

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

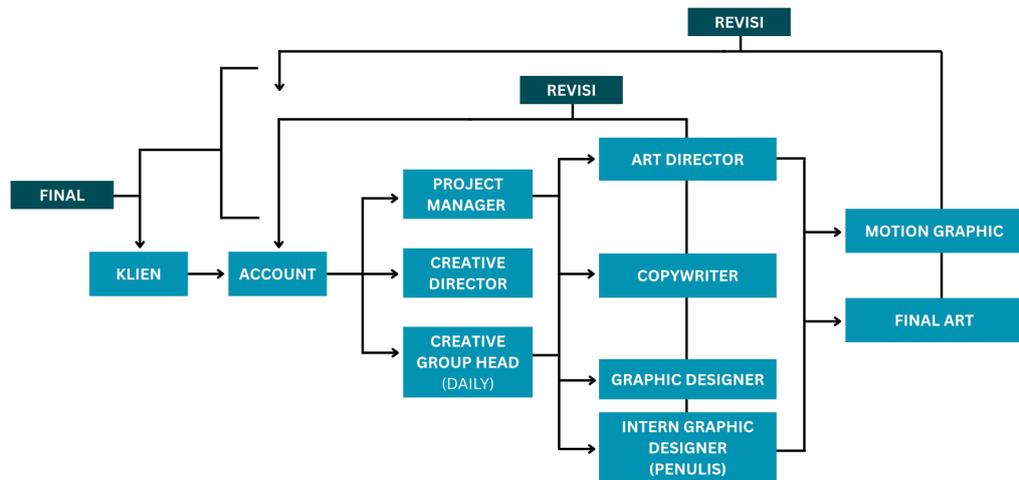
Selama magang di FTW, penulis menjalani peran sebagai *Intern Graphic Designer* dan menerima tugas dari *Project Manager* (PM) sesuai instruksi. Setelah menerima tugas, penulis akan memperoleh *Job Requisition* (JR) dari PM, atau jika belum menerimanya, penulis akan memintanya secara langsung. Selanjutnya, penulis menggunakan *deck* yang berisi *copy* sebagai panduan desain serta sebagai tempat untuk mengunggah hasil pengembangan visual yang telah diselesaikan, termasuk dalam proses revisi hingga mencapai desain akhir.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama magang di FTW, penulis menempatkan posisi sebagai *Intern Graphic Designer*. Dalam alur kerja di FTW, penulis akan diberikan tugas oleh PM dan akan saya kerjakan sesuai arahan. Jika tugas tersebut melibatkan *Graphic Designer Full-Time* yang berada satu tim dengan penulis, maka pembagian pekerjaan akan didiskusikan terlebih dahulu.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Setelah menerima penugasan, penulis akan mendapatkan *brief* berupa JR dari PM, jika penulis tidak menerima JR dari PM, penulis akan meminta JR kepada PM. Selanjutnya, penulis akan *deck* yang berisi *copy* untuk dijadikan acuan desain dan untuk mengunggah visual development yang sudah selesai, serta proses revisi hingga desain final pada project. Proses ini dilakukan dengan berkoordinasi pada *copywriter* yang mengerjakan *project* tersebut.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Keseluruhan dari alur kerja FTW dimulai dari penerimaan sebuah *project*, proses pengerjaan, hingga proses revisi dan finalisasi diawali dengan klien yang mengajukan permintaan atau sebuah *brief*. *Brief* dari klien akan diteruskan oleh tim *Account* untuk menjadi jembatan penghubung antara klien dan tim kreatif. Selanjutnya, PM akan bertanggung jawab untuk mengelola *project* dengan memastikan kelancaran *timeline* agar tepat waktu dan koordinasi antar tim. *Creative director* akan mengarahkan visi kreatif secara keseluruhan termasuk *project* besar, sementara *Creative Group Head* lebih bertanggung jawab pada *project* harian.

Di dalam tim kreatif, *Art Director* bertanggung jawab atas aspek visual, *copywriter* bertanggung jawab atas teks yang sesuai dengan konsep kreatif yang sudah dibuat, sedangkan *Graphic Designer* dan *Intern Graphic Designer* akan mengerjakan desain sesuai dengan konsep dan arah yang diberikan. Setelah konsep dan desain sudah selesai, hasil kerja akan diteruskan pada tahap produksi seperti, *motion graphic* dan *final art*, sesuai dengan kebutuhan setiap *project*. Jika diperlukan untuk revisi, proses ini akan dilakukan sebelum memberi hasil akhir pada klien melalui tim *Account*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis menjalani program magang sesuai dengan kontrak yang sudah disepakati, yaitu selama lima bulan. Hingga saat ini, penulis telah menyelesaikan bulan ketiga dan sedang memasuki bulan keempat masa magang. Berikut adalah rincian pekerjaan yang telah penulis kerjakan selama kurang lebih tiga hingga empat bulan magang di FTW:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3 – 7 Februari 2025	Permata Bank	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi Permata Bank (Validasi Haji via PME <i>eBrochure</i>) - Revisi WM Ori - Revisi galungan <i>greeting card</i> - Revisi KV Haji <i>Revamp Mock up</i> galungan - Revisi KV Validasi Haji - Revisi <i>eBrochure</i> Validasi Haji - KV <i>Phase 5</i> - Revisi 2 <i>eBrochure</i> Validasi Haji - Preview KV <i>Phase 5</i> - Revisi <i>layout</i> DO Permata LED
2	10 – 14 Februari 2025	Permata Bank	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat logo AVA <i>iFamily Protection</i> Syariah - Revisi KV Permata Tabungan iB Haji Proteksi - Membuat 2 alternatif KV Permata Tabungan iB Haji - Membuat 2 alternatif KV Permata KTA iB Multiguna - Revisi KV Permata Bank Aceh - Revisi logo AVA <i>iFamily Protection + image banner</i> - <i>Greeting Women's International Day</i> - Revisi KV Permata Tabungan iB Haji

			<ul style="list-style-type: none"> - Revisi KV Permata KTA iB Multiguna - Membuat 2 alternatif KV PIE Februari 2025
3	17 – 21 Februari 2025	Permata Bank	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Greeting Earth Hour</i> - Revisi KV PIE - <i>Enewsletter</i> Februari - Revisi Validasi Haji - WM – KV <i>sliding banner</i> - <i>Greeting</i> Hari Nyepi 2025 - Revisi <i>Greeting Earth Hour</i> 2025 - <i>Icon</i> Syariah – Tabungan iB Haji Khusus - <i>Greeting</i> Hari Nyepi 2025 - Revisi KV KTA iB Multiguna - Revisi KV Tabungan iB Haji - <i>Icon + image banner</i> syariah – Tabungan iB Haji Khusus - Revisi Hari Nyepi 2025 - Revisi KV Tabungan iB Haji + <i>sliding banner</i> - Revisi KV KTA iB Multiguna + <i>sliding banner</i>
4	24 – 28 Februari 2025	Permata Bank	<ul style="list-style-type: none"> - KV Payroll - Revisi final <i>greeting Earth Hour</i> 2025 - WM – WMR W4 Februari - <i>Greeting</i> Hari Nyepi 2025 - Revisi payroll - Revisi <i>Woman's Day</i> - Revisi <i>greeting</i> Hari Nyepi Segment Idul Fitri - Revisi KV + <i>sliding banner</i> KTA iB Multiguna - Revisi KV + <i>sliding banner</i> iB Tabungan Haji - Revisi Idul Fitri
5	3 – 7 Maret 2025	Permata Bank	<ul style="list-style-type: none"> - WMR Maret W1 - Revisi segmen Idul Fitri - WM – <i>Product launch</i> ST01 + <i>launch</i> 1

			<ul style="list-style-type: none"> - <i>Adjust teaser ST014</i> - <i>Drop WF ST014 phase 1 launch</i> - <i>Syariah – DO KTA iB Multiguna: revisi KV</i> - <i>Revisi hari raya nyepi (cari stock foto)</i> - <i>WM – product launch ST014 – sliding banner</i> - <i>Segment – Ramadan</i> - <i>Revisi booklet</i>
6	10 – 14 Maret 2025	Permata Bank	<ul style="list-style-type: none"> - <i>2 alternatif KV (ST014 launch phase 3)</i> - <i>Revisi final earth hour</i> - <i>WM – WMR maret W2</i> - <i>Revisi WM – WMR maret W2</i> - <i>Revisi corporate greeting nyepi + 1 opsi alternatif</i> - <i>Drop WF earth hour</i> - <i>Corporate greeting nyepi preview</i> - <i>PIE – KV maret (2 alternatif)</i> - <i>Corporate greeting nyepi revisi</i> - <i>Revisi AHM payroll</i> - <i>KV promo ramadan bensin</i>

7	17 – 21 Maret 2025	Permata Bank	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi KV PIE - <i>Template</i> PIE - WM – <i>product launch</i> ST014 revisi <i>phase 3 & 4</i> - WM – WMR maret W3 - Segmen promo ramadan bensin - <i>Corporate nyepi</i> revisi - <i>Update template</i> PIE - Syariah Tabungan iB Haji Khusus (<i>icon</i>) - Revisi minor promo ramadan bensin - KV enewsletter - Syariah Tabungan iB Haji Khusus (+1 alternatif) - <i>Upload all</i> WF - <i>Briefing greeting</i> idul fitri (FTW)
8	24 – 28 Maret 2025	Permata Bank	<ul style="list-style-type: none"> - Finalisasi hari nyepi - WMR maret W4 - FTW – <i>greeting</i> idul fitri (<i>story</i>) - Revisi nyepi - Revisi nyepi (tambahin janur) - Revisi DO permata (<i>brochure + LED</i>) - FA turunan nyepi - Revisi kartu nama
9	1 – 4 April 2025	Tidak ada proyek yang dikerjakan	<ul style="list-style-type: none"> - Isi timesheet
10	7 – 11 April 2025	1. Permata Bank 2. TUGU Insurance	<ul style="list-style-type: none"> - Permata <i>paylater</i> - Revisi permata <i>paylater</i> - <i>Thumbnail</i> TUGU - <i>Beautify deck</i> TikTok (<i>sponsorship beautyfest</i>) - Revisi permata x societe

11	14 – 18 April 2025	1. Permata Bank 2. TUGU Insurance 3. Hush Puppies	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Thumbnail</i> TUGU - <i>Share</i> WF societe - <i>Brief project</i> hush puppies - <i>Decking – project</i> hush puppies
12	21 – 25 April 2025	Hush Puppies	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Decking – project</i> hush puppies
13	28 April – 2 Mei 2025	1. Hush Puppies 2. Tokopedia – Tiktok Shop	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Decking – project</i> hush puppies - Membuat <i>template deck</i> tiktokshop by Tokopedia - Merapihkan <i>deck</i> tiktokshop by Tokopedia
14	5 Mei – 9 Mei 2025	1. TUGU Insurance 2. Tiktok Beauty Fest 3. RS Bunda	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>thumbnail</i> TUGU - Mengisi <i>timesheet</i> kantor - <i>Brief shooting</i> Tiktok Beauty Fest - <i>Brief deck</i> RS Bunda
15	12 Mei – 16 Mei 2025	1. Tiktok Beauty Fest 2. RS Bunda	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Decking –</i> RS Bunda - <i>Shooting</i> Tiktok Beauty Fest
16	19 Mei – 23 Mei 2025	1. Citra Pariwara 2. FYNE 3. TUGU Insurance	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Brief deck</i> Citra Pariwara - <i>Brief deck</i> FYNE - <i>Greetings –</i> TUGU Hari Lahir Pancasila - Revisi <i>greetings</i> TUGU Hari Lahir Pancasila
17	26 Mei – 30 Mei	1. TUGU Insurance 2. FYNE	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>greetings</i> TUGU Hari Lahir Pancasila + 1 alternatif - <i>Decking –</i> FYNE

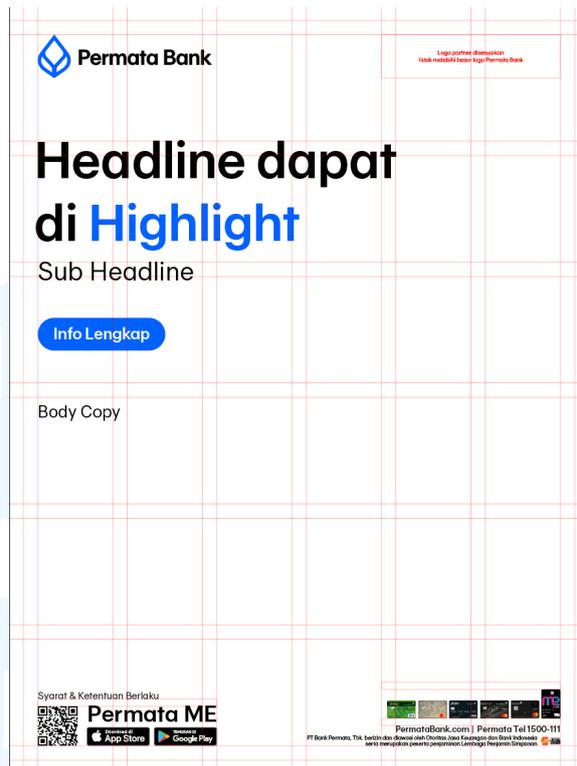
3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama magang di FTW, penulis mengerjakan berbagai tugas, antara lain membuat *key visual*, merancang *icon*, membantu *beautify deck*, *shooting*, serta membantu dalam pembuatan desain untuk media sosial seperti ucapan selamat (*greeting*). Sebagian besar tugas magang yang dikerjakan penulis berasal dari klien Permata. Namun, di pertengahan masa magang, penulis juga ditugaskan untuk mengerjakan proyek dari klien lain.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Membuat *key visual* merupakan salah satu tugas utama *Intern Graphic Designer* dalam *agency* ini. *Key visual* umumnya dibuat oleh agensi pemasaran, berperan sebagai panduan visual dalam kampanye dan membantu menjembatani komunikasi antara merek dan konsumen (Saptamaji, 2023). *Key visual* yang dibuat akan melalui proses asistensi atau pengecekan pada *Art Director* dan *Account*. Jika sudah disetujui kedua pihak, maka hasil karya tersebut akan difinalisasi dan diturunkan pada kolateral lainnya oleh *Final Artwork Artist*.

