#### **BAB III**

#### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Pada bagian ini merupakan informasi mengenai kedudukan penulis dan koordinasi dalam pelaksanaan program magang. Pada kesempatan kali ini, penulis memiliki kedudukan sebagai Graphic Designer Internship dibawah supervisor yaitu Creative Director langsung. Berikut merupakan penjabaran kedudukan dan koordinasi pelaksanaan magang.

#### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Pada kesempatan kali ini penulis memiliki kedudukan sebagai Graphic Designer Internship yang dikepalai oleh Lead Graphic Designer dibawah Creative Director. Alur pelaksanaan magang pada Eloi Collective berawal dari brief dari client kepada Creative Director yang kemudian di susun secara garis besar oleh Creative Director sesuai dengan brief client. Setelah itu, Creative Director akan memberikan brief yang sudah tersusun kepada Lead Graphic untuk dikembangkan. Ide yang telah dikembangkan akan diberikan kepada Graphic Designer serta Graphic Designer Internship berdasarkan porsi dari job desc, dan kemampuan. Graphic Designer akan mengerjakan sesuai arahan dari Lead dan memberikan hasil desain kepada Lead Graphic untuk approval, sekiranya ada yang revisi dari Lead Graphic akan diperbaiki oleh Graphic Designer. Terakhir, setelah revisi sudah di approve oleh Lead, desain secara keseluruhan akan diberikan kepada Creative Director untuk approval kepada Client.

12 Perancangan *Brand Image...*, Mary Francees Nicole, Universitas Multimedia Nusantara

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Pada bagian ini terlampir data mengenai waktu dan keterangan penulis saat melakukan pekerjaan magang di Eloi Collective. Detail pekerjaan dicantumkan mulai dari minggu pertama dengan proyek pertama hingga minggu terakhir dengan proyek terakhir. Tabel dibawah juga dapat menjelaskan pekerjaan yang dilakukan denganr runut dan lengkap.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3 February 2025	Quixly	Resize sticker untuk vending machine helm yang akan dicetak
1	4 – 5 February 2025	Tugas Magang	Membuat poster untuk tugas magang
1-8	6 February 2025 – 26 Maret 2025	VRAPTOR	Membuat <i>Brand Image VRAPTOR</i> (Logo, warna, supergrafis), GSM VRAPTOR, Sosial Media Vraptor, dan Jersey
8	27 Maret 2025	Video.com	Membuat Stiker dan Poster Iklan untuk property syuting Video.com
8	28 Maret 2025	VRAPTOR	Revisi social media VRAPTOR
9-17	31 Maret 2025 – 12 Mei 2025	QUIXLY	Membuat konten Instagram untuk QUIXLY berupa Instagram Feeds, Story, dan Reels
17	13 Mei 2025 – 15 Mei 2025	Radja Wallet	Mengerjakan Packaging Radja Wallet
17-19	16 Mei 2025 - 29 Mei 2025	QUIXLY	Mengerjakan konten Quixly

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

#### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Pada pelaksanaan magang di Eloi Collective, penulis mendapatkan beberapa proyek yang harus dikerjakan dalam periode magang. Tugas pertama yang dilakukan adalah melakukan *resize* ukuran stiker yang sudah di desain ke ukuran asli untuk dicetak. Kemudian membuat *brand image E-Sport* VRAPTOR yang merupakan tugas utama pada pelaksaan magang, mulai dari pembuatan logo,

Perancangan Brand Image ..., Mary Francees Nicole, Universitas Multimedia Nusantara

supergraphic, warna, hingga GSM untuk panduan brand VRAPTOR. Setelah itu penulis melanjutkan dengan pembuatan sosial media untuk VRAPTOR. Ada juga pembuatan desain poster untuk kebutuhan properti syuting digital ads Video.com. Lalu, penulis juga melanjutkan kegiatan magang dengan membuat instagram feeds. story, dan reels untuk brand Quixly.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Proyek utama yang dilakukan oleh penulis adalah pembuatan brand image untuk sebuah tim e-sport bernama VRAPTOR. Penulis diberikan moodboard untuk logo, keywords, keyvisual, dan GSM referensi yang dapat dilihat sebagai acuan.



Gambar 3.1 Brief awal untuk logo referensi

Setelah mendapat brief awal dari Lead, penulis mulai mengulik referensi *key words*, dan *key visual* bersama *Lead Graphic*. Pada tahap awal, penulis melakukan *brainstorming* dari *keywords* yang diberikan berupa *mindmap* dan mendiskusikannya bersama Lead. Penulis akhirnya mendapatkan keywords, tone of voice, big idea, dan konsep untuk VRAPTOR. *Keywords* yang didapatkan dan disetujui adalah *ambition, flexible, esport*. Lalu *tone of voice* VRAPTOR adalah *confident, casual*. Kemudian *big idea* yang diambil adalah *"Where confidence meets ambition, flexibility fuels victory"* 



Gambar 3.2 Mindmap VRAPTOR

#### a. Logo VRAPTOR

Kemudian berangkat dari keywords, big idea, dan konsep, penulis mulai melakukan sketsa untuk pembuatan logo VRAPTOR. Sketsa dimulai dari sketsa kasar pasa kertas sembari melihat referensi. Penulis mencoba menterjemahkan keywords, big idea, dan konsep menjadi sebuah desain logo. Pada sketsa terlihat berbagai macam logo dicoba oleh penulis, mulai dari *pictorial* hingga wordmark.



Gambar 3.3 Sketsa Awal VRAPTOR

Setelah mencoba sketsa di kertas, penulis mulai mencoba melanjutkan sketsa digital. Pada tahap ini penulis membuat berbagai macam alternatif sketsa logo. Dapat dilihat berbagai macam referensi diambil mulai dari gambar raptor, contoh logo *e-sport*, dan lainnya. Namun karena dirasa kurang cocok dengan *keyword* VRAPTOR, penulis terus mencoba berbagai alternatif sembari melakukan asistensi Lead Graphic.



Gambar 3.4 Sketsa Digital Awal VRAPTOR

Penulis mulai mencoba mengeksplor logo dengan menggunakan inisial dari VRAPTOR yaitu V dan R. Pertama penulis mencoba untuk menyambungkan huruf V dan R, membuat V dan R menjadi bentuk serupa, hingga membuat sebuah muka "*raptor*" dari huruf V dan R. Penulis juga sempat mencoba untuk membuat logo V dan R yang diberikan unsur cakaran. Kemudian penulis melakukan asistensi dan muka "*raptor*" yang dibuat dari V dan R yang di ACC untuk dikembangkan lagi oleh Lead.



Gambar 3.5 Sketsa Digital Awal VRAPTOR

Penulis melanjutkan eksplorasi logo dari logo yang sebelumnya sempat di ACC untuk diulik lebih lanjut. Berbagai macam alternatif dibuat oleh penulis, mulai dari V yang terpisah, dua R yang tergabung, terdapat mata dan tanduk dalam logo, hingga logo VRAPTOR yang memiliki semacam topeng. Penulis terus melakukan berbagai macam alternatif dan asistensi kepada supervisor.



Gambar 3.6 Logo Alternatif VRAPTOR

Setelah membuat berbagai macam alternatif, akhirnya terdapat satu logo yang di terima dan diminta untuk dirapihkan oleh supervisor. Dari logo tersebut barulah penulis merapihkan dengan *grid* untuk logo VRAPTOR agar simetris dan memiliki bobot yang sama.



Gambar 3.7 Proses Grid Logo VRAPTOR

Penulis menggunakan *grid* untuk merapihkan logo akhir yang dipilih untuk VRAPTOR. Logo dirapihkan dengan menggunakan *ruler* dan *guide*, hal ini dikarenakan dalam prinsip desain terdapat keseimbangan didalamnya baik simetris maupun asimetris. Pada kali ini logo VRAPTOR dibuat seimbang secara simetris. Selain itu logo dibuat sesederhana mungkin agar dapat mudah dikenali dan diingat. Setelah ini barulah penulis masuk ke bagian warna pada logo.



Gambar 3.8 Alternatif warna untuk logo VRAPTOR

Berdasarkan brief dan mindmap yang sudah dibuat pada tahap awal, penulis mencoba membuat warna logo dengan tiga pilihan warna yaitu biru, putih, dan kuning untuk VRAPTOR. Hal ini dikarenakan *raptor* memiliki ciri khas garis warna biru pada samping matanya. Selain dari pada itu, biru memiliki arti percaya diri dan kebebasan. Kemudian warna kedua yang dipakai adalah warna putih karena memiliki arti kejelasan, ambisi, fleksibilitas yang mencerminkan kepercayaan diri dan strategi dalam menghadapi tantangan. Terakhir warna kuning yang menyimbolkan ambisi pada team. Setelah memberikan empat opsi untuk warna logo, akhirnya 2 warna utama yang dipilih yaitu putih dan biru.



Gambar 3.9 Warna Final Logo VRAPTOR

Pada gambar diatas dapat dilihat terdapat dua warna utama yang dipakai pada logo VRAPTOR yaitu warna biru dan turunannya serta warna putih. Dua warna utama itu kemudian dipecah menjadi 4 logo dengan warna yang berbeda-beda. Pertama adalah logo primer terang atau *primary light version* yang memiliki warna putih dengan variasi biru muda. Kedua adalah logo primer gelap atau *primary dark version* yang memiliki warna turunan biru dengan putih didalamnya. Ketiga adalah logo sekunder terang atau *secondary light version* yang memiliki



warna full putih. Terakhir adalah logo sekunder gelap atau *secondary dark version* yang memiliki warna full biru gelap.

Gambar 3.10 Warna Final Logo VRAPTOR

Warna utama yang digunakan pada *brand* VRAPTOR adalah 5 warna. Terdapat warna hitam, 3 warna biru turunan, dan juga putih. Warna hitam yang dipakai adalah hitam dengan hex #000000. Warna biru pertama yang digunakan adalah *navy blue* dengan hex #0C2041. Kemudian warna *sky blue* dengan hex #6EB0E0. Warna biru terakhir yang digunakan adalah *light blue* dengan hex #A3D2F0. Terakhir warna putih yang digunakan adalah putih dengan hex #FFFFFF.



Gambar 3.11 Logo Breakdown VRAPTOR

Penulis juga membedah logo dan memberikan arti dari setiap unsur yang ada pada logo VRAPTOR. Hal ini dilakukan agar logo yang dipakai memiliki arti bagi VRAPTOR dan dapat merepresentasikan VRAPTOR. Bentuk V memiliki arti V dalam VRAPTOR serta V sebagai 5 *roster* dalam tim. Bentuk R yang ada pada bagian bawah

Perancangan Brand Image ..., Mary Francees Nicole, Universitas Multimedia Nusantara

kanan dan kiri merepresentasikan Raptor dalam VRAPTOR. Terakhir bentuk tanduk yang ada diatas R merepresentasikan tanduk raptor yang memberikan kesan *bold* dan *fierce* pada logo. Secara keseluruhan logo dibuat untuk merepresentasikan kekuatan, kelincahan dan ketangkasan serta jiwa kompetitif VRAPTOR dalamn pertandingan Valorant.



#### Gambar 3.12 Font Logo VRAPTOR

Setelah membuat logo, penulis mencari font yang cocok untuk VRAPTOR khususnya untuk *logomark*. Setelah mencari berbagai macam font yang cocok, akhirnya penulis dan supervisor setuju untuk memakai *Russo One* sebagai font utama VRAPTOR. *Russo One* adalah font sans serif bold yang dipilih karena dapat mencerminkan keberanian dan fleksibilitas. Lalu, *Syne* juga dipilih sebagai *secondary font* VRAPTOR untuk keperluan *branding* seperti di media sosial dan media lainnya.



Gambar 3.13 Grid Layout Logo Kombinasi VRAPTOR

Selanjutnya, penulis juga membuat logo dengan wordmark didalamnya yang menjadikan logo kombinasi. Pada logo kombinasi terdapat dua variasi yaitu dengan tulisan VRAPTOR dibawah dan juga disamping. Penggunaan tipografi untuk VRAPTOR menggunakan font sans serif untuk memberikan kesan friendly dan casual namun tetap jelas. Font yang digunakan adalah *Russo One*.



Gambar 3.14 Final Logo VRAPTOR

Pada akhirnya, logo VRAPTOR memiliki tiga variasi logo yaitu pictorial, dan dua logo kombinasi dengan wordmark. Logo-logo ini dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan VRAPTOR. Warna pada logo juga nantinya dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Secara keseluruhan pembuatan logo VRAPTOR merupakan tahap yang sulit untuk dilakukan oleh penulis. Hal ini dikatakan karena penulis jarang melakukan pembuatan logo apalagi pembuatan logo dari awal yang harus mengikuti kemauan klien dan sesuai dengan citra brand yang ingin dibangun.

#### b. Supergrafis

### rafis ERSITAS

Selanjutnya penulis membuat supergrafis untuk brand VRAPTOR. Pada awal pembuatan supergrafis penulis membuat sketsa kasar pada kertas dengan berbagai alternatif. Penulis mencoba menyesuaikan supergrafis dengan *keyword* VRAPTOR yang telah didapat.



Gambar 3.15 Sketsa Supergrafis VRAPTOR

Penulis mencoba berbagai macam bentuk mulai dari garis melengkung, panah, bulat, hingga campuran berbagai macam bentuk. Dari sekian banyak alternatif yang dibuat, pada akhirnya penulis dan supervisor memilih bentuk yang seperti *snowflakes* yang terdiri dari bentuk panah dan bulat. Bentuk yang dipilih kemudian kembangkan lagi agar lebih sesuai dengan nilai VRAPTOR.



Gambar 3.16 Sketsa Supergrafis Digital VRAPTOR

Setelah memindahkan secara digital, penulis mulai mengeksplore bentuk supergrafis yang dibuat. Supergrafis terdiri dari 5 panah serta 5 bentuk diamond yang disusun menjadi bentuk *snowflake*. Panah yang berbentuk V merepresentasikan V dalam VRAPTOR dan juga menyimbolkan ikon badan. Elemen kedua yaitu berbentuk wajik dan berada diatas V menyimbolkan ikon kepala dan juga *crosshair* yang menjadi aspek esensi dalam permainan *Valorant*.

Pembuatan supergrafis VRAPTOR juga tidak lepas dari unsur desain didalamnya. Secara keseluruhan bentuk supergrafis adalah bentuk *snowflake* yang terdiri bentuk V dan wajik yang diulang sebanyak lima kali, hal ini dapat dikatakan bahwa supergrafis memiliki ritme. Selain dari pada itu, susunan dari setiap elemen seimbang dikarenakan semuanya tersusun secara simetris serta proporsi susunannya yang dibuat rata. Terakhir susunan setiap elemen saling terhubung secara visual yang membuat desain memiliki unsur kesatuan.



Gambar 3.17 Supergrafis Final VRAPTOR

Secara keseluruhan, pembuatan supergrafis VRAPTOR juga merupakan hal yang menantang bagi penulis. Walau tidak sesulit pengerjaan logo VRAPTOR, namun pembuatan supergrafis memerlukan waktu dan kreativitas. Hal ini dikarenakan penulis harus bisa membuat supergrafis yang simple namun bisa diterapkan diberbagai media VRAPTOR serta memiliki arti yang sesuai dengan *brand image*.

### M U L T I M E D I A N U S A N T A R A

#### c. Social Media Template

Penulis melanjutkan pembuatan *brand image* VRAPTOR dengan membuat *social media template* untuk keperluan *branding* pada media sosial VRAPTOR. Hal ini dilakukan agar konten yang akan dibuat untuk VRAPTOR memiliki paduan dan patokan secara visual seperti apa. Pada tahap awal penulis melakukan riset dengan melihat referensi di laman *behance.net*. Penulis melihat bagaimana bentuk secara visual media sosial yang dibuat untuk konten tim *e-sport*.



Gambar 3.18 Referensi Sosial Media Template

Setelah mencoba mencari beberapa referensi, penulis mulai mencoba untuk membuat desain sosial media template untuk VRAPTOR. Pada awal penulis mengalami kesulitan untuk menentukan gaya atau konsep secara menyeluruh. Penulis mencoba mengeksplore desain sembari melakukan asistensi dan konsultasi dengan supervisor.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.19 Sketsa Awal Desain Sosial Media

Setelah mencoba membuat desain sosial media. Penulis berhasil membuat salah satu template untuk konten kemenangan VRAPTOR. Penulis menggabungkan logo, supergrafis, visual dari *Valorant*, serta informasi lainnya yang menunjang.



Gambar 3.20 Template Sosial Media pertama

Desain yang sudah dibuat oleh penulis kemudian diajukan untuk diasistensikan. Apabila sudah diterima oleh supervisor, maka penulis akan melanjutkan pembuatan desain dengan template tersebut. Namun setelah melakukan asistensi kepada supervisor, desain yang dibuat masih dirasa kurang cocok. Sehingga penulis membuat ulang desain template untuk sosial media. Pada kali ini penulis diberikan contoh untuk diikuti dari supervisor.



Gambar 3.21 Template Sosial Media Revisi

Berdasarkan contoh dan diskusi dengan supervisor, penulis berhasil membuat template sosial media untuk VRAPTOR serta 1 instagram feed dan story. Pada desain, penulis membuat dengan ukuran instagram feed yaitu 1080px x 1350px dengan rasio 4:5 serta 1080px x 1920px untuk instagram story. Selain itu, penulis juga membuat *grid* untuk setiap desain dengan ukuran margin atas, bawah, kanan, dan kiri sebanyak 100px. Margin digunakan agar desain memiliki safe area yang jelas. Dalam pembuatan sosial media template, penulis membuat template desain untuk *Match Day, Welcome Roster, Winning the Game,* dan *Looking for New Raptors.* 

Desain yang dibuat memiliki warna dominan biru dengan tipografi putih dengan font Russo One dan Syne. Dikarenakan foto tim belum ada sehingga penulis membuat desain template dengan gambar tim esport lainnya. Hal ini juga dapat dilakukan karena pembuatan template hanya untuk acuan pembuatan konten VRAPTOR bukan untuk konsumsi publik.

Secara keseluruhan pembuatan sosial media template juga merupakan tantangan untuk penulis. Hal ini dikarenakan pada tahap awal penulis mengalami kesulitan untuk membuat style *layout* dan desain yang cocok dengan gaya *e-sport*. Ada kalanya penulis diminta untuk latihan membuat *layout* yang baik oleh supervisor. Walaupun sulit akhirnya penulis bisa menyelesaikan tugas tersebut.

#### d. Jersey

Penulis melanjutkan pengerjaan *brand image* dengan pembuatan jersey untuk VRAPTOR. Pada tahap awal, penulis melakukan hal yang sama yaitu melakukan riset yaitu melihat berbagai referensi jersey *e-sport*. Penulis melihat berbagai macam jenis jersey dari warna yang mencolok hingga desain yang simpel.



Gambar 3.23 Referensi Jersey E-Sport

Setelah melihat referensi, penulis mencoba membuat desain jersey VRAPTOR. Penulis memasukan supergrafis VRAPTOR sebagai elemen pada jersey yang ditambah dengan warna dari VRAPTOR yaitu putih dan gradasi biru gelap hingga terang. Tak lupa juga menambahkan typografi nama pemain, logo VRAPTOR, serta logo "sponsor". Desain jersey ini kemudian diserahkan kepada supervisor untuk di asistensikan. Namun *feedback* dari supervisor kurang baik dan penulis diminta untuk mengeksplor lebih lanjut untuk jersey VRAPTOR. Hal ini dikarenakan desain masih kurang menarik dan biasa saja.



Gambar 3.24 Jersey VRAPTOR Pertama

Penulis melanjutkan pembuatan ulang jersey VRAPTOR. Dari gambar diatas dapat dilihat penulis mencari referensi baru untuk jersey yang akan dibuat. Penulis juga mengeksplor pattern yang diambil dari supergrafis VRAPTOR. Penulis mengambil bentuk *diamond* untuk dijadikan elemen utama dan dijadikan pattern. Penulis mencoba mulai dari pattern besar hingga kecil. Kemudian pattern dirancang dengan logo VRAPTOR dan tulisan lainnya. Setelah desain awalan telah jadi baru dimasukan kedalam *mock-up* jersey oleh penulis.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.25 Artboard Proses Pembuatan Jersey Baru.

Penulis membuat dua alternatif jersey yang diajukan kepada supervisor. Perbedaan hanya terletak pada bagian pattern dimana bagian atas memiliki pattern yang lebih besar dan sedikit, sedangkan bagian bawah memiliki pattern yang lebih kecil dan banyak. Selain dari pada itu, penulis memberikan sentuhan "cakar raptorr" pada bagian samping baju dengan *opacity* yang rendah sehingga hanya memperlihatkan gambaran secara halus. Warna yang digunakan untuk jersey adalah warna *navy blue* dan putih dengan logo dan tulisan yang berterbalikan dengan warna baju. Pada akhir, desain jersey pertama yang dipilih untuk menjadi desain jersey VRAPTOR oleh supervisor

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.26 Alternatif Jersey VRAPTOR

Secara keseluruhan, pembuatan desain jersey VRAPTOR merupakan pengalaman yang menarik. Hal ini dikarenakan pada proses magang, penulis baru bisa membuat mockup yang baik. Pembuatan desain jersey juga tidak luput dari tantangan, ada masanya penulis mengalami *art block* dan bingung ingin membuat desain jersey seperti apa yang menarik dan bagus serta cocok dengan konsep awal.

#### e. Graphic Standart Manual

Saat semua elemen *brand image* VRAPTOR sudah selesai. Penulis melanjutkan untuk membuat *mini Graphic Standart Manual* sesuai dengan arahan dari supervisor. Pembuatan *mini GSM* dimulai dengan membuat *grid* dan margin.



Gambar 3.27 Grid dan Margin GSM VRAPTOR

Pada pembuatan *margin* dan grid, penulis membuat *white space* terlebih dahulu. *White space* atau biasa disebut *margin* dibuat untuk memberikan area kosong pada desain hal ini agar konten tidak terpotong dan terlihat rapih. Setelah itu baru penulis membuat *grid* untuk *layout* pada GSM, hal ini dibuat untuk mengatur proporsi serta keseimbangan isi didalam GSM. *Grid* dan *margin* yang dibuat dapat disesuaika dengan kebutuhan desain baik penempatan elemen gambar maupun tulisan.Saat *margin* dan *grid* sudah selesai dibuat, penulis melanjutkan dengan mulai mengisi *artboard* dengan konten GSM VRAPTOR.



Gambar 3.28 Desain GSM VRAPTOR

Penulis membuat desain GSM yang simple dengan *background* berwarna hitam dan tipografi berwarna putih. Font yang digunakan adalah *Syne* dengan ukuran 20pt untuk *headline* serta 16pt untuk *body text*. Pembuatan GSM mencakup semua desain yang berubungan dengan *brand image* VRAPTOR seperti logo, supergrafis, warna, typografi, desain *template* media sosial VRAPTOR, serta jersey. Penulis juga menambahkan *what to avoid* dalam penggunaan logo VRAPTOR.



Gambar 3.29 What To Avoid pada GSM VRAPTOR

Penulis menambahkan konten *what to avoid* pada penggunaan logo, hal ini dilakukan agar logo tidak digunakan secara sembarangan dan tetap sesuai dengan prinsip desain yang sudah terkandung pada logo VRAPTOR. Penulis memberikan beberapa contoh untuk larangan penggunaan pada logo yaitu seperti mengganti atau mengubah proporsi logo, warna, dan orientasi logo. Logo tidak boleh tertarik, terdistorsi, terputar, menjadi *blur*. Logo diharapkan tetap digunakan seperti seharusnya dengan kaidah dan aturan yang sudah dibuat pada *Mini GSM* VRAPTOR. *Mini GSM* yang dibuat oleh penulis sudah selesai, namun supervisor meminta penulis untuk membuat *mini GSM* VRAPTOR versi lainnya. Pada tahap awal penulis diberikan referensi oleh supervisor berupa *layout* desain. Penulis diminta untuk mengikuti style layout yang diberikan.



Gambar 3.30 Referensi Layout Desain untuk GSM VRAPTOR

Gambar diatas adalah referensi atau acuan yang diberikan *supervisor* kepada penulis untuk membuat GSM VRAPTOR yang baru. Setelah melihat referensi yang diberikan, penulis mulai membuat artboard dengan margin yang sama dengan GSM terdahulu. Pembuatan GSM baru hanya berbeda dari segi *layout* dan desain, isi konten tetap sama.



Gambar 3.31 Margin dan Grid baru GSM VRAPTOR

Pada *layout* GSM VRAPTOR baru, dapat dilihat layour lebih bervariatif. Penulis membuat *layout* dengan dua variasi dimana tempat untuk menulis creative guidelines dan bulan pembuatan pada atas dan bawah *artboard*. Selain dari pada itu, *layout* untuk menaruh *body text* juga dibedakan ada yang diatas, dibawah dan ada yang di samping kanan.



Gambar 3.32 Layout GSM VRAPTOR

Pada GSM baru dapat dilihat setelah diisi dengan konten baik tipografi dan gambar, terdapat variasi dalam segi *layout*. Pada gambar pertama menunjukan *headline* berada pada kanan atas disusul dengan *body text*, gambar disebelah kiri dan penjelasannya disebelah kanan. Sedang pada gambar kedua menunjukan bahwa posisi gambar diatas, diikuti dengan *headline* serta *body text*.

Walaupun *layout* berbeda namun secara hirarki cara baca tetap sama dan sesuai dengan tujuan. Gambar pertama memberikan emphasis kepada variasi logo VRAPTOR diikuti dengan *headline*  "Logo Breakdown" yang menunjukkan bahwa page tersebut memiliki konten mengenai logo VRAPTOR dan penjelasannya. Hirarki juga sudah sesuai dari logo, logo breakdown, body text berisi penjelasan logo, dan diakhiri dengan ukuran penggunaan logo.

Hal ini sama dengan gambar kedua yaitu *page* yang memuat informasi mengenai *jersey* VRAPTOR. Emphasis diberikan kepada gambar dua jenis jersey VRAPTOR yaitu jersey *home* dan *away*. Hirarki tentu sudah sesuai dimana dimulai dari gambar jersey, diikuti dengan *headline* dan *body text* berisi penjelasan jersey VRAPTOR. Dari penjelasan ini dapat dikatakan *layout* desain GSM VRAPTOR dibuat dengan menggunakan elemen dan unsur desain sehingga dapat dilihat dan diserap dengan baik informasi yang ada.



Gambar 3.33 Layout GSM VRAPTOR

Layout GSM juga dibuat seminimalis mungkin namun tetap memiliki sisi estetika didalamnya. Desain GSM dibuat simple dengan tipografi menggunakan font sans serif yaitu Syne dan background solid color. Pada page logo breakdown serta supergraphics dapat dilihat bahwa penulis membuat supergrafis dan logo per bagian dengan melakukan highlight pada setiap bagian yang dibahas. Hal ini dilakukan agar pembaca dapat mengerti bagian-bagian yang dibahas. Emphasis dan juga hirarki dibuat sesuai dengan maksud konten per *page*, dengan gambar yang menjadi *point of interest* diikuti dengan *headline* dan *body text* sebagai penjelasan konten. Dari dua *page* GSM ini dapat dilihat walaupun *layout* berbeda namun emphasis dan hirarki tetap sama dan tetap memiliki unsur kesatuan didalamnya dengan proporsi yang pas.



Gambar 3.34 Final Look GSM VRAPTOR

Pada gambar diatas dapat dilihat hasil akhir dari GSM VRAPTOR baru yang dirancang dan dibuat sesuai dengan referensi yang diberikan oleh *supervisor*. GSM VRAPTOR yang baru pun disetujui oleh *supervisor*, sehingga dapat dikatakan bahwa pembuatan *brand image* VRAPTOR serta *mini GSM* sudah selesai.

Sejauh pelaksanaan magang yang dilakukan, pembuatan *brand image* VRAPTOR merupakan sebuah tantangan besar yang dihadapi oleh penulis. Hal ini dapat dikatakan karena penulis merupakan mahasiswa DKV dengan peminatan *interactive design* sehingga kurang familiar dengan *branding*, dengan adanya latar belakang tersebut tentu pembuatan *brand image* merupakan hal yang sulit. Pada tahap pembuatan logo, penulis sempat merasakan *art block* karena kehabisan ide dan bingung dalam merancang berbagai macam elemen desain sesuai dengan prinsip desain dan juga ide utama dari brand VRAPTOR. Selain daripada hal tersebut, pembuatan social media template dan jersey juga terasa sulit untuk penulis. Hal ini dikarenakan apa yang menurut penulis sudah cukup belum tentu cukup untuk *supervisor* yang sudah memiliki pengalaman yang lebih lama serta selera desain dan standard desain yang lebih tinggi. Walaupun terasa susah dan terus melakukan revisi kepada *supervisor*, pada akhirnya penulis berhasil menyelesaikan tantangan dalam pembuatan *brand image* VRAPTOR.

#### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama pelaksanaan magang, penulis juga memiliki beberapa tugas tambahan yang dikerjakan selain dari pembuatan *brand image* VRAPTOR. Penulis mendapatkan empat proyek tambahan yaitu 2 proyek dari QUIXLY, 1 proyek untuk *digital ads Video.com*, dan 1 proyek untuk Radja Wallet. Proyek yang dikerjakan oleh penulis cukup beragam, mulai dari *resize packaging*, membuat poster, hingga konten sosial media.

#### 3.3.2.1 Proyek Desain Stiker Vending Machine Quixly

Proyek pertama yang dikerjakan adalah finalisasi desain serta *resize* ukuran stiker vending machine Quixly untuk naik cetak dan ditempel. Penulis menggunakan design dan asset yang sudah ada yang kemudian dibuat sesuai dengan ukuran asli dari *vending machine* Quixly dari tampak kanan, kiri, dan depan. Pada tahap awal penulis mendapat *file* dengan ukuran 1920px x 1080px yang berisi tiga opsi dan diberikan brief untuk menambahkan asset maskot serta menterjemahkan ke ukuran asli

# M U L T I M E D I A N U S A N T A R A



Gambar 3.35 File acuan stiker QUIXLY

Dalam melakukan desain stiker penulis menggunakan *ruler* dalam centimeter dan *guide* pada *Adobe Illustrator* untuk mengubah ukuran stiker.Setelah selesai melakukan *resizing* desain, penulis melakukan penyesuaian desain acuan dengan bentuk dan ukuran asli vending machine. Dalam pengerjaannya penulis memastikan bahwa ukuran sudah benar dan sesuai dengan ukuran yang diberikan oleh supervisor.



Gambar 3.36 Pembuatan stiker QUIXLY

Penulis juga menambahkan beberapa asset yang belum ada pada desain awal. Asset yang dimasukan merupakan maskot dan juga supergrafis brand QUIXLY. Kemudian, penulis memberikan keterangan ukuran setiap sudut agar akurat dan mencegah terjadinya kesalahan ukuran dalam pencetakan



Gambar 3.37 Skema Ukuran Stiker Vending Machine

Setelah selesai merubah ukuran ke ukuran asli stiker, penulis menggabungkan secara keseluruhan stiker *vending machine*. Penulis memberikan dua versi, yaitu stiker yang digabung secara keseluruhan dan juga stiker yang dipisah. Hal ini dilakukan untuk memudahkan dalam proses produksi apabila stiker packaging tidak dapat disatukan, penulis sudah membuat versi yang terpisah untuk memudahkan pemasangan kepada *vending machine*.



Gambar 3.38 Final Stiker Vending Machine

40

Perancangan Brand Image ..., Mary Francees Nicole, Universitas Multimedia Nusantara

Berdasarkan hasil yang telah dibuat oleh penulis, terdapat beberapa revisi berdasarkan masukan dari client. Penulis diminta untuk mengganti tulisan pada bagian instruksi pemakaian QUIXLY dari bahasa inggris ke bahasa indonesia.



Gambar 3.39 Revisi Stiker Vending Machine

Selain dari pada itu, penulis diminta untuk menggani warna stiker menjadi warna yang lebih gelap. Pada awal warna stiker adalah biru dengan hex #4156A5 kemudian diganti menjadi biru lebih gelap dengan hex #0A1A38. Hal ini dikarenakan client merasa warna awal kurang cocok.



Gambar 3.40 Finalisasi Desain Stiker Quixly

Secara keseluruhan pengerjaan tugas ini merupakan tugas yang mudah. Hal ini dikarenakan penulis hanya menambahkan beberapa elemen untuk finalisasin desain. Tantangan yang dihadapi penulis hanyalah saat proses *resize* stiker dan pembuatan skema ukuran cetak karena penulis memerlukan ketelitian dalam mengukur dan menghitung ukuran agar sesuai dengan ukuran asli *vending machine* 

#### **3.3.2.2 Proyek Desain Packaging Radja Wallet**

Pada proyek ini penulis mendapatkan tugas untuk mengerjakan packaging Radja Wallet yang sudah dibuat namun diminta untuk dilengkapi. Pada awal penulis mendapatkan file berupa tiga ukuran box packaging Radja Wallet. Kemudian supervisor meminta penulis untuk mengukur ulang packaging dan membuat ulang jaring-jaring untuk *packaging inner box* Radja Wallet.



Gambar 3.41 Mock Up 3D Packaging Radja Wallet

Penulis diberikan acuan untuk membuat jaring-jaring untuk packaging dalam Radja Wallet. Acuan berupa *mock up* 3D yang telah dibuat. Penulis mendapatkan tugas untuk membuat jaring dalam yang bisa menyerupai atau sama dengan *mock up 3D*.



Gambar 3.42 Tampak Awal Packaging

Dari tampilan packaging awal ini penulis membuat jaringjaring packaging yang awalnya hanya berbentuk persegi panjang dengan enam kotak didalamnya. Pada awal penulis membuat jaring untuk *inner box* secara menyeluruh dan langsung dengan ukuran tinggi 5cm. Packaging *inner box* dibuat untuk dapat menjadi tempat untuk menaruh produk Radja Wallet.



Gambar 3.43 Tampak Packaging setelah dibuat ulang

43 Perancangan *Brand Image...*, Mary Frances Nicole, Universitas Multimedia Nusantara Pada gambar diatas dapat dilihat jaring dibuat dari dengan menabahkan sisi bagian bawah, samping kanan dan kiri, serta depan dan belakang. Penulis juga menambahkan sedikit ruang pada packaging agar dapat mempermudah proses rakit pada packaging. Penulis juga menambahkan detil ukuran pada skema.





Namun setelah melakukan asistensi, penulis mendapatkan revisi dari supervisor untuk membuat *inner box* menjadi 2 bagian yaitu kotak luar dan kotak dalam yang akan dipakai untuk menaruh produk. Hal ini dilakukan untuk mempermudah membuatan packaging karena memisahkan bagian untuk produk dan "cangkang"nya. Pada bagian yang dibuat untuk menaruh produk Radja Wallet memiliki ukuran tinggi yang lebih kecil yaitu 2,5cm sementara pada packaging luar memiliki tinggi 5cm.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.45 Tampak ketiga packaging setelah revisi

Penulis membuat tiga jenis ukuran untuk packaging inner box yaitu untuk kemasan berisi 6 produk, 7 produk, dan 3 produk. Masing-masing ukuran packaging memiliki ukuran yang mirip hanya berbeda sedikit untuk panjangnya, namun untuk lebarnya mengikuti banyaknya packaging dan susunannya. Setiap sudut diberikan ukuran untuk dapat memudahkan proses pencetakan dan perakitan packaging.



Gambar 3.46 Final Tampak ketiga packaging setelah revisi

Pada hasil akhir penulis membuat kombinasi outer dan inner box sesuai dengan hasil yag sudah direvisi. Penulis juga menambahkan informasi seperti bolongan pada *outer box* yang akan digunakan untuk tempat memasukan tali. Kemudian keterangan persegi panjang yang ada pada *inner box* digunakan untuk menaruh produk.

Secara keseluruhan membuat packaging tidak sesulit itu, namun untuk penulis yang tidak familiar dengan packaging pada mulanya agak memiliki kesulitan untuk membuat pola jaring untuk packaging Radja Wallet. Namun sisanya aman dan dapat diikuti oleh penulis.

#### 3.3.2.3 Proyek Poster Video.com Digital Ads

Pada proyek ini penulis mendapat tugas untuk membuat poster serta iklan yang biasanya ditemui di tiang listrik dan pinggir jalanan. Hal ini dibuat agar dapat dijadikan *props* pada iklan digital Video.com. Pada tahap awal penulis melakukan riset yaitu melihat referensi untuk pembuatan poster dan iklan jalanan.



Gambar 3.47 Screenshot referensi stiker jalanan

Setelah melihat referensi mengenai stiker iklan di tiang listrik dan poster iklan yang sering ditemukan di jalanan, penulis mulai membuat stiker dan poster iklan. Namun perlu diketahui, pada brief awal penulis diminta untuk membuat stiker dan poster iklan dengan tema yang "nyeleneh" atau aneh dan bersifat parodi. Pada tahap awal penulis membuat stiker iklan pada *artboard* ukuran A3. Penulis menggunakan font dari berbagai macam dengan jenis sans serif dan serif, hal ini dikarenakan berdasar dengan riset referensi stiker iklan yang biasanya ditemui di tiang listrik maupun jalanan sangat beragam. Stiker iklan memuat promosi sedot WC, obat kuat, servis ac, dan masih banyak lagi.



Gambar 3.48 Stiker Iklan Video.com

Penulis membuat stiker iklan dengan beragam ukuran yang dimuat pada *artboard* A3. Stiker iklan meliputi nama usaha atau jasa diikuti dengan nomor telepon dibawahnya dengan mayoritas tipografi kapital. Ada beberapa tipografi yang menggunakan warna merah dan juga warna biru. Tipografi mayoritas juga menggunakan rata tengah. Penulis juga menggunakan berbagai macam ukuran font.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.49 Poster Iklan Video.com

Poster pertama yang dibuat oleh penulis adalah poster pinjaman dana yang biasanya ditemukan di area publik. Penulis menggunakan tiga jenis font meliputi *Copper Black, BLAH!*, dan *Bernard MT Condensed* dengan tipografi "Butuh Dana Cepat? Dari Pada Ngepet Mending Pinjam AKUGALAKU bisa pinjam sampai 300T". Penulis membuat tipografi tersebut dikarenakan akhir-akhir ini banyak sekali pihak yang dapat meminjamkan uang dengan tipografi "Butuh Dana Cepat?". Kemudian tipografi "Dari Pada Ngepet" dibuat untuk menunjukkan bahwa akhir-akhir ini banyak kasus orang melakukan hal yang disebut "ngepet" untuk mendapat uang, sehingga penulis menggunakan istilah tersebut. Lalu "AKUGALAKU" sebagai parodi dari *fintech* yang terkenal yaitu "AKULAKU".

Terakhir "bisa pinjam sampai 300T" memiliki arti bahwa sering kali pihak peminjam uang mempromosikan jasa pinjam uang dengan limit yang tidak masuk akal. Selain tipografi, penulis juga memberikan ilustrasi rumah mewah, motor, dan mobil. Ilustrasi tersebut diberikan karena seringkali poster atau iklan pinjam uang memberikan ilustrasi hal-hal material yang cukup mahal. Penulis memberikan nomor telepon untuk memberikan informasi apabila ingin meminjam uang dapat menelepon nomor tersebut.



HUB 02178945245 Gambar 3.50 Poster Iklan Video.com

Poster selanjutnya yang dibuat oleh penulis adalah poster Yoga Hamil Bang Ipul. Pada poster tersebut penulis menggunakan font serif dengan tipografi "Yoga Hamil Bang Ipul Setiap Pagi Jumat Kliwon" serta "HUB 02178945245" dengan berbagai macam ukuran font juga. Selain dari pada hal tersebut, penulis menambahkan foto tiga ibu hamil yang sedang melakukan yoga hamil untuk memberikan visualisasi pendukung bahwa poster tersebut adalah poster promosi yoga hamil. Penulis memberikan warna merah muda sebagai background serta warna hitam untuk tulisan.

Walaupun desain dibuat dengan simple dan terlihat asal. Penulis tetap menerapkan visual hirarki didalamnya seperti tulisan "YOGA HAMIL BANG IPUL" dibuat paling besar ukurannya. Diikuti dengan nomor yang dapat dihubungi. Terakhir informasi tambahan "SETIAP PAGI JUMAT KLIWON" yang memiliki ukuran paling kecil.



Gambar 3.51 Poster Iklan Video.com

Kemudian penulis juga membuat poster iklan tanah. Poster ini pasti sudah tidak asing lagi dan sering ditemui ditempat yang menjual tanah. Pada poster terdapat tipografi "Tanah Ini Dijual" dengan warna merah dengan ukuran font paling besar untuk memberikan emphasis. Kemudian diikuti dengan detil lain seperti "tanpa perantara", "luas", dan info kontak. Warna background dibuat kontras dengan font yaitu warna kuning. Hirarki pada desain juga terlihat dimana "Tanah Ini Dijuall" menjadi urutan pertama dan terpenting, terlihat dari ukuran font dan warna, diikuti dengan info kontak, dan detil lainnya.

# M U L T I M E D I A N U S A N T A R A



AYAM BERNAMA : RAMBO Ciri - ciri : suka berkokok, berjambul merah, memiliki 2 kaki, dan bulu ayam yang berwarna, humoris Terakhir terlihat disamping kandang ayam Hedo 30 Februari 2025 Jika melihat Rambo harap hubungi : 08121546025 (akan ada imbalan)

Gambar 3.52 Poster Iklan Video.com

Poster selanjutnya adalah poster ayam yang hilang dengan memberikan informasi mengenai nama ayam, ciri-ciri, waktu terakhir terlihat, dan info kontak. Penulis membuat poster ini sebagai poster parodi dimana biasanya orang mencari peliharaan seperti kucing dan anjing yang hilang, namun kali ini seekor ayam yang hilang. Nama Rambo diambil karena ayam jago identik nama Rambo. Font dari poster juga beragam mengingat poster di jalanan biasanya dibuat hanya untuk kebutuhan tanpa memperhatikan estetika dan unsur desain didalamnya. Namun dalam mendesain penulis tetap memberikan emphasis dan terdapat visual hirarki didalamnya. Hal ini dapat terlihat dimana "DICARI!" memiliki font yang paling besar, diikuti dengan nama ayam Rambo, dan informasi lainnya.

# M U L T I M E D I A N U S A N T A R A



Gambar 3.53 Poster Iklan Video.com

Terakhir penulis membuat poster pinjam uang yang mirip dengan poster pertama hanya saja desainnya berbeda. Penulis menggunakan tipografi berwarna merah pada "DANA CEPAT" sebagai emphasis untuk menunjukan poster ini merupakan poster pinjam uang. Kemudian penulis menambahkan informasi lain seperti "Langsung Cair", "Cukup Gadaikan Ginjal dan BPKB", "Tanpa Potongan Syarat Mudah!!!", dan info kontak. Tipografi menggunakan tiga jenis font dari sans serif dan serif dengan berbagai macam ukuran. Penulis juga menambahkan foto uang tunai, sepeda, dan mobil sebagai elemen pendukung untuk poster pinjaman dana.

Pada konklusi, pembuatan stiker dan poster iklan untuk Video.com dibuat dengan konsep parodi dan 'nyeleneh', sehingga secara visual tidak indah. Hal ini dikarenakan ingin membuat poster atau iklan yang biasa ditemui di tiang listrik dan pinggir jalan yang dibuat hanya berdasarkan kebutuhan saja. Saat pembuatan, penulis tidak merasakan kesulitan dan tidak mendapat revisi, tantangannya hanyalah membuat poster dan iklan mirip dengan yang ditemukan sehari-hari.

#### 3.3.2.4 Proyek Sosial Media Quixly

Proyek selanjutnya adalah pembuatan sosial media untuk brand QUIXLY. Proyek ini dilakukan untuk membangun awareness brand QUIXLY. Desain yang dibuat berupa *instagram feeds, story,* dan juga *reels*. Pada tahap awal, penulis diberikan tiga contoh konten *feed instagram* yang sudah dibuat oleh supervisor sebagai guideline secara visual serta tipografi.



Gambar 3.54 Guideline Konten Quixly

Setelah mendapatkan *guideline, file, asset*, penulis juga diberikan *brief* untuk konten yang akan dibuat untuk QUIXLY. Konten yang dibuat mayoritas merupakan konten untuk meningkatkan *awareness brand*. Pada tahap awal penulis membuat tiga konten *instagram feed* untuk QUIXLY dengan ukuran *artboard* 1350px x 1080px.



Gambar 3.55 Margin Konten Quixly

53 Perancangan *Brand Image...*, Mary Francees Nicole, Universitas Multimedia Nusantara Penulis membuat margin untuk white space pada *artboard* QUIXLY. Baru setelah itu penulis mulai menyusun kalimat untuk *headline* dan *body text* berdasar pada brief yang telah diberikan. Kemudian penulis menyusun elemen yang akan dimasukan kedalam *artboard*, memainkan warna dan ukuran. Konten yang dibuat meliputi konten *feed instagram single post* dan juga *multi post carousel*.



Gambar 3.56 Konten Quixly

Pada tahap pengerjaan, penulis melakukan asistensi terhadap supervisor dan juga melakukan revisi sesuai dengan masukan dari supervisor. Hal ini meliputi warna, tipografi, ukuran, dan penempatan elemen pendukung lainnya. Setelah lulus dari revisi barulah penulis akan memasukan desain yang sudah dibuat kedalam folder pada *google drive*.



Rata-rata helm bisa menyimpan lebih dari 1 juta bakteri setelah 1 minggu pemakaian tanpa dibersihkan.

Helm Lembab - Surga unduk Kuman

Gambar 3.57 Contoh Konten Quixly

Gambar diatas merupakan konten Quixly pertama yang dibuat oleh penulis. Pada brief awal penulis diminta untuk membuat konten *fun fact* tentang helm dan kuman dimana helm memiliki 1 juta bakteri setelah 1 minggu pemakaian tanpa dibersihkan. Bermodal isi konten tersebut, penulis akhirnya mencoba untuk membuat pasukan kuman untuk menjadi visual utama pada konten.



Gambar 3.58 Pembuatan Visual Kuman

Pada tahap awal, penulis membuat pasukan kuman terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan konten yang ingin dibuat akan memuat informasi mengenai helm kotor dengan 1 juta bakteri. Pertama penulis mengambil asset yang sudah disediakan oleh supervisor yaitu kuman berwarna hijau. Kemudian dimodifikasi oleh penulis dengan memberikan gerakan tangan yang berbeda serta warna yang berbeda juga namun masih dalam satu warna yaitu hijau dengan hex # D9DD55, #AAAA44, dan # 6D6D2C. Setelah itu barulah penulis membuat pasukan kuman dari ukuran besar ke kecil dengan warna yang bergantian. Pada tahapan ini penulis menggunakan konsep perspektif, dimana makin jauh maka tampilan kuman akan makin kecil dan tak begitu jelas.



Gambar 3.59 Pembuatan Visual Kuman

Kemudian, setelah membuat visual pasukan kuman, penulis membuat helm berwarna orange. Hal ini dibuat untuk memperlihatkan bahwa didalam helm terdapat banyak sekali kuman didalamnya. Dimana penulis merasa visual dapat merepresentasikan helm kotor dengan pasukan kuman. Namun saat mengerjakan, penulis diminta oleh supervisor agar tidak memakai gambar helm pada visual konten.

# M U L T I M E D I A N U S A N T A R A



Gambar 3.60 Hasil Pertama Konten

Pembuatan konten dilanjutkan dengan memasukan visual kedalam artboard, membuat headline, hook, body text, serta layouting. Pada awalnya penulis merasa bingung untuk hook yang ingin diberikan pada konten, sehingga penulis mencoba dengan membuat dengan kata "Ternyata" yang diikuti dengan body text dan hook. Hook yang dibuat sengaja menggunakan warna orange untuk memberikan emphasis didalamnya. Penggunaan typografi menggunakan dua font yaitu Plus Jakarta Sans dan La Belle Aurore dengan font yang bervariasi berdasarkan hirarki yang ingin dibuat. Tak lupa penulis menambahkan supergrafis diakhir pembuatan konten. Setelah membuat konten, penulis pun melakukan asistensi kepada supervisor. Apabila diterima maka penulis akan melanjutkan pembuatan ke konten selanjutnya dan apabila belum maka penulis akan melakukan revisi konten berdasar pada masukan dari supervisor.



Gambar 3.61 Finalisasi Konten

Setelah melakukan asistensi, penulis diberikan masukan untuk melakukan revisi terhadap konten yang dibuat. Mulai dari pemilihan kata untuk headline, penempatan body text serta hook dan juga font size yang digunakan pada konten. Headline yang pilih pada awalnya diganti oleh penulis, dari hanya menggunakan satu kata yaitu "Ternyata" berubah menjadi "Tahukah Kamu? Ternyata...", hal ini diganti karena lebih menarik untuk dibaca apabila menggunakan kata-kata tersebut dibanding hanya dengan satu kata saja. Penggunaan font pada headline juga diganti dari La Belle Aurore menjadi Plus Jakarta Sans. Penempatan body text yang awalnya ada pada kanan menjadi rata kiri sama dengan headline pada konten. Kemudian pada tahap akhir hook dibuat menjadi rata tengah oleh penulis. Pada pembuatan revisi desain konten, unsur dan elemen desain turut dipertimbangan didalamnya. Mulai dari hirarki pada desain dimana visual kuman menjadi hal pertama yang akan dilihat sehingga penulis membuat bobot visual menjadi yang paling besar pada konten, diikuti dengan headline yang menjadi hal pertama yang akan dibaca dibuat dengan font yang paling besar, diikuti denga hook, dan terakhir body text yang berisi penjelasan dari headline dan hook. Emphasis juga turut ada didalamnya, emphasis turut membantu untuk membuat arah hirarki pada desain. Pada desain konten dapat dilihat bahwa penulis membuat emphasis pada visual kuman, headline, serta hook dengan warna orange pada backgroudnnya.



Gambar 3.62 Contoh Konten Quixly

Gambar diatas merupakan salah satu konten QUIXLY yang dibuat oleh penulis. Pada brief awal diberikan kata kunci yaitu "helm Bersih, bukan cuman soal wangi" yang kemudian dijadikan oleh penulis sebagai *headline* pada *post*. Penulis menggunakan font *Plus Jakarta Sans* dengan ukuran 108pt dan 81pt pada headline serta font *La Belle Aurore* dengan ukuran 81pt. Setelah membuat headline, penulis memberikan tambahan penjelasan pada body text dengan bahasa yang santai dan *friendly*. Kemudian pada bagian bawah kanan penulis memberikan tambahan tipografi "Helm Wangi bukan Helm Bersih" untuk membantu memperjelas konteks dari konten dengan background pada text berwarna fuschia dengan hex #F0568D.



Gambar 3.63 Progress Pembuatan Visual

Selanjutnya untuk visual penulis menggunakan karakter QUIXLY yang sudah ada dan memodifikasi visual karaker tersebut. Mulai dari karakter yang dibuat lebih besar dengan hanya memperlihatkan setengah badan karakter. Kemudian penulis juga membuat karakter menggunakan helm. Lalu raut muka karakter diubah dari tersenyum menjadi tidak nyaman serta memberikan visual kuman-kuman yang ada pada helm dengan ukuran yang bervariasi. Hal ini dibuat untuk memberikan visualisasi bagaimana rasa tidak nyaman saat memakai helm yang kotor dan berkuman.

Pada bagian *background* penulis menambahkan visual cityscape untuk memberikan kesan karakter sedang berada di lingkup perkotaan dengan helm yang kotor. Untuk warna, penulis mengikuti color palette yang telah diberikan oleh supervisor kepada penulis. Mengenai visual hirarki dapat dilihat penulis menyusun mulai dari bobot visual karakter yang dibuat paling besar, diikuti dengan ukuran font berdasarkan urutan kepentingan informasi yang dibaca mulai dari *headline*, *body text*, dan *hook*. Hirarki yang dibuat tidak terlepas dari emphasis didalamnya hal ini dapat dikatakan emphasis membantu dalam pembuatan hirarki pada desain.



Gambar 3.64 Contoh Konten Quixly

Gambar diatas merupakan salah satu dari konten QUIXLY yang dibuat oleh penulis. Pada brief awal penulis mendapatkan konsep yaitu konten "mini quiz : seberapa sehat helm kamu?". Konsep tersebut kemudian dikembangkan dengan memberikan visualisasi mini quiz berupa post-it dengan tulisan Mini Quiz dan beberapa pernyataan yang dapat di checklist serta ditambah dengan push pin disampingnya. Setelah itu penulis menambahkan tipografi pendukung headline yaitu "Kira-kira helm kamu sesehat apa sih? Coba cek deh dengan mini quiz ini" dan juga CTA untuk memakai QUIXLY yaitu "Kalau jawab lebih dari 2 waktunya pake QUIXLY". Pada background penulis memberikan visual seorang yang memakai helm yang kemudian di overlay dengan warna hitam yang diberikan opacity rendah dan penulis menambahkan supergrafis garis lengkung berwarna putih. Pada desain dapat dikatakan sudah terlihat visual hirarki yang baik yaitu penyusunan penempatan, ukuran font, warna dan emphasis yang dibuat sesuai dengan hirarki baca.



Gambar 3.65 Contoh Multiple Post Konten Quixly

Pada gambar diatas terdapat contoh konten QUIXLY yang berupa *multiple post*. Gambar pertama pada sebelah kiri menjadi *post* pada *slide* pertama dan diikuti dengan gambar kedua pada *slide* kedua. *Brief* yang diberikan untuk konten ini adalah "narasi ringan perspektif helm". Dari *brief* tersebut penulis berangkat dan membuat visual uang simple namun dapat merepresentasikan konsep dasar utama.

Sebelum membuat desain post ini, penulis sempat berkonsultasi dengan supervisor dan mendapat ide untuk membuat ilustrasi helm bersama diberbagai cuaca. Lalu setelah itu, penulis akhirnya membuat ilustrasi karakter dengan motor dan helm berada diantara cuaca terik dan hujan, dimana cuaca terik dan hujan sangat sering terjadi di Indonesia. Sehingga dari visual tersebut dapat merepresentasikan helm yang "setia" menemani kemanapun. Tipografi pada konten juga dibuat mendukung dengan ilustrasi.

Pada *headline*, penulis memberikan tipografi "Helm Kamu setia nemenin kamu" dengan font *Plus Jakarta Sans* dan *La Belle Aurore* sebagai hook pada konten. *Body text* juga dibuat mendukung pernyataan pada *headline* untuk menjelaskan bagaimana helm itu setia. Pada gambar selajutnya, penulis hanya memberikan background polos berwarna biru dengan tipografi yang bersifat "reflektif" kepada audiens dengan *headline* dan *body text* yang mendukung dan pada bagian bawah terdapat tipografi *tagline* QUIXLY. Pada bagian konten ini, penulis tidak melakukan revisi, hal ini dikarenakan supervisor langsung cocok dengan desain yang dibuat baik secara visual maupun *layout* yang dibuat.



Gambar 3.66 Carousel Post Konten Quixly

Pada gambar diatas terdapat contoh *carousel post* untuk konten QUIXLY. Dapat dilihat pada bagian atas terdapat 5 *slide* konten. Konten *carousel post* ini pada awal memiliki brief yaitu "Helm kamu cerita kamu" yang menggambarkan cerita bersama helm seperti kehujanan bareng, dipinjam temen, dan ditinggal di motor. Penulis juga mendapatkan brief untuk membuat visual simple kecil ditengah dengan bubble chat oleh supervisor.



Gambar 3.67 Slide 1 Carousel Konten Quixly

*Slide* pertama pada konten *carousel* ini memiliki visual motor dengan taman dan terdapat gedung-gedung dibelakangnya. Pada awal penulis dibantu oleh supervisor dengan memberi contoh seperti visual yang diinginkan. Kemudian baru penulis menambahkan

Perancangan Brand Image ..., Mary Francees Nicole, Universitas Multimedia Nusantara

gedung-gedung pada background. Terakhir penulis menambahkan tipografi pada konten yaitu "Helm Kamu udah nemenin kemana aja?..." dengan font *Plus Jakarta Sans* ditengah-tengah menggunakan warna biru. Kalimat pertanyaan yang dibuat santai dan mewakili isi konten.



Gambar 3.68 Slide 2 Carousel Konten Quixly

Setelah itu dilanjutkan dengan *slide* kedua yang memuat visual karakter QUIXLY dengan motor yang sedang kehujanan. Penulis menambahkan hujan serta air pada bagian motor. Kemudian penulis menambahkan *bubble text* yang berisi typografi "Pernah temenin pas kehujanan" menggunakan font *Plus Jakarta Sans Light*. Terakhir penulis membuat background berwarna navy blue.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.69 Slide 3 Carousel Konten Quixly

*Slide* ketiga dilanjutkan dengan konten berisi visual dua karakter yang sedang berinteraksi didepan sebuah toko. Penulis memberikan *bubble chat* yang memuat gambar helm dimana ini dibuat untuk menunjukkan bahwa teman sedang ingin meminjam helm. Kemudian ditambah dengan motor dan juga awan-awan diatasnya. Tak lupa *bubble* chat berisi tipografi "Pernah dipinjemin temen". Terakhir background berwarna biru dengan hex # 4155A4 yang sesuai dengan color palette QUIXLY.



Gambar 3.70 Slide 4 Carousel Konten Quixly

Selanjutnya konten memuat visualisasi helm yang ditinggal di jok motor. Dimana visualisasi memuat sebuah toko, motor, dan juga helm dibagian belakang. Dalam memberikan visual background seperti toko, penulis hanya mengambil dari background pertokoan yang sebelumnya sudah ada pada konten. Kemudian juga bubble chat "Pernah ditelantarkan dibagasi motor". Terakhir penulis memberikan background berwarna hijau dengan hex # 274414.



Gambar 3.71 Slide 5 dan 6 Carousel Konten Quixly

Pada *slide* 5 dan 6 memuat konten CTA. *Slide* 5 menunjukkan visualisasi karakter yang sedang memeluk helm dengan gambar love disekeliling helm serta motor dibelakangnya. Visual ini menunjukkan bahwa helm disayang oleh pemiliknya. Visual didukung dengan tipografi "Sekarang waktunya disayang lagi" yang menunjukkan konten mengajak untuk audiens menyayangi helm setelah berbagai macam kejadian yang dialami oleh helm. Terakhir *slide* 6 memberikan mascot QUIXLY dengan *hashtag #QuixFixwithQUIXLY* yang jelas mengajak untuk menggunakan QUIXLY. Visual didukung dengan supergrafis berbentuk bulat seperti *bubble bath*.



Gambar 3.72 Perbandingan sebelum dan sesudah revisi

Setelah menyelesaikan desain *carousel post*, penulis pun melakukan asistensi kepada supervisor. Hasil dari asistensi adalah penulis harus melakukan revisi kepada desain yaitu pada background warna post dan juga menggabungkan post 5 dan 6 menjadi satu. Background warna perlu diganti karena walau menggunakan warna sesuai dengan color palette, namun belum menyatu dan kurang enak untuk dilihat secara keseluruhan.



Gambar 3.73 Proses pembuatan reels QUIXLY

67 Perancangan *Brand Image...*, Mary Francees Nicole, Universitas Multimedia Nusantara Penulis juga membuat video reels untuk QUIXLY. Pada awal penulis diberikan 5 video yang saat digabungi memiliki durasi sebanyak 7 menit. Video yang diberikan berisi cara penggunaan QUIXLY mulai dari membayar, memasukan helm hingga selesai.



Gambar 3.74 Proses pembuatan reels QUIXLY

Pada video penulis membuat dengan jelas dengan konsep *cut* to cut bagainmana cara memakai QUIXLY walaupun video yang diberikan berisi orang yang berbeda-beda. Setelah menggabungkan video dan memotong video, penulis berhasil membuat durasi menjadi 23 detik saja.. Hal ini penting karena untuk sebuah reels di *Instagram* agar audiens dapat menonton secara keseluruhan dibutuhkan durasi yang singkat kurang dari 1 menit. Pada video penulis menambahkan logo QUIXLY serta background non copyright music.



Gambar 3.75 Proses pembuatan reels QUIXLY

Kemudian pada akhir video, penulis menambahkan asset QUIXLY yang telah dibuat. Aset berupa PNG transparan dengan background berwarna hitam yang berisi tipografi "QUIXLY, Cuci Helm Instan". Hal ini dilakukan untuk membuat CTA pada reels yang ditujukan agar audiens tau dan tertarik pada Quixly.

Secara menyeluruh pengerjaan konten QUIXLY merupakan salah satu proyek yang menyenangkan karena penulis belajar lebih dalam menyusun *layout* desain untuk konten sosial media baik dari cara membuat ilustrasi yang menarik hingga permainan tipografi yang rapih dan dapat dilihat menarik namun tetap mempertahankan hirarki didalamnya. Kesulitan yang dialami penulis terkadang adalah cara menyamakan konsep yang diberikan dengan eksekusi yang dibuat oleh penulis. Tak jarang penulis melakukan revisi karena mispersepsi maupun penempatan *layout* dan elemen desain lainnya yang masih dinilai kurang oleh supervisor.

#### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang, penulis tentunya mendapatkan kendala dalam menghadapi keseharian magang selama beberapa bulan di Eloi Collective. Berikut adalah penjelasan mengenai kendala pelaksanaan magang serta solusinya.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Penulis memiliki kendala pada awal pelaksanaan magang saat mengerjakan brand image VRAPTOR maupun membuat konsen sosial media untuk QUIXLY. Hal ini dikarenakan penulis merupakan mahasiswa DKV peminatan interaktif desain yang tidak sering melakukan tugas maupun pekerjaan yang bersangkutan dengan branding. Sehingga pada awal, penulis mengalami kendala dalam menerjemahkan ide, konsep, dan brief kedalam desain yang dibuat. Tak jarang penulis membuat alternatif dan revisi yang cukup banyak karena supervisor merasa masih kurang dan bisa dikembangkan desainnya lebih baik lagi.

#### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Penulis kerap mencoba berbagai alternatif serta melakukan riset branding *e-sport* dan melihat banyak referensi dari *pinterest, behance,* dan internet secara keseluruhan. Tak hanya itu, penulis juga sering melakukan asistensi kepada supervisor dan bimbingan mengenai *branding*. Alhasil setelah mencoba berbagai macam alternatif, melihat banyak referensi, serta feedback dari supervisor, penulis akhirnya dapat menyelesaikan pembuatan brand image *e-sport* VRAPTOR.

Kemudian untuk pengerjaan media sosial QUIXLY, penulis kerap melakukan asistensi dan brainstorming bersama dengan supervisor dengan maksud mencocokan ide, konsep, dan visual yang diinginkan oleh supervisor. Penulis juga belajar untuk mencocokan *style* awal yang diberikan dengan konten yang dibuat serta belajar bagaimana cara membuat *layout* desain yang baik. Pencapaian tertinggi yang dirasa oleh penulis adalah saat penulis tidak perlu melakukan revisi oleh supervisor karena dinilai sudah baik dalam mengerjakan desainnya.

