

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

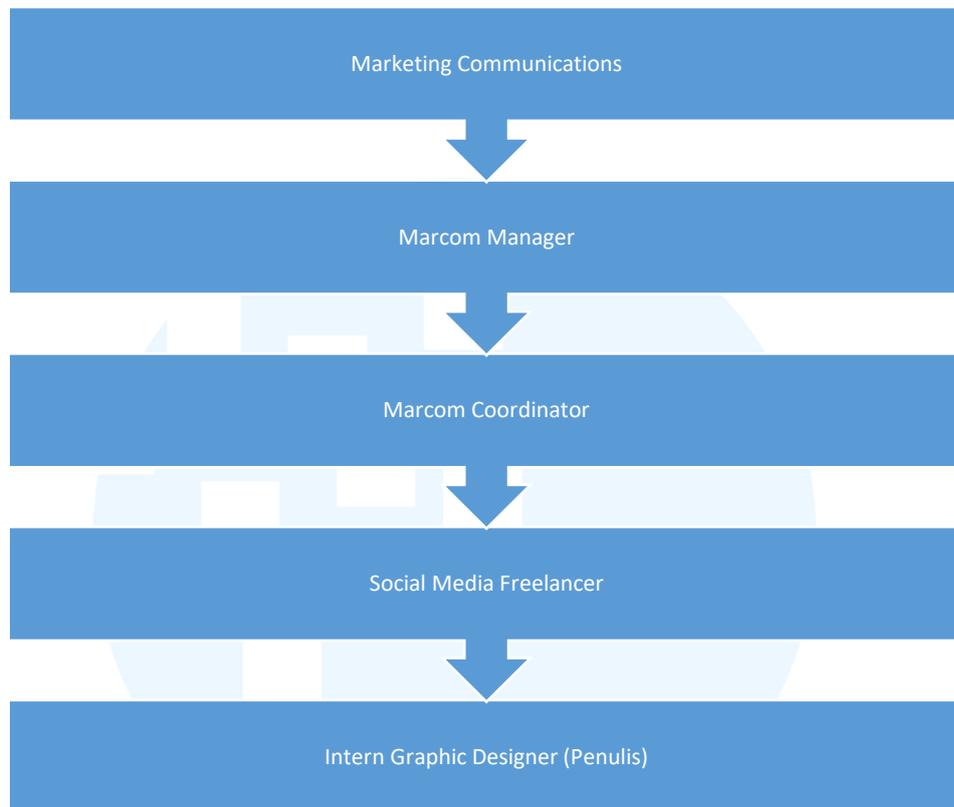
#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di Colorbox PT Delami Brands, penulis ditempatkan di bawah divisi *Marketing Communication* (Marcomm) dengan peran sebagai Intern Graphic Designer. Dalam posisi ini, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan konten visual untuk media sosial Colorbox, bekerja sama dengan tim internal maupun eksternal dalam proses perencanaan hingga eksekusi desain. Koordinasi dalam pekerjaan dilakukan secara berjenjang agar setiap konten yang dihasilkan selaras dengan identitas merek Colorbox serta strategi pemasaran perusahaan.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Sebagai *Intern Graphic Designer* di divisi *Marcomm*, penulis berperan dalam mengembangkan materi desain yang digunakan untuk keperluan promosi digital, khususnya media sosial. Posisi ini menuntut penulis untuk bekerja sama dengan berbagai pihak dalam penyusunan konten, termasuk tim media sosial dan manajerial. Berikut adalah bagan struktur organisasi divisi *Marcomm* yang menggambarkan posisi penulis dalam perusahaan:

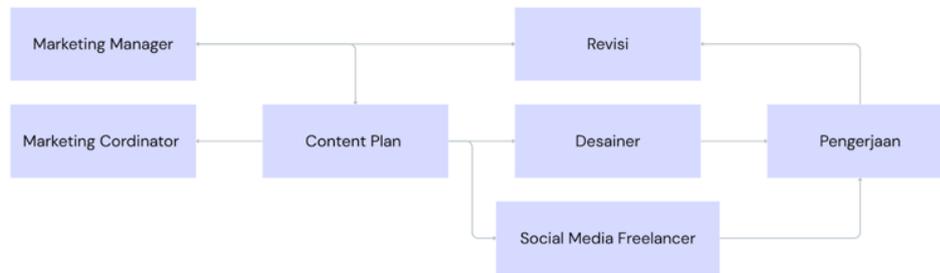
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Pelaksanaan Magang  
Sumber: Brigitte, 2025

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam menjalankan tugasnya, penulis berkoordinasi secara langsung dengan tim social media freelancer untuk berdiskusi mengenai konsep konten dan referensi desain. Setelah konsep awal terbentuk, penulis mengajukan ide konten beserta referensi dan struktur grid Instagram kepada Marcomm Manager Colorbox untuk mendapatkan persetujuan. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis mulai mengeksekusi desain berdasarkan arahan yang diberikan. Desain yang telah dibuat kemudian melalui tahap revisi oleh Marcomm Manager dan Marcomm Coordinator untuk memastikan kesesuaian dengan strategi branding perusahaan. Jika desain sudah dianggap sesuai, maka konten siap untuk dipublikasikan.



Gambar 3.2 Bagan Koordinasi Pelaksanaan Magang  
Sumber: Brigitte, 2025

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani magang sebagai Intern Graphic Designer di divisi Marketing Communication (Marcomm) Colorbox PT Delami Brands, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan konten visual untuk media sosial. Fokus utama pekerjaan melibatkan perancangan materi desain yang selaras dengan identitas merek, mulai dari konsep hingga eksekusi final. Setiap tugas yang dikerjakan berhubungan langsung dengan strategi pemasaran digital perusahaan dan memerlukan koordinasi dengan berbagai pihak untuk memastikan hasil yang optimal. Berikut merupakan *daily task* yang telah dilakukan selama pelaksanaan program magang:

