensi desain merupakan desain konten

Instagram Feed *fashion brand* asal Korea, yaitu Glowny. *Brand* Glowny sendiri memiliki target audiens yang menyerupai Ninette, yaitu perempuan remaja hingga dewasa awal. Penulis menggunakan referensi desain tersebut karena target audiens yang serupa serta desainnya yang sederhana, sehingga, audiens dapat memproses desain dengan lebih mudah baik visual maupun informasinya. Selain itu, referensi desain juga sesuai dengan gaya dan estetika budaya Korea Selatan yang ingin dicapai oleh Ninette. Penulis mencari referensi desain yang terdapat foto maupun ilustrasi model dan produk. Berikut adalah referensi desain yang digunakan oleh penulis.



Gambar 3. 33 Referensi Desain Konten “*Styling Tips for Your Body Type*”

Produksi desain dimulai dengan pembuatan ilustrasi tipe bentuk tubuh. Untuk membuat ilustrasi tersebut, penulis menggunakan aplikasi Procreate. Penulis juga membuat ilustrasi contoh bentuknya, seperti bentuk jam pasir, buah stroberi, persegi panjang, buah apel, dan buah pir untuk membantu memperjelas bentuk dari tipe bentuk tubuh tersebut. Penulis menggunakan *brush tipe pencil* untuk *outline* dan teknik *flat coloring* untuk ilustrasinya. Berikut adalah hasil ilustrasi setiap tipe bentuk tubuh.



Gambar 3. 34 Ilustrasi Tipe Bentuk Tubuh Konten “*Styling Tips for Your Body Type*”

Setelah ilustrasi sudah diselesaikan, penulis memasukkan ilustrasi tersebut ke aplikasi Canva untuk mulai menyusun layout desain. Desain ini menggunakan tiga *typeface*, yaitu Vintage Goods untuk judul, Liliming untuk sub-judul, dan Helvetica Now Display untuk *body text*. Pada slide pertama, penulis menyusun semua ilustrasi tipe bentuk tubuh dalam satu komposisi. Penulis kemudian menulis judul konten yaitu “*Styling Tips*” dan sub-judul “*For Your Body Type*” dengan *typeface* Vintage Goods dan Liliming. Setelah itu, penulis menulis nama-nama tipe bentuk tubuh di bawah ilustrasinya masing-masing, yaitu *hourglass*, *strawberry (inverted triangle)*, *rectangle*, *apple*, dan *pear* menggunakan *typeface* Liliming. Terakhir, penulis menambahkan penjelasan mengenai tipe bentuk tubuh menggunakan *typeface* Helvetica Now Display. Penjelasan menggunakan bahasa yang bersifat *friendly* dan *casual*. Berikut adalah hasil desain *cover* konten Instagram Story “*Styling Tips for Your Body Type*”.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 35 Cover Konten “Styling Tips for Your Body Type”

Slide-slide berikutnya merupakan penjelasan masing-masing tipe bentuk tubuh secara individu. Di setiap *slide* terdapat judul yaitu nama tipe bentuk tubuh yang sedang dijelaskan, poin-poin singkat mengenai tampilan tipe bentuk tubuh tersebut, ilustrasinya, foto *flatlay* dan nama produk yang cocok dengan tipe bentuk tubuh tersebut, penjelasan singkat mengenai pakaian seperti apa yang cocok dan tidak cocok dengan tipe bentuk tubuh tersebut, serta saran tambahan (*pro tips*). Informasi yang penulis gunakan pada konten ini didapatkan dari sejumlah *website* yang berbeda. Selain itu, terdapat logo Ninette di bagian tengah bawah setiap *slide*. Berikut adalah hasil desain konten Instagram Story “Styling Tips for Your Body Type”.



Gambar 3. 36 Desain Konten “Styling Tips for Your Body Type”

3. Tahap Revisi

Setelah desain konten sudah selesai dibuat, penulis langsung mengirimkan hasil konten ke *Head Creative Team*. Konten ini tidak terdapat revisi apapun. Sehingga, konten bisa langsung diunggah ke Instagram Story akun Ninette sebagai salah satu konten *creative marketing* untuk mempromosikan koleksi baru pada saat itu, yaitu koleksi “*Girl at Heart*”.

