

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Sebagai *Art-Based Creative Intern* di Flock, penulis banyak membantu *graphic designer* dan *art director* dalam membuat *output* visual untuk kebutuhan digital maupun *pitch concept*. Selain mendesain visual, penulis juga banyak terlibat dalam proses *ideation* dalam merancang ide kampanye atau visualisasi konsep. Dibantu dengan arahan dari supervisor, penulis mampu beradaptasi dan menyelesaikan semua pekerjaan magang dengan lancar. Biasanya, penulis akan mendapat *brief* pekerjaan langsung dari *art director*, ataupun dari *project manager* jika membutuhkan bantuan dalam tim ataupun di luar tim.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

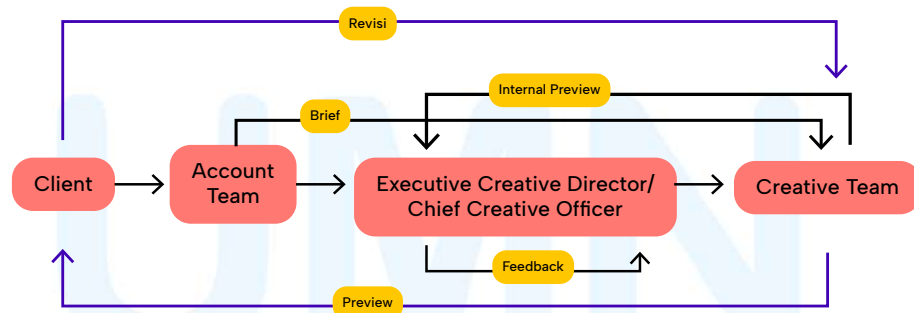
Penulis memiliki posisi sebagai *art-based creative* atau *creative generalist intern* yang membantu segala kebutuhan kreatif di area *art*. penulis bekerja langsung dengan seluruh tim kreatif yaitu *copywriter*, senior *copywriter*, *graphic designer*, *motion designer*, *art director*, dan *creative group head*. Namun dalam pelaksanaannya, penulis paling banyak berkoordinasi dengan *graphic designer* dan *art director*, sehubungan dengan tanggung jawab penulis yang lebih mengarah pada kebutuhan visual. Penulis bertugas dalam membantu *ideation* dan mendesain konten untuk klien.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Proyek dimulai dari *brief* yang diberikan oleh klien kepada tim *account*, termasuk konsep, kebutuhan/*deliverables*, dan *timeline*. Setelah itu, perwakilan dari *account* akan melakukan *meeting* dengan tim kreatif yang sudah ditunjuk oleh *Executive Creative Director* dan *Project Manager* untuk menjelaskan ulang *brief* dan membentuk *timeline* internal. Setelah *meeting* tersebut, proyek akan digarap oleh tim kreatif sesuai *timeline* yang ada dan menyelesaikannya sesuai *timeline* di awal.

Saat membuat proyek, biasanya tim kreatif mulai dari mencari *insight* yang berkaitan. *Art Director* dan *Copywriter* akan berdiskusi mengenai *insight* dan konsep yang sekiranya cocok, kemudian menentukan ide-ide yang layak dilanjut. Setelah itu, ide tersebut akan dikurasi ulang oleh *Creative Group Head*. Dengan ide-ide yang ada, *copywriter* akan mencari *line* yang menarik, sementara *art director* mencari referensi visual yang cocok. Dalam proyek tertentu, ide dan konsep yang sudah matang akan dibawa untuk *preview* dengan Chief Creative Officer. Setelah finalisasi konsep, kemudian *art director* dan *graphic designer* akan mulai membuat visual, sedangkan *copywriter* menentukan *line*.

Setelah seluruh kebutuhan visual dan konsep terpenuhi, maka tim kreatif, *account*, dan klien akan melakukan *meeting* dengan klien untuk menjelaskan konsep. Klien akan memberikan *feedback* dan menentukan visual yang akan digunakan setelah *meeting* tersebut. Proses ini dilakukan berulang hingga klien puas dan proyek tersebut berakhir dengan seluruh kebutuhan visual terpenuhi.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam pelaksanaan magang, penulis terlibat dalam beberapa proyek dengan *brand* yang berbeda. Tetapi tim kreatif penulis memiliki klien tetap yaitu Telkomsel Enterprise, oleh karena itu, pekerjaan penulis sehari-hari berhubungan dengan konten digital Telkomsel Enterprise.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3-7 Februari 2025	Sampoerna Hijau Telkomsel Enterprise	Membuat desain poster untuk Sampoerna Hijau Mendesain konten digital dan membentuk konsep untuk Ramadan Telkomsel Enterprise
2	10-14 Februari 2025	Telkomsel Enterprise	Melakukan <i>ideation</i> dan mendesain <i>deck</i> untuk ramadan, serta mendesain konten digital
3	17-21 Februari 2025	SASA	Melakukan <i>ideation</i> SASA dan mendesain <i>deck</i> serta mockup untuk <i>activation</i> . Mendesain <i>deck</i> lain untuk SASA <i>New Product Launch</i> .
4	24-28 Februari 2025	Telkomsel Enterprise	Membuat desain konten digital.
5	3-7 Maret 2025	SASA	Membantu tim lain untuk mendesain POSM Shelf Talker dan Gondola untuk SASA Tepung Bumbu, serta membuat desain untuk <i>pitching activation</i> SASA Tempe.
6	10-14 Maret 2025	Telkomsel Enterprise	Membuat desain konten digital.
7	17-21 Maret 2025	MyBCA Edukasi (<i>Pitching</i>)	Mencari konsep visual untuk MyBCA Edukasi, membuat typography headline, mempersiapkan asset dan membuat desain untuk video tutorial MyBCA edukasi.
8	24 Maret - 12 Mei 2025	BCA Wealth Summit	Mencari konsep dan ide, membuat <i>key visual</i> , dan photobooth design untuk BCA Wealth Summit 2025.
9	3 - 9 Mei	SASA MSG & Rinnai	Membuat asset visual untuk <i>case study</i> Rinnai dan SASA MSG.
10	14 - 15 Mei	MAGNUM	Membuat desain kemasan rokok MAGNUM Filter.
11	19 - 21 Mei	SAMPOERNA	Membuat desain kemasan edisi Koplo untuk <i>anniversary</i> Sampoerna

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Berikut merupakan penjelasan umum mengenai pekerjaan yang didesain dan dilakukan oleh penulis selama magang sebagai *art-based creative intern* di Flock.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Sebagai *art-based creative intern*, tugas utama penulis adalah membantu dalam seluruh kebutuhan visual tim kreatif. Termasuk membuat EP (*Editorial Plan*), *deck design*, *key visual*, maupun beberapa kebutuhan visual lainnya seperti gondola. Selama bulan kedua magang yaitu Maret - Mei, penulis terlibat secara langsung pada tugas utama yaitu mendesain *key visual* untuk *event* tahunan BCA, yaitu *Wealth Summit 2024*. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab untuk ikut serta mencari ide *device* yang akan digunakan dalam *key visual* serta mendesainnya, oleh karena itu, penulis berpartisipasi dari tahapan awal yaitu menerima *brief* dari klien, mencari ide, membuat *moodboard* dan referensi, hingga mengolah seluruhnya menjadi bentuk visual.

1. Key Visual BCA Wealth Summit 2025

Dalam perancangan konsep visual, *key visual* merupakan elemen penting yang menentukan arah visual yang digunakan dalam setiap desain. Pada proyek ini, BCA dalam *Wealth Summit 2025* memiliki konsep internal yaitu "*Strengthen the Fortress of Wealth.*" Dengan konsep yang sudah ada, penulis dan tim kreatif melakukan *brainstorming* untuk menentukan *device* yang kira-kira dapat merepresentasikan konsep. Penulis mencari referensi dan mengumpulkan *insight*.

BCA wealth summit 2025

Fortness. Wealth Protection.

apa yg dijaga?

- Lukisan. Tiang penjaga?
- Umbrella
- Ocean & boat
- Strategy. Diversification
- Pillars. Kokoh. Pilar yg bangun gedung.
- Chess. Mainin pion buat bikin strategy protecting their wealth.

making proactive financial choices that secure and sustain wealth for the future.

heritage protection ? insurance

Tabur tuai?

Tabur as in nabung, menul hasil? "Like a farmer who patiently sows seeds, the rewards of careful planning will be enjoyed by future generations."

Lighthouse> guiding kapal di laut

"Like a lighthouse guiding ships through the storm, this insurance ensures a safe and steady course for your family's future."

Cara protect wealth = ga cm materinya, tp jg edukasi & pandangan ttg dulit?

Gambar 3.2 Riset *Visual Device* BCA Wealth Summit 2025

Penulis mengajukan ide catur karena dalam konsep "memperkuat" keuangan, tidak hanya diperlukan pertahanan, tetapi perlu strategi. Strategi untuk menentukan kapan berada di posisi *defense*, *attack*, maupun kapan harus mengorbankan satu hal demi menjaga yang lebih besar dan bermakna. . Ide tersebut kemudian penulis sampaikan pada supervisor dan mendapat *approval*. Setelah berdiskusi dari beberapa ide yang diajukan dalam anggota tim, akhirnya kepala tim kreatif memutuskan melanjutkan tiga opsi *device* yang akan diolah menjadi *key visual* yaitu *chess*, *structure*, dan *pearl*, yang ketiganya memiliki makna "menjaga" dan "memperkuat." Dari tiga tersebut, penulis diberikan kesempatan untuk membuat *key visual* dari *device* yang penulis ajukan, yaitu *chess*.

Pada tahap awal, penulis mencari ide, *mood board* visual, dan referensi *style* sebelum mendesain. Kesan yang ingin dicapai dalam *key visual* adalah pertahanan dari unsur catur namun menjaga *style* agar tetap *modern* dan eksklusif. Penulis mencoba membuat tiga alternatif *layout* kasar sebagai bayangan dasar.



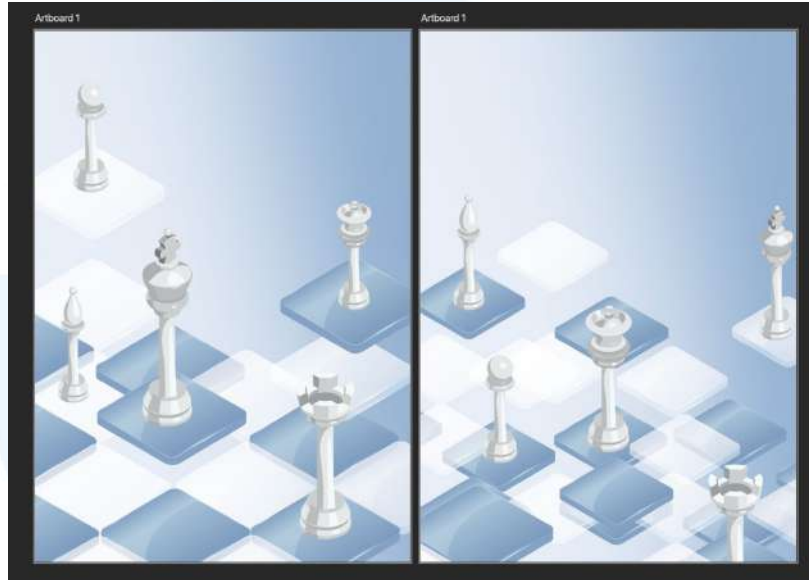
Gambar 3.3 Alternatif *Layout Key Visual* BCA Wealth Summit 2025

Ketiga alternatif *key visual* menggunakan *alignment* kanan dan *depth-of-view* pada pion catur. Dari tiga alternatif *layout* yang dibuat penulis, ternyata desain *key visual* masih terasa kuno dan terlalu *mainstream*. Oleh karena itu, penulis merombak ide dan mencari referensi ulang. Dari rombakan ide, penulis dan supervisor menentukan untuk membuat desain dengan gaya futuristik dengan warna biru ke-abu abuan, dan mendesain ulang pion catur agar terlihat lebih modern.



Gambar 3.4 Desain Pion untuk *Key Visual* BCA Wealth Summit 2025

Pion didesain ulang agar membentuk pion yang menarik dan modern. dari bentuk yang kuno dan standar, penulis mengeksplorasi bentuk menjadi kerangka yang lebih kecil dan sederhana.



Gambar 3.5 *Layout Key Visual* BCA Wealth Summit 2025

Setelah mendesain ulang pion, penulis melakukan *place holder* aset untuk mencoba *layout key visual* sebelum dirender sesuai *style* yang diinginkan. Opsi pertama (sebelah kiri), memiliki kesan yang lebih teratur namun sedikit kaku, sementara opsi kedua terlihat lebih teracak namun dinamis. Dari dua alternatif *layout*, terpilih opsi pertama untuk dilanjutkan ke tahapan selanjutnya. Setelah *layout* diterima, penulis mulai *me-render*, dimulai dari pewarnaan pion agar terlihat *translucent*, hingga seluruh warna, cahaya, dan bayangan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.6 Render Pertama *Key Visual* BCA Wealth Summit 2025

Penulis *merender* visual catur menjadi transparan untuk memberikan kesan yang elegan dan *modern*. Selain itu, papan catur dibuat bertekstur metalik dan sedikit transparan, disusun acak dan terpisah satu sama lain menunjukkan posisi dalam perencanaan strategi untuk memperkuat finansial dalam BCA Wealth Summit 2025. Susunan pion catur yang acak juga disusun dinamis dan seimbang antara bagian kanan dan kiri, dengan pion *king* yang menjadi *center of attention*, dengan paham bahwa dalam permainan catur, pion *King* adalah pion yang paling berharga dan dijaga, sama seperti adanya aset penting dalam setiap perencanaan finansial setiap orang. Dari render pertama, penulis mendapat revisi untuk meningkatkan kontras dan saturasi warna serta membuat cahaya dan bayangan yang lebih dramatis.



Gambar 3.7 Render Final Key Visual BCA Wealth Summit 2025

Setelah seluruh proses revisi diterima, penulis melanjutkan dengan *coloring key visual* kedua dengan warna yang gelap untuk digunakan pada media *online* BCA Wealth Summit 2025. *Key visual* catur dijadikan salah satu opsi untuk diajukan pada klien. Setelah mendapat *feedback*, klien meminta untuk alternatif *key visual* yang lebih subliminal. Oleh karena itu, penulis melakukan *ideation* ulang. Penulis dan supervisor menentukan untuk membuat *key visual* yang lebih subliminal dengan cara mengimplementasikan hanya satu buah pion catur, namun didesain ulang agar terasa lebih modern dan unik. Penulis diminta untuk membuat desain pion "king" yang menandakan *wealth*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Setelah berbagai tahapan visual, akhirnya penulis berhasil menyelesaikan alternatif *key visual* subliminal untuk BCA Wealth Summit 2025. Pion catur didesain agar lebih terlihat seperti "king" dengan menggunakan mahkota. Selain itu, pada bagian dalam mahkota juga terdapat bentuk berlian, yang menandakan bahwa *crown* dari pion tersebut melindungi berlian berharga di dalamnya. Hal ini berkaitan dengan makna catur sebagai *device* visual, yaitu strategi dalam melindungi harta yang ada. Selama membuat dua *key visual* untuk BCA Wealth Summit 2025, penulis memiliki kendala pada tahap awal dalam menentukan konsep gaya visual yang digunakan serta cara untuk mendapatkan esensi visual tersebut hanya melalui *digital imaging*. Namun setelah dijalankan, penulis ternyata dapat menyelesaikannya dengan eksplorasi yang cukup panjang dan bantuan saran secara teknis maupun konsep dari *supervisor*.

2. *Speakers Key Visual* BCA Wealth Summit 2025

Dua alternatif *key visual* yang didesain oleh penulis diberikan kepada klien bersama dengan beberapa alternatif lainnya yang didesain oleh desainer lain dari tim Flock. Sebelum menentukan *key visual* yang akan digunakan, klien meminta untuk visualisasi *key visual* catur yang pertama dicoba digunakan dalam poster *speakers* yang nantinya akan menjadi poster *event* utama BCA Wealth Summit 2025.



Gambar 3.10 Desain Key Visual Speakers BCA Wealth Summit 2025

Penulis membuat desain vertikal dari pembicara tahun sebelumnya sebagai *place holder* dalam poster. *Layout* dibuat sederhana, menggunakan *chess board* sebagai elemen visual untuk pembicara yang diundang. Pada bagian sekitar pembicara, diletakkan pion-pion untuk menunjukkan pesan dari konsep yaitu strategi, namun dibuat agar terlihat sedikit transparan dan tidak mengganggu fokus utama yaitu para pembicara yang diundang. Dari *key visual speakers* yang pertama ini, klien memberi *feedback* untuk *layout* dan susunan pembicara. Klien meminta agar susunannya dibentuk lebih leluasa agar tidak terlalu *blocking* di tengah poster. Oleh karena itu, penulis mencoba susunan yang berbeda pada poster.

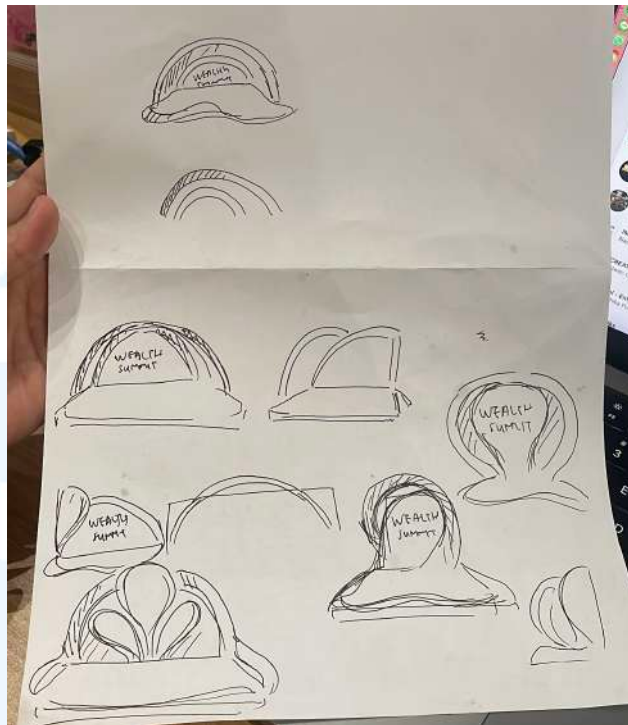


Gambar 3.11 Revisi Desain Key Visual Speakers BCA Wealth Summit 2025

Penulis membuat susunan yang lebih lebar dan dinamis, namun tetap menggunakan *chess board* dengan warna yang berbeda, terlihat seperti strategi langkah dalam mengembangkan *wealth*. Pada revisi ini, penggunaan pion catur dikurangi agar poin utama dalam poster fokus hanya pada pembicara. Desain ini kemudian dikirimkan kepada klien untuk *direview*, agar mereka dapat menentukan *key visual* mana yang akan dilanjutkan untuk konsep BCA Wealth Summit 2025. Setelah beberapa waktu, klien menentukan untuk menjalankan konsep visual yang lebih subliminal, yaitu konsep "*structure*" yang didesain oleh desainer lain dari Flock.

3. Photo Booth BCA Wealth Summit 2025

Setelah penentuan *key visual*, penulis diminta untuk membantu mendesain *photo booth* yang akan dipasang di *event* BCA Wealth Summit 2025. Penulis memulai proses desain dengan mencari referensi dan konsep, kemudian membuat sketsa kasar. Karena desain *photo booth* akan dibuat semi-3D dengan teknik *digital imaging*, maka tahap sketsa akan sangat krusial agar penulis dapat membayangkan visualisasi dimensi dari desain yang akan dibuat.



Gambar 3.12 Sketsa Desain *Photo Booth* BCA Wealth Summit 2025

Penulis membuat beberapa sketsa alternatif untuk desain *photo booth*, menggunakan elemen visual *structure* yang dipilih sebagai *key visual*. Dari beberapa sketsa, supervisor memilih satu yang terlihat sederhana namun menarik. Tetapi, supervisor memberikan saran agar pilar-pilar yang melingkar dibuat sedikit lebih kompleks dan menumpuk agar memberi kesan unik, namun tetap sederhana.



Gambar 3.13 Desain *Photo Booth* BCA Wealth Summit 2025

Penulis memvisualisasikan sketsa yang sudah ada dalam bentuk digital, menggunakan teknik *digital imaging* pada *software* Adobe Photoshop. Pada tahap awal, elemen 3D melingkar dibuat menggunakan 3D Adobe Illustrator, kemudian dilanjutkan untuk *digital imaging* menggunakan Adobe Photoshop. Karena *key visual* yang dipilih adalah konsep *structure*, dengan makna bahwa untuk melindungi kekayaan dan aset, diperlukan struktur yang kokoh. Dengan basis tersebut, penulis mendesain *photo booth* dengan struktur kokoh yang melindungi. Sederhana, namun bermakna. Dari desain tersebut, penulis juga menyesuaikan ukuran dengan dimensi yang diberikan klien, serta menambahkan elemen lampu sorot dan *spotlight* sebagai sumber cahaya untuk area foto.

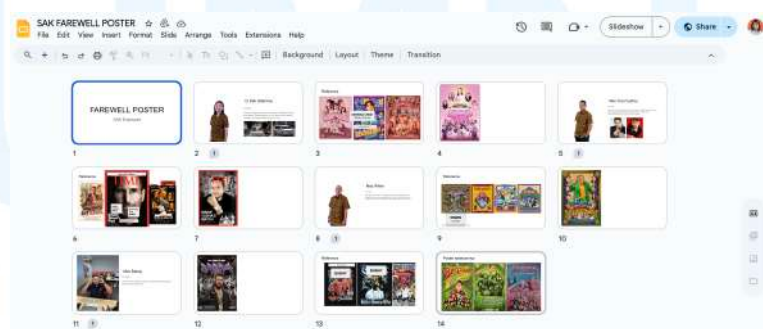
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Di luar dari tanggung jawab penulis untuk membantu mendesain *key visual* untuk BCA Wealth Summit 2025, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk berpartisipasi dalam beberapa proyek di luar tim kreatif yang penulis berada untuk membantu mendesain *output* visual. Dimulai dari bulan pertama

penulis, diminta membantu *Senior Graphic Designer* dari tim lain untuk membuat poster internal karyawan yang *resign* dari tim Sampoerna Hijau. Kemudian penulis juga membantu *Senior Graphic Designer* yang sama dalam mendesain kemasan untuk rokok Magnum Filter. Dari tim lainnya, penulis juga sempat dipercaya untuk membantu desain gondola SASA Tepung Bumbu dari *key visual* yang sudah ada, namun mendesain sendiri dan diberikan dimensi untuk *mockup*. Sedangkan dalam tim kreatif penulis sendiri, ada tugas tambahan yaitu membantu membuat aset visual yang akan digunakan dalam video *study case* proyek iklan SASA MSG.

3.3.2.1 Proyek Poster Internal Sampoerna Hijau

Penulis diberi tugas untuk mendesain tiga poster untuk karyawan Sampoerna Hijau yang mengundurkan diri. Sampoerna Hijau merupakan klien tetap dari Flock, dan sangat maksimal untuk karyawan dan tim internalnya. Oleh karena itu, Sampoerna Hijau memiliki tradisi untuk membuat poster khusus bagi karyawannya yang sudah tidak lagi bekerja bersama mereka. Sebagai agensi, Flock bertanggung jawab membuat dan menyediakan kebutuhan visual tersebut. Penulis mendapatkan *brief* dan bayangan konsep dari *deck* yang disiapkan oleh *Senior Graphic Designer* yang sering mengerjakan *project* Sampoerna hijau.



Gambar 3.14 *Deck* Poster Internal Sampoerna Hijau

Setelah membaca dan berdiskusi dengan *Senior Graphic Designer*, penulis memahami konsep visual dan mulai merancang desainnya. Penulis juga mencari referensi sendiri untuk menemukan gaya visual yang pas serta ide-ide untuk digunakan dalam perancangan poster. Penulis

menggunakan *software* Adobe Photoshop. Penulis kemudian mulai merancang poster 1 sesuai konsep yang ada.



Gambar 3.15 *Draft* Versi 1 Poster Internal 1 Sampoerna Hijau

Penulis membuat desain sesuai arahan, namun ternyata hasilnya kurang sesuai harapan. Setelah itu, penulis mencoba mengeksplorasi gaya visual yang diarahkan oleh *Senior Graphic Designer*, tapi ternyata tetap kurang cocok. Oleh karena itu, penulis dan *Senior Graphic Designer* berdiskusi secara langsung dan menentukan konsep baru yang sekiranya lebih sesuai dan menarik secara visual. Poster 1 yang didesain untuk Pak Yudha memiliki elemen utama "jam," karena Pak Yudha merupakan pecinta jam. Penulis melakukan *digital imaging* pada subjek utama, Pak Yudha, dibuat dengan pose "model" dengan menunjukkan tangan beserta jam yang digunakan. Penulis juga menyamakan *tone* dan saturasi warna agar *digital imaging* terasa lebih nyata. Visualisasi subjek sebenarnya sudah pas dan *diapprove*, namun konsep visual yang diubah. Penulis dan *Senior Graphic Designer* menentukan konsep baru yaitu membuat Pak

Yudha berada pada majalan TIME, dengan gaya foto ala Bill Gates, dengan kacamata *iconic* yang selalu digunakan olehnya.



Gambar 3.16 *Draft Versi 2 Poster Internal 1 Sampoerna Hijau*

Setelah mendapat konsep yang lebih cocok, penulis mendesain ulang dengan tema yang baru. Pada tahap ini, sudah lebih terbayang visual yang akan dibuat dan prosesnya menjadi lebih jelas dan cepat. Penulis melakukan *redesign* dengan tema dan *layout* persis seperti majalah TIME. Tetapi, penulis merasa kurang cocok dengan *layout* tim pada bagian belakang. Oleh karena itu, penulis mencoba beberapa alternatif sambil berdiskusi sampai menghasilkan desain final. Penulis juga memoles ulang *digital imaging* dengan memperbaiki warna, saturasi, cahaya, bayangan, hingga detil-detil kecil.



Gambar 3.17 Hasil Final Poster Internal 1 Sampoerna Hijau

Poster 1 untuk Pak Yudha dari Sampoerna Hijau selesai dan diapprove oleh *Senior Graphic Designer*. Setelah satu poster selesai, penulis melanjutkannya dengan poster kedua: poster untuk Bu Debrina. Dalam poster Bu Debrina, elemen utama yang digunakan adalah mobil Pajero Putih dengan gaya visual KPOP. Penulis membuat *draft* kasar pertama untuk *placeholder layout* sebelum mulai melakukan *digital imaging*. Hal ini perlu dilakukan karena dalam pembuatan *digital imaging*, *layout* dan posisi harus sudah final. Karena akan sulit menyesuaikan ulang jika posisi diubah, memperhitungkan detail dan banyaknya layer yang akan digunakan.



Gambar 3.18 *Draft Layout* Poster Internal 2 Sampoerna Hijau

Dari dua alternatif *layout*, *Senior Graphic Designer* memilih opsi kedua (kanan) untuk dilanjutkan. Penulis kemudian melanjutkan tahapan *digital imaging*, dimulai dengan merapikan subjek utama yaitu Bu Debrina, karakter dibuat seperti karikatur, kepala yang lebih besar dari badan. Badan subjek juga menggunakan model KPOP agar lebih menyatu dengan konsep. Kemudian, penulis merapikan seluruh saturasi dan *tone* warna pada setiap foto anggota tim agar semuanya saling menyatu dan terlihat sama. Penulis juga memberikan cahaya dan tekstur gemerlap seperti poster KPOP pada umumnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.19 Hasil Final Poster Internal 2 Sampoerna Hijau

Setelah berbagai tahap *digital imaging* dan *layouting* yang dilakukan, poster 2 selesai dan diapprove oleh *Senior Graphic Designer*. Pada awalnya, penulis diminta untuk mendesain dua poster saja. Namun, karena satu dan lain hal, penulis diminta untuk melanjutkan desain satu lagi poster internal Sampoerna Hijau untuk Pak Wiwin. Desainer sebelumnya sudah melakukan visualisasi dan *digital imaging* subjek utama, Pak Wiwin, menjadi seperti penyanyi dangdut. Penulis diberikan tanggung jawab untuk menyelesaikan desain poster dengan konsep yang sesuai, konsep dangdut dengan warna kontras. Karena proyeknya melanjutkan, maka penulis merasa tahapan *layouting* menjadi lebih mudah, meskipun penulis harus menyusun ulang peletakkan subjek lainnya selain Pak Wiwin.



Gambar 3.20 Draft 1 Poster Internal 3 Sampoerna Hijau

Karena penulis sudah paham konsep dan terbayang visualisasinya, maka penulis lanjut mendesain sembari sekali-sekali memberikan *preview* secara langsung pada *Senior Graphic Designer*. Untuk poster ini, penulis menggunakan dua *software* yaitu Adobe Illustrator untuk membuat elemen grafis seperti bunga-bunga dan bentuk dangdut, kemudian dilanjut di Photoshop untuk tekstur dan *layouting*. Penulis menggunakan banyak tekstur *grain* pada poster ini karena cocok dengan konsep visual. Selain itu, penulis juga bermain pada tipografi "Wiwin Our Heart" agar terlihat seperti stiker angkot yang bernuansa dangdut. Penulis juga menyesuaikan tone warna dan saturasi dari seluruh foto subjek agar lebih "kuning," yang identik dengan warna kulit ciri khas dangdut, *Draft* pertama poster langsung diapprove oleh *Senior Graphic Designer* dengan sedikit revisi pada bagian bawah, penambahan *copywriting*.



Gambar 3.21 Hasil Final Poster Internal 3 Sampoerna Hijau

Setelah sedikit revisi, poster 3 *diapprove*. Tidak lama setelahnya, seluruh poster dicetak dan diberikan kepada tiga pekerja yang *resign* dari Sampoerna Hijau. Melalui proyek singkat yang penulis selesaikan dalam kurun waktu 3-4 hari, penulis merasa proyek ini sangat menyenangkan dan juga mengasah *skill digital imaging* yang dimiliki penulis. Selain itu, karena proyek ini merupakan proyek internal, maka penulis diberikan kebebasan 100% untuk mengeksplorasi gaya visual, *layout*, maupun konsep desain. Penulis belajar bahwa dalam perancangan poster, *layout* merupakan kunci utama. Namun, teknik *crafting* juga sama pentingnya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Seperti menyamakan tone warna, *cropping* yang rapi, menaruh cahaya dan bayangan yang tepat, hingga memerhatikan seluruh detail yang ada dalam poster.

3.3.2.2 Proyek Kemasan Rokok Magnum Filter

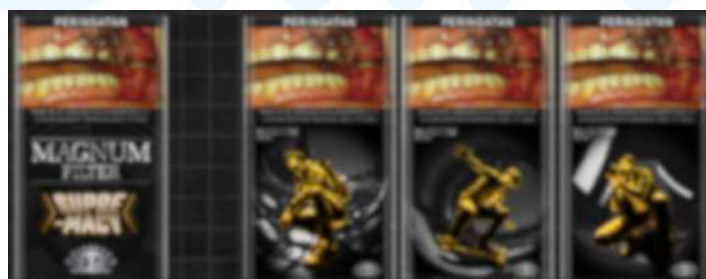
Dengan *Senior Graphic Designer* yang sama dengan proyek poster internal untuk Sampoerna Hijau, penulis diberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam membuat desain kemasan rokok Magnum Filter. Dari lima desain yang harus dibuat, penulis membuat dua desain dengan dua

konsep yang berbeda. Pada tahap awal, *Senior Graphic Designer* menjelaskan konsep dan referensi visual yang sudah didiskusikan dengan klien. Dari sana, penulis mulai membayangkan gaya visual dan terus mendiskusikannya dengan *Senior Graphic Designer*. Konsep pertama merupakan pembaharuan dari konsep yang sudah ada, tentang hobi dan *passion* yang dimiliki pria, namun diperlihatkan dengan *angle* yang menarik. Oleh karena itu, penulis mengambil *angle fish eye* yang terlihat dari agak bawah / *frog eye*.



Gambar 3.22 Proses Membuat Aset di Freepik AI Suites

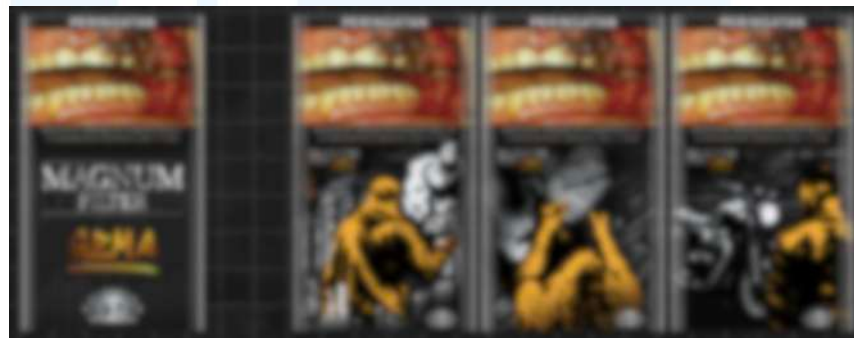
Dalam mendesain kemasan untuk Magnum Filter, penulis memulainya dengan mencari aset yang sesuai dengan konsep menggunakan *tools AI* di Freepik. Penulis menulis berbagai prompt dengan detail hingga mendapatkan foto atau gambar yang sesuai keinginan. Setelah mendapatkan aset yang dirasa pas, penulis kemudian melanjutkannya dengan mendesain *layout* di Adobe Photoshop.



Gambar 3.23 Desain Kemasan 1 Magnum Filter

Setelah *layouting*, penulis memperlihatkan *review* ke pada *Senior Graphic Designer* dan diberikan *feedback*. Pada proyek ini, penulis

diberikan masukan untuk lebih memperkuat *point of view* agar lebih terlihat konsep lensa *fish eye* yang digunakan. Setelah menyelesaikan desain pertama dan diapprove oleh *Senior Graphic Designer*, penulis melanjutkan desain ke dua. Tahapan dilakukan sama, dimulai dari mencari aset menggunakan AI dan *layout* di Adobe Photoshop. Konsep kedua menceritakan tentang "*self-expression*." Dengan konsep tersebut, penulis mulai mencari gaya visual yang cocok, dan setelah berdiskusi dengan *Senior Graphic Designer*, kami menyetujui satu gaya visual yaitu *half-tone* dan kolase. Penulis mendesain sambil mendapatkan *feedback* secara langsung dari *Senior Graphic Designer* hingga akhirnya diterima.



Gambar 3.24 Desain Kemasan 1 Magnum Filter

Dalam proyek mendesain kemasan untuk rokok Magnum Filter, penulis belajar banyak, tetapi juga mengalami beberapa kendala. Salah satunya adalah karena penulis sangat jarang mengerjakan desain yang terlihat sangat "pria." Oleh karena itu, penulis kesulitan dalam menentukan dan *exercising* gaya visual yang cocok sesuai target market Magnum Filter. Selain itu, dalam proyek ini, penulis merasa lebih berat pada bagian pemilihan konsep visual dari pada proses *crafting*. Penulis jadi lebih paham bahwa dalam beberapa proyek, konsep dan *art direction* memegang nilai yang jauh lebih berat dari pada hanya kemampuan kreasi kreatifnya.

3.3.2.3 Proyek Gondola SASA Tepung Bumbu

Penulis mendapat kesempatan untuk membantu tim lain dalam merancang gondola untuk SASA Tepung Bumbu. Penulis diberi *brief*

untuk membuat turunan gondola dari *key visual* yang sudah diterima oleh *client*. Oleh karena itu, penulis memulai dengan mencari referensi gondola yang biasanya digunakan oleh *brand* lain. Penulis membuat *draft layout* Gondola sesuai detail ukuran yang diberikan menggunakan *software* Adobe Illustrator.



Gambar 3.25 Draft Gondola SASA Tepung Bumbu

Draft pertama yang dibuat oleh penulis mendapat *feedback* dari *Creative Group Head* yang memegang proyek ini untuk dibuat lebih eksploratif, karena desain yang sekarang terlihat standar dan *basic*. Setelah mendapat *feedback* dan mencoba beberapa desain yang berbeda, penulis memperlihatkan *preview* dan berdiskusi secara langsung hingga akhirnya mendapat bentuk final yang *diapprove*. Penulis kemudian merapikan detail desain dan ukuran, kemudian membuat *mockup* 3 dimensi untuk gondola yang sudah didesain agar lebih terlihat dimensinya.

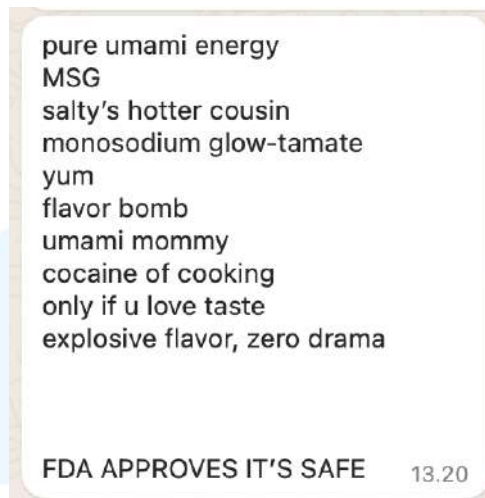


Gambar 3.26 Hasil Final Gondola SASA Tepung Bumbu

Penulis mengerjakan proyek gondola ini dalam 1 hari, tepatnya sekitar 3 jam. Proyek ini menyenangkan dan membuat penulis berkesempatan untuk mengeksplorasi bentuk gondola yang lebih kreatif dan berani. Dari proyek ini juga, penulis dilatih untuk berkreasi bebas dan tidak dibatasi oleh referensi atau bentuk gondola yang sudah banyak tersebar di luar sana.

3.3.2.4 Proyek Aset Visual *Study Case* SASA MSG

Di Flock, iklan atau proyek yang sudah selesai dan dianggap kreatif seringkali diajukan untuk mengikuti ajang perlombaan. Untuk mengikuti perlombaan tersebut, setiap iklan perlu memiliki video *study case*. Salah satu iklan yang dibuat *study case* adalah SASA MSG, dan penulis diajak berpartisipasi untuk membantu membuat aset visual yang akan digunakan dalam *motion graphic study case*. Penulis mendapat *list* tulisan yang perlu dikreasikan menjadi grafis stiker.



Gambar 3.27 *Brief Sticker Study Case SASA MSG*

Setelah mendapatkan *list* teks, penulis mencari berbagai referensi dan menyesuaikannya sesuai *art direction* yang sudah dijelaskan oleh *Senior Art Director*. Didesain di Adobe Illustrator, penulis menggunakan gaya visual vector dengan *typeface* yang diunduh dari Google Fonts agar dapat digunakan untuk komersil. Dalam *draft* pertama, penulis mencoba beberapa desain stiker untuk diperlihatkan pada *Senior Art Director* selaku supervisor penulis.



Gambar 3.28 *Draft Sticker Study Case SASA MSG*

Dari *draft* pertama yang didesain oleh penulis, *Senior Art Director* memberikan *feedback* untuk membuat satu *color scheme* yang akan digunakan, agar seluruh desain menjadi selaras. Oleh karena itu, penulis merubah warnanya menjadi tiga warna primer: biru, kuning, dan merah, serta sedikit warna oranye sebagai warna sekunder. Penulis merancang ulang dan menyelesaikan seluruh desain stiker.



Gambar 3.28 Hasil Akhir Sticker *Study Case* SASA MSG

Setelah beberapa waktu mendesain dan mendapatkan *feedback* secara langsung dari *supervisor*, penulis akhirnya menyelesaikan desain stiker untuk digunakan sebagai aset dalam *study case*. Penulis merasa proyek ini mudah, sangat seru, dan menyenangkan, karena hanya berfokus pada *crafting* visual. Dalam proyek ini, penulis diberikan 100% kebebasan untuk *layouting* dan membuat desain tipografi yang menarik, namun tetap dalam *art direction* yang sesuai *brief*.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Sebagai pribadi yang ingin terjun dalam dunia periklanan, Flock merupakan tempat pertama penulis untuk belajar dan mengetahui lebih dalam tentang periklanan. Ini juga pengalaman pertama penulis untuk bekerja di agensi dengan

kultur yang sangat *fast-paced*, dengan segudang proyek yang dikerjakan dalam satu waktu yang sama. Karena itu, penulis menghadapi beberapa kendala baru yang dialami sebagai pekerja magang yang baru belajar dan beradaptasi. Tetapi, kendala yang dialami penulis tidak hanya tentang kinerja agensi yang *fast-paced*, namun lebih ke proyek yang penulis kerjakan. Tetapi meskipun begitu, penulis berhasil menemukan jalan keluarnya dan dapat menyelesaikan periode magang hingga selesai dengan baik. Kendala yang dihadapi penulis tidak lebih kuat dari pada semua hal yang penulis pelajari dan dapatkan selama magang di Flock.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan magang di Flock, salah satu agensi periklanan terbesar di Indonesia, karena ingin belajar dan mengumpulkan *portfolio* yang luas dan bervariasi tentang *advertising*. Namun penulis ditempatkan di tim yang mengerjakan konten digital sehari-harinya. Oleh karena itu, selama masa awal magang, penulis *stuck* dengan proyek yang sama terus-menerus. Mendesain *editorial plan* setiap harinya dengan gaya visual yang monoton.

Selain itu, penulis juga merasakan kultur agensi yang sangat *fast-paced* pada satu bulan terakhir masa magang. Penulis diminta mendesain kemasan yang harus diselesaikan hari itu juga untuk diberikan pada klien besok paginya, dan harus bisa membuat revisi secepat mungkin. Meskipun penulis cukup kaget dengan *deadline* yang dimiliki oleh agensi, namun penulis dapat beradaptasi dan berhasil menyelesaikan semua tanggung jawab yang diberikan pada penulis.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Meskipun pada masa awal magang penulis terus mendapatkan proyek yang monoton, penulis menceritakan kegelisahan penulis dan untungnya penulis memiliki supervisor yang memahami keinginan penulis untuk belajar dan mengumpulkan *portfolio*, sehingga sering diajak mengerjakan proyek-proyek lainnya yang menarik. Selain itu, penulis juga berupaya agar dapat berpartisipasi dalam proyek lain dengan cara meminta pekerjaan pada tim

kreatif lainnya yang membutuhkan bantuan. Dengan cara tersebut, pada bulan-bulan selanjutnya, penulis lebih terlibat dalam proyek lain yang bervariasi dan dapat menjadi wadah belajar penulis dalam membuat konsep serta berkreasi secara visual.

Di luar dari proyek yang penulis kerjakan, agensi periklanan Flock juga memiliki lingkungan yang sangat menyenangkan dan suportif. Karena itu, lembur menjadi hal yang dapat ditolerir dan tidak terlalu membebani. Dalam beradaptasi dengan lingkungan dan kultur kerja yang *fast-paced*, penulis berusaha untuk mengatur waktu agar dapat menyelesaikan semua pekerjaan secepat mungkin, dan tidak menunda-nunda pekerjaan yang ada. Dengan hal itu, semua pekerjaan dapat di selesaikan dengan baik dan tidak membuang terlalu banyak waktu.