Salah satu klien terbesar FTW adalah Permata Bank, yang membagi pekerjaan kreatifnya ke dalam empat agensi, termasuk FTW. Pembagian ini didasarkan pada lini produk Permata Bank, di mana FTW secara khusus ditugaskan untuk menangani tiga segmen: *Segment*, *Syariah*, dan *Wealth Management*. Tugas utama yang diangkat oleh penulis berasal dari segmen *Wealth Management*, yaitu pembuatan *key visual* untuk kampanye ST014 *Launch Phase 3*.



Gambar 3.2 *Guideline Key Visual* 600px x 800px Permata Bank

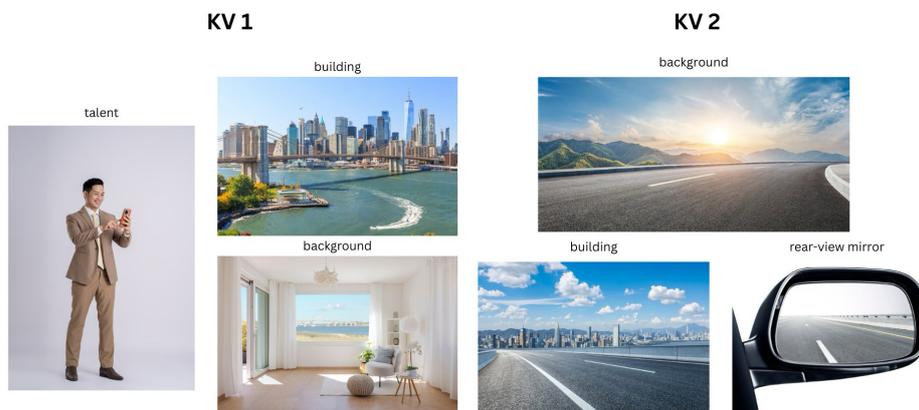
Guideline berperan penting dalam menjaga konsistensi dalam suatu *brand* di berbagai media, seperti elemen visual dan verbal, aturan *layout*, desain, serta penggunaan elemen visual secara umum (Nugraha, dkk., 2024). Setiap desain untuk Permata Bank sendiri udah memiliki *guideline* yang cukup *strict*, mulai dari penggunaan font, *colour palette*, dan *mandatory* lainnya yang memang tidak boleh diubah. Untuk pembuatan *key visual*, *guideline* yang digunakan adalah *key visual* 600px x 800px yang menggunakan *modular grid* 6 x 6 dengan *gutter* sebesar 0,5 cm. *Guideline* ini bertujuan untuk memastikan konsistensi visual keseluruhan Permata Bank.

Untuk proyek ini, penulis menerima *brief* yang merupakan sebuah *job requisition* dalam bentuk *google documents* yang diberikan oleh *Project Manager* melalui sebuah aplikasi yang digunakan *agency* ini yaitu ClickUp. Setelah penulis merima akses ClickUp untuk proyek ini, penulis dapat melihat *brief* yang diberikan oleh klien. Penulis juga diberikan akses dalam bentuk link *google slides* untuk melihat *copy* untuk KV yang akan dibuat dan sebagai tempat untuk menaruh desain yang sudah selesai sebagai *preview* sampai final.



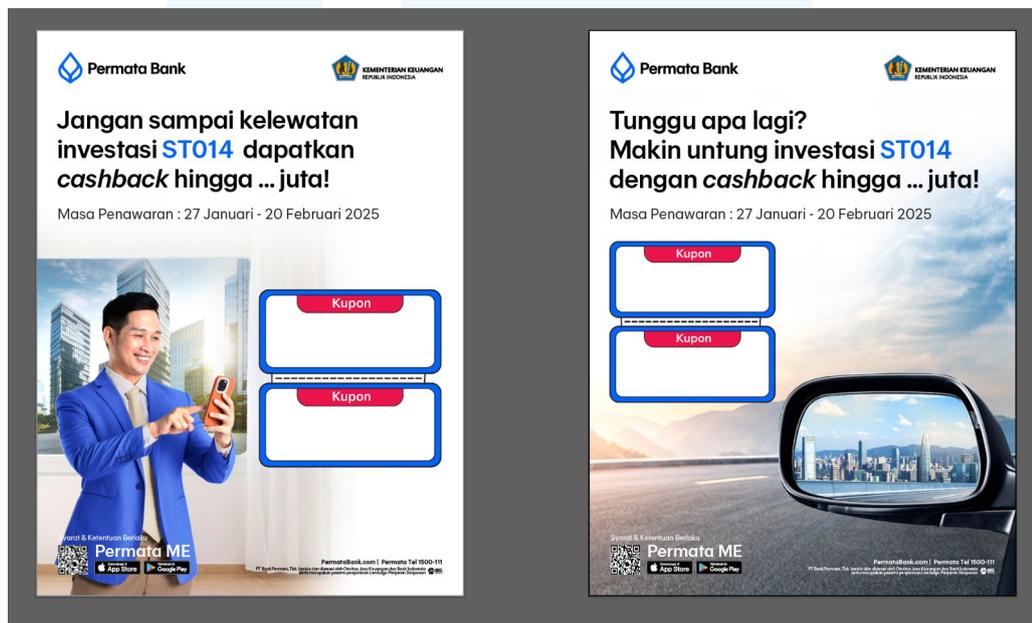
Gambar 3.3 Referensi *Key Visual* Permata Obligasi

ST014 sendiri merupakan sebuah produk obligasi dari Permata Bank. ST014 merupakan seri terbaru dari Sukuk Tabungan (ST) yang merupakan salah satu jenis investasi berbasis prinsip syariah yang ditawarkan oleh pemerintah kepada masyarakat umum. Sukuk Tabungan sendiri menggunakan sistem di mana dana yang diinvestasikan digunakan untuk membiayai berbagai proyek pembangunan, seperti infrastruktur dan proyek-proyek ramah lingkungan (*green projects*).



Gambar 3.4 Aset pada *Key Visual* ST014

Seluruh aset visual yang digunakan dalam pembuatan desain diperoleh dari Shutterstock. Pilihan aset yang dipilih oleh penulis akan didiskusikan bersama tim *account* dan *art director* untuk memastikan efektivitas dalam penyampaian pesan. Untuk aset *talent*, pemilihannya disesuaikan dengan permintaan klien, yaitu menampilkan sosok yang menarik (*good looking*) dan berpenampilan rapi.



Gambar 3.5 ST014: KV Launch Phase 3 Preview 1

Dalam *brief* dan referensi yang diberikan, *key visual* diharapkan mengikuti *treatment* yang serupa dengan contoh yang ada. Elemen yang harus ditampilkan antara lain adalah gambar bangunan, serta jika menggunakan *talent*, *talent* tersebut dianjurkan untuk memegang ponsel. Selain itu, penggunaan *colour palette* harus sesuai dengan *guideline* Permatat Bank.

Klien meminta dibuatkan dua alternatif *key visual* yang nantinya akan dipilih salah satu untuk diunggah. Penulis menyusun dan menggabungkan layout dari aset-aset yang telah dipilih, kemudian menambahkan *placeholder* untuk kupon serta *copywriting* sementara. Selain itu, penulis juga menyesuaikan *tone* dan warna dari masing-masing elemen agar tampak selaras dan membentuk satu kesatuan visual yang harmonis.



Gambar 3.6 ST014: KV Launch Phase 3 Final

Setelah memberikan *preview* pertama kepada *art director* yang menjadi supervisor dalam proyek ini, penulis menerima *feedback* untuk perbaikan. Selanjutnya, penulis melakukan revisi sesuai dengan masukan yang diberikan agar hasil desain sesuai dengan keinginan klien. Proses ini juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk belajar memahami standar visual yang diharapkan dalam dunia profesional.

Dalam proyek ini, revisi hanya dilakukan satu kali, yaitu dengan mengganti latar belakang bangunan pada *key visual* pertama dan menambahkan elemen warna biru pada *key visual* kedua. Selain itu, *copywriting* juga telah disesuaikan mengikuti versi final dari klien, termasuk penggunaan kupon yang sudah ditentukan. Perubahan ini berdampak pada penyesuaian *layout*, khususnya pada *key visual* kedua.

Perubahan Perubahan ini berdampak pada penyesuaian *layout*, khususnya pada *key visual* kedua. Setelah revisi selesai, klien menyatakan bahwa hasilnya sudah sesuai, dan kedua versi *key visual* pun difinalisasi. Akhirnya, kedua *key visual* tersebut diputuskan untuk diunggah secara bersamaan di media sosial Permata Bank.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Membuat *key visual* bukan menjadi tugas satu-satunya sebagai *intern graphic designer* di FTW *agency*. Penulis juga mengerjakan beberapa pekerjaan lain seperti membuat *frame* untuk *motion graphic*, *icon development*, *sliding banner*, *image banner*, dan *beautify deck* untuk *pitching*.

3.3.2.1 Perancangan *Image Banner* Syariah Tabungan iB Haji Khusus

Tugas ini merupakan tugas untuk *develop icon* dan *image banner* untuk produk Syariah dalam kampanye Permata Tabungan iB Haji Khusus. *Brief* yang diberikan oleh klien menekankan agar desain disesuaikan dengan karakter produk. Klien juga meminta tiga alternatif desain yang dapat dipilih salah satunya untuk digunakan.

Sesuai dengan *job requisition* yang diberikan, penulis membuat tiga alternatif desain yang berbeda, namun tetap mengacu pada keinginan dan arahan dari klien. Setiap alternatif menampilkan simbol Kabah sebagai elemen utama, karena produk ini berkaitan dengan ibadah haji. Selain itu, digunakan sentuhan warna hijau sebagai representasi dari nuansa haji dan nilai-nilai islami yang melekat pada produk Syariah.

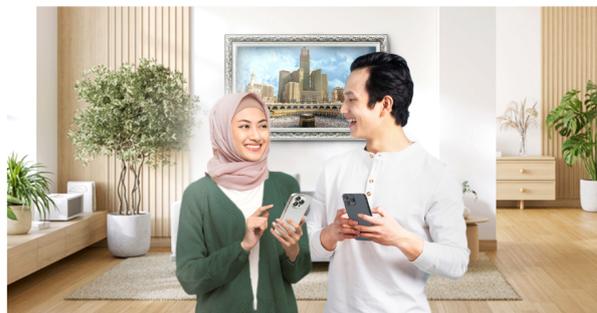
alternatif 1



alternatif 2



alternatif 3



Gambar 3.7 Alternatif *Image Banner* Syariah Tabungan iB Haji Khusus

Sebelumnya, klien meminta dua alternatif *image banner* berukuran 600 px x 300 px. Alternatif pertama menampilkan latar Kabah secara langsung, sementara alternatif kedua menggambarkan suasana di rumah dengan tetap menghadirkan nuansa Kabah. Selanjutnya, klien meminta tambahan satu alternatif lagi yang menampilkan pasangan suami dan istri di dalam ruangan, namun tetap mengandung elemen visual yang merepresentasikan Kabah. Dari ketiga alternatif tersebut, klien akhirnya memilih alternatif ketiga sebagai versi final yang digunakan.



Gambar 3.8 Aset pada *Image Banner* Syariah Tabungan iB Haji Khusus

Pencarian aset dilakukan secara mandiri oleh penulis. Untuk pemilihan *talent*, penulis biasanya akan berkonsultasi dengan tim *account* yang lebih memahami preferensi visual klien, khususnya terkait wajah atau karakter *talent*. Setelah mendapatkan persetujuan, seluruh aset akan diedit, disatukan, dan melalui proses *digital imaging* agar tampak menyatu secara visual. Selanjutnya, penulis akan mengirimkan *preview* kepada *art director* yang bertanggung jawab atas proyek ini. Jika terdapat revisi, penulis akan melakukan penyesuaian hingga hasil akhir disetujui.

Dalam proses pengerjaan karya ini, penulis menggunakan *talent* laki-laki yang telah melalui tahap seleksi dan disetujui oleh pihak klien serta tim *account*. Pada tahap awal pembuatan visual, penulis memisahkan penampilan *talent* laki-laki dan perempuan ke dalam dua *image* terpisah. Hal ini dilakukan untuk memastikan komposisi visual yang optimal serta mempermudah proses pengeditan dan penyesuaian elemen visual lainnya.

Selanjutnya, penulis menggunakan *image* terpisah untuk *talent* perempuan yang kemudian digabungkan ke dalam satu *frame* bersama *talent* laki-laki. Proses penggabungan ini dilakukan dengan memperhatikan arah pencahayaan, proporsi tubuh, serta komposisi ruang agar terlihat alami dan harmonis dalam satu kesatuan gambar. Untuk latar belakang, penulis memilih *setting* sebuah ruang tengah atau ruang

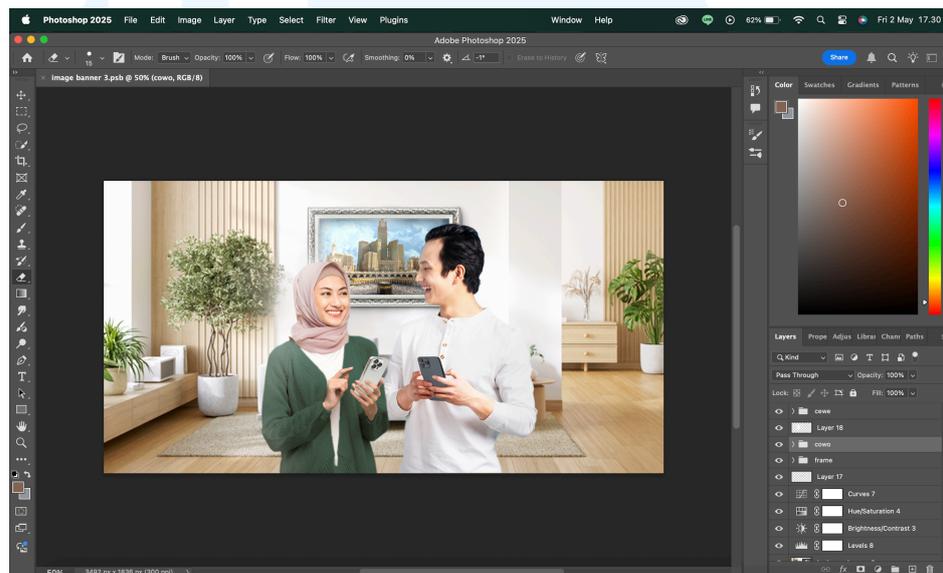
keluarga, sesuai dengan permintaan dan arahan dari klien. Pemilihan ruang ini dimaksudkan untuk menciptakan suasana yang hangat, akrab, dan sesuai dengan konteks cerita yang ingin disampaikan melalui visual tersebut.

Sebagai tambahan untuk memperjelas tema haji, penulis menempatkan sebuah bingkai foto bergambar Kabah pada bagian tengah ruangan. Penambahan elemen ini bertujuan untuk memperkuat kesan bahwa visual ini berkaitan dengan momen keberangkatan atau kepulangan ibadah haji, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat lebih mudah dipahami oleh audiens secara emosional dan kontekstual.

Pada tahap pengolahan visual, penulis melakukan beberapa penyesuaian terhadap elemen-elemen pendukung sesuai dengan konsep visual dengan identitas brand Permata. Salah satu perubahan yang dilakukan adalah mengganti warna baju yang dikenakan oleh *talent* perempuan menjadi hijau. Pemilihan warna hijau ini merujuk pada *color palette* resmi dari Permata, di mana warna hijau merupakan identitas utama dari lini produk syariah mereka. Perubahan ini bertujuan untuk memperkuat visual antara brand dan pesan yang ingin disampaikan.

Selain itu, perangkat handphone yang semula digunakan oleh kedua *talent* juga diganti menjadi satu brand tertentu, sesuai dengan permintaan langsung dari pihak klien. Pemilihan jenis *handphone* ini bertujuan untuk mencerminkan kesan modern, premium, dan relevan dengan target market dari produk yang diiklankan. Untuk menciptakan kesan realistis dan menyatu antara *talent* dengan latar tempat, penulis menempatkan kedua *talent* ke dalam *setting* ruangan menggunakan teknik *digital imaging*. Teknik ini memungkinkan penyesuaian terhadap pencahayaan, perspektif, dan kedalaman ruang sehingga hasil akhir tampak seolah-olah kedua *talent* benar-benar berada di lokasi yang sama.

Penulis juga melakukan koreksi pada elemen busana *talent* perempuan dengan menambahkan panjang pada bagian lengan bajunya. Hal ini dilakukan karena pada gambar asli, bagian pergelangan tangan masih terlihat dan belum tertutup sepenuhnya, sehingga perlu disesuaikan agar lebih sesuai dengan permintaan klien serta representasi *modest fashion* yang relevan dengan citra syariah yang diusung oleh brand.



Gambar 3.9 Penampilan *Image Banner* di Adobe Photoshop

Dalam proses penyempurnaan visual, penulis melakukan penyesuaian pencahayaan untuk menciptakan kesan realistis dan konsisten dengan sumber cahaya pada latar belakang. Salah satu penyesuaian dilakukan dengan menambahkan pencahayaan pada bagian belakang kiri *talent* perempuan serta pada area wajah *talent* laki-laki. Hal ini dilakukan karena kedua area tersebut semula tampak gelap, dengan logika pencahayaan yang seharusnya terkena cahaya matahari dari arah kiri, menyesuaikan dengan sumber cahaya utama dalam *background setting*. Penyesuaian ini penting untuk menjaga keselarasan antara elemen *background*, sehingga keseluruhan komposisi tampak alami.

Selain pencahayaan, penulis juga menggabungkan gambar Kabah ke dalam bingkai foto yang sudah ada di dalam ruangan. Proses integrasi ini dilakukan secara hati-hati, dengan menambahkan bayangan (*shadow*) baik di dalam maupun di luar frame, mengikuti arah pencahayaan dari kiri. Penambahan bayangan ini bertujuan untuk memperkuat ilusi kedalaman dan memastikan elemen tersebut tidak tampak seperti hasil tempelan.

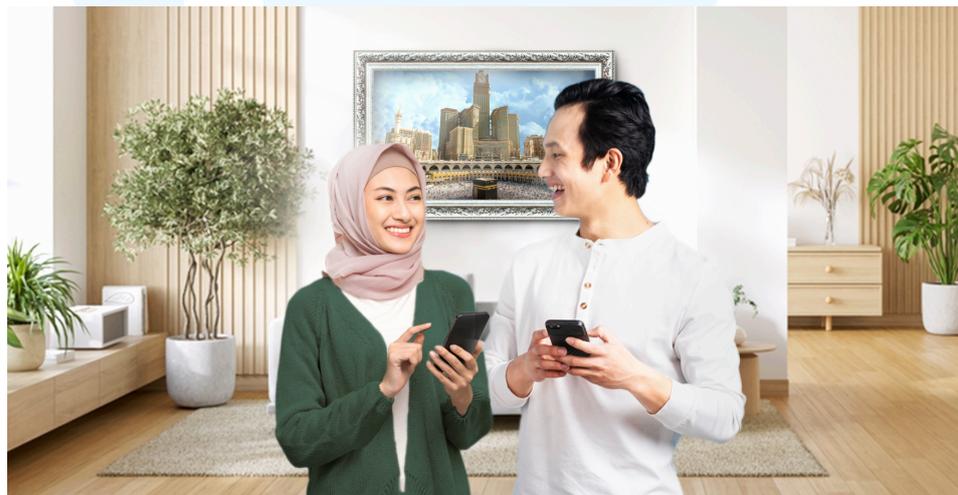
Untuk semakin menegaskan bahwa gambar Kabah benar-benar berada di dalam bingkai kaca, penulis menambahkan arsiran putih tipis menggunakan *brush tool* pada bagian permukaan *frame*. Efek ini menciptakan pantulan cahaya menyerupai kaca, sehingga elemen foto terlihat menyatu secara natural dengan objek bingkai dan tidak mencolok sebagai hasil editan. Terakhir, perangkat *handphone* yang digunakan oleh talent juga mengalami perubahan. Penulis mengganti perangkat tersebut dengan aset gambar dari Shutterstock yang telah diedit terlebih dahulu. Setelah proses penggantian, bayangan tambahan ditambahkan secara manual pada tangan talent serta pada perangkat itu sendiri, untuk memperkuat kesan realistis dan menyatu secara visual dengan elemen lain dalam komposisi.

Dalam proses pembuatan *key visual*, *image banner*, dan *sliding banner*, penggunaan teknik *digital imaging* yang tepat menjadi hal yang sangat krusial. Hal ini bertujuan agar hasil akhir dari setiap materi visual tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga mampu memberikan kesan yang realistis dan menyatu secara visual, sesuai dengan ekspektasi klien. Terutama untuk klien seperti Permata Bank, terdapat standar kualitas visual yang cukup tinggi, di mana mereka lebih menyukai gaya *editing* yang natural, tidak berlebihan, dan tetap mempertahankan kesan profesional.

Salah satu tantangan dalam pengerjaan visual untuk klien ini adalah memastikan bahwa setiap elemen dalam gambar, terutama jika melibatkan sosok manusia, klien menginginkan hasilnya benar-benar tampak menyatu dengan latar belakang ruangan atau *setting* yang

digunakan. Antara objek manusia dan ruang harus dibuat seolah-olah tidak ada proses *editing* sama sekali. Oleh karena itu, aspek seperti skintone, pencahayaan (*lighting*), dan bayangan (*shadow*) menjadi elemen penting yang harus diperhatikan secara detail dan menyeluruh.

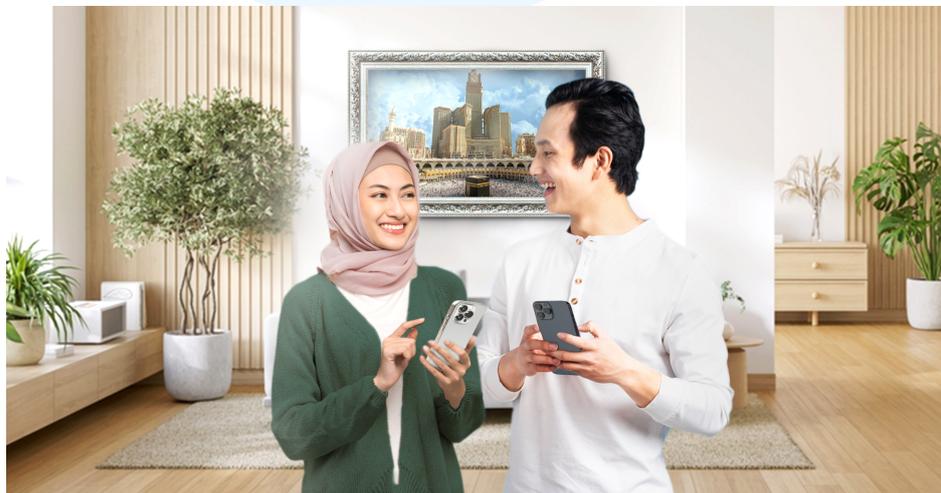
Untuk mencapai tingkat realisme yang diinginkan, penyesuaian pencahayaan pada kulit dilakukan dengan menggunakan fitur-fitur khusus dalam Adobe Photoshop, seperti *levels*, *curves*, dan *hue/saturation*. Fitur-fitur ini memungkinkan penyesuaian terhadap keseimbangan warna kulit, pencahayaan, dan kontras agar tampak alami serta konsisten dengan arah sumber cahaya pada keseluruhan visual. Dengan begitu, *tone* warna kulit tidak hanya tampak sehat dan cerah, tetapi juga selaras dengan lingkungan sekitarnya.



Gambar 3.10 *Image Banner* Syariah Tabungan iB Haji Khusus *Preview 1*

Pada tahap *preview* pertama, revisi yang dilakukan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu perbaikan pencahayaan (*lighting*) dan penggantian perangkat *handphone*. Perbaikan *lighting* dilakukan untuk menyesuaikan arah dan intensitas cahaya agar visual terlihat lebih realistis dan menyatu dengan latar belakang. Penyesuaian ini penting agar hasil akhir visual memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan, terutama dalam menampilkan sosok manusia secara alami dengan *skintone* dan bayangan yang sesuai.

Sementara itu, penggantian perangkat *handphone* merupakan revisi yang bersifat wajib. Hal ini dikarenakan klien, yaitu Permata Bank, memiliki ketentuan khusus mengenai elemen produk yang digunakan dalam materi promosi mereka. Dalam hal ini, penggunaan merek *handphone* tertentu harus disesuaikan dengan standar branding internal yang berlaku, sehingga visual dapat selaras dengan citra modern dan profesional yang ingin dibangun oleh brand. Menariknya, proyek ini hanya memerlukan satu kali preview dari *Art Director* sebelum dianggap final. Setelah revisi tersebut dinyatakan memenuhi kriteria oleh *Art Director*, hasil akhir kemudian dilanjutkan kepada tim *Account* untuk proses pengiriman ke pihak klien. Tahapan ini dilakukan guna mendapatkan persetujuan resmi dari klien sebelum visual digunakan dalam materi promosi secara lebih luas. Proses yang efisien ini menunjukkan bahwa hasil desain telah memenuhi ekspektasi sejak tahap awal, baik dari sisi teknis maupun arahan kreatif yang diberikan.



Gambar 3.11 *Image Banner* Syariah Tabungan iB Haji Khusus

Jika masih terdapat revisi dari klien, tim *Account* akan menyampaikan komentar melalui Google Slides. Penulis kemudian akan melakukan revisi sesuai masukan tersebut. Setiap hasil revisi akan terlebih dahulu dikirimkan kembali ke *Art Director* untuk *direview* dan disetujui. Setelah disetujui, hasil revisi tersebut akan diteruskan ke tim *Account*, lalu

dikirimkan kembali ke klien. Apabila sudah mendapatkan persetujuan akhir dari klien, penulis akan diminta untuk menyiapkan aset dalam resolusi tinggi. Proses ini dilakukan dengan meminta *file* final dari *Final Artwork Artist*, yang nantinya akan digunakan untuk kebutuhan kolateral lain jika diperlukan.

3.3.2.2 Perancangan *Icon Syariah iB Tabungan Haji Khusus*

Proyek ini merupakan salah satu proyek *refreshment* dari klien Permata Bank, yang bertujuan untuk memperbarui tampilan dan komunikasi visual produk Permata Tabungan iB Haji Khusus. Produk ini adalah program tabungan yang dirancang untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam menunaikan ibadah haji. Keunggulan dari produk ini meliputi tabungan dalam mata uang USD, bebas biaya administrasi, serta mendapatkan Porsi Haji secara langsung melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT).



Gambar 3.12 *Icon Banner Lama Tabungan iB Haji Khusus*
Sumber: <https://www.permatabank.com/id>

Dalam proses pengembangan materi visual untuk produk Permata Tabungan iB Haji Khusus, klien memberikan arahan yang cukup spesifik. Penulis diminta untuk merancang tiga opsi ikon banner yang menggambarkan karakteristik eksklusif dari produk tersebut. Beberapa ketentuan visual yang harus dipenuhi meliputi keharusan mencantumkan ikon Kabah sebagai elemen utama, menyertakan elemen visual yang mencerminkan kesan premium, serta menyematkan logo iB sebagai penanda identitas produk syariah.

Dalam proses pengembangan materi visual untuk produk Permata Tabungan iB Haji Khusus, penulis mengembangkan pendekatan visual yang tidak hanya memenuhi aspek teknis, tetapi juga memperkuat nilai simbolik yang relevan dengan konteks ibadah haji. Salah satu ikon yang dibuat adalah vektor berbentuk payung Nabawi, yang dirancang sendiri oleh penulis lewat Adobe Illustrator secara langsung dengan menyesuaikan bentuk asli payung-payung yang berada di pelataran Masjid Nabawi di Madinah. Elemen ini dipilih untuk memberikan nuansa spiritual dan religius yang lebih kuat, serta menciptakan asosiasi visual yang khas dengan ibadah haji.

Selain itu, penulis juga melakukan pembuatan ulang vektor ikon Kabah menggunakan Adobe Illustrator, menggantikan versi sebelumnya yang telah digunakan. Proses ini dilakukan sebagai bagian dari permintaan klien untuk menyeragamkan bentuk dan gaya visual ikon Kabah agar konsisten dengan versi yang telah ditentukan sebelumnya. Penyesuaian ini tidak hanya mencakup bentuk dasar, tetapi juga proporsi, warna, dan detail desain, guna memastikan keselarasan dengan identitas visual produk secara keseluruhan.

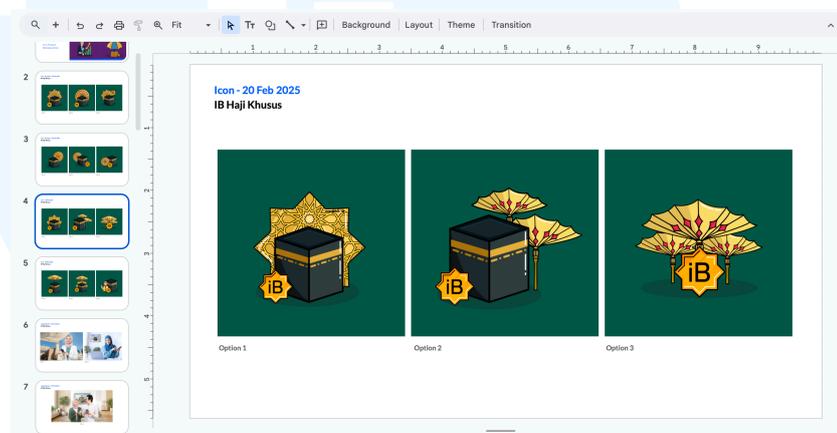


Gambar 3.13 Alternatif Pertama *Icon* Tabungan iB Haji Khusus

Dalam proyek pengembangan materi visual untuk produk Permata Tabungan iB Haji Khusus, klien memberikan arahan khusus untuk merancang tiga opsi ikon banner yang mewakili nilai dan karakter eksklusif dari produk tersebut. Beberapa ketentuan visual yang harus dipenuhi dalam proses perancangan ini mencakup keharusan menyertakan ikon Kabah, menambahkan elemen yang mencerminkan kesan premium yang mengacu pada status produk sebagai program haji tanpa masa tunggu, serta mencantumkan logo iB sebagai elemen identitas syariah yang tidak terpisahkan dari desain. Setelah menerima brief dari klien, penulis terlebih dahulu melakukan koordinasi dan diskusi mendalam dengan *Art Director* serta tim *Account* untuk merumuskan pendekatan visual yang paling tepat dalam merepresentasikan nilai-nilai produk.

Dalam diskusi tersebut, *Art Director* memberikan arahan tambahan untuk menambahkan elemen payung Nabawi sebagai pelengkap ikon Kabah. Penambahan elemen ini bertujuan untuk memperkuat asosiasi visual dengan ibadah haji sekaligus menghadirkan kesan spiritual dan religius yang lebih mendalam. *Art Director* juga menekankan pentingnya menjaga keselarasan warna ikon dengan *colour palette* resmi milik Permata Bank, guna memastikan konsistensi visual dalam keseluruhan materi promosi.

Berdasarkan hasil diskusi dan eksplorasi desain yang dilakukan, penulis kemudian mengembangkan tiga alternatif ikon dengan variasi komposisi dan elemen pendukung yang disesuaikan. Setiap alternatif dirancang dengan mempertimbangkan keseimbangan aspek estetika. Ketiga opsi ikon ini kemudian mendapat persetujuan dari *Art Director* dan tim *Account*, dan selanjutnya diajukan kepada klien untuk mendapatkan penilaian serta keputusan akhir sebelum digunakan dalam materi kampanye.

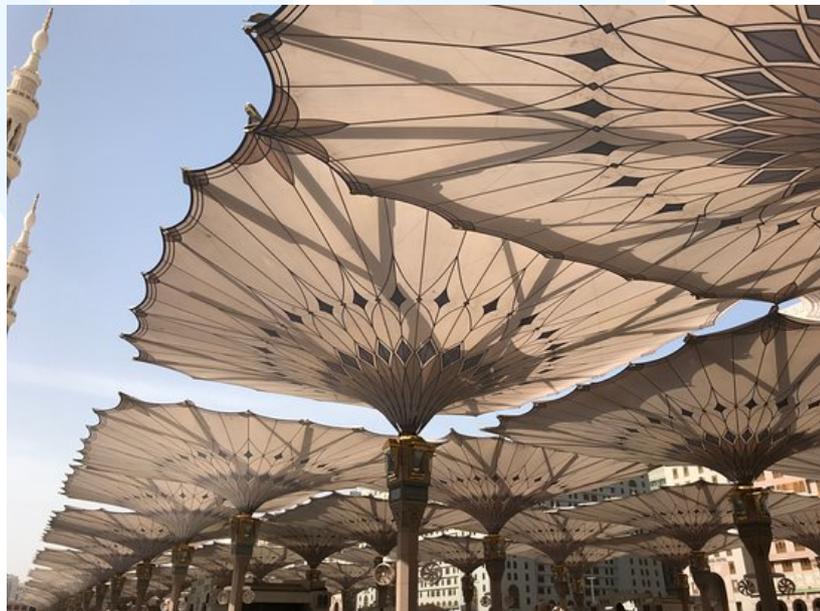


Gambar 3.14 Penampilan *Google Slides* Icon Tabungan iB Haji Khusus

Hasil desain yang telah dikembangkan oleh penulis selanjutnya ditempatkan dalam *Google Slides* sebagai media penyimpanan dan presentasi yang dapat diakses secara bersama oleh kedua belah pihak, yaitu tim *FTW Agency* dan tim *Permata Bank*. Platform ini dipilih karena sifatnya yang kolaboratif dan fleksibel, sehingga memudahkan proses komunikasi serta pertukaran informasi secara *real-time* selama masa pengerjaan proyek.

Google Slides digunakan sebagai wadah utama untuk mendokumentasikan seluruh progres desain, mulai dari *draft* awal hingga versi revisi yang mendekati final. Melalui platform ini, klien dapat secara langsung memberikan masukan, komentar, atau permintaan revisi terhadap desain yang diajukan. Hal ini memungkinkan proses evaluasi berjalan lebih efisien, transparan, dan terdokumentasi dengan baik.

Setiap perubahan atau penyesuaian yang dilakukan berdasarkan arahan klien juga akan segera diunggah ulang ke dalam Google Slides dengan label versi terbaru, sehingga seluruh tim dapat melihat perkembangan revisi secara kronologis. Proses ini akan terus berlangsung hingga desain mencapai versi final yang telah disetujui bersama, baik oleh internal tim kreatif maupun pihak klien. Dengan penggunaan platform ini, komunikasi antara tim desainer dan klien menjadi lebih terstruktur dan terorganisir, serta mendukung terciptanya hasil akhir yang sesuai ekspektasi kedua belah pihak.



Gambar 3.15 Referensi Payung Nabawi *Icon* Tabungan iB Haji Khusus
<https://www.google.com/url?sa>

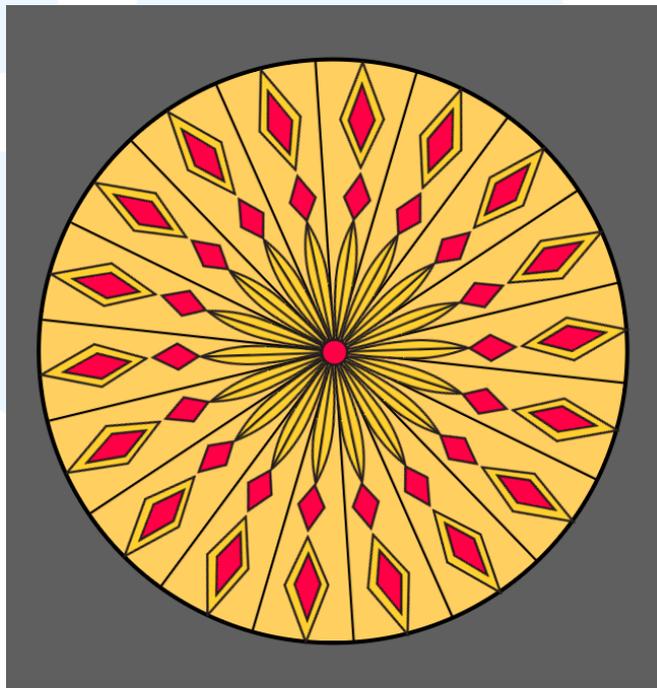
Setelah menerima masukan dari klien yang disampaikan melalui platform kolaboratif Google Slides, *Art Director* memberikan arahan lanjutan kepada penulis untuk melakukan penyesuaian pada elemen visual yang digunakan. Salah satu arahan utama yang diberikan adalah untuk membuat ulang elemen payung Nabawi dengan sudut pandang yang berbeda, yaitu dari bagian bawah atau sisi dalam payung. Perubahan sudut pandang ini dimaksudkan agar pola dan detail khas arsitektur payung Nabawi yang menjadi ciri ikonik dari tempat tersebut dan dapat ditampilkan dengan lebih menonjol dan estetik dalam konteks desain.

Penulis mulai mengembangkan vektor baru yang difokuskan pada tampilan bagian bawah payung, dengan perhatian khusus terhadap pola geometris yang berulang atau repetisi, lekukan struktur, serta warna sesuai dengan *colour palette* dari Permata Bank. Pembuatan vektor ini dilakukan dengan pendekatan yang teliti, untuk memastikan elemen tersebut tidak hanya akurat secara bentuk, tetapi juga selaras dengan gaya visual dari ikon sebelumnya dan tetap menjaga konsistensi dengan identitas visual Permata Bank. Setelah vektor selesai dikembangkan, penulis terlebih dahulu menyerahkan hasilnya kepada *Art Director* dalam bentuk preview untuk mendapatkan evaluasi dan persetujuan. Langkah ini merupakan bagian penting dari alur kerja internal, guna memastikan bahwa hasil desain telah sesuai dengan standar kualitas dan arahan kreatif yang telah ditetapkan.

Setelah mendapatkan persetujuan dari *Art Director*, vektor baru tersebut kemudian diaplikasikan ke dalam alternatif ikon baru yang dirancang secara khusus untuk diajukan kepada klien sebagai bagian dari opsi desain tambahan. Dengan adanya revisi ini, diharapkan desain ikon dapat lebih merepresentasikan nilai estetika dan simbolik yang ingin dihadirkan melalui produk Permata Tabungan iB Haji Khusus.

Dalam proses desain ikon baru payung Nabawi, penulis menerapkan pendekatan teknis yang sistematis untuk mencapai hasil visual yang presisi dan sesuai dengan arahan art director. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan membuat satu bentuk dasar (*object*) sebagai elemen utama dari struktur pola payung. Bentuk dasar ini kemudian digunakan sebagai modul yang akan diulang secara simetris untuk membentuk pola payung secara keseluruhan.

Untuk mempercepat dan menyempurnakan proses pembentukan pola, penulis memanfaatkan fitur *repeat* dan *radial repeat* yang tersedia di *software* desain vektor yaitu Adobe Illustrator. Fitur ini memungkinkan elemen objek digandakan dalam susunan melingkar (*radial*), sehingga menghasilkan komposisi visual yang menyerupai struktur khas bagian bawah payung Nabawi dengan pola-pola geometris yang simetris dan harmonis.

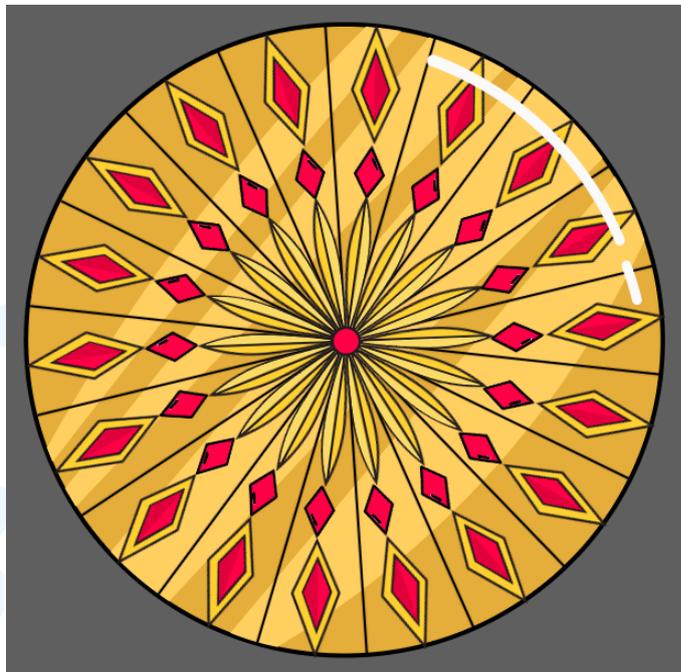


Gambar 3.16 *Icon* Baru Payung Nabawi

Setelah bentuk dan susunan akhir dari vektor payung Nabawi dianggap sudah final secara teknis dan estetis, penulis melanjutkan ke tahap pewarnaan. Pada tahap ini, penulis menerapkan warna-warna yang sesuai dengan *colour palette* resmi dari Permata Bank, guna memastikan ikon tetap konsisten dengan identitas visual brand secara keseluruhan. Pemilihan warna dilakukan dengan cermat untuk menjaga keseimbangan antara nuansa spiritual yang ingin ditampilkan dan kesan premium yang diharapkan oleh klien.

Dalam tahap pewarnaan ikon payung Nabawi, penulis tidak hanya menerapkan warna sesuai *colour palette* resmi Permata Bank, tetapi juga secara khusus memperhatikan penerapan *shading* dan *highlight* agar tetap konsisten dengan ikon-ikon lain yang sebelumnya telah dibuat. Penyesuaian ini dilakukan untuk menciptakan kesan visual yang harmonis dan selaras, baik dari segi gaya ilustrasi maupun pencahayaan, sehingga keseluruhan elemen dalam desain tampak menyatu sebagai satu kesatuan *brand identity*.

Selama proses tersebut, penulis secara berkala melakukan pengecekan dan review langsung dengan *Art Director*. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahapan desain, mulai dari bentuk, warna, hingga detail pencahayaan, telah sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan dan selaras dengan preferensi visual dari pihak klien, yaitu Permata Bank. Komunikasi ini menjadi langkah penting untuk menjaga akurasi, efisiensi waktu, serta menghindari revisi yang tidak perlu di tahap akhir.



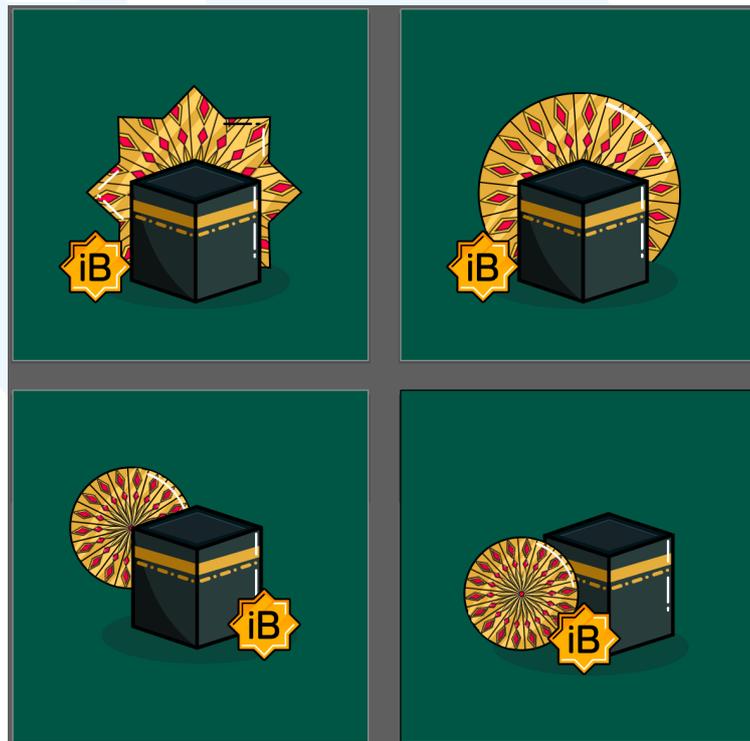
Gambar 3.17 *Icon* Baru Payung Nabawi (Warna)

Setelah mendapatkan persetujuan dari *Art Director* bahwa ikon payung Nabawi telah memenuhi ekspektasi baik secara teknis maupun estetis, penulis kemudian melanjutkan ke tahap finalisasi. Pada tahap ini, ikon payung Nabawi akan digabungkan dengan dua elemen ikon lainnya, yaitu ikon iB, yang merupakan ikon wajib (*mandatory*) dalam seluruh materi syariah Permata Bank dan ikon Kabah yang telah dirancang sebelumnya. Ketiga elemen ini kemudian disusun dalam satu komposisi terpadu sebagai ikon utama yang merepresentasikan produk Permata Tabungan iB Haji Khusus, dengan nilai religius, eksklusif, dan visual yang konsisten dengan citra brand.

Salah satu teknik yang digunakan penulis dalam proses perancangan ikon payung Nabawi adalah *clipping mask* di Adobe Illustrator. Teknik ini diterapkan untuk membentuk pola dekoratif pada bagian dalam payung, yang menyerupai bentuk bintang atau motif geometris islami yang khas. Pola tersebut menjadi salah satu elemen penting dalam desain karena memberikan sentuhan visual yang lebih kaya, serta memperkuat nuansa religius dan estetika khas arsitektur Timur Tengah.

Dengan menggunakan *clipping mask*, penulis dapat mengatur pola bintang agar tetap berada dalam batas bentuk utama payung, tanpa mengganggu elemen-elemen lain di sekitarnya. Teknik ini memungkinkan penggabungan antara detail dekoratif dan bentuk dasar secara presisi, sehingga hasil akhir tampak lebih rapi dan terstruktur. Selain itu, penggunaan *clipping mask* juga membantu menjaga fleksibilitas desain saat diperlukan penyesuaian lebih lanjut terhadap posisi, warna, maupun komposisi *pattern*.

Penggunaan elemen bintang melalui teknik ini tidak hanya bersifat dekoratif, tetapi juga memiliki makna simbolik yang relevan dengan konteks spiritual ibadah haji. Dengan sentuhan ini, ikon payung Nabawi tidak hanya tampil sebagai objek visual, melainkan juga sebagai bagian dari narasi visual yang mendalam dan bermakna, selaras dengan nilai-nilai yang diusung oleh produk Permata Tabungan iB Haji Khusus.



Gambar 3.18 Alternatif Baru *Icon* Tabungan iB Haji Khusus

Sebagai bagian dari tahap akhir pengerjaan proyek, penulis melanjutkan dengan membuat beberapa alternatif tambahan yang menampilkan variasi layout dari elemen-elemen utama, yaitu ikon payung Nabawi versi terbaru (yang sebelumnya telah disetujui oleh *Art Director*), ikon Kabah, dan logo iB milik Permata Bank yang merupakan elemen wajib dalam setiap materi promosi produk syariah mereka. Variasi ini bertujuan untuk memberikan beragam opsi visual yang memungkinkan klien memilih komposisi terbaik yang paling sesuai dengan preferensi dan strategi komunikasi visual mereka.

Dalam proses eksplorasi layout, penulis mempertimbangkan beberapa aspek penting seperti hirarki visual, keseimbangan komposisi, ruang negatif, dan keterbacaan elemen brand. Dengan cara ini, setiap alternatif yang disusun tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga fungsional dalam konteks penggunaannya sebagai ikon banner promosi digital.

Setelah seluruh alternatif layout selesai dikembangkan, penulis kemudian mengunggah semua versi tersebut ke dalam Google Slides, yaitu platform kolaboratif yang digunakan sepanjang proyek ini sebagai media utama untuk berkomunikasi, merevisi, dan menyampaikan hasil desain kepada klien dan internal tim. Setiap opsi disusun secara rapi dan informatif agar memudahkan proses peninjauan oleh pihak klien. Tahapan ini menjadi langkah terakhir dari kontribusi penulis dalam proyek tersebut, karena waktu pengerjaannya bertepatan dengan bulan terakhir kerja sama antara Permata Bank dan FTW *Agency*. Dengan selesainya pembuatan alternatif desain dan penyampaian kepada klien, penulis menutup peran dalam proyek ini secara tuntas, dengan memastikan seluruh hasil kerja terdokumentasi dan tersampaikan dengan baik kepada seluruh pihak yang terlibat.

3.3.2.3 Perancangan *Frame Motion Graphic Greetings Earth Hour 2025*

Earth Hour adalah gerakan global yang diinisiasi oleh *World Wide Fund for Nature* (WWF) dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu perubahan iklim dan pentingnya konservasi energi. Aksi ini dilakukan dengan mematikan lampu serta peralatan listrik yang tidak esensial selama satu jam, biasanya berlangsung pada hari Sabtu terakhir di bulan Maret, mulai pukul 20.30 hingga 21.30 waktu setempat. Ini merupakan sebuah proyek *motion graphic* yang memiliki *output* sebagai video *motion* dan diunggah pada sosial media Permata Bank.

C. REFERENCE

1. Berikut adalah reference motion treatment dan style realism photography sebagai benchmark:
 - o **New Year**
https://drive.google.com/drive/folders/1X3aluDqvUOMFY36pTaM6LSD5vdbCksh6?usp=drive_link
 - o **Christmas 2024**
https://drive.google.com/drive/folders/1oU0ZkzIQthCycCIR4SE3BF-JYICeWND?usp=drive_link
 - o **Hari Keuangan 2024:**
https://drive.google.com/drive/folders/15X3Kb35tyvnoPBIL0q_-LqU_I294aCd8?usp=drive_link
 - o **Hari Diwali 2024:**
https://drive.google.com/drive/folders/1gDC9GcxYLA0x7u2OtTA7V7tP5cwS3-EJ?usp=drive_link
 - o **PermataBank Konvensional: Paskah & Isra Miraj**
https://drive.google.com/drive/folders/127V3_HKljd2UzIzQrE6m-nwGX5Fh-dMo?usp=sharing
 - o **Isra Miraj:**
<https://drive.google.com/drive/folders/1sAURnt4s05m4wfirFwrzh3yYcGQIGMst>
 - o **Hari Raya Nyepi:**
<https://drive.google.com/drive/folders/107ITn7r0gVXMw6nttX-8r5vS4SwGGcG?usp=sharing>
 - o **Paskah:**
https://drive.google.com/drive/folders/1tarDTUktRo20xx0V_Cl1nzVUyEtMpn6y?usp=sharing
 - o **Jumat Agung:**
<https://drive.google.com/drive/folders/1h-rrt2blhrihRETpuOfOISrpUNYfPGr?usp=sharing>
 - o **Hari Kartini :**
https://www.instagram.com/lifeatpermatabank/reel/CS_IBV6yfc7/
 - o **All Greetings (compiled) :**
[Compiled Festive 2024.pdf](#)

Gambar 3.19 Referensi *Motion Graphic* Permata Bank

Dalam proyek pembuatan materi *Earth Hour Greetings 2025*, penulis menerima *brief* dari klien dengan arahan yang cukup spesifik dan terarah. Klien meminta untuk dibuatkan tiga opsi desain *greetings* yang dieksplorasi menggunakan visual berbasis *real-footage* atau fotografi realistis, bukan ilustrasi ataupun animasi bergaya kartun, dimana penulis akan mencari aset untuk karya ini dari Shutterstock. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan visual yang dihasilkan terasa lebih dekat, autentik, dan relevan dengan konteks peringatan *Earth Hour* yang bersifat global dan menyentuh sisi emosional audiens.

Selain itu, klien juga menekankan untuk menghindari penggunaan *opening scene* dengan *treatment track-in* ke dalam pintu atau jendela, karena gaya visual tersebut dianggap sudah terlalu sering digunakan dalam pembuatan *greetings* video sebelumnya. Klien berharap dapat melihat eksplorasi pendekatan visual yang lebih segar dan orisinal, namun tetap menyampaikan pesan dengan cara yang inspiratif dan membekas secara emosional.

Dari sisi gaya dan suasana, visual yang dihasilkan diharapkan sejalan dengan konten-konten *festive* Permata Bank tahun 2024. Hal ini berarti desain harus memiliki *tone* dan *mood* yang menarik, meriah, premium, dan inspiratif, serta tetap menjaga kualitas visual yang sesuai dengan positioning brand Permata Bank sebagai institusi keuangan modern dan terpercaya.

Dalam proses desain, penulis juga diwajibkan untuk mengikuti panduan visual terbaru dari Permata Bank, termasuk dalam hal pemilihan warna, tipografi, dan komposisi. Secara khusus, desain *greetings* ini dianjurkan untuk didominasi oleh warna putih atau *active blue*, yang merupakan salah satu warna utama dalam palet identitas visual Permata Bank. Warna tersebut kemudian dikombinasikan dengan warna-warna sekunder dari brand guna menciptakan komposisi yang harmonis dan tetap berada dalam koridor brand *guideline*.

Dengan memahami seluruh arahan ini, penulis menyusun konsep visual yang tidak hanya mengikuti arahan teknis, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai utama dari kampanye *Earth Hour* yaitu kepedulian terhadap bumi dan kesadaran energi.



Gambar 3.20 *Guideline* 1080 x 1080 Permata Bank

Guideline juga menyediakan contoh dan *template* materi pemasaran untuk memastikan keseragaman dalam setiap komunikasi merek (Nugraha, dkk., 2024). *Guideline* ini mencakup arahan desain yang detail, termasuk tata letak, warna, tipografi, hingga komposisi elemen visual, guna memastikan bahwa semua output desain baik digital maupun cetak, selaras dengan identitas visual brand secara menyeluruh.

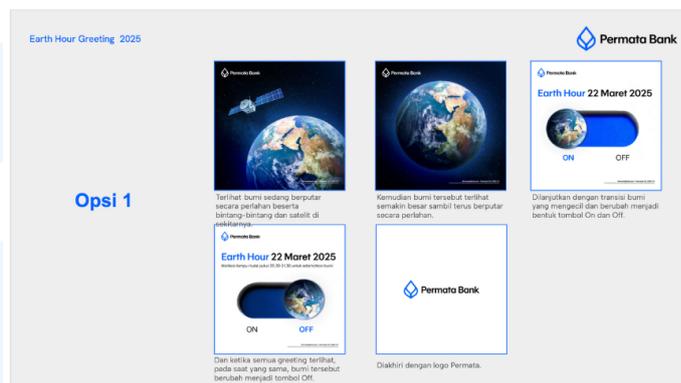
Dalam proyek pembuatan materi *Earth Hour Greetings 2025*, setiap desain yang dikembangkan untuk masing-masing *frame* atau *sequence* dalam bentuk *motion graphic* wajib menggunakan *grid* resmi Permata Bank berukuran 1080 px x 1080 px, sesuai dengan format standar untuk media sosial. *Grid* ini berbasis modular 6 x 6, dan dilengkapi dengan *gutter* sebesar 1 cm antar kolom dan baris untuk menjaga keteraturan dan keseimbangan layout elemen visual. Penggunaan *grid* ini bersifat wajib sebagai bagian dari implementasi visual *branding* yang konsisten di seluruh channel komunikasi Permata Bank.

Dalam tim desain yang terlibat pada proyek ini, terdapat dua desainer grafis *full-time* dan penulis sebagai intern *graphic designer*. Masing-masing anggota tim diminta untuk mengajukan satu alternatif desain *greetings* berdasarkan *brief* dan *guideline* yang telah ditetapkan. Dengan demikian, total terdapat tiga desain yang diajukan, yang kemudian akan dievaluasi untuk dipilih satu desain terbaik. Desain terpilih inilah yang akan dikembangkan lebih lanjut dalam bentuk *motion graphic* dan ditayangkan di platform digital Permata Bank, yaitu *Instagram Reels* dan *Instagram Story*.

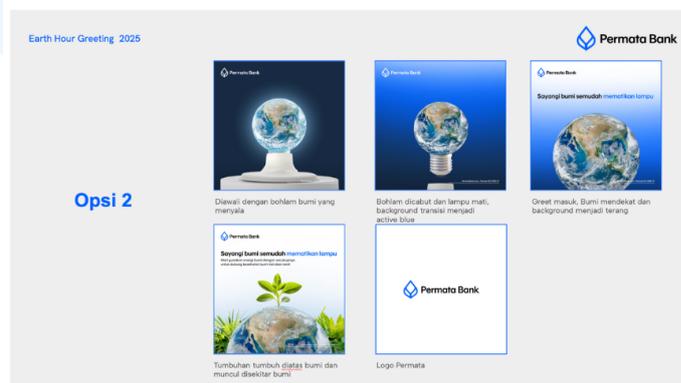
Sebagai acuan eksplorasi visual, klien telah menyediakan tiga opsi *copywriting* yang telah diunggah ke dalam Google Slides. Setiap desainer diberi kebebasan untuk memilih satu *copywriting* dari ketiga opsi tersebut, yang kemudian dijadikan dasar dalam pengembangan konsep visual masing-masing. Strategi ini memberi ruang eksplorasi yang cukup luas bagi desainer, namun tetap dalam batasan arah komunikasi yang jelas dan terkontrol sesuai pesan kampanye.

Dengan pendekatan yang kolaboratif dan berbasis *guideline* yang ketat, proyek *greetings Earth Hour* ini menjadi contoh implementasi desain berbasis sistem yang tidak hanya menekankan kreativitas, tetapi juga konsistensi merek dan efisiensi kerja tim dalam satu kesatuan komunikasi visual.

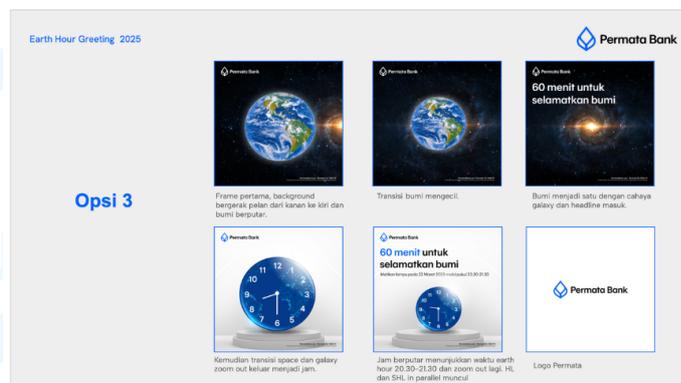
alternatif 1



alternatif 2

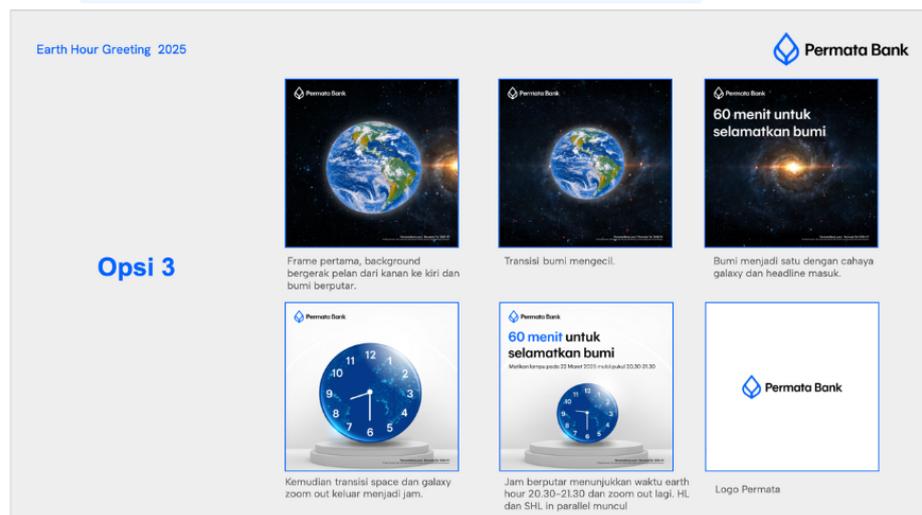


alternatif 3



Gambar 3.21 Alternatif *Frame Earth Hour 2025*

Dari Dari ketiga alternatif desain greetings yang diajukan dalam proyek *Earth Hour 2025*, klien akhirnya memilih alternatif ketiga sebagai opsi yang akan dikembangkan lebih lanjut menjadi *motion graphic final*. Desain ini merupakan hasil karya penulis selaku *intern graphic designer* di FTW, sementara alternatif pertama dan kedua merupakan karya dari dua desainer grafis *full-time* yang juga tergabung dalam tim kreatif. Pemilihan alternatif ketiga menunjukkan bahwa konsep visual yang dikembangkan oleh penulis mampu menangkap esensi pesan kampanye secara tepat, serta menonjolkan karakter brand Permata Bank dengan pendekatan visual yang menarik dan relevan. Keputusan ini juga menjadi bentuk apresiasi terhadap eksplorasi visual yang dilakukan, sekaligus membuktikan bahwa kontribusi dari posisi *intern* pun memiliki ruang signifikan dalam proses kreatif yang profesional.



Gambar 3.22 *Frame Earth Hour 2025* (Alternatif Terpilih)

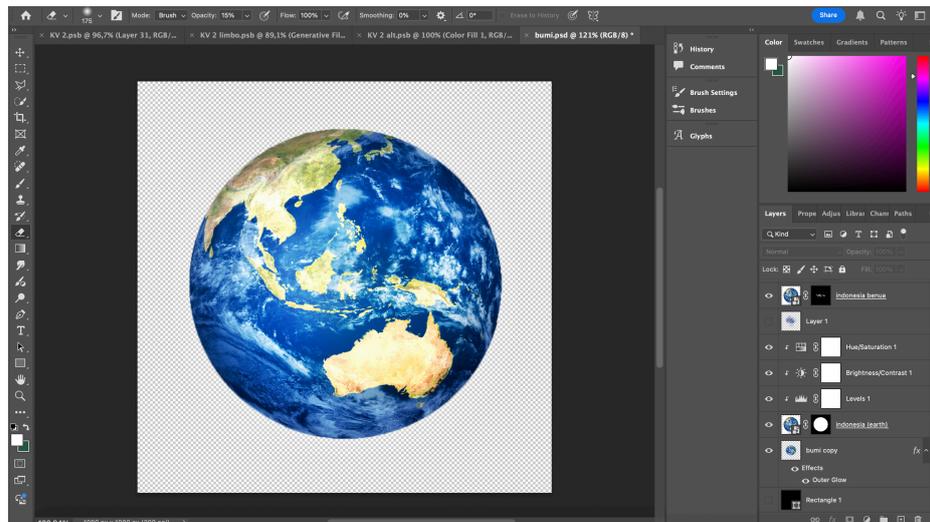
Meskipun desain penulis terpilih, klien tetap memberikan beberapa catatan revisi dan permintaan penyesuaian, terutama untuk memastikan bahwa desain akhir benar-benar selaras dengan arahan brand, baik dari segi tone visual, komposisi elemen, maupun kesesuaian warna dengan guideline terbaru. Revisi ini merupakan bagian dari proses standar dalam pengembangan materi komunikasi visual, di mana masukan dari klien digunakan untuk menyempurnakan hasil akhir agar sesuai dengan

ekspektasi dan kebutuhan visual final yang akan ditayangkan kepada publik melalui media sosial Permata Bank. Dengan diterimanya alternatif ketiga dan masuk ke tahap pengembangan selanjutnya, penulis kemudian bertanggung jawab untuk melakukan penyesuaian desain berdasarkan *feedback* tersebut, sebelum akhirnya diserahkan untuk diproses ke dalam bentuk *motion graphic* oleh tim terkait.

Selanjutnya, klien meminta agar area sekeliling bumi dibuat lebih gelap, sementara bagian tengah bumi, yaitu area Indonesia, diberi pencahayaan yang lebih terang. Teknik ini bertujuan untuk menciptakan fokus visual pada Indonesia sebagai *highlight* dari kampanye *Earth Hour*, serta memberikan efek kontras yang mempertegas pesan visual secara keseluruhan. Revisi terakhir berkaitan dengan elemen jam bumi pada *frame* 4 dan 5, di mana klien meminta agar efek cahaya yang sebelumnya ditambahkan pada elemen tersebut dihilangkan. Permintaan ini bertujuan untuk menyederhanakan tampilan visual dan menghindari distraksi dari elemen utama yang ingin ditonjolkan.

Dalam proses penyempurnaan desain sesuai dengan arahan revisi dari klien, penulis melakukan pencarian aset visual bumi melalui *platform* Shutterstock untuk memperoleh gambar dengan fokus area pada wilayah Indonesia. Hal ini dilakukan karena aset visual sebelumnya belum menampilkan area Indonesia dengan cukup jelas sebagai pusat perhatian, seperti yang diminta oleh klien dalam *feedback* sebelumnya.

Setelah menemukan gambar yang sesuai, penulis melakukan proses pengeditan menggunakan Adobe Photoshop. Tahap awal dimulai dengan menggunakan *selection tool* untuk menyeleksi area Indonesia secara spesifik pada gambar bumi tersebut. Proses seleksi dilakukan secara detail agar area yang dipilih benar-benar mencakup wilayah Indonesia tanpa mencampur elemen visual lain yang tidak relevan. Setelah seleksi selesai, penulis menggunakan opsi "*Layer via Copy*" untuk memisahkan bagian Indonesia ke dalam layer tersendiri.

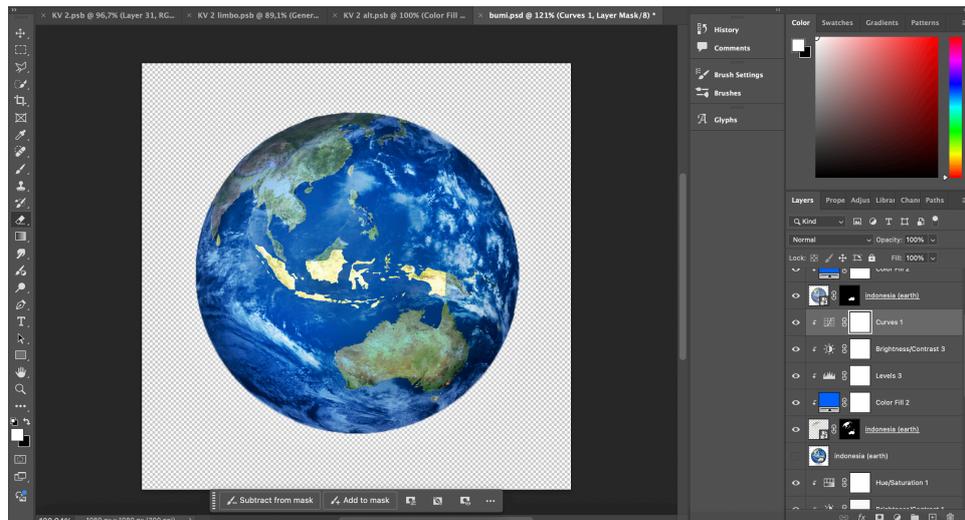


Gambar 3.23 Bumi Sebelum Revisi

Selanjutnya, penulis menambahkan adjustment layer berupa *Solid Colour*, yang diterapkan khusus pada *layer* baru tersebut. Warna yang digunakan adalah kuning, sebagai salah satu turunan dari *colour palette* resmi Permata Bank, dengan tujuan agar area Indonesia menjadi lebih mencolok dan menonjol dibandingkan bagian bumi lainnya. Pemilihan warna ini juga mempertimbangkan prinsip kontras visual agar perhatian audiens langsung tertuju ke wilayah Indonesia saat melihat visual tersebut.

Untuk lebih menegaskan fokus visual pada area Indonesia, penulis juga melakukan beberapa penyesuaian tambahan pada elemen lain dalam gambar bumi, seperti penggelapan area di luar Indonesia, pengaturan ulang *brightness* dan *contrast*, serta penghapusan *highlight* yang tidak diperlukan. Semua penyesuaian ini dilakukan agar Indonesia tampil sebagai pusat perhatian yang dominan dan tetap sejalan dengan nuansa premium serta estetika brand Permata Bank.

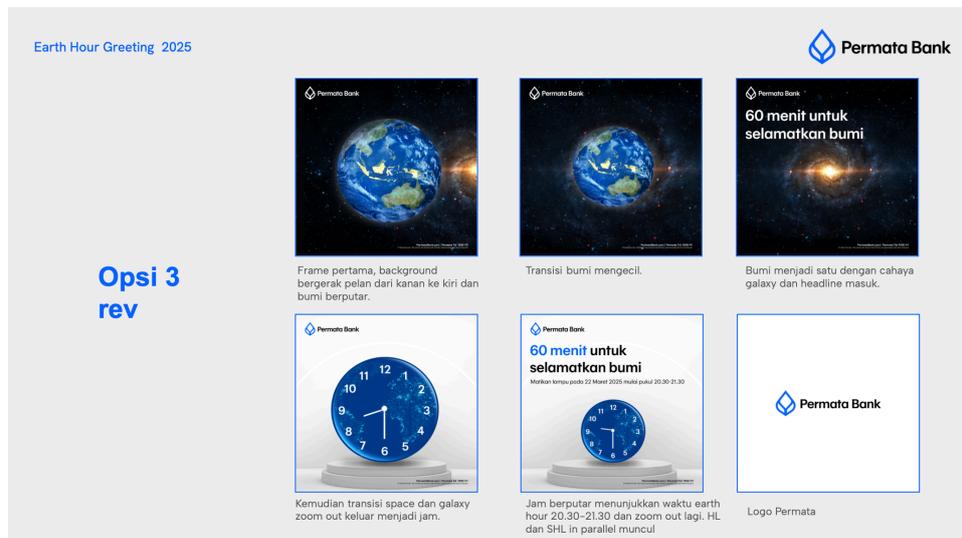
Langkah-langkah ini menjadi bagian penting dalam menjembatani permintaan klien dengan kualitas desain visual yang komunikatif dan sesuai dengan standar *branding*.



Gambar 3.24 Bumi Sesudah Revisi

Setelah proses seleksi dan pewarnaan area Indonesia selesai, penulis melanjutkan tahap penyempurnaan visual dengan melakukan serangkaian penyesuaian *tone* dan warna pada gambar bumi secara keseluruhan. Penyesuaian ini dilakukan menggunakan beberapa fitur penting dalam Adobe Photoshop, yakni *levels*, *curves*, dan *hue/saturation*, yang berguna untuk menyempurnakan komposisi cahaya, kontras, dan keseimbangan warna.

Pengaturan *levels* digunakan untuk mengatur *tone* pada gambar, memastikan bahwa area gelap dan terang memiliki kontras yang seimbang namun tetap lembut, sesuai dengan gaya visual Permata Bank yang modern dan premium. Sementara itu, penyesuaian *curves* diterapkan untuk memberikan kontrol lebih rinci terhadap distribusi cahaya dan bayangan, khususnya pada area sekeliling bumi agar tidak mengganggu fokus utama pada wilayah Indonesia. Kemudian, fitur *hue/saturation* digunakan untuk menyempurnakan intensitas warna bumi secara keseluruhan, baik dengan meredam warna-warna yang terlalu mencolok maupun memperkuat harmoni antara elemen visual. Hasil akhirnya adalah tampilan bumi yang lebih konsisten, seimbang secara visual, dan tetap mempertahankan fokus utama pada area Indonesia yang telah diwarnai kuning sesuai *colour palette* Permata Bank.



Gambar 3.25 *Frame Earth Hour 2025 Final*

Setelah alternatif ketiga dipilih sebagai desain yang akan dikembangkan lebih lanjut, klien memberikan beberapa poin revisi yang harus diubah. Revisi tersebut mencakup aspek visual yang cukup spesifik dan berfokus pada penguatan pesan serta konsistensi dengan identitas brand Permata Bank. Poin pertama dari masukan klien adalah mengenai elemen visual bumi. Klien meminta agar tampilan bumi difokuskan pada wilayah Indonesia, dengan menampilkan peta yang secara eksplisit menonjolkan area Indonesia agar terlihat jelas dan menjadi pusat perhatian dalam visual. Untuk memperkuat identitas brand, wilayah Indonesia pada peta kemudian diberikan warna menggunakan turunan dari colour palette resmi Permata Bank, sehingga tetap menyatu secara harmonis dengan seluruh elemen desain.

Setelah seluruh revisi diselesaikan, hasil desain diserahkan kepada tim *Account* untuk menjalani proses *final review*. Pada tahap ini, tim memastikan bahwa seluruh elemen visual dan pesan komunikasi telah sesuai dengan standar brand dan arahan yang diberikan oleh klien. Setelah dinyatakan final, desain diteruskan kepada *Final Artwork Artist* untuk diproses dalam resolusi tinggi agar siap digunakan dalam produksi multimedia.

Tahapan berikutnya adalah menyerahkan *file* resolusi tinggi tersebut kepada motion graphic artist, yang bertanggung jawab mengubah desain statis menjadi animasi dinamis sesuai dengan *storyboard* dan urutan *frame* yang telah ditentukan. Setelah proses animasi selesai, materi final diserahkan kembali kepada klien sebagai materi resmi yang siap dipublikasikan, terutama di kanal digital seperti *Instagram Reels* dan *Story* milik Permata Bank.

Seluruh proses ini dilakukan secara terstruktur dan kolaboratif antar tim mulai dari desainer, *Art Director*, *Account*, hingga *Motion Graphic Artist* untuk memastikan bahwa hasil akhir tidak hanya memenuhi ekspektasi klien, tetapi juga siap tayang secara profesional di platform komunikasi resmi Permata Bank.

3.3.2.4 Perancangan *Frame Motion Graphic Greetings* Hari Kelahiran Pancasila 2025 TUGU

Hari Kelahiran Pancasila diperingati setiap tanggal 1 Juni di Indonesia untuk mengenang momen saat Soekarno pertama kali mengemukakan konsep dasar negara Indonesia yang dikenal sebagai Pancasila. Hari ini juga ditetapkan sebagai hari libur nasional dan memiliki tujuan untuk menumbuhkan semangat nasionalisme. Pemerintah secara resmi menetapkan 1 Juni sebagai Hari Lahir Pancasila pada tahun 2016 dan sejak saat itu menjadi hari libur nasional.

JR 20 May 2025

Dear Creative Team

need to develop motion greeting content for 2 upcoming Greeting: Hari Pancasila & Idul Adha

1. Hari Pancasila

- a. deadline copy: Rabu, 21 Mei
- b. Deadline visual: Kamis, 22 Mei
- c. Motion: Senin, 26 Mei
- d. Date posting: 1 June 2025

Content Specifications:

- Format: Motion
- Size: 4:5 and 9:16 (resize LED)
- Copywriting: please propose Headline dan subheadline
- Reference:
 - https://www.instagram.com/reel/DH0wvFDTEfM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==
 - https://www.instagram.com/reel/DlKUGatzh3J/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==
 - https://www.instagram.com/reel/DlphKrNziHw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFZA==

Gambar 3.26 Referensi *Motion Graphic* TUGU

Setiap klien memiliki kebiasaan kerja dan preferensi visual yang berbeda-beda. Klien ini cenderung tidak meminta banyak opsi desain untuk ditinjau pada tahap awal. Sebaliknya, mereka lebih memilih untuk menerima satu desain awal sebagai *preview* utama, yang kemudian dijadikan acuan untuk pengembangan lebih lanjut. Jika desain awal yang diajukan belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi klien, mereka umumnya akan memberikan *feedback* dan arahan revisi langsung berdasarkan visual yang telah ditampilkan.

Proses revisi yang diminta biasanya bersifat spesifik dan terarah, seperti penggantian warna, penyesuaian *layout*, perubahan elemen visual tertentu, hingga penyempurnaan teks atau *copywriting* yang digunakan. Pendekatan ini memungkinkan tim desain untuk bekerja lebih efisien, karena fokus dapat diarahkan pada satu jalur eksplorasi visual yang telah disepakati sejak awal. Klien ini juga memiliki preferensi visual yang kuat terhadap gaya berbasis vektor. Mereka cenderung menyukai desain dengan garis bersih, bentuk tegas, dan elemen *flat* atau *semi-flat* yang khas dari ilustrasi vektor yang nantinya akan ditambahkan *shading* agar mengikuti gaya desain vektor lain dari TUGU Insurance.

Oleh karena itu, penulis selalu memastikan bahwa arah desain yang dikembangkan sejak awal telah disesuaikan dengan selera dan gaya visual yang disukai oleh klien. Hal ini tidak hanya mempercepat proses persetujuan, tetapi juga meningkatkan peluang desain diterima tanpa revisi besar.

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



Gambar 3.27 Aset *Motion Graphic* TUGU

Dalam proses perancangan desain, penulis menggunakan aset visual berbasis vektor yang diperoleh dari Shutterstock, sesuai dengan preferensi klien yang lebih menyukai gaya desain *clean* dan modern berbasis ilustrasi vektor. Pemilihan aset dari Shutterstock dilakukan secara selektif, dengan mempertimbangkan kesesuaian gaya, komposisi bentuk, dan potensi integrasi dengan elemen visual lain dalam desain.

Setelah menemukan aset yang tepat dan mendapatkan persetujuan dari *Art Director* atau tim terkait, penulis akan mengajukan permintaan unduhan file resolusi tinggi kepada Final Artwork Artist karena akun resmi Shutterstock dikelola oleh tim tersebut. File vektor yang telah *download* kemudian dibuka menggunakan Adobe Illustrator sebagai *software* utama untuk pengolahan dan komposisi desain berbasis vektor.

Pada tahap berikutnya, penulis mulai menggabungkan berbagai aset yang telah dikumpulkan ke dalam satu komposisi visual yang utuh. Proses ini mencakup penyesuaian posisi, proporsi, dan *layout* elemen agar membentuk struktur desain yang harmonis dan sesuai dengan arahan yang telah ditetapkan sebelumnya. Setelah seluruh aset tergabung dalam satu *frame* kerja, penulis kemudian melakukan proses penyesuaian warna terhadap setiap elemen visual.



Gambar 3.28 *Preview 1 Frame TUGU*

Berbeda dengan beberapa klien lain yang memiliki *brand guideline* yang ketat, klien TUGU justru memberikan ruang eksplorasi yang lebih luas bagi desainer. Dalam proyek pembuatan desain untuk memperingati Hari Kelahiran Pancasila 2025, penulis diberikan kebebasan penuh dalam menentukan arah visual karya. Hal ini mencakup kebebasan dalam memilih jenis *font*, ukuran *font*, warna *font*, hingga *colour palette* secara keseluruhan, tanpa batasan yang mengikat dari pihak klien.

Meskipun diberikan kebebasan dalam eksplorasi visual, klien tetap memberikan beberapa masukan dan permintaan revisi setelah menerima *preview* tersebut. *Feedback* ini menjadi acuan bagi penulis untuk menyempurnakan desain agar lebih sesuai dengan ekspektasi dan preferensi klien, meskipun tidak terikat pada aturan visual yang baku seperti pada *brand guideline* klien lainnya.



Gambar 3.29 Preview 2 Frame TUGU

Setelah menerima preview pertama dari desain Hari Lahir Pancasila 2025, klien TUGU memberikan sejumlah revisi dan arahan tambahan untuk final. Salah satu poin utama yang disampaikan adalah permintaan untuk membuat satu alternatif desain tambahan dengan mengganti *headline* utama, yang sebelumnya berupa teks biasa, menjadi logo resmi Hari Lahir Pancasila. Selain itu, klien juga meminta untuk mengganti teks pada *sub-headline*, baik dari sisi redaksional maupun gaya penyampaian, agar lebih relevan dengan konteks Hari Lahir Pancasila dan nada komunikasi brand TUGU. Di samping penyesuaian teks, klien juga meminta agar diberikan dua versi alternatif untuk warna *copywriting*, yaitu versi dengan teks berwarna hitam dan putih, guna melihat mana yang paling kontras dan terbaca optimal di atas latar belakang desain yang digunakan.

Revisi berikutnya adalah permintaan untuk menambahkan elemen supergrafis pada desain. Elemen ini merupakan elemen resmi dari pemerintahan mengenai Hari Lahir Pancasila. Terakhir, klien juga memberikan masukan terkait konsep visual secara keseluruhan, terutama pada penggunaan gambar orang-orang yang berada di depan monumen. Menurut klien, komposisi visual tersebut justru lebih mengingatkan pada Hari Kesaktian Pancasila dibandingkan Hari Lahir Pancasila, sehingga penulis menghapus orang-orang di depan monumen dan menyisakan monumennya saja.



Gambar 3.30 *Frame* Hari Kelahiran Pancasila 2025 Final

Setelah revisi dilakukan sesuai dengan arahan yang telah diberikan, konsep baru secara keseluruhan diterima dengan baik oleh klien tanpa adanya permintaan revisi lanjutan. Seluruh *feedback* sebelumnya telah difinalisasikan, baik dari segi perubahan *headline* menjadi logo resmi Hari Lahir Pancasila, penyesuaian *sub-headline*, pilihan warna *copy* yang akhirnya menjadi warna hitam, hingga penambahan elemen supergrafis dari pemerintah.

Dengan disetujuinya seluruh elemen visual dan desain, versi terbaru ini dinyatakan sebagai hasil akhir dari proyek pembuatan *frame motion graphic* untuk Hari Kelahiran Pancasila 2025. Desain final ini telah melewati proses penyusunan konsep, eksplorasi visual, revisi berdasarkan masukan klien, serta *final review* dari tim internal. Materi ini selanjutnya akan diproses ke tahap animasi oleh *motion graphic artist* dan dijadwalkan untuk diunggah secara resmi pada tanggal 1 Juni 2025, bertepatan dengan momen peringatan Hari Lahir Pancasila.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama penulis menjalankan masa magang di FTW Agency, penulis menghadapi beberapa tantangan dan kesulitan sebagai *intern graphic designer* dalam waktu kurang lebih 4 bulan. Meskipun demikian, penulis menemukan solusi yang tepat untuk mengatasi semua kendala. Magang di FTW menghasilkan sebuah pengalaman untuk penulis dan turut membentuk kemampuan penulis dalam beradaptasi, berpikir kritis, dan bekerja secara kolaboratif dalam lingkungan profesional.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala utama yang dialami penulis selama magang lebih banyak berkaitan dengan *hard skill* dibandingkan *soft skill*. Hal ini karena penulis cukup mudah beradaptasi dalam lingkungan kerja dan telah memahami etika profesional dengan baik. Tantangan terbesar dalam aspek *hard skill* muncul ketika penulis mulai bekerja di FTW Agency, yang memiliki fokus kuat pada pengeditan foto menggunakan teknik *digital imaging* melalui *software* Adobe Photoshop. Sementara itu, selama perkuliahan, penulis lebih sering menggunakan Adobe Illustrator dan hampir tidak pernah mempelajari atau mempraktikkan teknik *digital imaging*, sehingga perlu waktu dan usaha lebih untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pekerjaan di agensi tersebut.

Selain kendala dalam hal *hard skill*, penulis juga mengalami kesulitan dalam membagi waktu antara pekerjaan magang dan perkuliahan, terutama di awal masa magang. Hal ini disebabkan oleh salah satu klien FTW Agency yang saat itu memiliki banyak kebutuhan desain, sehingga *workload* yang diterima penulis menjadi cukup tinggi, bahkan melebihi beban kerja yang umumnya diberikan kepada anak magang. Kondisi tersebut membuat penulis harus menjalankan lembur untuk menyelesaikan tugas-tugas yang ada. Situasi ini semakin menantang karena pada *batch* magang kali ini, penulis merupakan satu-satunya *intern* yang bertanggung jawab di divisi *Graphic Design*.

Jika penulis tidak lembur di kantor dan pulang sesuai jam magang, pekerjaan tetap harus diselesaikan di rumah, sehingga secara tidak langsung penulis tetap mengalami lembur. Hal ini disebabkan oleh *deadline* yang cukup ketat, di mana sebagian besar tugas harus diselesaikan pada hari yang sama. Terkadang, terdapat revisi mendesak yang harus dikerjakan saat *weekend*, sehingga waktu istirahat pun menjadi terbatas. Kondisi tersebut membuat penulis kesulitan membagi waktu untuk mengerjakan laporan magang.

Selain itu, setiap desain yang telah dibuat harus melalui tahap *preview* dengan *art director* terlebih dahulu. Proses ini sering dilakukan pada malam hari, sehingga penulis perlu menghubungi *Art director* di luar jam kerja dan menunggu respons mereka sebelum hasil desain dapat diteruskan ke tim *Account* dan klien. Terkadang, revisi yang diberikan oleh tim *Account* cukup sering dan *last minute*, padahal desain tersebut sudah disetujui oleh *Art Director*.

Terakhir, ada kalanya tim *account* meminta penambahan alternatif desain secara mendadak, yang pada akhirnya tidak digunakan oleh klien. Situasi ini membuat alur kerja menjadi kurang efisien dan menghabiskan waktu yang seharusnya dapat dimanfaatkan lebih optimal oleh *Graphic Designer* maupun *Art Director*. Hal ini juga berdampak pada *workload* yang semakin tinggi.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Sebagai solusi atas kesulitan yang dialami di awal magang terkait *digital imaging* menggunakan Adobe Photoshop, penulis perlahan mulai terbiasa karena intensitas pekerjaan yang tinggi membuat penggunaan *software* tersebut secara terus-menerus. Penulis juga termasuk individu yang cukup cepat dalam mempelajari hal baru, sehingga melalui praktik langsung dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan, penulis mampu mengatasi kendala *hard skill* dengan lebih efektif. Selain itu, bantuan dari *Art Director* dan rekan *Graphic Designer* dalam memberikan tips dan trik penggunaan Adobe

Photoshop untuk mempercepat proses adaptasi penulis dalam menguasai teknik *digital imaging*.

Untuk mengatasi tantangan dalam membagi waktu antara pekerjaan magang dan perkuliahan, penulis berusaha beradaptasi dengan kebiasaan baru yang ada. Saat terdapat waktu luang di tengah jam kerja, penulis memanfaatkannya untuk mencicil laporan sedikit demi sedikit. Memasuki bulan ketiga magang, situasi menjadi lebih stabil karena salah satu klien FTW yang sebelumnya memiliki *workload* cukup tinggi sudah mengakhiri kontrak kerja sama, sehingga *workload* penulis pun berkurang dan waktu dapat dikelola dengan lebih baik.

Sebagai solusi terhadap tantangan antara lembur dan perkuliahan, penulis berusaha memanfaatkan waktu seefisien mungkin. Jika terdapat waktu luang di kantor, penulis akan menyempatkan diri untuk membuka dan membaca laporan, bahkan mencicil pengerjaannya jika memungkinkan. Apabila pekerjaan harus dilanjutkan di rumah, penulis akan mengerjakan laporan setelah menyelesaikan tugas utama, selama masih memiliki waktu dan energi. Ketika mendapatkan pekerjaan pada akhir pekan, penulis akan tetap mengerjakannya jika memiliki waktu luang, terutama jika pekerjaan tersebut bersifat mendesak dan merupakan permintaan langsung dari klien. Namun, jika akhir pekan penulis sudah penuh dengan kegiatan perkuliahan atau keperluan pribadi, penulis akan menolak secara baik-baik dan memberikan alasan yang jelas mengapa tidak dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut, terutama karena itu *weekend*.

Solusi untuk meminimalisir kebutuhan *preview* ke *Art director*, terutama di luar jam kerja, penulis terlebih dahulu melakukan *preview* kepada tim *Account*. Hal ini dikarenakan banyak perubahan desain justru berasal dari permintaan atau arahan tim *account*. Jika desain sudah disetujui oleh *Account* karena dianggap sesuai dengan keinginan klien, barulah penulis meneruskannya ke *Art Director* untuk mendapatkan persetujuan akhir. Setelah disetujui oleh *Art Director*, desain akan dikirim kembali ke tim *Account* untuk

diteruskan ke klien sebagai hasil final. Proses ini membantu meningkatkan efisiensi waktu dan mengurangi revisi berulang serta bolak-balik *preview* antar pihak.

Terakhir, untuk mengatasi beban kerja yang berlebihan dan mengelola waktu secara lebih efektif, penulis mendapat arahan dari *Art Director* untuk segera menyampaikan apabila permintaan dari tim *account* dirasa terlalu berlebihan. Dalam situasi seperti itu, *Art Director* akan turun tangan langsung untuk menyampaikan pendapat mereka kepada tim *Account*, agar permintaan yang tidak relevan atau berlebihan bisa disaring sejak awal. Pendekatan ini membantu menjaga beban kerja tetap proporsional dan memungkinkan penulis untuk bekerja lebih fokus serta efisien.