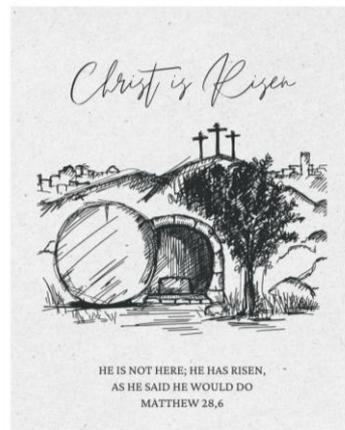
3.3.2.4 Perancangan Desain Ucapan Jumat Agung

Sebagai salah satu upaya *brand* Ninette dalam meningkatkan *engagement* dan membangun hubungan emosional dengan target pasarnya, Ninette sering mengunggah Instagram Story berupa ucapan pada sejumlah hari raya. Hari yang dirayakan dapat beragam, seperti hari raya beragama maupun perayaan budaya seperti *Valentine’s Day* dan *Halloween*. Salah satu desain ucapan yang penulis buat adalah ucapan Jumat Agung. Konten ucapan Jumat Agung akan dibuat dengan *canvas* 1080x1920 *pixel* yaitu ukuran *format* Instagram Story.

1. Tahap *Brief*

Pada tanggal mendekati Jumat Agung, penulis ditugaskan oleh *Head Creative Team* untuk membuat ucapan merayakan Jumat Agung. *Head Creative Team* memberikan penulis contoh referensi desain yang

merupakan ilustrasi *hand-drawn*. Ilustrasi ini memiliki kesan yang *rough* dan *unfinished*. Berikut adalah referensi desain yang diberikan.

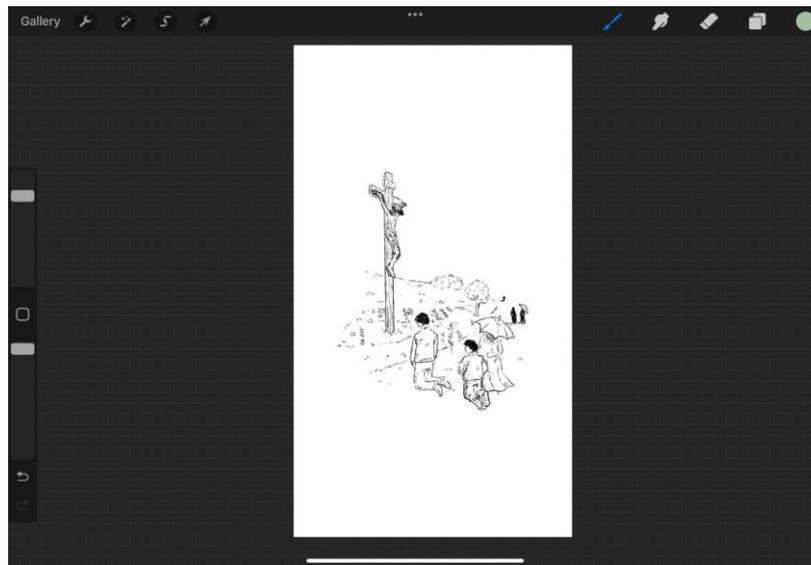


Gambar 3. 37 Referensi Desain Ucapan Jumat Agung

Berdasarkan referensi tersebut, desain akan menggunakan gaya ilustrasi yang menyerupai sebuah sketsa kasar. Selain itu, *color palette* yang digunakan juga menggunakan warna yang lebih *muted* dan *soft*. Konsep tersebut dipilih sebagai referensi konten ucapan Jumat Agung karena tujuan dari perayaan Jumat Agung sendiri, yaitu sebuah hari untuk merenung dan berdoa. Garis-garis yang menyerupai sebuah sketsa mampu menunjukkan sebuah perasaan melankolis.

