

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama kegiatan magang ini, penulis memiliki kedudukan tertentu dalam perusahaan yang memungkinkan untuk berperan aktif dalam berbagai tugas dan tanggung jawab. Dalam menjalankan tugasnya, penulis melakukan koordinasi dengan berbagai tim terkait guna memastikan setiap pekerjaan dapat terlaksana dengan baik. Koordinasi ini mencakup interaksi dengan tim riset, tim *marketing*, tim desain, pembimbing, serta tim produksi. Setiap koordinasi yang dilakukan bertujuan untuk menyelaraskan tugas masing-masing divisi sehingga seluruh proses kerja berjalan efektif dan efisien.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Kedudukan penulis dalam magang ini adalah sebagai *graphic designer intern* yang berada di bawah naungan *branch manager*. Dalam perannya, penulis bertanggung jawab untuk mendukung berbagai kebutuhan desain grafis perusahaan, mulai dari pembuatan desain promosi, desain media sosial, dan juga video konten. Sebagai seorang *Graphic Designer Intern*, penulis mendapatkan bimbingan langsung dari *supervisor (branch manager)*, yang memastikan bahwa seluruh proses magang berjalan sesuai dengan tujuan dan standar perusahaan.

Bimbingan ini mencakup pemberian arahan dalam menyelesaikan tugas-tugas desain, evaluasi hasil kerja, serta pembelajaran mengenai strategi visual yang efektif dalam dunia industri. Selain itu, penulis juga berkoordinasi dengan berbagai divisi, seperti tim riset dan tim *marketing* untuk memastikan bahwa setiap desain yang dibuat dapat mendukung kebutuhan perusahaan secara optimal. Dengan adanya bimbingan dan koordinasi yang baik, pengalaman magang ini menjadi kesempatan berharga bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan desain sekaligus memahami dinamika kerja di lingkungan profesional.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang di PT Abadi Mandiri Furniture, koordinasi dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahap dengan berbagai tim terkait. Proses dimulai dari Tim Riset, yang bertugas mengumpulkan dan menganalisis data terkait tren pasar, preferensi pelanggan, serta kebutuhan desain dan produksi. Informasi dari tim ini kemudian diteruskan ke tim *marketing*, yang mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan hasil riset untuk memastikan produk dapat dipasarkan secara efektif.

Selanjutnya, Tim Desain berperan dalam menerjemahkan konsep dan strategi pemasaran menjadi visual yang menarik dan sesuai dengan identitas *brand*. Setelah desain selesai, hasil kerja dikomunikasikan kepada Pembimbing, yang memberikan arahan serta evaluasi sebelum tahap produksi. Terakhir, desain yang telah disetujui akan diproduksi oleh penulis yang bertanggung jawab untuk merealisasikan konsep menjadi produk akhir yang siap dipasarkan. Dengan koordinasi yang terstruktur ini, setiap tahap dalam proses magang berjalan efektif dan sesuai dengan tujuan perusahaan.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melaksanakan kerja magang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, yaitu selama 640 jam. Selama menjalani masa magang, penulis memperoleh berbagai pengalaman berharga dari tugas-tugas yang dikerjakan. Berikut ini merupakan uraian tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis setiap minggunya selama magang di Abadi Mandiri Furniture, yang disusun berdasarkan laporan *daily task* yang telah diisi di situs Merdeka UMN.

Tabel 3. 1 Detail pekerjaan yang dilakukan

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1.	3 – 7 Februari 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - <i>Shooting</i> 12 konten video sosial media - Mengedit 6 konten video sosial media - Membuat <i>moodboard</i> untuk desain spanduk - Perancangan 1 desain spanduk untuk <i>voucher</i> promosi - Perancangan 2 desain spanduk untuk mempromosikan harga - Perancangan desain spanduk untuk mempromosikan produk
		Desain spanduk voucher	
		Desain spanduk harga	
		Desain spanduk produk	
2.	10 – 14 Februari 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 12 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - <i>Shooting</i> 12 konten video sosial media - Mengedit 18 konten video sosial media - Membuat 18 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat <i>moodboard</i> untuk desain spanduk - Perancangan 3 desain spanduk
		Desain spanduk toko	
3.	17 – 21 Februari 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - <i>Shooting</i> 12 konten video sosial media - Mengedit 18 konten video sosial media
		Desain spanduk toko	

		Desain <i>broadcast whatsapp</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 18 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat <i>moodboard</i> untuk desain spanduk, <i>broadcast</i>, dan kartu nama - Perancangan desain spanduk untuk mempromosikan toko - Perancangan desain <i>broadcast</i> untuk mempromosikan toko - Perancangan desain kartu nama untuk mempromosikan toko
		Desain kartu nama	
4.	24 – 28 Februari 2025	Membuat <i>brand</i> jepang untuk springbed	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>moodboard</i> untuk desain <i>brand</i> - Membuat sketsa kasar dan halus untuk desain <i>brand</i> - Perancangan desain <i>brand</i> jepang bernama “Fujiyama Dreams” - Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - <i>Shooting</i> 10 konten video sosial media - Mengedit 10 konten video sosial media - Membuat 10 <i>caption</i> konten video sosial media
		Membuat konten video sosial media	
5.	3 – 7 Maret 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - <i>Shooting</i> 10 konten video sosial media - Mengedit 10 konten video sosial media - Membuat <i>moodboard</i> untuk desain <i>instagram story</i>, brosur, <i>packaging</i>, dan kartu garansi
		Desain brosur	
		Desain konten grafis sosial media	

		Desain kartu garansi untuk produk inoac	<ul style="list-style-type: none"> - Perancangan desain brosur untuk mempromosikan toko - Perancangan 2 desain konten grafis untuk <i>instagram story</i> - Perancangan desain brosur untuk promosi harga - Perancangan <i>packaging</i> untuk produk Inoac - Perancangan desain kartu garansi untuk produk Inoac
6.	10 – 14 Maret 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 15 konten video sosial media - Mengedit 15 konten video sosial media - Membuat 10 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat moodboard untuk desain <i>instagram story</i> - Perancangan 4 desain konten grafis untuk <i>instagram story</i> - Perancangan 4 <i>motion graphic</i> untuk <i>instagram story</i> - Perancangan desain signage untuk mempromosikan toko
		Desain konten grafis sosial media	
		Desain <i>motion graphic</i> sosial media	
		Desain signage toko	
7.	17 – 21 Maret 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 10 konten video sosial media - Mengedit 10 konten video sosial media - Membuat 10 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat moodboard untuk desain spanduk, katalog, spesifikasi produk, testimoni,
		Desain spanduk toko	
		Desain katalog	
		Desain spesifikasi produk Fujiyama Dreams	
		Desain testimoni	

		Fujiyama Dreams Desain <i>feeds</i> produk Inoac Desain kartu garansi Fujiyama Dreams Desain <i>motion graphic</i> sosial media Desain konten grafis sosial media	<i>feeds</i> produk, kartu garansi, konten grafis sosial media - Perancangan desain spanduk untuk mempromosikan toko - Perancangan desain katalog untuk mempromosikan harga - Perancangan desain spesifikasi produk - Perancangan desain testimoni - Perancangan desain <i>feeds</i> produk - Perancangan 4 desain konten grafis sosial media - Perancangan 4 <i>motion graphic</i> untuk <i>instagram story</i>
8.	24 – 28 Maret 2025	Membuat konten video sosial media Desain <i>feeds</i> produk Barcelona Desain <i>feeds</i> produk Asteria Desain konten grafis sosial media	- Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 10 konten video sosial media - Mengedit 10 konten video sosial media - Membuat 10 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat moodboard untuk desain <i>feeds</i> dan konten grafis - Perancangan 2 desain <i>feeds</i> produk - Perancangan 2 desain konten grafis untuk <i>instagram story</i> - Membuat <i>spreadsheets planning</i> konten video dan grafis
9.	7 – 11 April 2025	Membuat konten video sosial media Desain konten grafis sosial media	- Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 10 konten video sosial media - Mengedit 10 konten video sosial media

		Desain <i>motion graphic</i> sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 10 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat moodboard untuk konten grafis - Perancangan 4 desain konten grafis sosial media - Perancangan 4 <i>motion graphic</i> untuk <i>instagram story</i>
10.	14 – 18 April 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 14 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 14 konten video sosial media - Mengedit 14 konten video sosial media - Membuat 14 <i>caption</i> konten video sosial media
11.	21 – 25 April 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 14 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 14 konten video sosial media - Mengedit 14 konten video sosial media - Membuat 14 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat moodboard untuk konten grafis, kartu nama, spanduk, dan kartu garansi - Perancangan 6 desain konten grafis sosial media - Perancangan 6 <i>motion graphic</i> untuk <i>instagram story</i> - Perancangan desain kartu nama - Perancangan desain spanduk untuk mempromosikan toko - Perancangan desain <i>packaging</i> untuk produk Turbo - Perancangan desain kartu garansi untuk mempromosikan produk
		Desain kartu nama	
		Desain konten grafis sosial media	
		Desain spanduk toko	

12.	28 April – 2 Mei 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 14 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 14 konten video sosial media - Mengedit 14 konten video sosial media - Membuat 14 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat moodboard untuk konten grafis dan broadcast - Perancangan 20 konten grafis untuk <i>instagram story</i> - Perancangan desain broadcast informasi
		Desain konten grafis sosial media	
		Desain broadcast	
13.	5 – 9 Mei 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 14 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 14 konten video sosial media - Mengedit 14 konten video sosial media - Membuat 14 <i>caption</i> konten video sosial media
		Desain konten grafis sosial media	
14.	12 – 16 Mei 2025	Membuat konten video sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 14 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - Shooting 14 konten video sosial media - Mengedit 14 konten video sosial media - Membuat 14 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat moodboard untuk konten grafis, spanduk, kartu nama, dan testimoni
		Desain konten grafis sosial media	
		Desain spanduk toko	
		Desain kartu nama	

		Desain testimoni produk inoac	<ul style="list-style-type: none"> - Perancangan 20 konten grafis untuk <i>instagram story</i> - Perancangan desain spanduk untuk mempromosikan toko - Perancangan desain kartu nama - Perancangan desain testimoni untuk mempromosikan produk inoac
15.	19 – 23 Mei 2025	Membuat konten video sosial media Desain konten grafis sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 17 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - <i>Shooting</i> 17 konten video sosial media - Mengedit 12 konten video sosial media - Membuat 12 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat <i>moodboard</i> untuk konten grafis - Perancangan 30 konten grafis untuk <i>instagram story</i>
16.	26 – 30 Mei 2025	Membuat konten video sosial media Desain konten grafis sosial media Desain <i>motion graphic</i> sosial media	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 10 ide <i>planning</i> untuk konten video sosial media - <i>Shooting</i> 10 konten video sosial media - Mengedit 10 konten video sosial media - Membuat 10 <i>caption</i> konten video sosial media - Membuat <i>moodboard</i> untuk konten grafis - Perancangan 20 konten grafis untuk <i>instagram story</i> - Perancangan 3 <i>motion graphic</i> untuk <i>instagram story</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang, penulis bertanggung jawab dalam merancang desain visual untuk media sosial, membuat konten video sosial media, serta menyusun materi promosi yang mendukung program-program Abadi Mandiri

Furniture. Selain itu, penulis juga berperan dalam proses produksi video, mulai dari perencanaan ide, *shooting* video, pengeditan video, hingga penulisan caption, guna memastikan konten yang disajikan informatif. Setiap karya yang dibuat melalui tahapan yang sistematis. Proses dimulai dengan sesi briefing untuk memahami kebutuhan proyek, kemudian dilanjutkan dengan riset referensi dan pengembangan beberapa konsep ide. Setelah ide disepakati, tahap desain dimulai dan hasil awal disajikan dalam bentuk *preview*. Apabila masih ada bagian yang perlu diperbaiki, dilakukan revisi hingga mencapai hasil akhir. Karya akhir yang telah disempurnakan disesuaikan dengan arahan serta tujuan yang telah ditentukan sejak awal, guna memastikan keselarasan dan kualitas hasil yang optimal.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Perancangan media promosi melalui *platform* media sosial merupakan bagian dari pilar persuasi dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV). Abadi Mandiri adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kasur dari berbagai merek, yang masing-masing memiliki segmen pasar tersendiri. Penulis berperan utama dalam merancang konten media sosial untuk merek-merek seperti Everbed, Hoki, Turbo, Expander, Inoac, Fujiyama Dreams, Holiday, dan Sentry Sleep. Pengerjaan tugas dimulai dari tahapan *briefing*, riset, *content planning*, eksekusi, dan *uploading*. Berikut merupakan penjelasan proses pelaksanaan magang secara detail yang dilakukan penulis.

1. Briefing

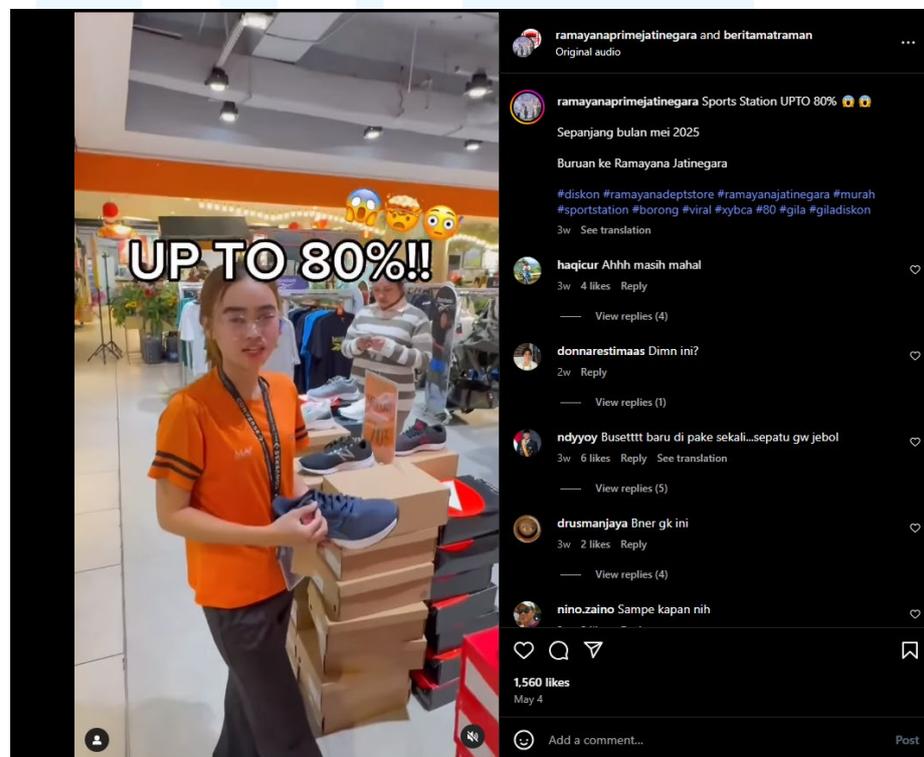
Setiap awal bulan di minggu pertama, penulis menerima arahan dari *Branch Manager* Abadi Mandiri untuk merancang strategi promosi digital melalui *platform* media sosial Instagram dan TikTok. Tugas ini bertujuan untuk mendukung peningkatan visibilitas dan interaksi *audiens* terhadap sejumlah merek kasur yang dipasarkan oleh Abadi Mandiri Furniture.

Media promosi yang diminta meliputi berbagai bentuk konten seperti desain grafis, video promosi berdurasi singkat yang akan ditayangkan di akun media sosial resmi Abadi Mandiri Furniture. Dalam proses pengerjaannya, penulis diberikan keleluasaan untuk

mengeksplorasi ide visual dan gaya penyampaian konten, dengan tetap memperhatikan efektivitas pesan yang disampaikan serta kesesuaian dengan identitas visual setiap merek

2. Riset

Pada tahap awal proses perancangan, penulis melakukan riset visual dan konten sebagai dasar pengembangan ide promosi media sosial. Riset ini mencakup pengumpulan referensi dari berbagai *platform* seperti Pinterest, TikTok, dan Instagram untuk memahami tren desain grafis serta gaya penyampaian konten video yang relevan dan menarik.



Gambar 3. 2. Riset *Instagram Reels*

Melalui *platform* tersebut, penulis menganalisis elemen-elemen visual seperti komposisi, warna, tipografi, serta format penyajian konten yang efektif dalam menarik perhatian *audiens*. Selain itu, penulis juga mempelajari bagaimana *brand* lain menyampaikan pesan promosi secara kreatif dan komunikatif, guna dijadikan inspirasi dalam merancang konten yang sesuai dengan karakteristik merek-merek kasur di bawah naungan Abadi Mandiri.

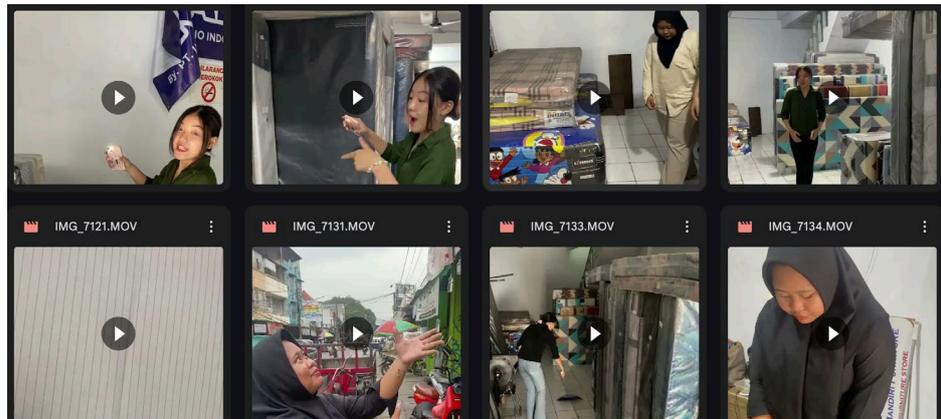
tetap menarik, namun tetap fokus pada penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami.

Apabila seluruh konten telah melalui tahap validasi dan disetujui oleh *branch manager*, maka penulis melanjutkan ke tahap eksekusi, yaitu proses produksi dan penyelesaian akhir dari semua materi video. Tahap ini mencakup finalisasi proses *editing* akhir video, serta penyesuaian format dan spesifikasi teknis konten agar siap untuk diunggah sesuai standar *platform* masing-masing. Semua konten tersebut kemudian dijadwalkan untuk dipublikasikan berdasarkan *content calendar* yang telah dirancang sebelumnya, agar penyampaian pesan promosi berlangsung secara teratur, strategis, dan sesuai momentum kampanye yang sedang berjalan.

4. Eksekusi

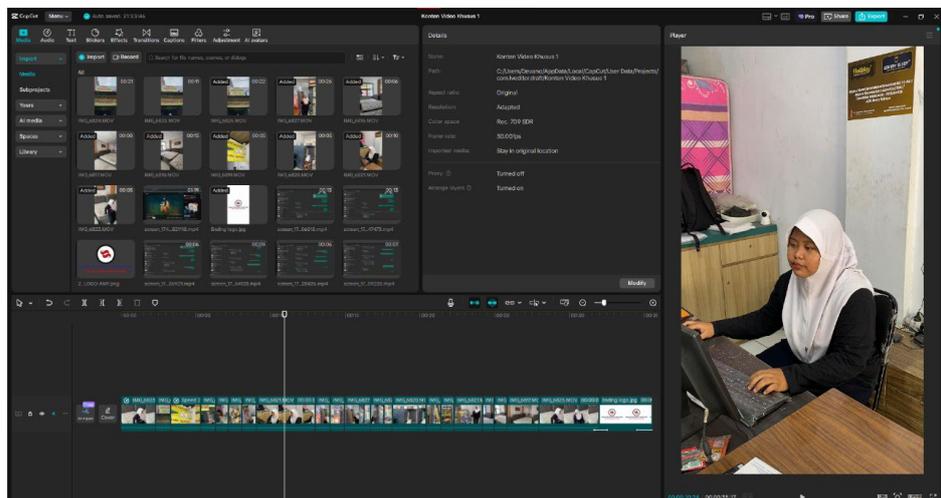
Setelah *content planning* yang disusun oleh penulis mendapatkan persetujuan dari branch manager, maka proses selanjutnya memasuki tahap eksekusi konten. Pada tahap ini, penulis mulai melakukan proses produksi sesuai dengan rencana konten yang telah dirancang agar pelaksanaannya berjalan secara terstruktur dan efisien. Pembuatan konten dilakukan untuk berbagai *brand* di bawah naungan Abadi Mandiri, dengan tetap mengacu pada pilar konten yang telah ditetapkan, yaitu entertainment dan produk.

Langkah pertama dalam proses eksekusi ini adalah melakukan pengambilan gambar (*content shooting*), baik berupa foto maupun video, sesuai dengan konsep yang telah ditentukan dalam *content plan*. Penulis memastikan seluruh aspek teknis selama pengambilan konten berjalan dengan lancar, termasuk kondisi audio yang aman dan jernih, pelafalan narasi atau *voice-over* yang jelas, serta visual produk yang terlihat menonjol dan informatif. Semua elemen ini diperhatikan secara detail untuk memastikan kualitas konten yang optimal sejak tahap awal produksi.



Gambar 3. 4. Hasil pengambilan video yang dimasukkan ke dalam drive

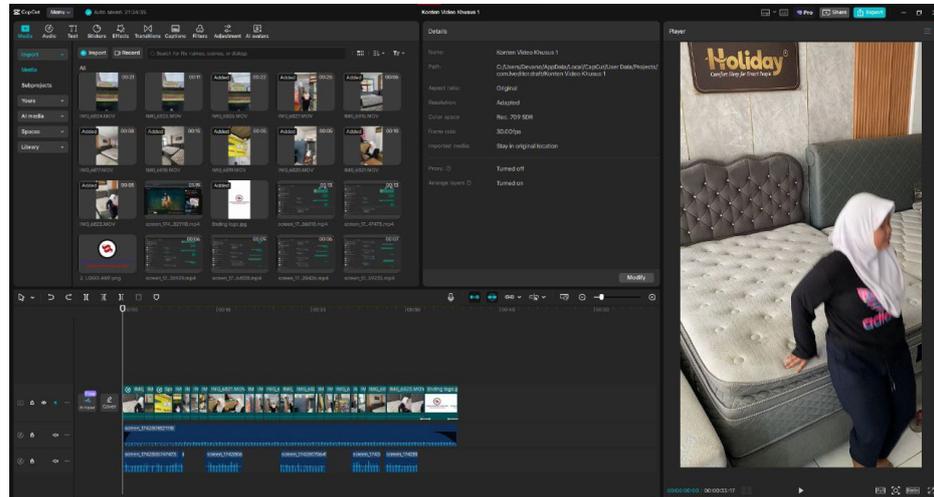
Setelah proses pengambilan video selesai dan seluruh *footage* dinyatakan aman, penulis melanjutkan ke tahap *uploading drive* dan *scanning*. Di tahap ini, seluruh hasil rekaman diunggah ke perangkat atau *software editing*, lalu diseleksi dengan seksama untuk menentukan bagian-bagian *footage* terbaik yang layak untuk digunakan dalam proses penyuntingan. Penulis mempertimbangkan berbagai aspek seperti komposisi visual, kestabilan gambar, pencahayaan, dan kejelasan pesan dalam memilih potongan video yang paling efektif.



Gambar 3. 5. Proses awal *editing*

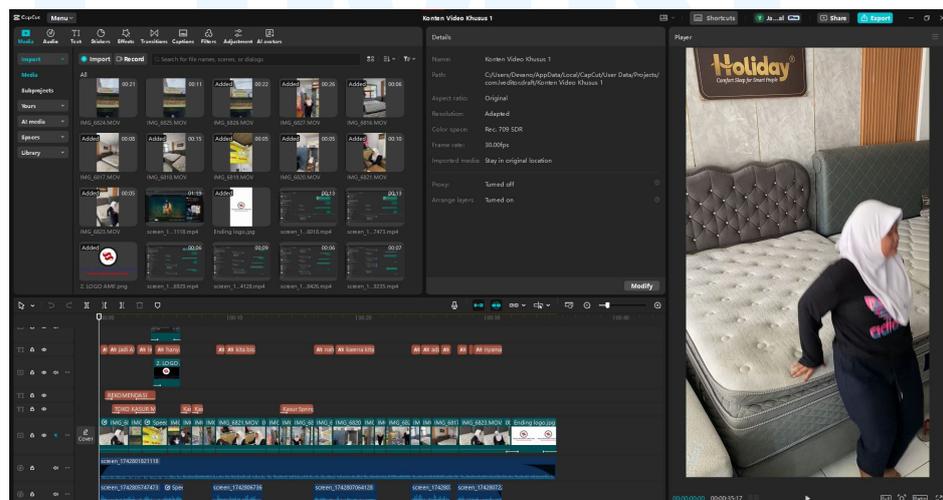
Tahap berikutnya adalah proses *editing* konten. Penulis menyusun alur konten agar script mudah dipahami. Dalam proses ini, penulis juga menambahkan berbagai elemen pendukung seperti sound konten (*background*, *sound effect*, dan *voice-over*), serta visual konten

(*headline text, subtitle text, dan elemen grafis pendukung lainnya*). Semua elemen ini diedit dan diselaraskan agar menciptakan konten yang menarik secara visual dan komunikatif secara pesan.



Gambar 3. 6. Proses pemasukan audio

Proses *editing* dilakukan guna memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan melalui konten dapat diterima dengan baik oleh *audiens*. Penulis juga memperhatikan konsistensi tone, gaya visual, dan kesesuaian format dengan *platform* distribusi seperti Instagram dan TikTok. Hasil akhir dari proses ini adalah konten yang siap tayang, dengan kualitas yang baik, informatif, dan sesuai dengan tujuan komunikasi yang diharapkan.

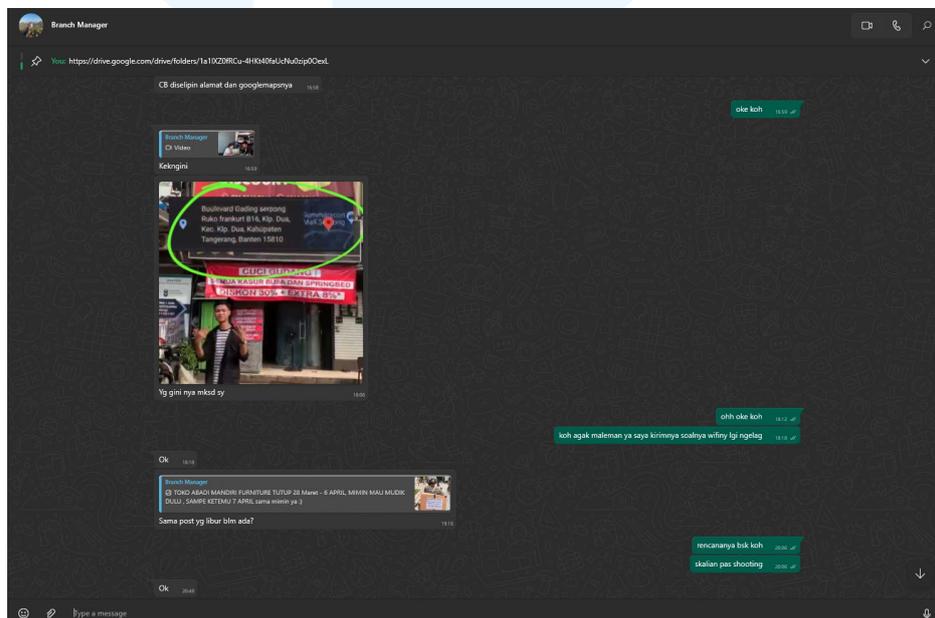


Gambar 3. 7. Proses finalisasi *editing*

5. Revisi

Setelah semua proses take video dan *editing* selesai dilakukan, penulis memasuki tahap berikutnya, yaitu revisi dan *approval* konten. Tahap ini sangat penting karena menjadi penentu apakah video yang telah dibuat dapat diposting atau perlu direvisi. Semua video yang sudah diedit sebelumnya dikirimkan terlebih dahulu kepada **Branch Manager** untuk ditinjau dan diberikan masukan.

Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa isi video menarik dan mampu menyampaikan pesan promosi dengan jelas. Dalam beberapa kasus, video yang diajukan belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi. Misalnya, ada bagian yang perlu diperjelas, visual produk belum terlalu terlihat, pelafalan *voice over* yang kurang tegas, atau mungkin penggunaan *backsound* yang kurang mendukung suasana konten. Jika hal-hal tersebut ditemukan, maka *Branch Manager* akan memberikan revisi, baik secara umum maupun secara detail.

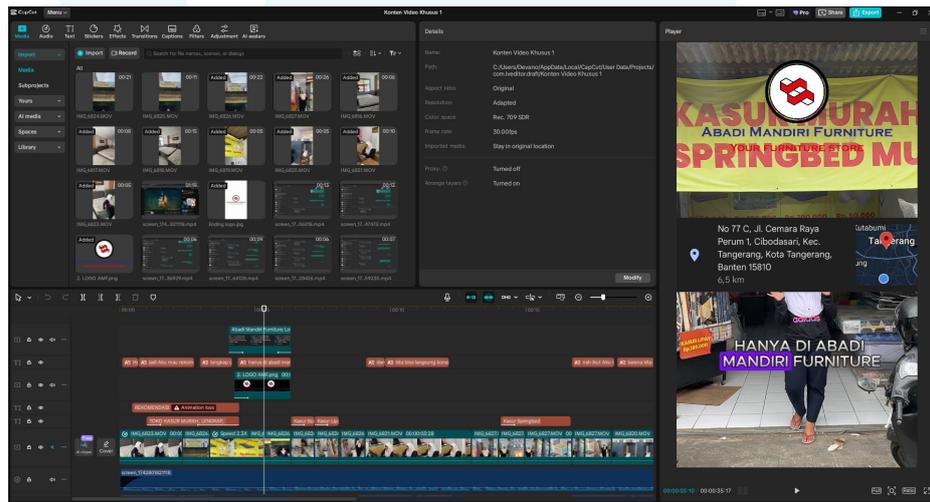


Gambar 3. 8. Proses diskusi revisi melalui *WhatsApp*

Komunikasi mengenai revisi ini biasanya dilakukan melalui aplikasi *WhatsApp*, agar proses diskusi dan revisi bisa berjalan lebih cepat dan fleksibel. Penulis menerima masukan tersebut dengan terbuka,

karena tahap ini adalah bagian penting dalam menjaga kualitas konten yang akan ditayangkan ke publik.

Setelah menerima arahan revisi, penulis akan segera melakukan *editing* pada setiap video yang dianggap perlu diperbaiki. Revisi yang dilakukan bisa mencakup berbagai elemen dalam video, mulai dari alur konten, pemilihan *footage* yang lebih sesuai, hingga penambahan atau penggantian elemen audio, seperti *background*, *sound effect*, dan *voice over* agar lebih mendukung pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, penulis juga melakukan revisi pada elemen visual, seperti *headline text* dan *subtitle*, agar informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami, menarik perhatian, dan relevan dengan *audiens* target.



Gambar 3. 9. Proses revisi *editing*

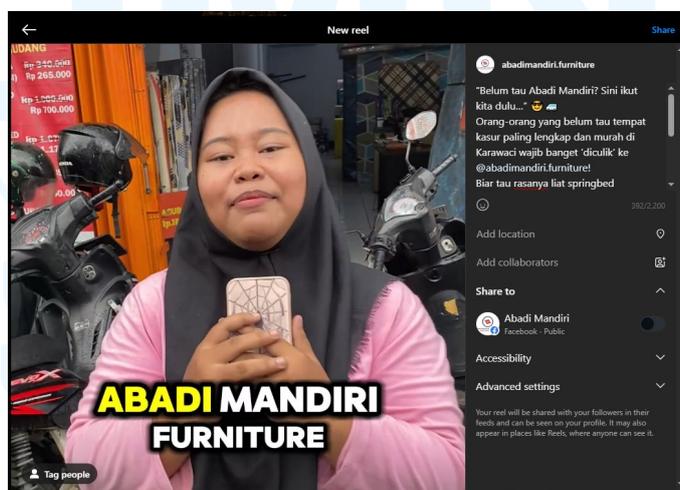
Selama proses revisi berlangsung, penulis tetap berusaha menjaga identitas visual *brand* serta memastikan bahwa hasil akhir dari video tidak hanya menarik secara tampilan, tapi juga efektif secara pesan. Penulis juga memerhatikan aspek teknis lainnya seperti durasi video, format, dan proporsi layar agar tetap sesuai dengan ketentuan *platform* tempat video akan di *upload*, seperti *Instagram Reels* atau *TikTok*.

Setelah semua revisi selesai dan dirasa sudah sesuai dengan arahan yang diberikan, penulis kembali mengirimkan video tersebut kepada *Branch Manager* untuk approval akhir. Jika video telah disetujui dan tidak ada koreksi tambahan, maka video siap untuk di-*posting*. Konten yang sudah lolos tahap revisi ini kemudian akan dimasukkan ke dalam daftar unggahan sesuai dengan *content plan* dan jadwal publikasi yang telah disusun sebelumnya.

Tahap revisi ini menjadi bagian penting dalam keseluruhan proses produksi, karena bukan hanya memperbaiki kekurangan teknis, tetapi juga menjadi ruang diskusi dan penyempurnaan agar konten video benar-benar sesuai dengan nilai dan citra perusahaan. Melalui proses ini, penulis juga belajar banyak mengenai pentingnya detail, komunikasi tim, dan ketelitian dalam menghasilkan konten berkualitas yang bisa diterima dengan baik oleh *audiens*.

6. *Uploading*

Langkah selanjutnya setelah seluruh konten selesai dikerjakan dan mendapatkan persetujuan dari *Branch Manager* adalah tahap *uploading*. Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab untuk mengunggah seluruh konten yang telah disiapkan ke *platform* media sosial Instagram dan TikTok. Setiap konten diunggah sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dalam *content planning*.



Gambar 3. 10. Tahap *uploading*

Selain itu, penulis juga menyusun caption yang menarik dan relevan dengan isi konten, serta menyertakan *call to action* (CTA) yang efektif untuk mendorong interaksi *audiens*, seperti ajakan untuk mengikuti akun, memberikan komentar, membagikan konten, atau mengunjungi toko *offline*. Penyusunan *caption* dan CTA dilakukan dengan memperhatikan karakteristik *audiens* masing-masing *platform* agar pesan promosi tersampaikan dengan optimal. Berikut adalah daftar judul beserta tanggal unggah untuk setiap konten video yang telah dipublikasikan di media sosial resmi Abadi Mandiri Furniture.

Tabel 3. 2 Judul Konten Video

Judul	Tanggal Posting
Konten Video 1	Kamis, 20 Februari 2025
Konten Video 2	Jumat, 21 Februari 2025
Konten Video 3	Sabtu, 22 Februari 2025
Konten Video 4	Minggu, 23 Februari 2025
Konten Video 5	Senin, 24 Februari 2025
Konten Video 6	Selasa, 25 Februari 2025
Konten Video 7	Rabu, 26 Februari 2025
Konten Video 8	Kamis, 27 Februari 2025
Konten Video 9	Jumat, 28 Februari 2025
Konten Video 10	Sabtu, 1 Maret 2025
Konten Video 11	Minggu, 2 Maret 2025
Konten Video 12	Senin, 3 Maret 2025
Konten Video 13	Selasa, 4 Maret 2025
Konten Video 14	Rabu, 5 Maret 2025
Konten Video 15	Kamis, 6 Maret 2025
Konten Video 16	Jumat, 7 Maret 2025
Konten Video 17	Sabtu, 8 Maret 2025
Konten Video 18	Minggu, 9 Maret 2025
Konten Video 19	Senin, 10 Maret 2025

Konten Video 20	Selasa, 11 Maret 2025
Konten Video 21	Rabu, 12 Maret 2025
Konten Video 22	Kamis, 13 Maret 2025
Konten Video 23	Jumat, 14 Maret 2025
Konten Video 24	Sabtu, 15 Maret 2025
Konten Video 25	Minggu, 16 Maret 2025
Konten Video 26	Senin, 17 Maret 2025
Konten Video 27	Selasa, 18 Maret 2025
Konten Video 28	Rabu, 19 Maret 2025
Konten Video 29	Kamis, 20 Maret 2025
Konten Video 30	Jumat, 21 Maret 2025
Konten Video 31	Sabtu, 22 Maret 2025
Konten Video 32	Minggu, 23 Maret 2025
Konten Video 33	Senin, 24 Maret 2025
Konten Video 34	Selasa, 25 Maret 2025
Konten Video 35	Rabu, 26 Maret 2025
Konten Video 36	Kamis, 27 Maret 2025
Konten Video 37	Jumat, 28 Maret 2025
Konten Video 38	Sabtu, 29 Maret 2025
Konten Video 39	Minggu, 30 Maret 2025
Konten Video 40	Senin, 31 Maret 2025
Konten Video 41	Selasa, 1 April 2025
Konten Video 42	Rabu, 2 April 2025
Konten Video 43	Kamis, 3 April 2025
Konten Video 44	Jumat, 4 April 2025
Konten Video 45	Sabtu, 5 April 2025
Konten Video 46	Minggu, 6 April 2025
Konten Video 47	Senin, 7 April 2025
Konten Video 48	Selasa, 8 April 2025
Konten Video 49	Rabu, 9 April 2025

Konten Video 50	Kamis, 10 April 2025
Konten Video 51	Jumat, 11 April 2025
Konten Video 52	Sabtu, 12 April 2025
Konten Video 53	Minggu, 13 April 2025
Konten Video 54	Senin, 14 April 2025
Konten Video 55	Selasa, 15 April 2025
Konten Video 56	Rabu, 16 April 2025
Konten Video 57	Kamis, 17 April 2025
Konten Video 58	Jumat, 18 April 2025
Konten Video 59	Sabtu, 19 April 2025
Konten Video 60	Minggu, 20 April 2025
Konten Video 61	Senin, 21 April 2025
Konten Video 62	Selasa, 22 April 2025
Konten Video 63	Rabu, 23 April 2025
Konten Video 64	Kamis, 24 April 2025
Konten Video 65	Jumat, 25 April 2025
Konten Video 66	Sabtu, 26 April 2025
Konten Video 67	Minggu, 27 April 2025
Konten Video 68	Senin, 28 April 2025
Konten Video 69	Selasa, 29 April 2025
Konten Video 70	Rabu, 30 April 2025
Konten Video 71	Kamis, 1 Mei 2025
Konten Video 72	Jumat, 2 Mei 2025
Konten Video 73	Sabtu, 3 Mei 2025
Konten Video 74	Minggu, 4 Mei 2025
Konten Video 75	Senin, 5 Mei 2025
Konten Video 76	Selasa, 6 Mei 2025
Konten Video 77	Rabu, 7 Mei 2025
Konten Video 78	Kamis, 8 Mei 2025
Konten Video 79	Jumat, 9 Mei 2025

Konten Video 80	Sabtu, 10 Mei 2025
Konten Video 81	Minggu, 11 Mei 2025
Konten Video 82	Senin, 12 Mei 2025
Konten Video 83	Selasa, 13 Mei 2025
Konten Video 84	Rabu, 14 Mei 2025
Konten Video 85	Kamis, 15 Mei 2025
Konten Video 86	Jumat, 16 Mei 2025
Konten Video 87	Sabtu, 17 Mei 2025
Konten Video 88	Minggu, 18 Mei 2025
Konten Video 89	Senin, 19 Mei 2025
Konten Video 90	Selasa, 20 Mei 2025
Konten Video 91	Rabu, 21 Mei 2025
Konten Video 92	Kamis, 22 Mei 2025
Konten Video 93	Jumat, 23 Mei 2025
Konten Video 94	Sabtu, 24 Mei 2025
Konten Video 95	Minggu, 25 Mei 2025
Konten Video 96	Senin, 26 Mei 2025
Konten Video 97	Selasa, 27 Mei 2025
Konten Video 98	Rabu, 28 Mei 2025
Konten Video 99	Kamis, 29 Mei 2025
Konten Video 100	Jumat, 30 Mei 2025
Konten Video 101	Sabtu, 31 Mei 2025
Konten Video 102	Minggu, 1 Juni 2025
Konten Video 103	Senin, 2 Juni 2025
Konten Video 104	Selasa, 3 Juni 2025
Konten Video 105	Rabu, 4 Juni 2025
Konten Video 106	Kamis, 5 Juni 2025
Konten Video 107	Jumat, 6 Juni 2025
Konten Video 108	Sabtu, 7 Juni 2025
Konten Video 109	Minggu, 8 Juni 2025

Konten Video 110	Senin. 9 Juni 2025
Konten Video 111	Selasa, 10 Juni 2025
Konten Video 112	Rabu, 11 Juni 2025
Konten Video 113	Kamis, 12 Juni 2025
Konten Video 114	Jumat, 13 Juni 2025
Konten Video 115	Sabtu, 14 Juni 2025
Konten Video 116	Minggu, 15 Juni 2025
Konten Video 117	Senin. 16 Juni 2025
Konten Video 118	Selasa, 17 Juni 2025
Konten Video 119	Rabu, 18 Juni 2025
Konten Video 120	Kamis, 19 Juni 2025
Konten Video 121	Jumat, 20 Juni 2025
Konten Video 122	Sabtu, 21 Juni 2025
Konten Video 123	Minggu, 22 Juni 2025
Konten Video 124	Senin. 23 Juni 2025
Konten Video 125	Selasa, 23 Juni 2025
Konten Video 126	Rabu, 24 Juni 2025
Konten Video 127	Kamis, 25 Juni 2025
Konten Video 128	Jumat, 26 Juni 2025
Konten Video 129	Sabtu, 27 Juni 2025
Konten Video 130	Minggu, 28 Juni 2025
Konten Video 131	Senin. 29 Juni 2025
Konten Video 132	Selasa, 30 Juni 2025
Konten Video 133	Rabu, 1 Juli 2025
Konten Video 134	Kamis, 2 Juli 2025
Konten Video 135	Jumat, 3 Juli 2025
Konten Video 136	Sabtu, 4 Juli 2025
Konten Video 137	Minggu, 5 Juli 2025
Konten Video 138	Senin. 6 Juli 2025
Konten Video 139	Selasa, 7 Juli 2025

Konten Video 140	Rabu, 8 Juli 2025
Konten Video 141	Kamis, 9 Juli 2025
Konten Video 142	Jumat, 10 Juli 2025
Konten Video 143	Sabtu, 11 Juli 2025
Konten Video 144	Minggu, 12 Juli 2025
Konten Video 145	Senin, 13 Juli 2025
Konten Video 146	Selasa, 14 Juli 2025
Konten Video 147	Rabu, 15 Juli 2025
Konten Video 148	Kamis, 16 Juli 2025
Konten Video 149	Jumat, 17 Juli 2025
Konten Video 150	Sabtu, 18 Juli 2025
Konten Video 151	Minggu, 19 Juli 2025
Konten Video 151	Senin, 20 Juli 2025
Konten Video 152	Selasa, 21 Juli 2025
Konten Video 153	Rabu, 22 Juli 2025
Konten Video 154	Kamis, 23 Juli 2025
Konten Video 155	Jumat, 24 Juli 2025
Konten Video 156	Sabtu, 25 Juli 2025
Konten Video 157	Minggu, 26 Juli 2025
Konten Video 158	Senin, 27 Juli 2025
Konten Video 159	Selasa, 28 Juli 2025
Konten Video 160	Rabu, 29 Juli 2025
Konten Video 161	Kamis, 30 Juli 2025
Konten Video 162	Jumat, 31 Juli 2025
Konten Video 163	Sabtu, 1 Agustus 2025
Konten Video 164	Minggu, 2 Agustus 2025
Konten Video 165	Senin, 3 Agustus 2025
Konten Video 166	Selasa, 4 Agustus 2025
Konten Video 167	Rabu, 5 Agustus 2025
Konten Video 168	Kamis, 6 Agustus 2025

Konten Video 169	Jumat, 7 Agustus 2025
Konten Video 170	Sabtu, 8 Agustus 2025
Konten Video 171	Minggu, 9 Agustus 2025
Konten Video 172	Senin, 10 Agustus 2025
Konten Video 173	Selasa, 11 Agustus 2025
Konten Video 174	Rabu, 12 Agustus 2025
Konten Video 175	Kamis, 13 Agustus 2025
Konten Video 176	Jumat, 14 Agustus 2025
Konten Video 177	Sabtu, 15 Agustus 2025
Konten Video 178	Minggu, 16 Agustus 2025
Konten Video 179	Senin, 17 Agustus 2025
Konten Video 180	Selasa, 18 Agustus 2025
Konten Video 181	Rabu, 19 Agustus 2025
Konten Video 182	Kamis, 20 Agustus 2025
Konten Video 183	Jumat, 21 Agustus 2025
Konten Video 184	Sabtu, 22 Agustus 2025
Konten Video 185	Minggu, 23 Agustus 2025

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Penulis juga bertanggung jawab mengerjakan sejumlah proyek lain selama masa magang di Abadi Mandiri Furniture, seperti desain *instagram story*, *motion graphic*, spanduk, dan brosur. Dalam menyelesaikan proyek-proyek tersebut, penulis menggunakan berbagai *software*, antara lain *Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop*, dan *Capcut*.

3.3.2.1 Proyek *Instagram Story* Abadi Mandiri Furniture

Dalam proyek dalam tugas tambahan ini, penulis bertanggung jawab untuk merancang dan membuat konten *Instagram Story* untuk akun media sosial Abadi Mandiri Furniture. Proyek ini dimulai dengan mengikuti arahan dari *brief* yang diberikan oleh *Branch Manager*, yang mencakup target *audiens*, tujuan promosi, gaya visual, serta pesan yang ingin disampaikan.

Setelah memahami *brief* secara menyeluruh, penulis kemudian melakukan rangkaian riset, termasuk menelusuri tren konten *Instagram Story* terkini di industri kasur, mengamati kompetitor sejenis, dan memahami kebiasaan *audiens* target saat memperhatikan konten *story* khususnya Instagram.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Konten nomor	Tipe konten	Target	Content Pillar	Desain	Status	Posting
2	Konten Grafis 1	Story	Awareness	Promotional	Senin, 28 April	Ready to Upload	Senin, 28 April
3	Konten Grafis 2	Story	Awareness	Promotional	Senin, 28 April	Ready to Upload	Selasa, 29 April
4	Konten Grafis 3	Story	Awareness	Promotional	Senin, 28 April	Ready to Upload	Rabu, 30 April
5	Konten Grafis 4	Story	Awareness	Promotional	Rabu, 30 April	Ready to Upload	Kamis, 1 Mei
6	Konten Grafis 5	Story	Awareness	Promotional	Rabu, 30 April	Ready to Upload	Jumat, 2 Mei
7	Konten Grafis 6	Story	Awareness	Promotional	Rabu, 30 April	Ready to Upload	Sabtu, 3 Mei
8	Konten Grafis 7	Story	Awareness	Educational	Rabu, 30 April	Ready to Upload	Minggu, 4 Mei
9	Konten Grafis 8	Story	Awareness	Educational	Rabu, 30 April	Ready to Upload	Senin, 5 Mei
10	Konten Grafis 9	Story	Awareness	Entertainment	Rabu, 30 April	Ready to Upload	Selasa, 6 Mei
11	Konten Grafis 10	Story	Awareness	Entertainment	Rabu, 30 April	Ready to Upload	Rabu, 7 Mei
12	Konten Grafis 11	Story	Awareness	Promotional	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Kamis, 8 Mei
13	Konten Grafis 12	Story	Awareness	Entertainment	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Jumat, 9 Mei
14	Konten Grafis 13	Story	Awareness	Educational	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Sabtu, 10 Mei
15	Konten Grafis 14	Story	Awareness	Promotional	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Minggu, 11 Mei
16	Konten Grafis 15	Story	Awareness	Educational	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Senin, 12 Mei
17	Konten Grafis 16	Story	Awareness	Entertainment	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Selasa, 13 Mei
18	Konten Grafis 17	Story	Awareness	Promotional	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Rabu, 14 Mei
19	Konten Grafis 18	Story	Awareness	Educational	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Kamis, 15 Mei
20	Konten Grafis 19	Story	Awareness	Entertainment	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Jumat, 16 Mei
21	Konten Grafis 20	Story	Awareness	Promotional	Jumat, 2 Mei	Ready to Upload	Sabtu, 17 Mei
22	Konten Grafis 21	Story	Awareness	Entertainment	Senin, 5 Mei	Ready to Upload	Minggu, 18 Mei
23	Konten Grafis 22	Story	Awareness	Entertainment	Senin, 5 Mei	Ready to Upload	Senin, 19 Mei
24	Konten Grafis 23	Story	Awareness	Educational	Senin, 5 Mei	Ready to Upload	Selasa, 20 Mei

Gambar 3. 11. Membuat *content planning instagram story*

Hasil riset ini digunakan untuk menyusun *content planning* yang relevan dan menarik. Penulis menyusun alur cerita setiap konten agar sesuai dengan tujuan komunikasi dan tetap *engaging* untuk *audiens*. Tipe konten *Instagram Story* yang biasanya dibuat oleh penulis dalam proyek ini terdiri dari tiga kategori utama, antara lain;

1. *Entertainment*

Konten ringan yang menghibur, seperti kuis singkat seputar kasur/tidur atau *games* tentang tidur/kasur.

2. *Education*

Konten edukatif seputar tips merawat kasur, memilih bahan yang tepat, hingga *tips and trick* mengenai tidur yang baik dan benar.

3. *Promotional*

Konten yang berisi promosi produk, diskon, testimoni pelanggan, hingga *launching* koleksi baru.



Gambar 3. 12. Proses desain menggunakan *Adobe Illustrator*

Untuk menunjang tampilan visual, penulis menggunakan *Adobe Illustrator* dalam proses desain *story*. Dengan aplikasi ini, visual *story* dikembangkan secara konsisten dan profesional, mengikuti identitas visual *brand* dan memastikan setiap elemen grafis mendukung tujuan komunikasi konten.



Gambar 3. 13. Revisi desain konten

Selama proses pengerjaan, dilakukan beberapa tahapan revisi berdasarkan *feedback* dari *Branch Manager*. Revisi yang dilakukan

meliputi penyesuaian warna, elemen visual, gaya ilustrasi, hingga perubahan alur konten agar lebih sesuai dengan strategi komunikasi yang diinginkan. Penulis secara aktif berdiskusi dan menyesuaikan desain hingga mendapatkan hasil akhir yang optimal dan sesuai ekspektasi yang diharapkan oleh *Branch Manager*.

3.3.2.2 Proyek Spanduk Abadi Mandiri Furniture

Pada proyek tambahan pada pembuatan spanduk untuk Abadi Mandiri Furniture, proses yang penulis lakukan dimulai dari tahap menerima *brief* dari *branch manager*. *Brief* tersebut berisi informasi mengenai kebutuhan visual, ukuran spanduk, pesan utama yang ingin disampaikan, serta elemen-elemen yang harus dimasukkan, seperti nomor telepon perusahaan, promo atau harga produk, headline title, dan warna identitas *brand*. Setelah memahami *brief*, penulis melanjutkan ke tahap riset untuk mengumpulkan referensi desain spanduk yang relevan dan menarik. Riset ini mencakup tren desain terkini serta contoh spanduk kompetitor sebagai bahan inspirasi.



Gambar 3. 14. Proses Pembuatan di Adobe Illustrator

Setelah referensi terkumpul dan konsep desain mulai terbentuk, penulis mulai proses eksekusi menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator. Di tahap ini, penulis membuat ukuran layout pada spanduk, memilih tipografi, mengatur komposisi visual, serta menyesuaikan warna antara kuning dan coklat agar kontras dan enak

dipandang. Setelah desain awal yang penulis lakukan lewat Adobe Illustrator selesai, hasilnya penulis ajukan kepada *Branch Manager* untuk mendapatkan persetujuan. Bila terdapat masukan atau koreksi dari atasan, penulis melakukan revisi sesuai arahan hingga desain disetujui sepenuhnya, sampai desain spanduk siap untuk di cetak.



Gambar 3. 15. Finalisasi desain spanduk

3.3.2.3 Proyek *Motion Graphic* Abadi Mandiri Furniture

Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab untuk merancang dan memproduksi konten *motion graphic* sebagai bagian dari strategi promosi digital Abadi Mandiri Furniture. Konten ini dibuat untuk mendukung kampanye musiman, seperti perayaan Hari Raya Idul Fitri, serta untuk mempromosikan produk dan lainnya melalui media sosial. Proses pengerjaan dimulai dengan memahami *brief* yang disampaikan oleh *Branch Manager*, yang mencakup tujuan konten, tema visual, durasi video, pesan inti yang ingin disampaikan, target *audiens*, serta gaya visual dan *tone* warna yang diinginkan. *Brief* ini juga mencakup arahan mengenai fokus konten, seperti promosi produk tertentu, ucapan hari raya, atau penguatan citra *brand* kasur.

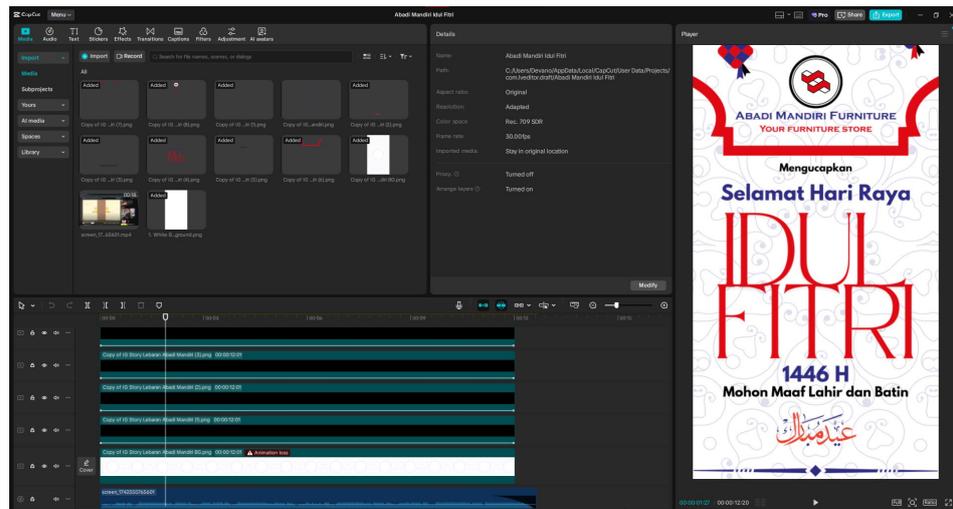
Setelah memahami *brief*, penulis melanjutkan ke tahap riset dengan mencari referensi *motion graphic* dari berbagai *platform* seperti YouTube, TikTok, Instagram, Pinterest, dan Behance. Riset ini dilakukan untuk memahami tren animasi digital terkini, gaya penyampaian visual yang efektif, serta mencari inspirasi visual yang sesuai dengan identitas Abadi Mandiri Furniture. Hasil dari riset tersebut

kemudian dijadikan acuan dalam menyusun konsep desain dan alur animasi yang akan dikembangkan.



Gambar 3. 16. Tahap mendesain asset di adobe illustrator

Tahapan selanjutnya adalah membuat sketsa desain visual di Adobe Illustrator. Penulis menyusun elemen-elemen visual seperti logo perusahaan, teks ucapan Idul Fitri, ilustrasi pendukung seperti ornamen khas hari raya (ketupat dan ornamen pendukung lainnya), dengan pengaturan layer secara terpisah. Pengelompokan per layer ini bertujuan untuk mempermudah proses animasi di tahap berikutnya. Pada saat proses desain ini, penulis juga sudah mulai memikirkan teks atau elemen mana saja yang akan dianimasikan, serta seperti apa gaya pergerakan atau transisi yang akan digunakan untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 3. 17. Tahap pembuatan *motion graphic* di capcut

Setelah semua elemen visual selesai dibuat, penulis mengimpor aset tersebut ke dalam aplikasi CapCut untuk memulai proses animasi. Di tahap ini, setiap elemen teks dianimasikan secara bertahap, dimulai dari teks pembuka hingga bagian akhir. Penulis menggunakan preset animasi bawaan CapCut seperti *fade in*, *slide*, *pop-up*, dan *zoom* untuk memberikan efek gerak yang dinamis pada tiap elemen. Transisi antar bagian juga diatur agar visual terasa mengalir dan tidak terkesan kaku. Selain itu, penulis menyesuaikan durasi tiap animasi agar sesuai dengan ritme penyampaian pesan, sehingga *audiens* dapat menangkap informasi secara optimal.

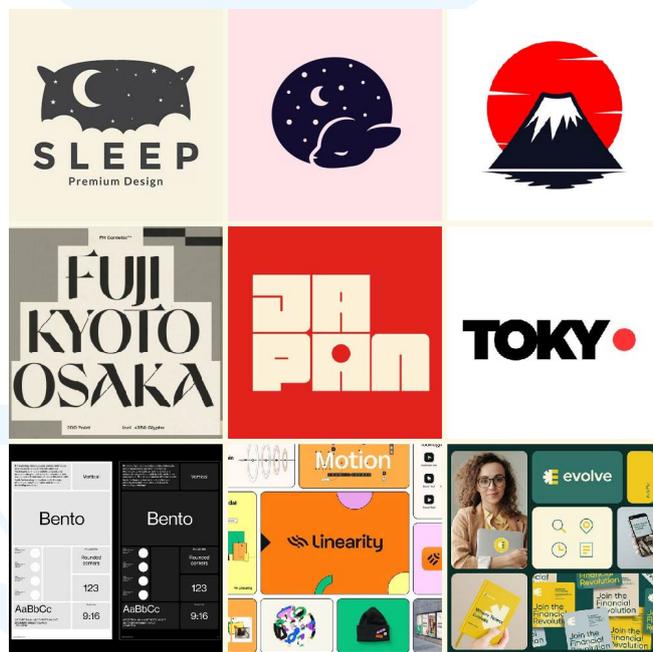
Jika dalam *brief* diminta untuk menambahkan *background music* atau efek suara, penulis memilih audio yang sesuai dengan suasana Idul Fitri dan menyelaraskannya dengan pergerakan visual yang telah dibuat. Sinkronisasi antara audio dan animasi juga diperhatikan agar tercipta pengalaman visual yang harmonis dan menarik.

Setelah versi pertama video selesai, penulis mengirimkannya kepada *Branch Manager* untuk mendapatkan tanggapan dan masukan. Revisi biasanya mencakup penyesuaian pada durasi animasi, perubahan teks atau warna, penambahan elemen visual, atau penyederhanaan informasi jika dirasa terlalu padat. Penulis melakukan revisi secara

iteratif hingga hasil akhir disetujui dan siap untuk dipublikasikan melalui *platform* media sosial resmi Abadi Mandiri Furniture.

3.3.2.4 Proyek *Brand* “Fujiyama Dreams” Abadi Mandiri Furniture

Dalam proyek ini, penulis bertugas untuk merancang dan mengembangkan berbagai materi desain untuk *brand* Fujiyama Dreams, salah satu merek kasur yang dipasarkan oleh Abadi Mandiri Furniture. Fokus proyek mencakup pembuatan kartu garansi, konten *feeds* untuk media sosial, lembar spesifikasi produk, dan desain testimoni pelanggan. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk membangun citra *brand* yang profesional, terpercaya, dan konsisten dalam seluruh materi promosi dan komunikasi visual. Tahapan pekerjaan dimulai dengan menerima dan memahami brief dari klien, yang menjelaskan kebutuhan spesifik setiap jenis media, target pasar Fujiyama Dreams, serta pesan utama yang ingin dikomunikasikan melalui masing-masing desain.



Gambar 3. 18. Tahapan riset

Setelah memahami arahan dari brief, penulis melakukan riset visual yang meliputi pengumpulan referensi dari desain kartu garansi kompetitor lain, tampilan feed Instagram *brand* kompetitor, serta standar

penyajian spesifikasi produk di industri furniture dan bedding. Riset ini bertujuan untuk memastikan bahwa desain yang dirancang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif, mudah dipahami, dan sesuai dengan ekspektasi *audiens*. Penulis juga memperhatikan elemen *branding* utama seperti pemilihan warna, tone visual, dan gaya tipografi agar tetap konsisten dengan identitas *brand* Fujiyama Dreams yang elegan dan modern.



Gambar 3. 19. Logo *Brand* Fujiyama Dreams

Proses perancangan dimulai dengan kartu garansi, yang berfungsi sebagai dokumen resmi penjamin kualitas produk. Penulis merancang kartu garansi menggunakan elemen desain yang simpel dan minimalis. Informasi di dalamnya mencakup snk kartu garansi, data pelanggan, serta cover atau tampilan depan kartu garansi. Layout disusun agar mudah dibaca dengan visual yang terlihat secara keseluruhan lebih jelas dan terencana, dan tetap mencerminkan citra premium dari Fujiyama Dreams dengan tone warna yang calm antara krem dan orange ditambah warna text hitam agar terlihat dengan jelas. Desain kartu garansi dibuat menggunakan Adobe Illustrator, dengan perhatian terhadap detail tipografi dan margin cetak agar sesuai dengan standar produksi percetakan.



Gambar 3. 20. Kartu garansi Fujiyama Dreams

Selanjutnya, penulis merancang konten *feeds* media sosial, yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas *brand* di *platform* seperti Instagram. Desain *feeds* disusun berdasarkan grid yang rapi berbentuk square 1080x1080px dan menggunakan teknik visual yang konsisten, meliputi spesifikasi produk terdiri dari apa aja, highlight fitur unggulan, hingga ucapan musiman. Penulis memastikan setiap desain memiliki keseimbangan antara gambar produk, *copywriting* singkat, serta elemen visual pendukung agar desain tampak menarik dan tidak kosong



Gambar 3. 21. Desain *feeds* Fujiyama Dreams

Selain itu, penulis juga membuat desain spesifikasi produk, yang menampilkan informasi teknis dari kasur Fujiyama Dreams, seperti jenis bahan, ketebalan, lebar, panjang, dan beberapa logo terpercaya untuk mendukung sebuah produk. Desain ini ditujukan untuk pelanggan maupun staf penjualan sebagai alat bantu edukasi. Informasi disusun secara sistematis dengan visual yang mendukung, seperti ikon, bullet points, dan infografik ringan, untuk mempermudah pemahaman.



Gambar 3. 22. Desain spesifikasi Fujiyama Dreams

Terakhir, penulis merancang template testimoni pelanggan yang akan digunakan di media sosial dan brosur. Desain ini menampilkan kutipan positif dari pelanggan dalam gaya yang menarik dan personal, dipadukan dengan foto pelanggan, serta elemen grafis seperti bintang lima agar terlihat lebih menarik dan terdapat foto produk agar lebih jelas dan mudah dimengerti. Tujuannya adalah membangun kepercayaan *audiens* melalui bukti sosial.



Gambar 3. 23. Desain testimony Fujiyama Dreams

Seluruh proses desain dilakukan menggunakan Adobe Illustrator, dengan tahapan revisi yang melibatkan diskusi bersama *branch manager*. Revisi umumnya mencakup penyempurnaan warna, pengaturan ulang tata letak, dan penyesuaian informasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan komunikasi *brand*. Dengan serangkaian tahapan yang terstruktur ini, seluruh materi yang dihasilkan mendukung identitas *brand* Fujiyama Dreams secara visual dan fungsional dalam berbagai media promosi.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa magang di Abadi Mandiri Furniture, penulis menghadapi berbagai tantangan dalam menyelesaikan tugas-tugas utama maupun proyek tambahan, terutama dalam proses produksi konten visual dan video. Kendala yang ditemui meliputi keterbatasan alat dan pencahayaan saat melakukan shooting video produk, yang berdampak pada kualitas hasil video. Selain itu, penulis juga mengalami kesulitan dalam menangani berbagai proyek tambahan seperti pembuatan konten media sosial, desain spanduk, *motion graphic*, dan materi promosi lainnya. Tantangan tersebut tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga melibatkan komunikasi, manajemen waktu, serta penyesuaian dengan identitas visual *brand* yang beragam.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama proses pengambilan video, penulis menghadapi kendala berupa keterbatasan peralatan, seperti tidak tersedianya kamera profesional, *ring light*, maupun *tripod*, sehingga berdampak pada kurang optimalnya kualitas visual, terutama dalam aspek pencahayaan, kestabilan gambar, dan komposisi. Pada hampir seluruh proyek, mulai dari konten Instagram hingga desain spanduk dan *motion graphic*, penulis kerap mengalami revisi berulang akibat perbedaan persepsi antara konsep awal dengan keinginan *Branch Manager*. Selain itu, adanya beberapa proyek yang harus diselesaikan secara bersamaan seperti desain *feeds* Fujiyama Dreams, pembuatan *motion graphic*, dan *Instagram Story* menyebabkan penulis mengalami kesulitan dalam membagi waktu dan mengatur prioritas pekerjaan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Penulis mulai menyusun jadwal kerja dan menetapkan prioritas harian secara lebih sistematis dengan bantuan *platform* seperti Google Sheets, serta menetapkan tenggat waktu internal untuk setiap tahap pekerjaan mulai dari perancangan, revisi, hingga finalisasi guna menciptakan alur kerja yang lebih terstruktur dan efisien. Untuk meningkatkan kemampuan teknis, penulis secara mandiri mempelajari berbagai tutorial online dan langsung menerapkan fitur-fitur yang relevan dengan kebutuhan proyek.

Di beberapa kesempatan, penulis juga berkonsultasi dengan staf yang lebih berpengalaman agar proses pembelajaran berjalan lebih cepat dan tepat sasaran. Dalam menjaga konsistensi desain, penulis melakukan riset visual secara mendalam terhadap pedoman *brand*, kompetitor, serta referensi industri, dan menyimpan template desain yang telah disetujui sebagai panduan untuk proyek-proyek selanjutnya. Untuk mengatasi keterbatasan saat pengambilan video, penulis memanfaatkan cahaya alami dengan merekam pada pagi atau siang hari agar hasil rekaman tetap terang.

Penulis juga menggunakan peralatan seadanya, seperti meja atau tumpukan buku sebagai penopang ponsel guna menjaga kestabilan gambar, serta melakukan beberapa pengambilan ulang dari berbagai sudut untuk

memperoleh hasil terbaik. Proses *editing* dilakukan di aplikasi CapCut, dengan penyesuaian warna, penambahan transisi, dan *background* agar video tampak lebih menarik dan profesional.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA