

BAB III

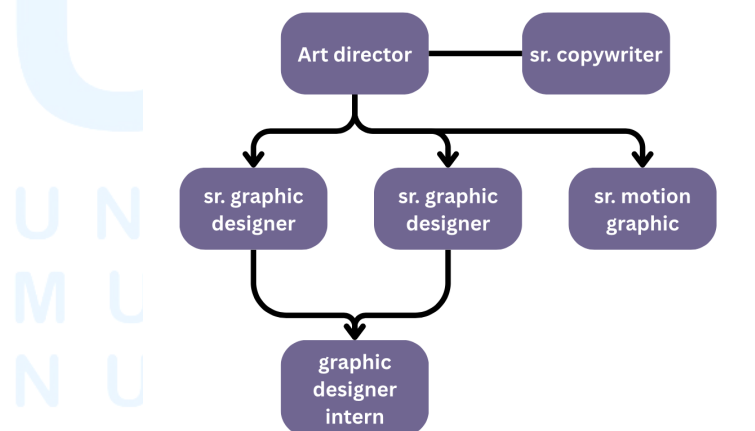
PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis melakukan kerja praktik pada Pantarei *Communication* (PT. Pariwaraniaga Nusantara). Melalui posisi ini penulis berkesempatan untuk belajar desain dalam dunia profesional. Kemudian, penulis mengikuti alur koordinasi yang telah ditentukan oleh perusahaan dibimbing dengan supervisor.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

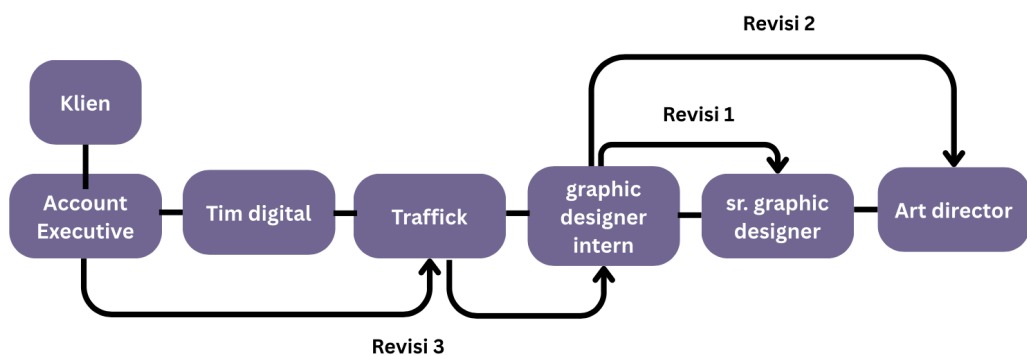
Kedudukan penulis pada Pantarei adalah *graphic designer intern* pada divisi kreatif. Tim kreatif di Pantarei terdiri dari satu *art director*, satu *senior copy writer*, *senior motion graphic designer*, dan dua *senior graphic designer*. Tim kreatif dikepalai oleh *art director* namun posisi *senior copywriter* memiliki kedudukan yang sama dengan *art director*. Selama masa magang, penulis berada di bawah tiga supervisi yaitu *art director* dan dua *senior graphic designer*. Meski demikian, mentor sehari-hari penulis adalah kedua *senior graphic designer*. *Art director* hanya sebagai pengawas dan juga tahap akhir asistensi.



Gambar 3.8 Bagan Kedudukan Pelaksanaan Magang

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Proses pekerjaan pada perusahaan ini berawal dari klien. Klien memberikan kriteria konten dan keperluan pemasaran yang diinginkan kepada *account executive*. Kemudian, *account executive* memberikan informasi tersebut kepada divisi lain yang bersangkutan untuk mengeksekusi permintaan klien. Dalam hal alur kerja penulis, *account executive* memberikan permintaan klien kepada tim digital. Tim digital akan membuat konten *brief* untuk diberikan kepada tim kreatif agar terealisasi. *Traffic* pada perusahaan ini bertugas untuk membagikan beban kerja kepada masing-masing anggota tim kreatif, termasuk penulis. Penulis mengerjakan kerjaan yang diberikan melalui *traffic*. *Brief* konten diberikan melalui Google slides kemudian penulis membuat desain sesuai dengan *brief* yang telah diberikan. Selanjutnya melakukan proses asistensi kepada supervisi dan *art director*. Ketika kedua belah pihak tersebut sudah tidak ada komplain mengenai hasil desain penulis, desain tersebut akan naik ke tim digital, *account executive*, hingga ke klien. Berikut ini merupakan bagan alur kerja penulis:



Gambar 3.9 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan praktik kerja magang di Pantarei *communication*, penulis berkesempatan belajar dan mengerjakan beberapa jenis desain setiap harinya. Desain-desain yang penulis kerjakan adalah media sosial, ikon, *mockup*, desain *pitch deck*, dan beberapa jenis desain lainnya. Penulis juga berkesempatan untuk mengerjakan beberapa merek. Berikut ini merupakan *daily task* yang penulis kerjakan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3—7 Februari 2025	Internal Pantarei	Membuat enam jenis ikon untuk Instagram <i>highlight</i> terdiri dari hari batik, HUT 78 dan 79, ulang tahun PAN, konten <i>burntout</i> , dan publikasi.
2	10—14 Februari 2025	MilkLife	IGF ulang tahun GDA
			Cover Instagram Reels MilkLife <i>case study</i>
			Revisi <i>cover</i> Instagram Reels MilkLife <i>case study</i>
		Injourney	Mockup Instagram Reels Injourney
			Mockup Instagram Feeds Injourney
		Internal Pantarei	Konten “The Interns” Instagram feeds
3	17 —21 Februari 2025	Internal Pantarei	Revisi konten “The Interns” Instagram feeds
			Instagram Feeds “Hottest Agency”
		Jagadiri	Website <i>banner</i> “Jagaliburan”
		Injourney	Mockup Instagram
		Frank&Co	<i>Beautify deck</i>
			Mockup Instagram dan Tiktok
4	24 — 28 Februari 2025	MilkLife	Instagram Feeds: H-3 Ramadan
			Elemen Ramadan untuk konten media sosial

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			Instagram Feeds: <i>countdown</i> Ramadan
			Instagram Feeds: “Tips ga ngantuk saat puasa”
		Frank&Co	<i>Mockup</i> media sosial
5	3 — 7 Maret 2025	MilkLife	Instagram Feeds: “Tips gas ngantuk saat puasa”
			Instagram Feeds: “Sedia MilkLife <i>Lactose free</i> ”
			Instagram Feeds: “Momen sahur <i>core</i> ”
			Instagram Feeds: “ <i>Giveaway</i> kreasi menu takjil”
			Instagram Feeds: “Rekomendasi <i>war</i> takjil”
			<i>Mockup freezer</i>
		Internal Pantarei	Revisi <i>cover</i> MilkLife <i>case study</i>
		MiGelas	<i>Beautify deck</i>
6	10 — 14 Maret 2025	MilkLife	<i>Mockup</i> media sosial dan <i>food truck</i>
			Instagram Feeds: Revisi “ <i>Giveaway</i> kreasi menu takjil”
			Instagram Feeds: Revisi “Rekomendasi <i>war</i> takjil”
			Instagram Feeds: “Alasan MilkLife <i>Lactose free</i> aman untuk sahur”
			Instagram Feeds: “Olahraga ashek”
			Instagram Reels Motion: “Ide menu sahur”
7	17 — 21 Maret 2025	MilkLife	Instagram Feeds: “Kegiatan sahur dan buka ibu”
			Instagram Reels Motion: “Susu pisang kurma”

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			Instagram Story: “ <i>Winner announcement giveaway</i> kreasi menu takjil”
			Instagram Story: “ <i>Winner announcement giveaway</i> GDA”
			Revisi Instagram Feeds: “Kegiatan sahur dan buka ibu”
			MilkLife Milkshake: <i>mockup digital</i>
			Instagram Story: “Lebaran <i>fair</i> 2025”
			Instagram Feeds: “Bukber bareng keluarga”
			Instagram Feeds: “Ide ngabuburit”
		Daily.Co	<i>Mockup social experiment Booth</i>
8	24 — 28 Maret 2025	MilkLife	Instagram Reels: <i>cover</i> “ide foto bukber”
			Instagram Story: “Kesehatan selama puasa”
			Instagram Reels <i>Motion</i> : “Resep es selasih”
			Instagram Feeds: “ <i>Giveaway</i> tebak menu dari bahan”
			Instagram Feeds: <i>greetings</i> lebaran
			Instagram Feeds: “Momen yang ditunggu saat lebaran”
			Revisi Instagram Reels <i>Motion</i> : “Susu pisang kurma”
			Instagram Feeds: “bukber dirumah”
9	4 — 11 April 2025	MilkLife	Instagram Feeds: “Kembali aktivitas bareng MilkLife”
			Instagram Feeds: “Persiapan masuk kerja/sekolah”
			Instagram Story: “ <i>winner announcement</i> ”

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			Instagram Reels: <i>cover reels</i>
		Daily.co	<i>Beautify deck</i>
		Pantarei	Konten <i>internal</i> Pantarei
10	14 — 17 April 2025	Pantarei	<i>Lockup birthday</i> email
			Instagram Feeds: “Hari Kartini”
11	21 — 25 April 2025	MilkLife	<i>Mockup digital</i> Milkshake
		Pantarei	Revisi Hari Kartini
		LUMA	Revisi konten <i>carousel</i> gen <i>alpha</i>
12	28 — 30 April 2025	LUMA	Instagram Feeds: “Remaja jompo”
		MilkLife	Revisi <i>copy divider</i> kulkas
		Pantarei	<i>Shooting interview</i>
13	2 — 9 Mei 2025	LUMA	revisi konten AI
		realme	case study 3 (copywriting)
			<i>Mockup</i> media sosial screencapture dari postingan dan explore layout copy
			<i>Beautify deck</i> realme
		Internal Pantarei	<i>Brainstorm</i> konten <i>internal</i> Pantarei
14	13 – 16 Mei 2025	realme	realme contoh konten <i>case study</i> 1
			contoh konten Instagram untuk realme series C dan GT
		MilkLife	Brosur yogurt
15	19 — 23 Mei 2025	MilkLife	Brosur yogurt
		Injourney	Revisi KV Injourney dan merapihkan file KV
		Pantarei	<i>Brainstorm</i> Instagram Feeds: “AI Dillema”
16	26 — 30 Mei 2025	Lenovo	<i>Brief</i> kreatif
		Pantarei	<i>Brief</i> konten

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			<i>Develop</i> konten Instagram PAN

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Penulis ditempatkan di tim kreatif sebagai *graphic designer intern*. Selama magang, penulis berkontribusi dalam pembuatan desain untuk media sosial, *pitch deck*, dan berbagai kebutuhan desain lainnya seperti *mockup*, *lockup*, dan *icon* baik untuk klien dan kebutuhan internal. *Brand* utama yang menjadi tanggung jawab penulis adalah MilkLife terutama produk *lactose free*. Selain itu penulis juga terlibat dalam proses *pitching* untuk beberapa *brand* lainnya seperti Sunco, Frank & co, Daily.co dan realme.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Dari beberapa proyek yang ada, penulis memilih promosi MilkLife *lactose free ramadan* sebagai proyek utama magang. Promosi ini terdiri dari konten media sosial yang digunakan sebagai media promosi produk *lactose free* selama bulan Ramadan. Peran penulis pada proyek ini adalah membuat desain konten media sosial Milklife selama periode kerjasama ini. Berikut ini merupakan tahap-tahap yang dilakukan penulis selama proses pembuatan salah satu konten sosial media Milklife:

1. *Brief*

Pada tanggal 6 Maret 2025 penulis diberikan *brief* mengenai konten media sosial Instagram. Konten tersebut merupakan pengumuman *giveaway* kreasi menu takjil. *Brief* dibeirkan oleh tim digital melalui *traffic* kepada penulis menggunakan *google slides*. Berikut ini merupakan *brief* dari tim digital.

GIVEAWAY – Kreasi Menu Takjil



Date : 7 Maret 2025	Format: Static
Pillar: Trivia – Giveaway	Product Focus: MilkLife Lactose Free Fresh Milk
Caption: GIVEAWAY Spesial Ramadan!! Sharing, yuk! Menu takjil apa sih yang bisa kamu kreasi pake MilkLife Lactose Free? Tulis di kolom komen dan menangkan sepaket susu dari MilkLife! Caranya: 1. Tulis jawabanmu di kolom komentar 2. Gunakan hashtag #RealMilkForRealLife #ShakeShakeBarAsheh dan tag 3 orang teman kamu untuk ikut 3. Like, komen, dan share sebanyak-banyaknya postingan MilkLife di bulan ini 4. Periode giveaway: xxxxxx Tunggu apalagi? Buruan ikut sekarang! #RealMilkForRealLife #TheMilkOfLife #RealLifeOfRamadan	
Reference:	
Visual direction - Kulkas dan sticky notes - Boleh ditambah produk Lactose Free ya di tempel2an kulkasnya	

Gambar 3.10 *Brief* Kreasi Menu Takjil

Dari *brief* tersebut sudah terdapat panduan visual yang diinginkan. oleh tim digital. Brief visualnya adalah untuk menggunakan kulkas. Informasi penting yang harus ada pada desain tersebut adalah judul dan botol MilkLife *Lactose free* 1000ml.

2. Proses Desain

Desain media sosial MilkLife ini memiliki ketentuan serta *look and feel* yang menjadi panduan seluruh desain edisi ramadan. Panduan tersebut dirancang oleh divisi kreatif Pantarei. Panduan tersebut berisi dari posisi penempatan logo-logo. Selain itu juga terdapat bentuk elemen visual yang digunakan pada setiap desain MilkLife *Lactose free* Ramadan.



Gambar 3.11 Panduan Visual MilkLife *Lactose Free* Ramadan

Gambar di atas merupakan panduan visual media sosial MilkLife *Lactose free* Ramadan. Dari panduan tersebut, logo Savoria berada di sebelah kiri dan MilkLife pada sebelah kanan atas desain. Kemudian gaya desain dominan foto dibandingkan vector. *Typeface* yang digunakan adalah Koara dan Lato. Terdapat elemen kubah dan lampion sebagai aset yang wajib digunakan dalam desain Ramadan ini.

Tahap pertama yang penulis lakukan adalah mencari aset untuk membuat desain. Seluruh aset yang digunakan pada desain ini diambil melalui Shutterstock. Penulis mencari foto yang relevan dengan konsep yaitu dapur dengan kulkas untuk latar belakang dan elemen sapi.



Gambar 3.12 Aset Konten Kreasi Menu Takjil

Gambar di atas merupakan kulkas yang digunakan sebagai latar belakang pada desain. Penulis mengubah warna dari kulkas tersebut menjadi hijau untuk mengikuti warna dari MilkLife *Lactose free*. Kemudian, penulis juga menyesuaikan pencahayaan pada foto agar sesuai dengan *mood* MilkLife. Seluruh proses *digital imaging* dilakukan pada Adobe Photoshop. Tahap selanjutnya adalah memasukkan teks dan elemen-elemen pada desain.



Gambar 3.13 Konten Kreasi Menu Takjil 1

Dalam desain media sosial ini terdapat elemen yang wajib ada di setiap desain. Elemen tersebut merupakan lampion dan kubah untuk menunjukkan nuansa Ramadan. Kemudian diwajibkan untuk menggunakan logo Savoria di kiri dan MilkLife di kanan. *Margin* pada setiap desain adalah 1,5 cm. Jenis *typeface* yang digunakan pada desain ini adalah Koara Bold dan Lato. Koara Bold digunakan untuk judul pada desain sedangkan Lato digunakan untuk *body text*.

Terdapat sedikit perubahan dari *brief* yang diberikan, penulis memposisikan gambar susu MilkLife sebagai magnet kulkas. Hal tersebut dilakukan agar desain pada Instagram memiliki variasi. Setelah desain selesai penulis melakukan asistensi kepada supervisi yang kemudian diberikan kepada *Account Executive* melalui *google slide* untuk mendapatkan *approval* dari klien.

Feedback yang diberikan oleh klien adalah untuk merubah konsep kulkas menjadi foto takjil. Dengan begitu, penulis mengulang proses desain untuk memenuhi keperluan klien. Konsep desain media sosial *give away* takjil setelah mendapatkan *feedback* klien adalah foto takjil menjelang buka puasa dengan MilkLife *Lactose Free* 1000ml.



Gambar 3.14 Aset Konten Kreasi Menu Takjil 2

Aset yang digunakan pada desain ini juga bersumber dari Shutterstock. Menyesuaikan dengan konsep terbaru, penulis mencari gambar takjil seperti makanan tradisional dan es buah. Desain ini dibuat menggunakan teknik *digital imaging*. Menurut Chow dan Bucknall, *digital imaging* merupakan proses yang menggunakan teknologi komputer untuk memproses sebuah gambar (Fitrianto, 2021). Salah satu prosesnya adalah memperindah, memanipulasi, dan rekayasa gambar melewati perangkat lunak pada komputer (Wulandari, et.al, 2022). Pada desain ini terdapat manipulasi gambar dan penggabungan beberapa objek dalam satu desain.

Penulis menghapus objek kendi dan cangkir pada gambar dengan menggunakan Adobe Photoshop. Setelah itu penulis menambahkan gambar es teler dan susu MilkLife *Lactose free* ke dalam desain. Sebelum disusun ke dalam desain, gambar es teler dan susu MilkLife *Lactose free* tersebut terlebih dahulu melalui proses *masking* agar latar belakangnya terhapus. Objek-objek tersebut juga diberikan *shadow* menggunakan *brush* agar menyatu dengan latar belakang dan terlihat realistis.