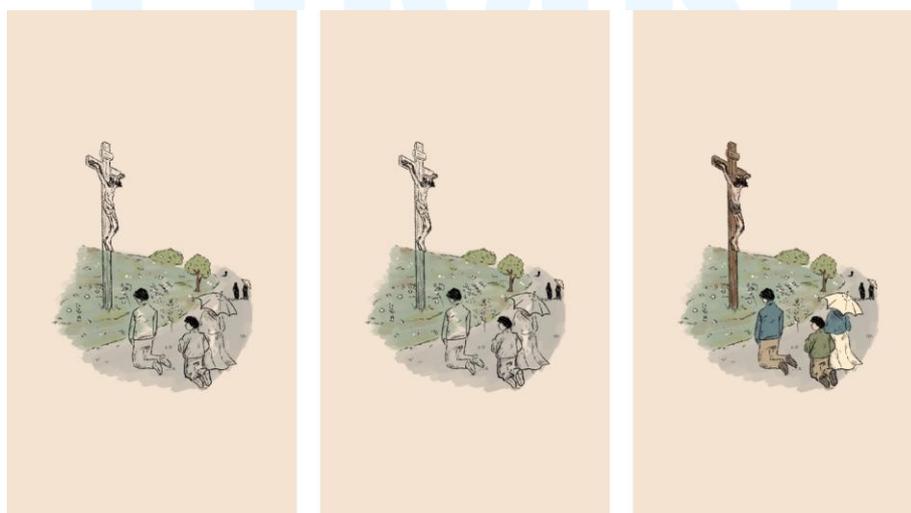
2. Tahap Produksi Desain

Penulis membuat ilustrasi dan membuat komposisi desain secara keseluruhan menggunakan aplikasi Procreate. Pertama, penulis membuat ilustrasi terlebih dahulu. Karena Perayaan Jumat Agung merupakan hari untuk merenung dan berdoa, penulis membuat ilustrasi berupa sejumlah umat Katolik yang sedang berdoa di depan Kayu Salib. Penulis membuat ilustrasi tersebut dengan gaya yang menyerupai sebuah sketsa kasar seperti pada referensi menggunakan *brush* tipe *pencil*.



Gambar 3. 38 Sketsa Ilustrasi Ucapan Jumat Agung

Setelah sketsa dibuat, penulis melanjutkan proses ilustrasi dengan proses *coloring*. Penulis menggunakan *color palette* yang *soft* dan *muted* untuk ilustrasi ini untuk lebih mendalami makna dari Jumat Agung, yaitu hari dimana para umat agama Katolik merenung dan berdoa. Selain itu, *color palette* yang cenderung terdiri dari warna-warna *soft* atau *muted* memiliki kesan yang lebih melankolis dan damai. Penulis menggunakan *brush* tipe *watercolor* agar masih terdapat kesan ilustrasi yang kasar, *unfinished*, dan *handmade*.



Gambar 3. 39 Proses *Coloring* Ilustrasi Ucapan Jumat Agung

Penulis menuliskan “*Happy Good Friday*” di bagian atas tengah komposisi menggunakan tulisan tangan atau *handwriting*. *Brush* yang digunakan untuk tulisan ini adalah tipe *rough ink*. Penulis juga menambahkan *watermark* Ninette menggunakan gaya penulisan dan tipe *brush* yang sama.



Gambar 3. 40 *Handwriting* Ucapan Jumat Agung

Setelah seluruh proses ilustrasi dan tulisan tangan selesai, penulis menambahkan *overlay* berupa kertas *watercolor* pada ilustrasi tersebut. Hal ini dilakukan untuk lebih menambahkan kesan sebuah ilustrasi yang lebih *handmade* dan tradisional. Berikut adalah hasil ilustrasi final ucapan Jumat Agung.



Gambar 3. 41 Ilustrasi Final Ucapan Jumat Agung

3. Tahap Revisi

Setelah ilustrasi sudah selesai dibuat, penulis langsung mengirimkan hasilnya ke *Head Creative Team*. Ilustrasi ini tidak terdapat revisi apapun. Sehingga, bisa langsung diunggah ke Instagram Story akun Ninette.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama proses pelaksanaan magang berlangsung, penulis mengalami beberapa kendala. Kendala-kendala tersebut berkaitan dengan proyek yang dikerjakan oleh penulis beserta dengan *time management*. Berikut adalah beberapa kendala atau kesulitan yang dialami oleh penulis.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Penulis menjalani kegiatan magang selama enam bulan di perusahaan Ninette. Selama tenggat waktu enam bulan tersebut, penulis

bekerja sebagai seorang *Creative Team Intern*. Berikut adalah beberapa tantangan atau kendala yang dialami oleh penulis.