Tabel 3.1 Detail Daily Task

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	8—10 Januari 2025	Desain konten bulanan Colorbox - Januari	Membantu dalam membuat content planning untuk di bulan Januari, sekaligus mencari referensi dan membuat moodboard untuk grid Instagram Colorbox.
2	13-17 Januari 2025	Desain konten bulanan Colorbox - Januari, Februari, dan media promosi untuk koleksi Lebaran	Membuat ide konten untuk koleksi di Februari dan Lebaran, sekaligus membuat asset video dan foto pada hari Photoshoot, untuk keperluan konten di media sosial. Penulis juga ikut serta memilih hasil photoshoot yang cocok untuk digunakan dan

			ditampilkan di media sosial Colorbox.
3	20-24 Januari 2025	Konten Chinese New Year dan konten giveaway kolaborasi Colorbox x Adorable projects	Penulis menyusun desain untuk menyambut Chinese New Year, sekaligus melakukan promosi untuk baju Chinese New Year Colorbox. Penulis juga iut serta dalam membuat video organik untuk giveaway Colorbox x Adorable Projects.
4	3-7 Februari 2025	Desain konten bulanan Colorbox - Februari	Penulis membuat ide konten dan desain konten untuk di bulan Februari.
5	10-14 Februari 2025	Content planning, moodboard, dan reference Colorbox x Hello Kitty Collection	Penulis membuat ide konten dan moodboard untuk keperluan photoshoot koleksi Colorbox x Hello Kitty.
6	17-21 Februari 2025	Desain media sosial Colorbox x Hello Kitty	Penulis membuat 9 post story dan feeds untuk mempromosikan koleksi terbaru Hello Kitty x Colorbox, yang kemudian dikirim ke pihak licensing Sanrio untuk approval desain media sosial tersebut.
7	24-28 Februari 2025	Desain media sosial Colorbox x Hello Kitty	Penulis mengerjakan revisi yang diberikan oleh pihak Sanrio mengenai desain post story dan feeds mengenai kolaborasi Colorbox dengan Hello Kitty.
8	3-7 Maret 2025	Konten Instagram Februari dan Ramadhan.	Penulis memikirkan ide konten dan desain konten untuk di bulan Maret dan konten promosi bulan untuk koleksi bulan Ramadhan.
9	10-14 Maret 2025	Konten Instagram Maret.	Penulis membuat ide konten untuk pembuatan konten organik di bulan Maret. Penulis juga bekerja sebagai content creator untuk membuat video tersebut.
10	17-21 Maret 2025	Konten Instagram Maret.	Penulis lanjut membuat desain konten dan video konten untuk di bulan maret, sekaligus melakukan beberapa revisi pada desain post Hello kitty x Colorbox.

11	24-28 Maret 2025	Konten Instagram April.	Penulis membuat ide konten dan desain konten untuk di bulan April.
12	29 Maret-9 April 2025	Konten Instagram April.	Penulis membuat ide konten dan desain konten untuk di bulan April.
13	10-14 April 2025	Konten Instagram April.	Penulis membuat ide konten, membuat konten dan juga mendesain konten untuk di bulan April, week 3.
14	15-21 April 2025	Konten Instagram April.	Penulis melakukan revisi terkait desain grid social media yang telah dibuat, serta melakukan editing untuk video organik yang telah diambil.
15	22-26 April 2025	Kolaborasi Colorbox dan Sanrio (Cinnamoroll dan Kuromi), dan Koleksi Bulanan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis ikut serta dalam pelaksanaan photoshoot untuk kolaborasi antara Colorbox dan Sanrio untuk kedua kalinya.</li> <li>- Penulis juga mempersiapkan konten dan moodboard untuk konten social media di bulan May.</li> </ul>
16	29 April-2 May 2025	Pembuatan konten dan Desain konten bulan May.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis melakukan preparasi untuk pembuatan konten di studio dengan freelance social media dan talent.</li> <li>- Penulis menyiapkan styling mix and match untuk konten organik.</li> <li>- Penulis membantu dalam kreasi konten sebagai pengambil konten dan sebagai talent juga.</li> <li>- Penulis lanjut dalam membuat desain konten untuk bulan May.</li> <li>- Penulis melakukan seleksi foto dari hasil photoshoot koleksi bulan May dan kolaborasi dengan Sanrio.</li> </ul>
17	5-9 May 2025	Desain konten bulanan dan kolaborasi dengan Sanrio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempresentasikan hasil desain konten dan moodboard yang telah dibuat untuk kebutuhan social media di bulan may, dari week 1 sampai week 2.</li> <li>- Revisi beberapa desain social media</li> </ul>

			<p>di bulan May.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Approval desain kepada pihak Sanrio, terkait konten kolaborasi dengan Colorbox.</li> </ul>
18	13-16 May 2025	Content Planning May-June	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat content plan untuk keperluan content organik di bulan May-June.</li> <li>- Membuat syling baju untuk keperluan konten.</li> </ul>
19	19-23 May 2025	Membuat konten dan desain konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentasi mengenai content plan yang sudah dibuat bersama social media specialist.</li> <li>- Eksekusi pembuatan konten.</li> <li>- Melakukan editing dan desain untuk konten sosial media.</li> </ul>
20	26-30 May 2025	Konten bulanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan mendesain konten untuk di bulan Juni.</li> <li>- Membantu mencari konten untuk dibuat di hari photoshoot koleksi bulan Juni.</li> <li>- Ikut serta dalam photoshoot Colorbox untuk koleksi bulan Juni.</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di Colorbox, penulis terlibat dalam berbagai proyek desain yang berkaitan dengan pengelolaan konten media sosial. Pekerjaan dilakukan berdasarkan kebutuhan promosi dan branding yang diarahkan oleh tim internal perusahaan. Penulis bertanggung jawab dalam perencanaan dan desain visual, dan juga terlibat dalam proses kreatif, mulai dari brainstorming hingga proses photoshoot. Dalam pelaksanaan proyek, penulis mengikuti proses kreatif perusahaan, yaitu berawal dari briefing awal, riset tren, dan referensi visual, pembuatan konten dan desain, proses revisi, hingga publikasi melalui media sosial Colorbox.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama menjalani magang di Colorbox (PT Delami Brands), tugas utama yang penulis kerjakan adalah membuat desain konten untuk media sosial Colorbox. Pekerjaan ini dilakukan setiap hari dan dirancang dalam perencanaan bulanan. Proyek ini menjadi salah satu pengalaman yang paling berkesan karena sangat relevan dengan keilmuan desain komunikasi visual, khususnya dalam industri *fashion retail*. Dalam proses pengerjaan proyek ini, penulis secara tidak langsung mengikuti tahapan metode *Design Thinking*, meskipun metode tersebut tidak disebutkan secara formal oleh perusahaan.

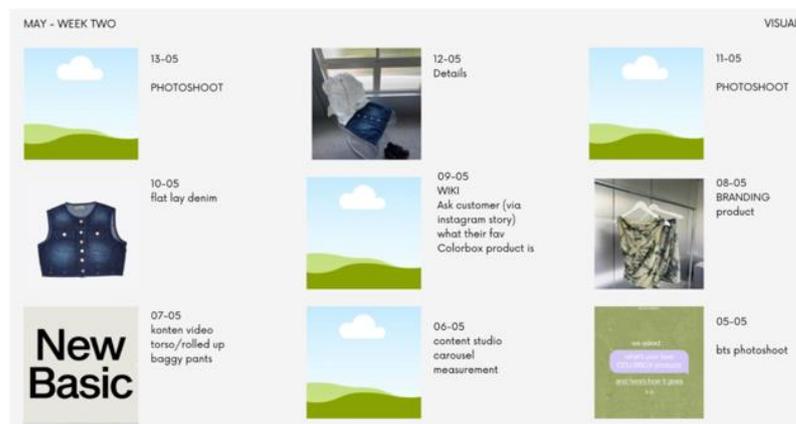
Desain yang dibuat oleh penulis memiliki gaya yang *simple, youthful*, dan tetap konsisten dengan identitas merek Colorbox. Tahap pertama dimulai dengan memahami kebutuhan audiens dan *brand* melalui diskusi bersama tim sosial media (*empathize & define*). Penulis biasanya mencari tahu apa yang sedang *trending* melalui *tiktok, instagram*, dan berdiskusi dengan tim *brand* mengenai apa produk yang sedang ingin ditonjolkan. Setelah itu, penulis mulai mengembangkan ide-ide konten yang relevan dan kreatif (*ideate*). Ide-ide tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk foto inspirasi visual dan tema terlebih dahulu.

Proses perancangan diawali dengan diskusi bersama *Social Media Specialist* untuk menentukan tema, topik yang ingin diangkat, serta tujuan dari setiap konten, apakah untuk kebutuhan *branding*, promosi, atau meningkatkan *engagement*. Setelah tahap diskusi, penulis bersama dengan *social media specialist* menyusun ide konten, mencari inspirasi visual sebagai acuan desain konten. Dibawah ini merupakan contoh dari *moodboard* yang dibuat oleh penulis, untuk menentukan tema foto organik, desain, warna, dan *mood* yang ingin ditunjukkan di media sosial Colorbox. Penulis mencari inspirasi yang menunjukkan sisi dewasa, yang dikombinasikan dengan kesan *playfulness*, namun tetap minimalist dalam waktu yang bersamaan. Berikut contoh *moodboard* nya:



Gambar 3.3 Moodboard Grid Bulanan Colorbox

Setelah itu, penulis bersamaan dengan *social media specialist* pun membuat *content plan* di aplikasi *Canva*, dimana konten dibagi dan disusun menjadi 9 *post*, yang kemudian akan ditentukan apa topik nya, ide konten nya, referensinya, arah desain nya, dan format nya, apakah untuk kebutuhan foto atau *reels*. Dibawah ini adalah contoh dari *content planning* yang dibuat oleh penulis dan *social media specialist* untuk kebutuhan konten bulanan Colorbox di *Instagram*:

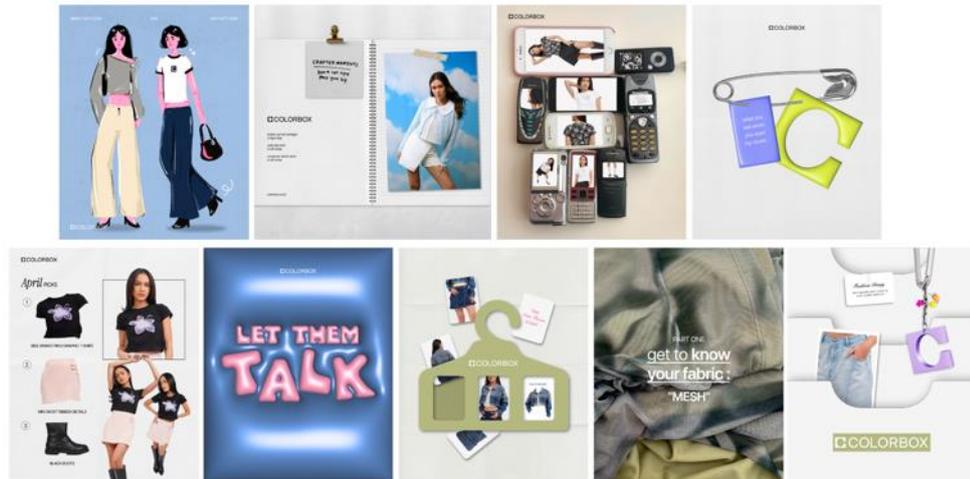


Gambar 3.4 Content Plan

Konten-konten ini dibuat berdasarkan struktur brand pillars yang dimiliki Colorbox, di mana masing-masing jenis konten memiliki porsi yang telah ditentukan (seperti persentase konten promosi, *branding*, dan *engagement*). Struktur ini membantu penulis dalam menyusun konten secara lebih strategis dan terarah sesuai dengan kebutuhan brand.

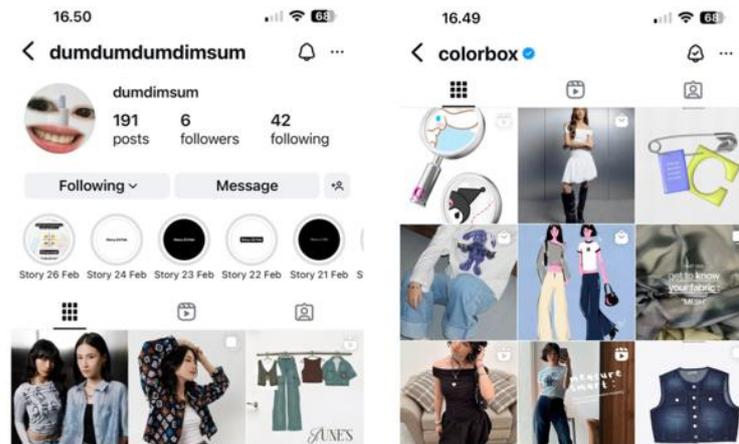
Setelah ide konten dan *copywriting* sudah di setujukan, penulis langsung lanjut untuk mendesain sampai final, tanpa ada proses sketsa

terlebih dahulu, supaya lebih efisien. Penulis tidak dapat mencantumkan proses revisi karena biasanya proses revisi terjadi secara langsung, dan tidak dapat di dokumentasikan. Selanjutnya, desain dieksekusi dan diajukan untuk proses approval sebelum dijadwalkan tayang. Berikut adalah hasil desain yang telah di buat oleh penulis:



Gambar 3.5 Desain Media Sosial

Pada hasil desain diatas, dapat dilihat bahwa desain terlihat *playful*, dari warna-warna yang dipilih oleh penulis, yang merupakan *brand colours* Colorbox. Penulis juga cenderung menggunakan *font* sans serif, supaya dapat menyeimbangkan *mood* yang *playful* dan minimalist. *Typeface* yang digunakan oleh penulis adalah *Inter*, yang merupakan *font* panduan untuk *branding* Colorbox. Namun, dalam beberapa desain, penulis suka mengkombinasikan *typeface* lainnya, untuk membuat desain lebih bervariasi namun tidak berbeda juga. Pada contoh desain diatas, terdapat konten *relatable*, *mood*, edukasi, ilustrasi, hingga *photoshoot*. Hasil desain yang lebih lengkap telah dicantumkan oleh penulis pada halaman lampiran.



Gambar 3.6 Proses Testing

Setelah desain yang telah dibuat diajukan untuk mendapatkan masukan dan persetujuan sebelum akhirnya dipublikasikan (test). Biasanya, penulis memberikan hasil desain kepada *social media specialist*, dan desain konten akan diunggah pada akun khusus *testing* untuk revisi, sampai akhirnya diunggah di akun Colorbox. Dari proyek ini, penulis belajar untuk bergerak lebih cepat, dikarekankan tuntutan *deadline*, dimana dibutuhkan konten setiap harinya, setiap bulan. Oleh karena itu, penulis juga belajar untuk mengatur waktu yang lebih baik, dan berkomunikasi yang aktif supaya tidak terjadi miskomunikasi dan tidak terjadi revisi yang dadakan.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

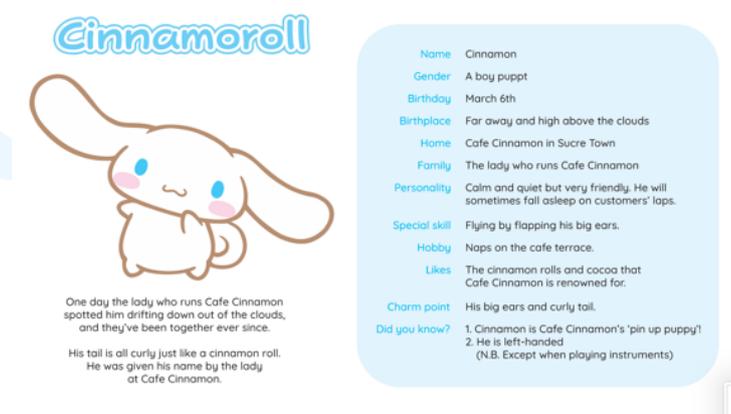
Selama menjalani masa magang di Colorbox, penulis tidak hanya mengerjakan konten harian untuk media sosial, tetapi juga diberi kesempatan untuk terlibat dalam beberapa proyek tambahan yang cukup beragam. Empat proyek utama yang penulis kerjakan adalah kampanye kolaborasi Hello Kitty, konten kolaborasi Kuromi & Cinnamoroll sampai menjadi konten kreator. Meskipun seluruh output dari proyek-proyek ini ditujukan untuk media sosial, masing-masing memiliki tujuan komunikasi yang berbeda, mulai dari promosi kolaborasi produk, peningkatan brand engagement, sampai penguatan storytelling visual. Setiap proyek juga memiliki tantangan dan proses tersendiri, seperti penyesuaian identitas visual, eksplorasi gaya desain, hingga diskusi serta revisi dengan tim internal. Proyek-proyek ini menjadi

pengalaman penting karena memperluas keterampilan penulis dalam menghadapi berbagai kebutuhan desain, serta mempelajari hal-hal yang diluar desain juga.

### 3.3.2.1 Proyek Kolaborasi Colorbox x Cinnamoroll dan Kuromi

Selain mengerjakan konten reguler untuk media sosial Colorbox, penulis juga diberi tanggung jawab untuk merancang konten khusus dalam proyek kolaborasi antara Colorbox dan Sanrio, yang menampilkan dua karakter yaitu: Kuromi dan Cinnamoroll. Kolaborasi ini menjadi salah satu proyek spesial karena menuntut penulis untuk menyesuaikan gaya desain Colorbox yang minimalis dan youthful dengan karakteristik visual Sanrio yang lucu dan khas.

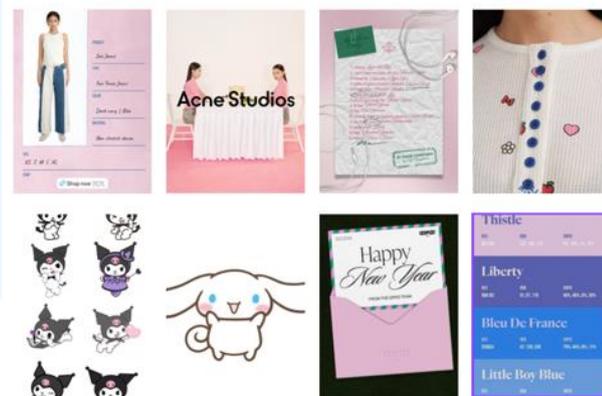
Penulis membuat berbagai macam konten visual untuk mendukung promosi ini, mulai dari unggahan produk, hingga konten storytelling seperti deskripsi karakter dan persona pembeli. Proses pengerjaan diawali dengan brainstorming bersama tim sosial media untuk menentukan pesan utama yang ingin disampaikan dari kolaborasi ini dilanjutkan dengan riset karakter dan eksplorasi referensi visual dari dunia Sanrio agar penyampaian desain tetap autentik namun tetap sesuai dengan branding Colorbox.



Gambar 3. 7 Karakter Cinnamoroll

Pihak Sanrio pun sebelumnya sudah memberikan *guide* mengenai karakter *Cinnamoroll* dan *Kuromi*, yang kemudian

dimanfaatkan oleh penulis untuk kebutuhan konten dan *mood* yang ingin ditunjukkan secara visual, dan dikombinasikan dengan *mood* Colorbox yang cenderung minimalis, *youthful*, namun tidak terlalu kekanak-kanakan. Oleh karena itu, penulis membuat *moodboard* seperti dibawah ini, dimana inspirasi dan *mood* dibawah terlihat *playful*, tanpa terlihat terlalu kekanak-kanakan, dan tetap *clean*. Dengan penggunaan warna yang pastel, namun diimbangi dengan *font* yang simpel dan modern.



Gambar 3.8 *Moodboard* Kolaborasi Sanrio

Setelah menyusun *moodboard*, inspirasi dan konsep visual, penulis melanjutkan ke *content planning* terlebih dahulu. Berbeda dengan *content plan* untuk *post* reguler, *content plan* kali ini dibuat di *Google Slides*, yang bergabung dengan pihak Sanrio, sekaligus untuk meminta *approval* dari pihak Sanrio. Dibawah ini merupakan salah satu contoh halaman untuk *content plan* nya:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### Post #1 (IG Feed and story)

Launch Date : 14/05/2025

#### CAPTION For Approval

Two icons, one drop. You think you're ready, but this one's coming in hot! 🌶️  
👉 Follow us and tag your BFFs to mentally prepare (aka scream in the comments)!

#COLORBOX #SanrioIndonesia #Kuromi #Cinnamoroll

Translation (ENGLISH)

#### Image For Approval

Cover GIF



Video



#### Creative Comments

Copy Comments

#### Additional Remarks From License

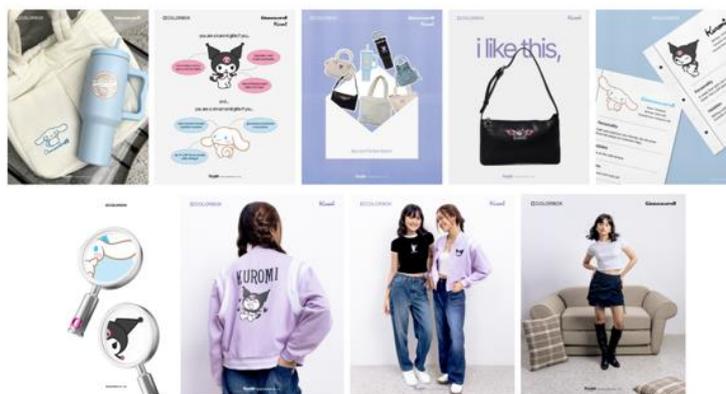
[https://drive.google.com/file/d/1NOD-17xtIv3hjr13XQvE-IECMnaUaM6F/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1NOD-17xtIv3hjr13XQvE-IECMnaUaM6F/view?usp=drive_link)



Gambar 3.9 Google Deck Content Plan Colorbox x Sanrio

Setelah ide dan referensi konten sudah ditemukan, biasanya *social media specialist* akan membuat *copywriting* terlebih dahulu bila diperlukan, dan penulis secara paralel akan mengerjakan desain untuk keperluan promosi kolaborasi ini. Desain dibuat dalam bentuk ilustrasi maupun kolase digital yang digunakan untuk berbagai format konten. Beberapa desain juga melibatkan penggunaan foto produk hasil pemotretan yang kemudian dipadukan dengan elemen grafis untuk memperkuat narasi visual.

#### Konten Social Media Kuromi & Cinnamoroll



Gambar 3.10 Desain kolaborasi Colorbox x Sanrio

Penulis berusaha menjaga konsistensi tone warna dan tipografi agar tetap selaras dengan identitas merek, namun juga memberi ruang bagi karakter Sanrio untuk tampil menonjol. Pada desain diatas,

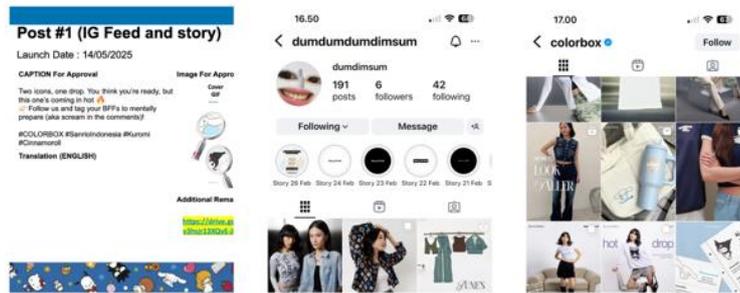
penulis menggunakan warna-warna dari karakter *Cinnamoroll* dan *Kuromi*, yaitu ungu, pink, dan biru, untuk tetap menjaga mood dari kedua karakter ini. Namun, untuk tetap menjaga branding Colorbox yang cenderung minimalis dan simpel, penulis menggunakan *typeface* bernama *Inter*, yaitu sans serif yang modern dan tidak terlihat terlalu *childish* dan *girly*.



Gambar 3. 11 Teaser *Kuromi* dan *Cinnamoroll*

Pada proyek ini, penulis membuat video teaser terlebih dahulu, dengan karakter *Sanrio* yang terintip di kaca pembesar dengan logo Colorbox. Penulis memilih untuk tidak menggunakan terlalu banyak warna dan elemen visual untuk teaser dikarenakan karakter *Sanrio* yang sudah cukup *playful*. Oleh karena itu, penulis menggunakan warna putih dan asset kaca pembesar 3D yang berwarna abu-abu.

Hal yang sama pun diterapkan di konten desain lainnya, dimana penulis konsisten dalam menggunakan warna karakter yaitu biru, pink, ungu, dan tetap konsisten dalam menggunakan *typeface* yang sama di setiap desain *post*. Pada proyek ini, penulis mendesain 3 *GIF*, dan sisanya berupa foto-foto dan hasil *photoshoot*, dan dari foto organik yang di ambil oleh penulis. Pada setiap desain, penulis pastinya menggunakan template peletakkan logo dan *legal line Sanrio* yang sama di setiap desain, supaya *grid Instagram Colorbox* terlihat rapih dan konsisten.



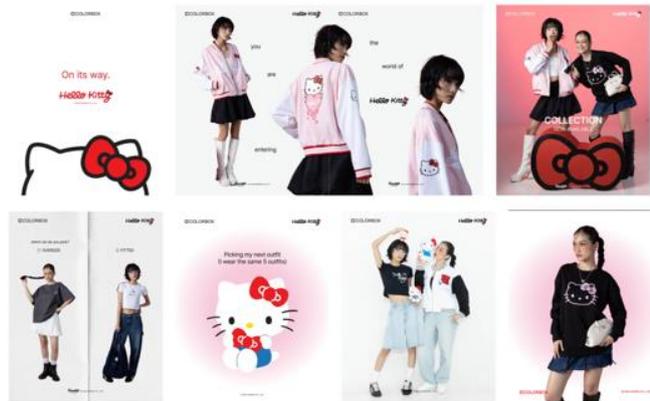
Gambar 3. 12 Proses Testing Colorbox x Sanrio

Setelah hasil desain sudah jadi, penulis kemudian mengunggah desain di *Google Slides* yang sama seperti sebelumnya, dimana pihak *Sanrio* dapat melakukan proses *approval* untuk setiap konten yang sudah dibuat sebelum diteruskan ke tahap *publish*. Ketika semua konten sudah melewati tahap *approval*, penulis dan *social media specialist* akan kembali mengunggah konten di akun *testing*, untuk mengecek kualitas dan *caption*, dan setelah sudah di *approve* oleh *manager*, konten pun sudah aman untuk di unggah di akun Colorbox.

### 3.3.2.2 Proyek Kolaborasi Colorbox x Hello Kitty

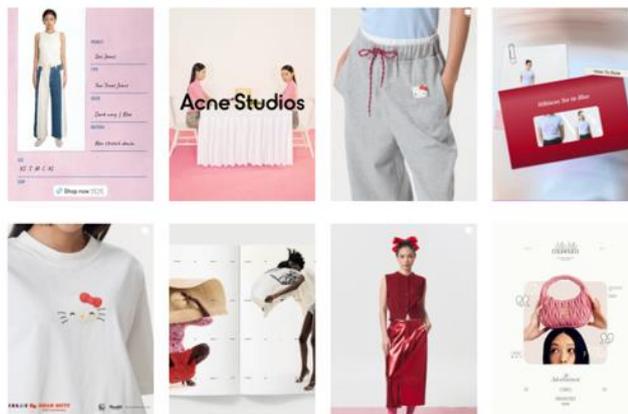
Proyek lainnya yang penulis kerjakan sebagai bagian dari tugas tambahan selama magang adalah pembuatan konten desain untuk kampanye kolaborasi antara Colorbox dan Hello Kitty. Konten ini dibuat khusus untuk keperluan promosi koleksi seasonal yang menampilkan karakter Hello Kitty, dan ditayangkan di media sosial Colorbox.

### Konten Social Media Colorbox x Hello Kitty



Gambar 3.13 Desain Kolaborasi Colorbox x Hello Kitty

Desain yang penulis buat pada proyek ini sebagian besar menggunakan aset dari hasil *photoshoot* produk, sehingga proses desain dimulai dengan memilih foto-foto yang paling sesuai dan menarik untuk dijadikan materi utama. Setelah foto dipilih, penulis mulai menyusun *moodboard* untuk desain nya, dari segi tipografi dan warna yang ingin digunakan.



Gambar 3. 14 Moodboard Colorbox x Hello Kitty

Dari *moodboard* diatas, dapat dilihat bahwa desain yang nantinya ingin dilaksanakan adalah desain yang terlihat modern, simpel, tidak terlalu banyak teks, dan tetap menggunakan warna yang sesuai dengan karakter *Hello Kitty*. Sebelum mulai mendesain, penulis melakukan riset terlebih dahulu dengan mencari inspirasi dari brand

lain yang pernah berkolaborasi dengan Sanrio. Dari situ, penulis mempelajari gaya visual yang digunakan, cara mereka memadukan karakter dengan produk, dan bagaimana mereka menyampaikan pesan melalui desain. Inspirasi tersebut kemudian diolah kembali dan disesuaikan dengan identitas Colorbox dan tema kolaborasi ini.



Gambar 3. 15 Content Plan

Setelah mengumpulkan inspirasi dan *moodboard*, penulis dan *social media specialist* membuat *content plan* di *Google Slides* yang dibuat khusus untuk kolaborasi ini, sekaligus untuk *approval* nantinya kepada pihak *Sanrio*. Dalam prosesnya, penulis juga mengikuti panduan visual atau *design guide* yang diberikan oleh pihak *Sanrio*. Panduan tersebut berisi aturan-aturan penting seperti penggunaan logo, warna yang boleh digunakan, posisi karakter, hal-hal yang harus dihindari agar tetap sesuai dengan standar merek *Hello Kitty*, serta kepribadian dari karakter *Hello Kitty*. Penulis menyesuaikan desainnya agar tetap kreatif namun tetap mematuhi batasan-batasan dari *brand guideline* tersebut.



Gambar 3. 16 Hasil desain *Colorbox x Hello Kitty*

Oleh karena itu, dapat dilihat dari hasil desain diatas, penulis menggunakan warna yang konsisten di setiap desain, yaitu putih, merah, hitam, dan pink untuk menggambarkan tema *Hello Kitty*. Kemudian, penulis juga menggunakan *typeface Inter*, yang merupakan *font* khusus untuk *branding* Colorbox. Penulis menggabungkan ciri khas Colorbox melalui pemilihan *font*, dan menggunakan warna untuk menggambarkan karakter *Hello Kitty*, yaitu warna pink, merah, hitam, dan putih. Hal ini dilakukan untuk memberikan keseimbangan dari kolaborasi tersebut. Pada setiap desain, penulis meletakkan *legal line* di bagian bawah, sesuai dengan *guide* dari *Sanrio*, dan menempatkan logo Colorbox dan *Hello Kitty* secara berdampingan, diatas kanan dan kiri. Hal ini dilakukan supaya setiap desain konten terlihat konsisten dan tidak berubah-ubah. Setelah desain sudah selesai, penulis kemudian meletakkan hasil di *Google Slides*, untuk memperlihatkan kepada pihak *Sanrio* untuk mendapatkan *approval*. Setelah konten desain sudah di izinkan, penulis dan *social media specialist* akan mengunggah desain di akun khusus untuk *testing*, untuk mengecek kualitas dan *caption*, dan setelah sudah di *approve* oleh *manager*, desain pun akan di unggah di akun Colorbox.

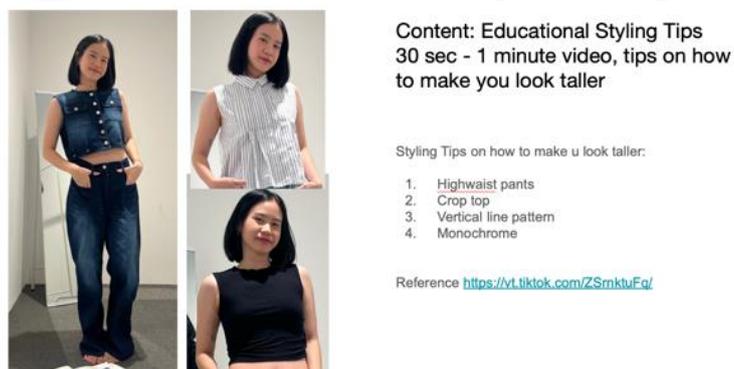
Melalui proyek ini, penulis belajar untuk lebih teliti dalam menyusun elemen desain, terutama ketika bekerja dengan aset dari hasil foto dan kolaborasi merek besar. Selain itu, penulis juga belajar

bagaimana menyesuaikan gaya desain pribadi dengan gaya visual brand yang sudah ada, sehingga hasil akhirnya bisa tetap menarik, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan promosi di media sosial.

### 3.3.2.3 Produksi konten visual

Salah satu proyek tambahan yang penulis kerjakan selama magang adalah pembuatan konten sebagai videografer dan fotografer untuk kebutuhan konten organik pada media sosial Colorbox. Dalam proyek ini, penulis tidak hanya berperan sebagai desainer, tetapi juga terlibat secara langsung dalam proses pengambilan aset visual berupa foto dan video. Penulis bekerja sama dengan *social media specialist* dalam merancang dan mengeksekusi konten yang sesuai dengan citra brand Colorbox yang youthful, fun, dan stylish.

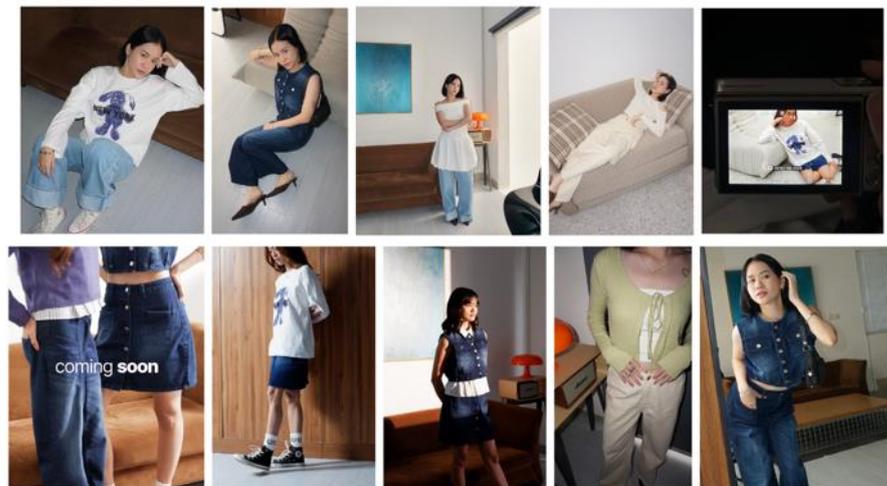
Prosesnya dimulai dari tahap riset dan pencarian inspirasi, yang biasanya penulis lakukan melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Pinterest. Penulis mengamati tren konten yang sedang viral, gaya visual yang digunakan brand fashion lain, serta bagaimana mereka menyampaikan pesan secara menarik dan relevan untuk audiens muda. Dari hasil riset tersebut, penulis mulai menyusun ide konten dalam bentuk *deck* yang terstruktur. Isi dari deck ini meliputi tema konten, alur storytelling, referensi visual, ide *copywriting*, gaya styling yang akan digunakan (termasuk pemilihan outfit dan aksesoris), serta penentuan format konten apakah akan dibuat dalam bentuk Reels, TikTok, atau post statis.



Gambar 3. 17 Proses konten planning

Setelah konsep disetujui, penulis ikut terlibat dalam proses produksi secara langsung. Penulis biasa berperan sebagai fotografer dan videografer. Pengambilan aset visual dilakukan menggunakan kamera maupun handphone, tergantung kebutuhan dan situasi di lapangan. Selama proses pengambilan gambar, penulis juga memperhatikan detail seperti pencahayaan, komposisi, serta ekspresi model agar hasil akhir tetap sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Setelah itu, konten diedit oleh penulis dan disesuaikan dengan format masing-masing platform media sosial. Biasanya, untuk kebutuhan konten video, penulis akan melakukan editing di aplikasi *Capcut*, sedangkan konten foto akan menggunakan aplikasi *Photoshop* dan *Illustrator*.

#### Kreasi Konten



Gambar 3.18 Hasil konten

Jenis konten yang penulis kerjakan pun cukup beragam, mulai dari konten edukasi seputar fashion, tips styling, *fit check*, hingga konten promosi produk baru. Penulis juga sering kali membuat konten yang sifatnya lebih personal dan *relatable* untuk meningkatkan interaksi audiens. Diatas merupakan beberapa contoh foto dan video yang di *take* oleh penulis melalui *handphone* maupun *kamera*. Setelah hasil konten sudah melalui proses *approval*, konten pun di unggah di akun khusus

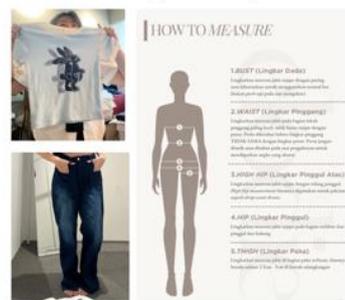
untuk *testing*, yaitu untuk mengecek kualitas dan *caption*, dan ketika semua sudah aman, konten pun akan diunggah di media sosial Colorbox.

Melalui proyek ini, penulis belajar banyak tentang perencanaan visual, teknis produksi, hingga pentingnya kolaborasi dan fleksibilitas dalam bekerja di lingkungan tim kreatif industri fashion yang dinamis. Penulis belajar untuk tidak terpatok dalam desain saja, namun dalam proses *brainstorming* ide untuk kebutuhan media sosial Colorbox.

### 3.3.2.4 Konten Kreator

Selain berperan sebagai fotografer dan videografer untuk konten organik, penulis juga dipercaya untuk menjadi *content creator* dalam beberapa konten media sosial Colorbox. Dalam proses ini, penulis berkolaborasi dengan tim, terutama *social media specialist*, untuk memahami konsep dan pesan yang ingin disampaikan dalam setiap konten. Sebelum sesi pengambilan gambar, penulis bersama dengan *social media specialist* biasanya membuat briefing singkat mengenai tema, target audiens, gaya visual yang diinginkan, serta peran yang akan dibawakan dalam konten tersebut. Biasanya, penulis bersama dengan *social media specialist* akan mencari inspirasi di *Pinterest*, dan media sosial *brand* lain dengan target audiens yang cukup mirip dengan media sosial brand Colorbox.

#### Look #6 - (Jeans) Photo



Content: Educational Styling Tips

Slide 1 (The whole look) : Title text

Slide 2 (Torso close up) - harus bawa meteran badan kalau mau kaya ukur torso

Slide 3 (Waist close up)

Slide 4 (Hip close up)

Slide 5 (Foot length close up)

Kalau temanya measure harus ada meteran

Gambar 3.19 Perencanaan konten

Penulis kemudian mempersiapkan wardrobe yang sesuai dengan arahan styling, baik dari sisi outfit utama maupun aksesorinya. Selain

itu, penulis juga terlibat dalam diskusi seputar lokasi pengambilan gambar, sudut pengambilan, serta vibe yang ingin ditampilkan, jadi penulis menjadi *content creator*, *talent* sekaligus memberikan arahan kreatif juga. Seperti contoh gambar diatas yang merupakan detail konten di *Google Slides*, terdapat keterangan dari *styling* baju, topik konten, judul konten, informasi dari konten, dan keterangan foto yang akan di ambil untuk setiap *slide* konten tersebut.

Selama sesi pengambilan gambar, penulis berusaha menampilkan karakter yang energik, ceria, dan *playful* sesuai dengan citra brand Colorbox. Hal ini diwujudkan melalui ekspresi wajah, penggunaan *gesture* yang lepas dan tidak kaku, hingga gerakan tubuh yang terlihat natural dan engaging agar hasil konten lebih terasa hidup dan menarik. Setelah penulis dan *social media specialist* selesai dalam mengambil konten, foto dan video pun akan melewati proses editing yang dilakukan oleh penulis juga. Penulis biasanya menggunakan aplikasi *Capcut* dan *Photoshop*. Setelah itu, penulis akan memperlihatkan hasil final foto dan video yang sudah di edit kepada *manager*, sampai akhirnya melewati tahap *approval* dan di unggah di akun *Instagram* Colorbox.

#### Kreasi Konten



Gambar 3.20 Hasil Konten

Peran ini menuntut penyesuaian cepat di lapangan. Penulis sering kali harus melakukan improvisasi spontan, terutama ketika menghadapi kendala teknis seperti pencahayaan yang berubah, keterbatasan waktu, atau suasana lokasi yang tidak sesuai ekspektasi. Namun, tantangan tersebut justru menjadi kesempatan untuk mengasah kepekaan visual dan kemampuan beradaptasi.

Pengalaman menjadi *content creator* ini membantu penulis memahami pentingnya komunikasi non-verbal, bahasa tubuh, dan ekspresi visual dalam menyampaikan pesan brand secara efektif kepada audiens, serta belajar untuk memberikan arahan kreatif secara konten. Selain itu, peran ini juga memberi penulis pemahaman yang lebih menyeluruh tentang produksi konten dari berbagai sudut pandang dalam dunia kreatif. Jadi meskipun penulis menjadi *content creator* sekaligus *talent*, penulis tetap terlibat dalam proses brainstorming konten, mencari ide referensi visual yang sedang *trending*, menjadi *talent*, sampai tahap editing foto maupun video, yang masih berkesinambungan dengan desain komunikasi visual.

#### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang**

Selama menjalani praktik kerja magang di Colorbox, penulis tentu mengalami beberapa kendala yang menjadi bagian dari proses belajar. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menyesuaikan gaya desain pribadi dengan identitas visual Colorbox yang sudah cukup kuat dan konsisten. Selain itu, penulis juga perlu belajar untuk mengelola waktu dengan baik karena tenggat waktu untuk pembuatan konten cukup cepat, apalagi dengan jadwal konten yang padat setiap bulannya. Tantangan lainnya adalah ketika arah tema konten media sosial mengalami perubahan cukup sering dalam waktu singkat, sehingga penulis harus cepat beradaptasi dengan moodboard dan gaya baru yang diinginkan. Meski demikian, semua pengalaman tersebut sangat membantu penulis dalam mengembangkan kemampuan berpikir cepat, fleksibel, dan tetap kreatif dalam kondisi yang dinamis.

### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Selama menjalani masa magang di Colorbox, penulis menemui beberapa tantangan yang berkaitan dengan pekerjaan desain konten. Salah satu kendala yang cukup sering dialami adalah perubahan konsep visual media sosial yang terjadi secara mendadak, sehingga penulis harus cepat menyesuaikan rancangan yang sedang dikerjakan. Proses ini cukup menyulitkan karena ide yang sebelumnya sudah disusun terkadang harus diubah dalam waktu singkat. Selain itu, padatnya jadwal produksi serta permintaan revisi yang datang tiba-tiba juga menjadi hambatan dalam menjaga alur kerja yang efisien.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Untuk mengatasi perubahan konsep visual media sosial yang sering terjadi secara mendadak, penulis belajar untuk lebih fleksibel dan cepat beradaptasi dengan arahan terbaru dari tim. Penulis juga mulai membiasakan diri untuk menyiapkan beberapa alternatif desain agar jika terjadi perubahan, proses revisi dapat dilakukan lebih cepat tanpa harus memulai dari awal. Selain itu, komunikasi yang lebih aktif dengan social media specialist maupun Marcomm Manager sangat membantu penulis dalam memahami kebutuhan konten secara lebih menyeluruh sejak awal, sehingga desain yang dihasilkan lebih tepat sasaran dan dapat meminimalisir revisi mendadak.