Gambar 3.15 Konten Kreasi Menu Takjil 2

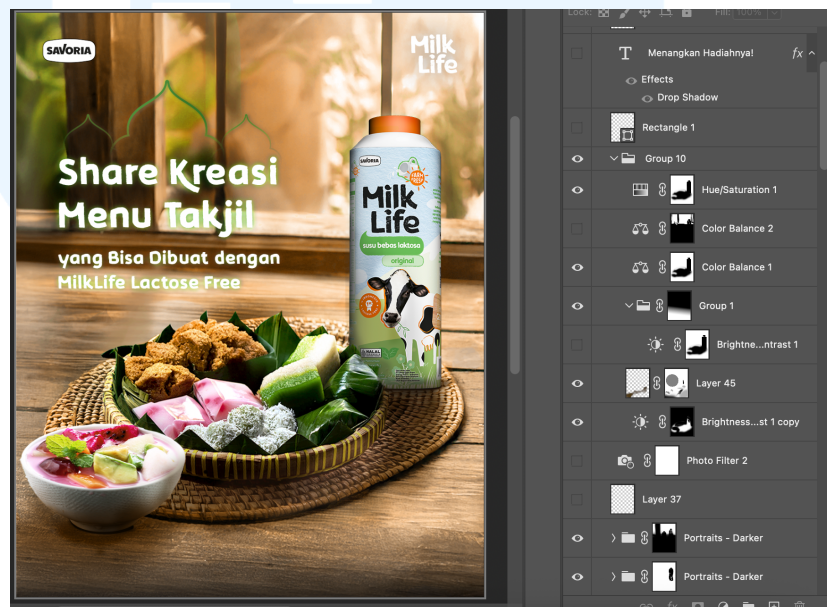
Tahap terakhir dalam proses desain ini adalah memasukkan *copywriting* “Share Kreasi Menu Takjil yang Bisa Dibuat dengan MilkLife *Lactose Free*” dan elemen kubah ke dalam desain. Typeface yang digunakan adalah Koara Bold. Dalam menyusun tipografi, tingkat keterbacaan adalah hal penting yang harus diperhatikan (Iswanto, 2023). Mengetahui hal tersebut, saat melakukan perancangan ini walaupun jenis *typeface* sudah ditentukan penulis juga memperhatikan *kerning* dan spasi antar paragraf.

Pemilihan warna untuk teks disesuaikan dengan ketentuan dari MilkLife yaitu putih. Untuk meningkatkan keterbacaan penulis menambahkan *drop shadow* dan *outer glow* berwarna hijau sesuai dengan warna MilkLife *Lactose free*. Penempatan teks berbentuk rata kiri untuk menyeimbangi dan menghasilkan kesatuan visual antara teks dan objek. Terdapat

perbedaan ukuran antara judul dan *body text* dikarenakan untuk memberikan penekanan kepada judul agar terlihat jelas.

3. Revisi dan Finalisasi Desain

Tahap ini diawali dengan mengirimkan hasil desain kepada *account Executive* untuk diberikan ke klien agar mendapatkan *feedback*. Terdapat revisi dalam *tone* gambar dari desain. Klien meminta agar latar suasana pada desain terlihat lebih gelap seperti saat matahari terbenam menjelang berbuka puasa.



Gambar 3.16 Revisi Konten Kreasi Menu Takjil 2

Penulis memainkan *brightness*, *color balance* dan *saturation* untuk memanipulasi warna pada gambar. Proses ini juga menggunakan *masking* pada objek untuk mengatur pencahayaan salah satu objek tertentu. Pengaturan saturasi pada gambar ini dengan menambahkan warna merah 38% dan kuning 45% untuk menghasilkan warna jingga pada gambar.



Gambar 3.17 Hasil Akhrit Konten Kreasi Menu Takjil 2

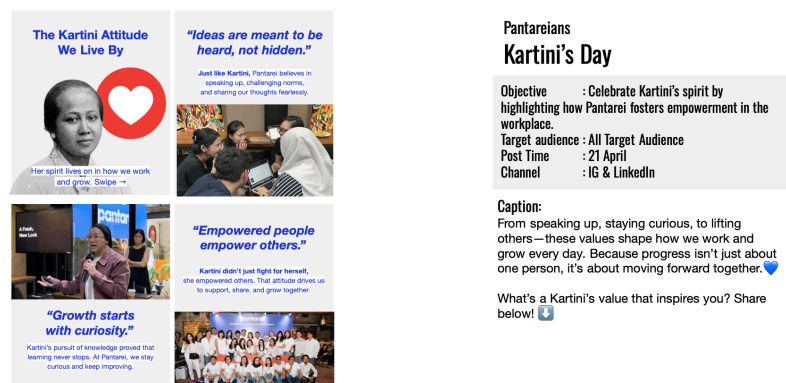
Gambar di atas merupakan hasil akhir dari desain *giveaway* kreasi takjil. Hasil akhir desain tersebut sudah mendapatkan persetujuan dari supervisi dan dimasukkan kembali pada *deck* Google slides untuk diberikan kepada klien. Setelah mendapatkan persetujuan dari klien, desain ini diunggah di Instagram MilkLife pada 11 Maret 2025.

3.3.1.1 Proyek Konten Instagram Kartini

Dalam rangka memperingati hari Kartini, Pantarei membuat unggahan pada media sosial *internal*. Konten Instagram ini berbentuk *carousel* yang terdiri dari empat *post*. Judul dari konten ini adalah “*The Kartini Attitude We Live by*” sehingga isi dari konten kartini menunjukkan perilaku Pantarei yang mendukung ide-ide yang dimiliki Kartini.

1. *Brief*

Penulis diberikan *brief* oleh *traffic* melalui Google slides dan dikirimkan melalui WhatsApp. *Brief* untuk konten ini dibuat oleh tim digital pada Google slides dan sudah memiliki panduan visual untuk tim kreatif. Panduan visual tersebut tidak bersifat wajib untuk diikuti dan hanya berbentuk saran. *Brief* diterima pada tanggal 16 April 2025 dan tenggat waktu pada 17 April 2025.



Gambar 3.18 *Brief* Hari Kartini

Berdasarkan dari *brief* yang diberikan konten ini memiliki format *carousel* yang terdiri dari empat *post*. Penjelasan mengenai *brief* dilakukan secara verbal oleh tim *digital*. Pada penjelasan *brief* tersebut terdapat beberapa permintaan yaitu menggunakan logo “*attitude*” Pantarei pada konten.

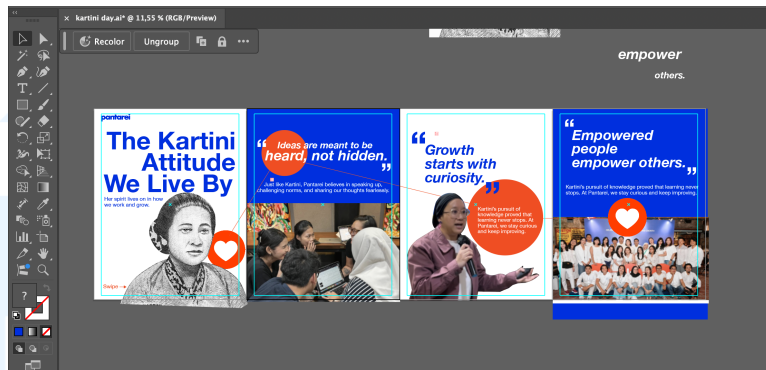
2. Proses Desain

Tahap pertama penulis mencari aset gambar kartini pada Shutterstock. Desain dibuat menggunakan ukuran 1090x1350 piksel yang merupakan dengan margin 1,5 cm. Pertama-tama penulis membuat *layout copywriting* pada desain untuk mempermudah peletakkan elemen lain. Dalam visual media sosial Pantarei, penempatan logo berada pada kiri atas dan hanya terletak di halaman pertama. *Typeface* yang digunakan adalah Helvetica Neue bold dan reguler. Ukuran *font* yang digunakan 174 cm untuk judul utama, 100 cm untuk sub judul, dan 38 cm untuk *body text*. Warna yang digunakan pada desain ini disesuaikan dengan panduan desain Pantarei yaitu biru, putih, dan jingga.



Gambar 3.19 Proses Desain Hari Kartini 1

Dalam membuat desain ini, penulis menggunakan teori *layout*. Berdasarkan Rustan (2018) teori *layout* memiliki empat hal penting untuk menciptakan *layout* yang baik, yaitu keseimbangan, kesatuan, penekanan, dan rangkaian (Angela et.al, 2023). Penulis memulai dengan membuat *layout* teks pada desain untuk menetapkan alur baca. Ukuran teks untuk judul dibuat menggunakan *font bold* dan ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan *body text*. Hal tersebut karena teks pada judul setiap halaman merupakan poin utama yang ingin disampaikan sehingga membutuhkan penekanan.



Gambar 3.20 Proses Desain Hari Kartini 2

Setelah menyusun *layout copywriting*, penulis memasukkan lingkaran dan garis yang merupakan identitas visual Pantarei. Lingkaran dan garis tersebut merupakan elemen yang harus ada dalam desain internal Pantarei. Tahap terakhir yang dilakukan oleh penulis adalah memasukkan aset foto pada desain pada bagian bawah setiap halaman. Penempatan tersebut juga merupakan ciri khas dari *layout* yang dimiliki Pantarei. Posisi dan ukuran foto juga dipertimbangkan oleh penulis dengan baik agar mencapai keseimbangan desain dan tidak lebih mencolok teks. Pada bagian *cover* dan slide ke tiga, penulis menggunakan teknik *cut out* pada foto sehingga foto tersebut tidak memiliki *background*.

Dengan demikian, setelah melakukan tahap-tahap desain tersebut penulis mengirimkan *preview* kepada tim kreatif yaitu *senior graphic designer* dan *art director*. Tujuannya untuk mendapatkan *approval* sebelum diberikan ke divisi *account* dan *digital*.



Gambar 3.21 Hasil Desain Hari Kartini 2

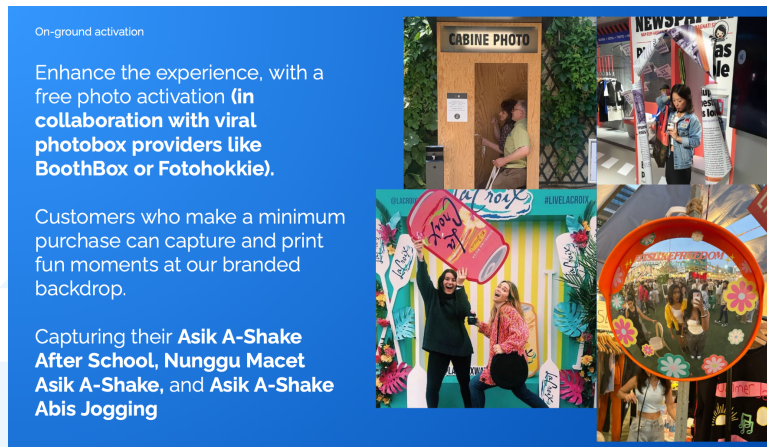
Gambar di atas merupakan hasil desain *final* untuk konten instagram Hari Kartini. Desain media sosial Pantarei memiliki gaya desain yang menempatkan *headline* atau *copywriting* pada bagian atas desain. Kemudian, untuk foto atau ilustrasi pada bagian bawah desain. Setelah menampilkan hasil akhir desain, tidak ada revisi yang diberikan oleh tim kreatif, digital, dan *account executive*.

3.3.1.2 Proyek Booth MilkLife MilkShake

Proyek ini merupakan bagian dari perencanaan kampanye untuk produk MilkLife varian MilkShake. Proyek ini berada di bawah naungan Pantarei terbatas pada penyusunan proposal strategi kampanye sebagai panduan promosi produk. Adapun pelaksanaan eksekusi visual maupun implementasi kampanye secara keseluruhan akan menjadi tanggung jawab vendor eksternal yang ditunjuk. Dalam proyek ini, penulis hanya menangani bagian *photobooth* dan bertugas untuk merancang serta membuat *mockup photobooth* sebagai bagian dari aktivasi kampanye.

1. Brief

Penulis diberikan *brief* melalui WhatsApp menggunakan *google slide*. *Brief* diberikan pada tanggal 22 April 2025 dengan tenggat waktu 23 April 2025. Selain disampaikan melalui WhatsApp, penulis juga diberik *brief* secara *verbal* untuk memperjelas oleh supervisi. Berikut ini merupakan *brief* dari *Photobooth* MilkShake.



Gambar 3.22 *Brief MilkShake Photobooth*

Projek ini merupakan *photobooth* MilkShake sebagai bagian dari aktivasi kampanye. Berdasarkan dari *brief* yang diberikan oleh supervisi terdapat beberapa hal harus ada dalam *photobooth*. Warna *booth* mengikuti *key visual* yang sudah dibuat. Kemudian, wajib terdapat gambar susu MilkShake dan logo MilkShake. Selain hal tersebut, penulis diberikan kebebasan untuk berkreasi dalam membuat *photobooth*.

2. Proses Desain

Proses pembuatan *photobooth* ini diawali dengan mencari aset *photobooth* untuk membuat *mockup*. Penulis mencari aset melalui *shutterstock* yang kemudian akan diedit menggunakan Adobe Photoshop. Warna dan tipografi yang digunakan disesuaikan dengan *guideline* MilkShake berdasarkan *key visual* yang telah dirancang. Berikut ini merupakan *key visual* MilkLife MilkShake.



Gambar 3.23 MilkShake Key Visual

Berdasarkan dari *key visual* di atas, warna dominan pada *photobooth* adalah biru muda. Kemudian, *typeface* yang digunakan adalah Koara. Logo yang wajib ada dalam *photobooth* adalah logo MilkLife, logo pilihan lebih sehat, dan Savoria. Selain itu, produk dari MilkLife juga harus ada dalam desain *photobooth*.



Gambar 3.24 Proses Desain MilkShake Photobooth

Penulis memperoleh aset *photobooth* melalui *platform* Shutterstock, yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam pembuatan *mockup photobooth*. Penyesuaian warna dilakukan dengan menerapkan teknik *color overlay*, sehingga tampilan warna pada desain selaras dengan *key visual* yang telah dirancang sebelumnya. Palet warna yang digunakan didominasi dengan biru muda dan biru laut. Setelah proses warna, penulis menambahkan elemen visual cipratan susu pada bagian bawah *photobooth* untuk memperkuat tema dan menambah dinamika pada komposisi desain.

Pada bagian atas *photobooth* terdapat tulisan logo “MilkShake” dan tiga produk MilkShake untuk memperjelas identitas serta mempromosikan produk MilkShake. Logo-logo seperti Savoria dan MilkLife dibuat berukuran besar dan 3D agar terlihat jelas oleh audiens. Kemudian terdapat teks “Serunya Asik, Sehatnya A-shake” yang merupakan *tagline* dari kampanye MilkShake.

3. Revisi dan Finalisasi

Proses revisi diawali dengan memasukkan hasil desain kepada *pitch deck* MilkShake. Kemudian, setelah semua proses dan isi pada *pitch deck* selesai *art director* dan divisi lain akan melakukan presentasi kepada tiga kepala Pantarei (COO, CEO, *business director*). Setelah presentasi penulis mendapatkan *feedback* melalui *art director* dan supervisi.



Gambar 3.25 Hasil Akhir MilkShake *Photobooth*

Revisi yang diminta dalam desain ini adalah menambahkan roda pada *photobooth* dan pejalan kaki. Aset-aset tersebut penulis dapatkan melalui Shutterstock kemudian dimanipulasi menggunakan Adobe Photoshop. Dengan begitu gambar di atas merupakan hasil akhir dari desain *photobooth* MilkShake sebagai bagian dari aktivasi kampanye MilkShake.

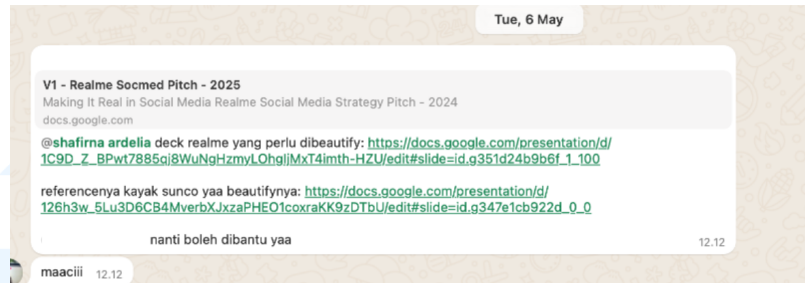
3.3.1.3 Proyek *Beautify Deck realme*

Proyek ini merupakan bagian dari proses *pitching* yang dilakukan Pantarei kepada *brand realme*. Tujuan dari *pitching* ini untuk memperoleh kepercayaan dalam mengelola akun media sosial resmi milik realme. Realme merupakan perusahaan teknologi yang berfokus pada perangkat elektronik, terutama *smartphone*. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab dalam proses *beautify pitchdeck* untuk meningkatkan daya tarik dan profesionalisme materi yang disampaikan kepada klien.

1. *Brief*

Penulis diberikan *brief* oleh *traffic* melalui WhatsApp. *Brief* ini diberikan pada tanggal 6 Mei 2025 dengan tenggat waktu 7 Mei 2025. Isi dari *brief* ini adalah untuk *beautify pitch deck* realme. Selain menggunakan

WhatsApp, penulis juga diberikan *brief* secara verbal oleh supervisi dan *art director*.

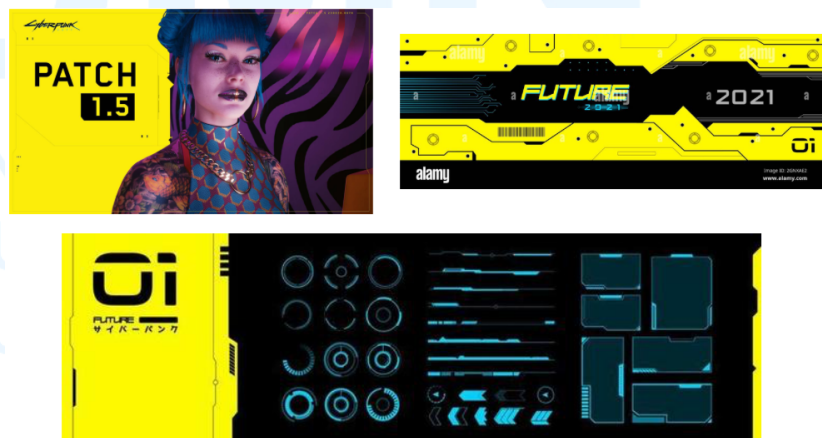


Gambar 3.26 Brief Beautify Pitch Deck realme

Brief yang disampaikan adalah untuk membuat desain *pith deck* dengan tema *digital technology*. Terdapat beberapa *keyword* yang diberikan untuk memperjelas *mood* desain yaitu *cyberpunk*, *game*, dan *simple*. Warna yang digunakan mengikuti dengan warna *brand* realme yaitu kuning, hitam, dan putih. Jumlah *slide pitch deck* realme terdiri dari 69 *slides*.

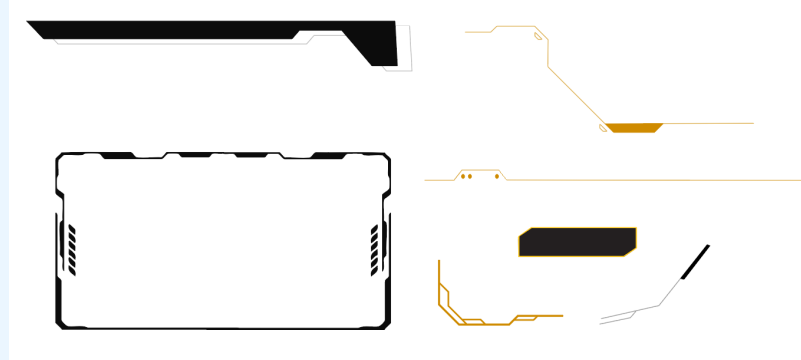
2. Proses Desain

Proses desain *beautify pitchdeck* realme ini diawali dengan mencari referensi *cyber punk 2077* untuk membuat elemen. Setelah mencari referensi, penulis mulai membuat beberapa elemen yang digunakan untuk mendesain *slide-slide*.



Gambar 3.27 Referensi Pitch Deck realme

Konsep *cyberpunk 2077* menggunakan elemen elemen *cyber* elektronik yang menggabungkan garis tipis dan tebal. Selain itu, juga terdapat bentuk persegi, lingkaran, dan trapesium sebagai elemen. Dengan begitu, penulis membuat elemen-elemen menggunakan referensi *cyberpunk 2077* dan menyesuaikannya dengan kebutuhan desain *pitch deck* realme.



Gambar 3.28 Aset *Pitch Deck* realme

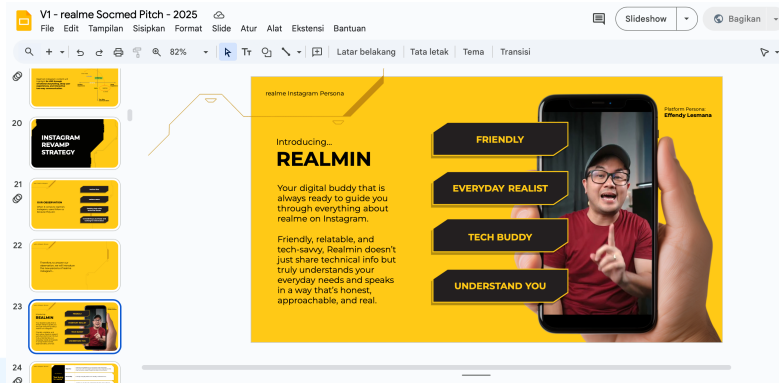
Gambar di atas merupakan elemen-elemen yang dibuat penulis untuk *beautify pitch deck* realme. Penulis membuat bentuk-bentuk elemen yang *simple*. Alasannya adalah agar mempermudah untuk penempatan elemen pada *deck* dan lebih fleksibel. Selain elemen di atas, terdapat desain *divider* yang dibagi menjadi tiga tipe.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.29 *Divider Pitch Deck realme*

Gambar di atas merupakan *divider* dari *pitch deck* realme. Divider pertama ditujukan untuk judul bab dari setiap bagian pada *pitch deck*. Desain untuk divider pertama menggunakan warna dominan hitam agar terlihat beda dari desain *slide* yang lain. Kemudian untuk *divider* sub bab menggunakan warna kuning dengan memainkan saturasi warna saja. Hal tersebut agar *divider* sub-bab tidak lebih mencolok dari *divider* judul bab. Desain *divider* sub-sub bab sengaja menggunakan warna hitam dikarenakan merupakan bagian penting dalam *pitchdeck*. Namun tetap menggunakan dominan warna kuning agar tidak lebih mencolok dari *divider* judul bab. Berikut ini merupakan implementasi elemen pada desain.



Gambar 3.30 Proses Desain *Pitch Deck* realme

Proses *layouting* pada desain ini dilakukan langsung pada *google slide*. Hal tersebut karena untuk mempermudah divisi lain dalam menyunting teks. Dalam membuat *pitch deck* ini penulis menggunakan teori *layout*. Berdasarkan Rustan (2018) terdapat empat prinsip teori *layout* yaitu keseimbangan, kesatuan, penekanan, dan rangkaian (Angela et.al, 2023).

Penerapan teori tersebut pada desain ini dapat dilihat dari teks “Realmin” memiliki ukuran yang lebih besar dan *bold* dibandingkan dengan teks lain pada desain. Hal tersebut karena “Realmin” merupakan judul yang ingin diberikan penekanan pada *slide* di atas. Dibawah judul “Realmin” terdapat *body text* yang menggunakan ukuran *font* lebih kecil. Kemudian gambar di sebelah kanan memiliki proporsi lebih besar dibandingkan teks penjelasan di sebelah kiri. Alasannya karena tujuan dari *slide* ini untuk menunjukkan “Realmin” yang merupakan admin dari realmi dengan ciri khas “*friendly, everiday realist, tech buddy, understand you*”. Alur baca *slide* tersebut terlihat jelas dari judul teks, kemudian mengarah ke *body* teks dan terakhir ke gambar yang disebelah kanan. Teori ini juga diterapkan pada

semua *slide* agar *pitch deck* terlihat profesional dan mudah dipahami oleh klien

3. Revisi dan Finalisasi

Setelah melewati proses desain, desain ini diperiksa oleh *art director* sebelum diberikan ke divisi lain. *Art director* menyetujui desain yang telah dibuat dan tidak ada revisi dari segi desain elemen dan *background*. Namun terdapat sedikit revisi dalam beberapa *slide* mengenai *copywriting*.



Gambar 3.31 Hasil *Beautify Pitch Deck* realme

Gambar di atas merupakan contoh beberapa hasil *slide* yang sudah di desain. Desain tersebut dibuat menggunakan elemen-elemen yang penulis buat dengan memanfaatkan bentuknya yang fleksibel. Tujuh elemen yang

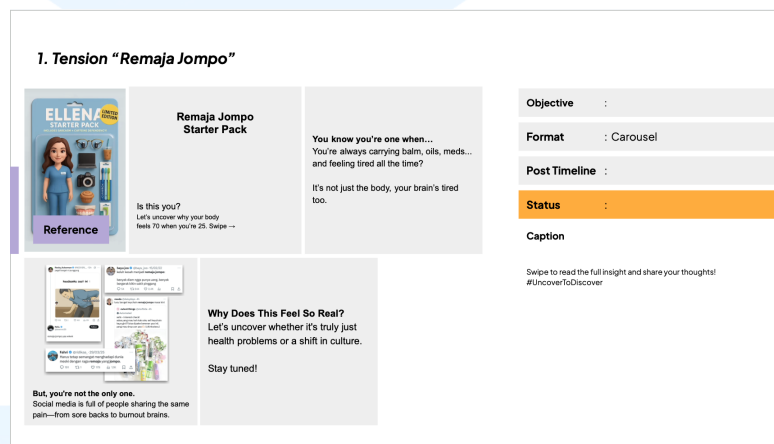
dibuat disusun sedemikian rupa ke dalam 69 *slide* sehingga memiliki desain beragam namun tetap selaras.

3.3.1.4 Proyek LUMA Instagram “Remaja Jompo”

LUMA merupakan platform informatif yang dimiliki Pantarei untuk menggali *insight* unik masyarakat. Platform tersebut berebentuk media sosial Instagram. Topik yang diangkat LUMA beragam, menyesuaikan dengan topik yang sedang *viral* dikalangan masyarakat. Konten “Remaja Jompo” mengangkat informasi mengenai *starter pack* remaja dan anak muda yang merasa kelelahan terus menerus.

1. *Brief*

Penulis diberikan *brief* oleh *traffic* melalui *google slides* dan dikirimkan melalui WhatsApp. *Brief* untuk konten ini dibuat oleh tim digital pada *google slides*. *Brief* diterima pada tanggal 28 April 2025 dan tenggat waktu pada 30 April 2025.

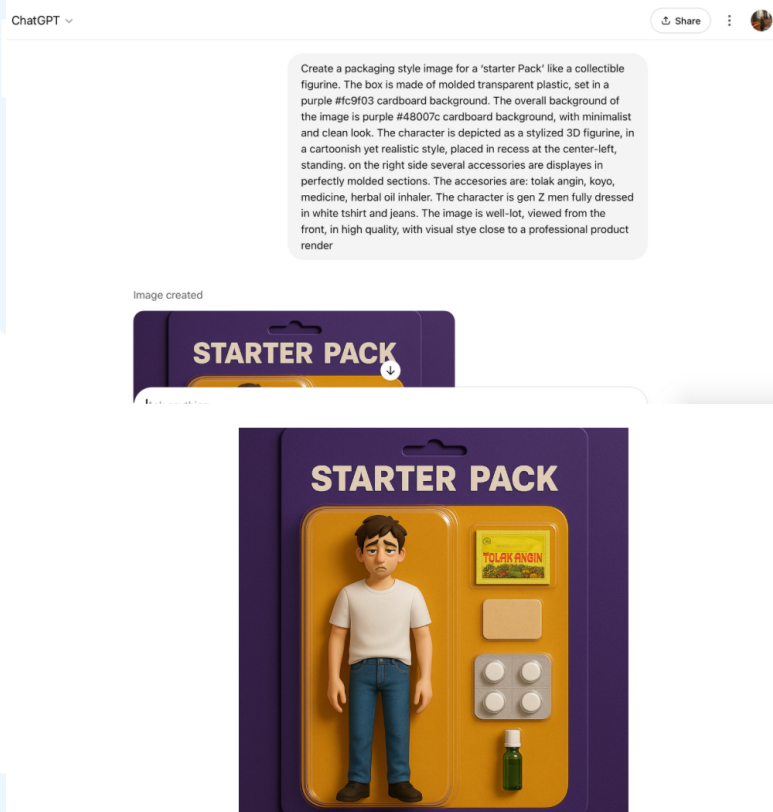


Gambar 3.32 *Brief Beautify* Remaja Jompo

Konten yang akan dibuat berdasarkan adalah Instagram *carousel post* yang terdiri dari empat *slide*. Dalam *brief* disebutkan referensi untuk menggunakan tren AI ChatGPT pada *cover* instagram post. Pantarei sendiri memperbolehkan penggunaan AI dalam proses desainnya.

2. Proses Desain

Tahap pertama yang dilakukan penulis dalam proses desain adalah membuat aset menggunakan ChatGPT. Aset tersebut dibuat menggunakan *prompt* yang mendeskripsikan gambar yang diinginkan oleh penulis. Berikut ini merupakan *prompt* ChatGPT yang penulis tulis.



Gambar 3.33 Proses Desain Remaja Jompo 1

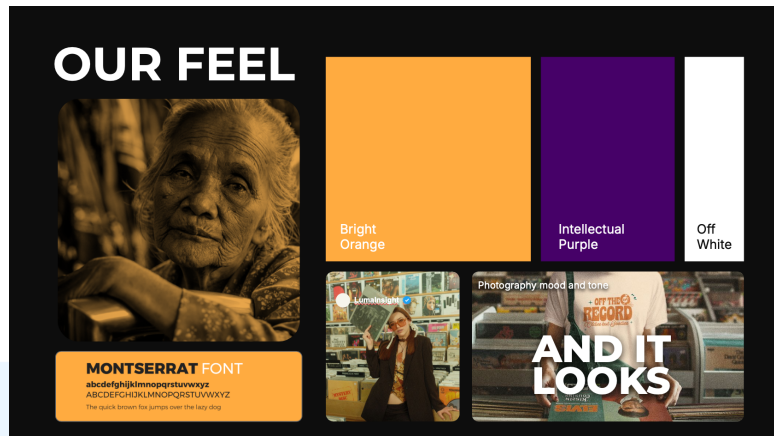
Konsep dari “*starter pack*” merupakan tren yang beredar di media sosial merupakan miniatur dari seseorang dan objek-objek yang melekat dengan orang tersebut. Dalam konten ini remaja jompo merupakan target audiens sehingga *starter pack* terdiri dari objek-objek yang berhubungan dengan mereka. Tujuannya adalah agar relevan dan menarik

perhatian target audiens. Walaupun menggunakan AI sebagai alat pembantu, penulis tetap memanipulasi gambar tersebut menggunakan Adobe Photoshop.



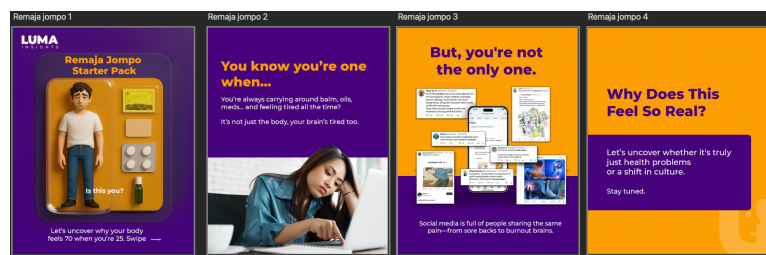
Gambar 3.34 Proses Desain Remaja Jompo 2

Gambar di atas merupakan hasil manipulasi visual yang dilakukan menggunakan Adobe Photoshop terhadap gambar yang dihasilkan oleh AI ChatGPT. Penulis melakukan beberapa penyesuaian dalam gambar agar sesuai dengan judul konten yaitu mengganti tulisan “*Starter Pack*” menjadi “*Remaja Jompo Starter Pack*”. Selain itu, penulis juga menghilangkan elemen merek seperti “Tolak Angin” dari desain untuk menghindari penampilan merek dalam desain. Hal tersebut disesuaikan dengan ketentuan publikasi pada LUMA untuk tidak menggunakan nama merek komersial.



Gambar 3.35 Panduan Desain Remaja Jompo

LUMA memiliki *guideline* desain untuk menggunakan warna ungu dan jingga sebagai *primer* atau warna utama. Selain kedua warna tersebut, diperbolehkan untuk menggunakan warna putih dan hitam untuk teks. Gaya desain yang digunakan oleh LUMA juga mengutamakan fotografi. Kebanyakan foto pada konten ini menggunakan Shutterstock sebagai sumber fotonya.



Gambar 3.36 Proses Desain Remaja Jompo 2

Hal yang pertama penulis lakukan adalah menyusun *layout* aset foto pada *artboard*. Ukuran desain ini adalah 1080x1350 piksel sesuai dengan ukuran Instagram feeds terbaru. *Margin* pada desain ini adalah 1,5 cm. Sesuai dengan *guidelines* yang diberikan, *typeface* yang digunakan adalah Montserrat.

Dalam membuat desain ini penulis menggunakan teori prinsip desain. Prinsip desain merupakan panduan untuk menyusun beberapa elemen desain sehingga terlihat fungsional dan estetis (Hartadi dkk., 2020, h. 106). Teori tersebut membantu penulis dalam menempatkan posisi gambar dan juga teks pada desain ini. Alur baca dari yang penulis bikin berawal dari atas ke bawah, oleh karena itu judul-judul setiap halaman menggunakan ukuran yang besar dibandingkan *body text*. Kemudian, untuk memperjelas alur baca dengan penekanan dalam warna dan ketebalan pada teks judul berbeda dengan *body text*. Gambar dimasukkan sebagai pendukung teks dan informasi yang diampaikan. Gambar-gambar juga disusun ke dalam desain secara strategis untuk menjaga alur visual dan menuntun arah baca audiens.

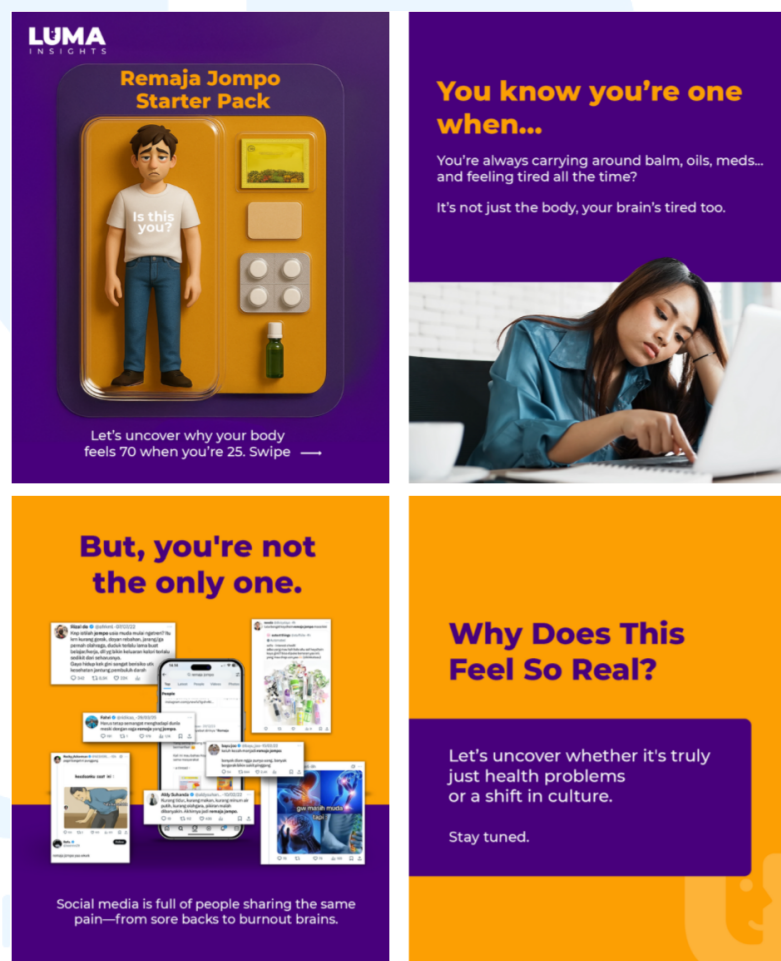
3. Revisi dan Finalisasi Desain

Tahap ini diawali dengan memasukkan desain ke dalam *google slides* agar dapat dilihat oleh divisi lain. Dikarenakan LUMA merupakan *platform internal* desain ini akan diperiksa oleh *Account Executive*, tim *digital*, CEO, COO, dan *business director* Pantarei. Berikut ini merupakan revisi yang dilakukan oleh penulis.



Gambar 3.37 Revisi Desain Remaja Jompo

Revisi yang diminta pada desain ini adalah penempatan teks pada desain. Teks “*is this you?*” diminta untuk diposisikan pada daerah yang lebih mencolok dan menyatu dengan desain. Oleh karena itu, penulis meletakkan teks tersebut pada *figure* orang sebagai sablon baju. Penempatan ini bertujuan untuk memperkuat keterkaitan antara pesan teks “*is this you?*” dengan visual karakter dalam kondisi kelelahan.



Gambar 3.38 Hasil Akhir Desain Remaja Jompo

Gambar di atas merupakan hasil akhir dari konten LUMA “Remaja Jompo”. Desain tersebut akan kembali dimasukkan ke dalam *google slide* untuk meminta persetujuan dari *Account Executive*, tim *digital*, CEO, COO,

dan *business director*. Jika mendapatkan persetujuan, penulis akan diminta untuk memasukkan desain resolusi tinggi ke dalam Google drive agar tim digital dapat mengunggah ke dalam media sosial.

3.3.1.5 Proyek *Frame Motion Graphic* MilkLife

Proyek ini merupakan bagian dari promosi MilkLife *lactose free* ramadan melalui media sosial. Konten ini berbentuk Reels Instagram *motion graphic*. Dalam proyek ini, penulis bertugas untuk membuat *frame motion graphic* dan aset-aset yang dibutuhkan dalam *motion graphic*.

1. *Brief*

Penulis diberikan *brief* oleh *traffic* melalui *google slides* dan dikirimkan melalui WhatsApp. *Brief* untuk konten ini dibuat oleh tim digital pada *google slides*. *Brief* diterima pada tanggal 26 Maret 2025 dan tenggat waktu pada 27 Maret 2025.

Es Susu Kelapa Selasih		Date : 27 Maret 2025	Format : IG Reels motion
		Pillar: Moment & Trends Product Focus: Lactose free original	
Bahan: • 250ml MilkLife Lactose Free original • 100 ml air Kelapa • 2 sdm daging kelapa muda Serut • 2 sdm nata de coco • 1 sdt selasih (rendam dulu di air hangat) • 1 sdm madu atau sirup gula aren • Es batu secukupnya		Cara Masak: • Campur susu, air kelapa, dan madu dalam gelas. • Masukkan es batu, daging kelapa muda, dan jelly kelapa • Taburkan selasih di atasnya. • Aduk sebelum diminum dan nikmati kesegarannya!	
Visual direction - -		Caption: Es kelapa campur susu?!!! Enang enak? Eh, kalian belum cobain menu ini nih! Es susu kelapa selasih, perpaduan susu MilkLife dan es kelapa bikin buka puasa jadi makin seger! Yuk, cobain sekarang! #AmanLambungBebasKembung	
Reference:		Brief Pit: - Output : 1 Video Shoot - Product : MilkLife Lactose Free 1L	

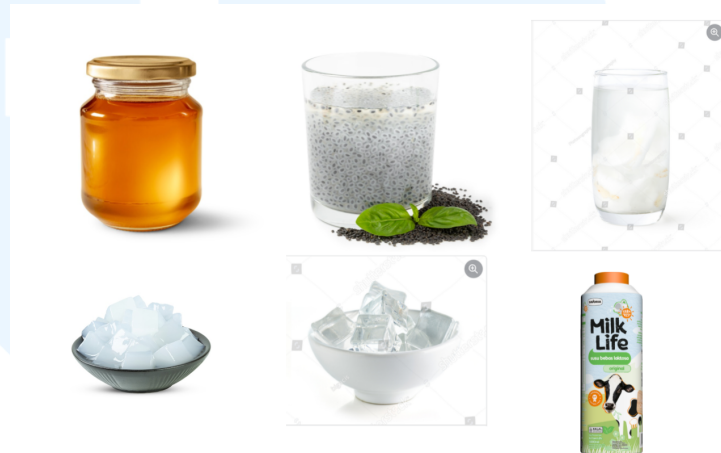
Gambar 3.39 *Brief* Konten Es Susu Kelapa Selasih

Konten yang akan dibuat berdasarkan adalah Instagram Reels *Motion*, namun penulis hanya bertugas untuk membuat *frame motion graphic* tersebut. Konten ini berisi penjelasan mengenai cara pembuatan es susu kelapa selasih. Dalam *brief* disebutkan referensi dan *copy* yang akan dimasukkan ke dalam desain. Tujuan dari konten ini untuk

memberikan alternatif dan saran penggunaan susu MilkLife *Lactose free*.

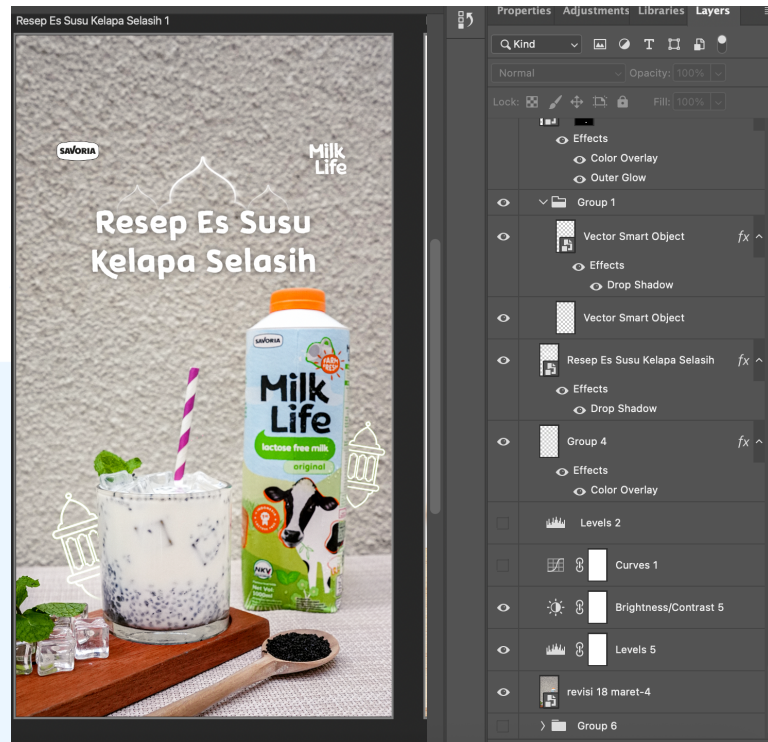
2. Proses Desain

Tahap pertama yang dilakukan penulis dalam proses desain adalah mengumpulkan aset yang dibutuhkan. Aset-aset untuk desain ini bersumber dari Shutterstock. Berikut ini merupakan gambar dari aset-aset konten “es susu kelapa selasih”.



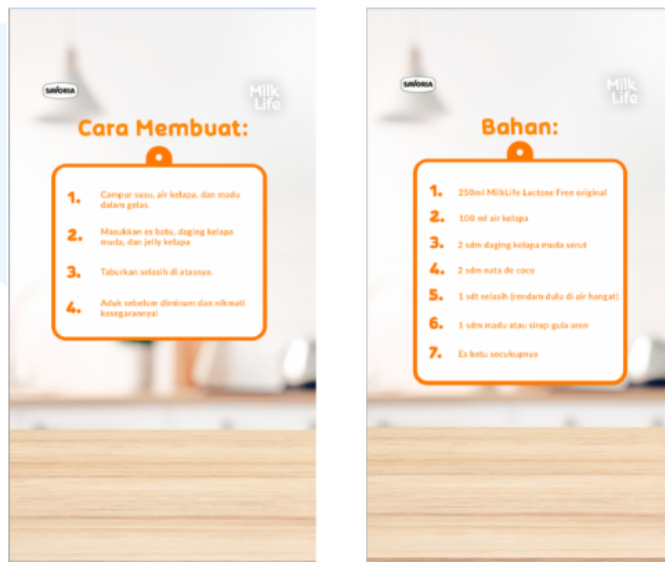
Gambar 3.40 Proses Desain Remaja Jompo 1

Aset-aset tersebut dipilih berdasarkan dari penjelasan resep pembuatan es susu kelapa selasih. Setelah semua gambar yang dibutuhkan telah terkumpulkan, penulis mulai mendesain. Desain ini terdiri dari tiga *frame* yaitu *cover*, penjelasan bahan-bahan, dan cara pembuatan. *Cover* dari konten ini merupakan hasil *photoshoot* produk yang dilakukan oleh tim Pantarei.



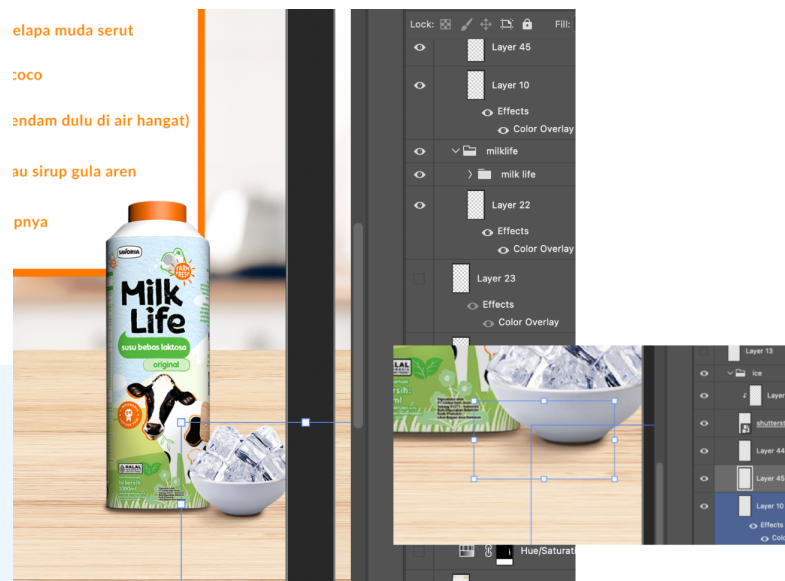
Gambar 3.41 Proses Desain Remaja Jompo 2

Gambar di atas proses desain *cover* konten es susu kelapa selasih. Penulis memanipulasi keterangan dan kontras pada foto menggunakan Adobe Photoshop. *Tools* yang digunakalan adalah *level* dan *brightness/contrast*. Kemudian, setelah warna yang diinginkan didapatkan aset dan teks pada desain ditambahkan. Tingkat keterbacaan adalah hal penting yang harus diperhatikan dalam menyusun tipografi dan (Iswanto, 2023). Teks “Resep Es Susu Kelapa Selasih” menggunakan *typeface* Koara dengan ukuran yang besar karena merupakan judul. Setelah itu, penulis menambahkan elemen ramadan kubah dan lampion dan memberikan *overlay* warna putih agar terlihat selaras dengan keseluruhan desain. Kemudian, teks tersebut diberikan *shadow* untuk memperjelas tingkat keterbacaannya.



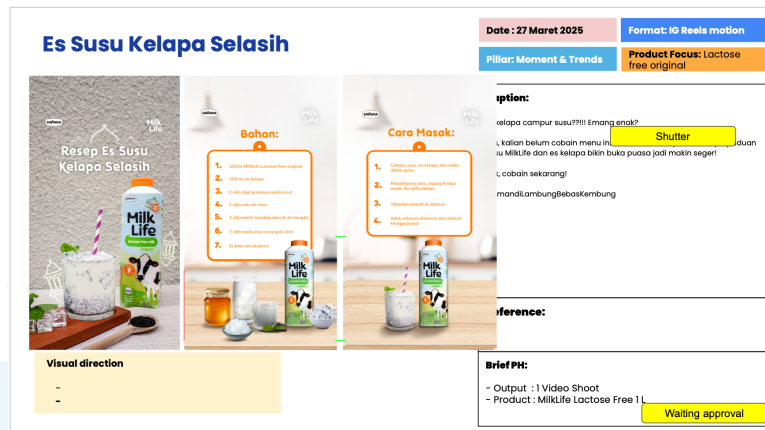
Gambar 3.42 Panduan Desain Remaja Jompo

Gambar di atas merupakan proses desain dalam membuat latar belakang. Penulis menggunakan latar belakang dapur yang didapat dari Shutterstock. Gambar tersebut diubah ukurannya menjadi 1080x1960 piksel sesuai dengan ukuran Reels Instagram. Selanjutnya, ditambahkan elemen berupa persegi berbentuk seperti papan tulis untuk meletakkan teks. Teks menggunakan *typeface* Koara untuk judul dan Lato untuk *body text*.



Gambar 3.43 Proses Desain Remaja Jompo 2

Tahap selanjutnya penulis menambahkan aset-aset gambar bahan-bahan yang digunakan dalam membuat es susu kelapa selasih. Dalam fotografi terdapat ilmu pencahayaan yaitu arah cahaya (Yunanto, 2021). Penulis menambahkan *shadow* dan *highlight* pada tempat-tempat yang diperlukan pada setiap gambar yang dimasukkan ke dalam desain menggunakan Adobe Photoshop. Agar gambar yang ditempel terlihat selaras, penulis menggunakan teori *oval light* agar memberikan dimensi pada objek namun tidak mengubah warna dan karakteristik (Yunianto, 2021).



Gambar 3.44 Proses Desain Remaja Jompo 2

Setelah desain selesai, penulis akan melakukan asistensi kepada supervisi mengenai desain yang telah dibuat. Pada tahap itu, penulis akan mendapatkan masukan mengenai revisi-revisi dan tambahan pada desain sebelum memasukkan desain ke dalam *deck* untuk proses asistensi. Ketika sudah mendapatkan persetujuan dari supervisi mengenai desain, penulis akan masuk ke tahap selanjutnya. Tahap tersebut adalah memasukkan desain ke dalam *deck* untuk diperiksa oleh *account executive* sebelum diberikan kepada klien. Proses ini untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam konten yang telah didesain.

3. Revisi dan Finalisasi Desain

Desain ini hanya memiliki sedikit revisi setelah melakuakn proses asistensi kepada pihak supervisor dan *account executive*. Terdapat *typo* pada salah satu teks dalam proses mendesain. Penulis, memperbaiki hal tersebut dan berikut ini merupakan hasil akhir desain.



Gambar 3.45 Revisi Desain Remaja Jompo

Hasil akhir desain ini dikirimkan kepada klien melalui *google slide* oleh *account executive*. Setelah mendapatkan persetujuan klien, desain ini akan dianimasi oleh *motion graphic designer*. Hasil akhir desain yang penulis lakukan hanya sebatas membuat *frame* dan aset-aset yang akan digunakan *motion graphic designer*.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama melakukan praktik kerja magang di Pantarei *communication*, penulis mengalami beberapa kendala dalam lingkungan kerja. Kendala tersebut berupa *hard skill* dan juga adaptasi dalam lingkungan kerja yang baru bagi penulis. Namun, penulis juga mendapatkan solusi dari kendala-kendala tersebut agar memaksimalkan pengalaman yang didapatkan dalam kerja magang ini.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis mengalami beberapa kendala dari segi *hard skill* maupun lingkungan kerja. Kendala dalam *hard skill* adalah penggunaan Adobe Photoshop pada proses desain. Penulis kurang berpengalaman dalam menggunakan *software* tersebut dalam mendesain. Terlebih lagi, praktik desain pada pelaksanaan magang ini mayoritas menggunakan *digital imaging* dan memanipulasi foto.

Penulis juga memiliki kendala dalam variasi proyek yang dikerjakan. Penulis lebih sering mendapatkan pekerjaan seputar media sosial dan merevisi hasil desain dari orang lain. Dengan begitu, penulis kurang mendapatkan kesempatan untuk belajar lebih dalam mengenai jenis desain lain. Hal tersebut juga disebabkan padatnya *timeline* dalam Pantarei untuk membuat suatu desain. Tim kreatif diberikan tenggat waktu yang ketat dalam membuat suatu desain. Hal tersebut menjadi kendala bagi supervisor penulis dalam memberikan pekerjaan seperti *key visual* dan desain-desain kompleks lainnya kepada penulis.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Melalui kendala yang penulis alami selama pelaksanaan magang, penulis juga mencari solusi untuk memperbaiki hal tersebut. Solusi untuk kendala dalam *hard skill* Adobe Photoshop adalah penulis mencoba untuk melihat panduan desain melalui media sosial. Selain itu, penulis juga dibantu oleh supervisor dalam menguasai Adobe Photoshop. Kemudian seiring berjalannya pengalaman dan banyaknya proyek yang dikerjakan, kemampuan Adobe Photoshop dan *digital imaging* penulis mulai meningkat.

Solusi untuk kendala kedua adalah penulis lebih aktif berkomunikasi dengan tim kreatif. Selama komunikasi berlangsung, penulis diberikan informasi bahwa *traffic* belum sepenuhnya paham kemampuan desain yang dimiliki penulis, sehingga khawatir *work load* yang diberikan terlalu rumit. Mendengar hal tersebut, penulis mengkomunikasikan jenis-jenis desain yang penulis dapat lakukan. Kemudian sejak penulis mengkomunikasikan hal tersebut, proyek-proyek jenis lain seperti *beautify deck* dan *mockup* juga diberikan kepada penulis.