1. Koordinasi antar tim

Sesama anggota *Creative Team* beserta dengan *Head Creative Team* memiliki kendala dalam saling berkomunikasi dan berkoordinasi. Hal ini disebabkan oleh proses penyampaian *brief* oleh *Creative Director* atau *owner* yang seringkali berubah dari *brief* awal yang direncanakan. Sehingga, dapat menyebabkan kesulitan dalam menyesuaikan prioritas atau urgensi baik dalam membuat konten maupun pengembangan konsep untuk koleksi baru. Penulis terkadang mengalami kesulitan untuk mengikuti arahan berbeda-beda yang diberikan oleh *Head Creative Team* dan *Creative Director*.

2. *Time management* yang kurang

Sehubungan dengan poin sebelumnya mengenai perubahan *brief* yang terus terjadi, hal tersebut mempengaruhi *timeline* kerja anggota *Creative Team*. *Brief* dan konsep yang berubah-ubah selain dapat mempengaruhi secara negatif penyesuaian prioritas atau urgensi, juga dapat menghasilkan jadwal kerja yang tidak memiliki kepastian. Jadwal kerja *Creative Team* dapat berubah jauh dari jadwal yang sudah ditentukan seperti jadwal untuk *take* konten dan *photoshoot*. Hal ini membuat anggota *Creative Team* seringkali mengalami *overtime* dan bahkan melakukan pekerjaan di hari libur karena permasalahan *time management* tersebut.

3. Perbedaan *device*

Sebagai bagian dari *Creative Team*, salah satu tugas penulis adalah untuk melakukan *editing* warna pada foto-foto *campaign*, *catalog*, dan *casual*. Penulis sendiri belum banyak memiliki pengalaman dalam proses *editing* warna dan *lighting* pada sebuah foto. Sehingga, ada beberapa kali penulis diberi saran oleh *Head Creative Team* untuk tidak terlalu terang, *warm toned*, *saturated*, dan lain-lain saat melakukan proses editing sebuah foto. Namun, hal tersebut diakibatkan oleh perbedaan *device* yang dimiliki oleh penulis dan *Head Creative Team*. *Display* warna pada kedua *device* tersebut berbeda,

kemudian warna yang ditampilkan berbeda. Sehingga, penulis harus beberapa kali melakukan revisi untuk *editing* warna foto.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, penulis beserta dengan anggota tim lainnya saling berkoordinasi untuk mencari solusi. Dalam mencari solusi tersebut, penulis juga sekaligus meningkatkan *soft skill* berupa *problem solving*. Berikut adalah beberapa solusi yang dilakukan oleh penulis berdasarkan kendala yang dialami.

1. Melakukan komunikasi yang terbuka dan transparan

Sesama anggota *Creative Team* dapat meningkatkan komunikasi dengan *Head Creative Team*. Dengan komunikasi yang lebih terbuka, *brief* yang disampaikan oleh *Creative Director* atau *owner* dapat lebih dipahami bersama-sama. Selain membantu penulis dalam menjadi lebih aktif untuk bertanya dan berkomunikasi, anggota *Creative Team* dan *Head Creative Team* dapat saling membantu untuk memahami *brief* serta saling bertukar ide dan opini.

2. Melakukan *meeting* bersama

Head Creative Team seringkali mengusulkan untuk melakukan *meeting* untuk mengatur jadwal pekerjaan di setiap minggunya. *Meeting-meeting* ini juga membantu sesama anggota *Creative Team* yang kesulitan dengan pekerjaannya untuk dibantu oleh anggota lainnya. Sehingga, penulis juga belajar banyak mengenai kerja sama dan membantu penulis menjadi lebih berinisiatif dalam lingkungan kerja.

3. Saling membantu dalam proses Editing

Karena perbedaan *device*, anggota *Creative Team* lainnya dapat saling membantu dalam proses *editing* warna. Biasanya, penulis, anggota *Creative Team*, dan *Head Creative Team* secara bergantian melakukan proses *editing* warna foto. Selain itu, saat membuat sebuah konten yang memerlukan foto, salah satu manfaat dari menggunakan aplikasi Canva untuk mendesain

adalah agar sesama anggota *Creative Team* dapat saling membantu untuk mengecek warna foto dan menggantinya apabila perlu.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA