

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Terdapat kedudukan, alur (*flow*) pekerjaan, dan koordinasi antar karyawan di perusahaan YWMF sesuai dengan sistem perusahaan. Dalam perusahaan ini, penulis memiliki posisi sesuai dengan yang telah ditentukan oleh tim HRD, yaitu sebagai *graphic designer intern- creative development officer*. Adapun kedudukan dan alur koordinasi penulis dengan pembimbing lapangan serta senior *graphic designer* pada saat pengerjaan suatu proyek sebagai berikut.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

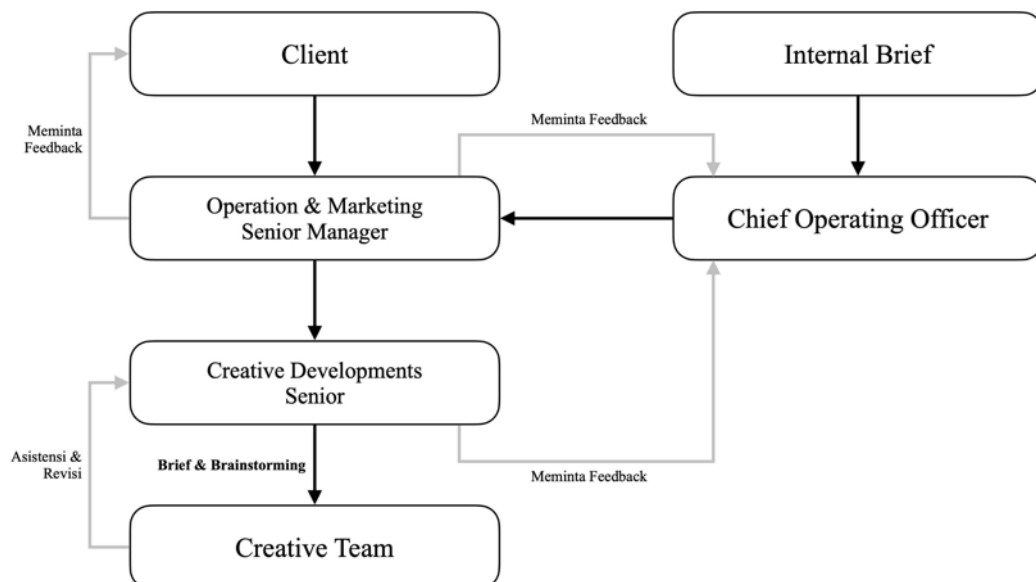
Pada divisi kreatif, tepatnya *creative development* pada YWMF, kedudukan penulis sebagai *intern graphic designer*. Pada divisi tersebut, kedudukan penulis berada dibawah naungan dua orang senior *graphic designer*, sehingga segala proyek yang penulis tangani, diberikan oleh kedua *graphic designer* tersebut. Setelah itu, jika sudah terdapat *approval*, proyek diberikan kepada *senior creative development senior manager* untuk *approval* terakhir sekaligus menjadi *supervisor* (pembimbing lapangan) penulis selama kegiatan magang berlangsung. Keseluruhan proyek dan aktivitas yang dijalankan oleh *creative development* berada dibawah pengawasan dari *senior creative development senior manager*, yang memastikan bahwa setiap hasil desain sesuai dengan standar kreatif perusahaan.

Dengan kata lain, sebagai *intern graphic designer*, posisi ini memiliki tanggung jawab dalam mendukung setiap proses desain grafis untuk berbagai materi promosi, informasi, serta hal-hal lainnya yang berkaitan dengan kebutuhan komunikasi visual untuk penyanyi dan band yang berada dibawah naungan YWMF, serta berbagai pihak yang bekerjasama dengan Yovie Widiyanto. *Intern* bekerja secara langsung dengan dua *senior graphic*

designer, yang berfungsi sebagai mentor dan pemberi arahan dalam setiap tahapan pekerjaan desain serta *approval* awal pada hasil proyek. Tentunya, kedudukan ini memberi pengalaman dalam bekerja dibawah arahan professional serta memahami secara mendalam industri kreatif yang sesungguhnya.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam proses kerja di perusahaan YWMF, penulis berada pada bagian dari *creative team* yang terdiri dari 2 divisi, yaitu *production*; meliputi *post production*, *videographer* dan *graphic designer*. Pada bagian *graphic designer*, penulis bekerjasama dengan 5 orang lainnya, sehingga terdapat total 6 orang *graphic designer*. Penulis menjalankan pekerjaan sesuai dengan instruksi dari beberapa pihak seperti tim *social media*, *project officer*, *client*, dan lain-lain. Kebutuhan desain yang diperlukan tersebut dibagikan kepada divisi *creative development* melalui *senior creative development officer*. Berikut merupakan bagan yang berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di perusahaan magang.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi
Sumber: Dokumentasi Perusahaan YWMF

Alur koordinasi memiliki sistem terstruktur, di mana *brief* dari *client* akan diberikan pertama kali kepada *operation & marketing senior manager* terlebih dahulu. Setelah itu, *brief* akan diturunkan kepada *creative development senior* untuk beragam kebutuhan komunikasi visual. Selanjutnya, *brief* yang diberikan akan di eksplorasi dan dikembangkan oleh *creative team* serta pelaksanaan eksekusi sesuai dengan konsep dan *output* yang telah ditentukan. Pada umumnya, penulis mengerjakan bagian ilustrasi dan desain untuk kebutuhan penyanyi dan band yang berada di bawah naungan YWMF.

Setelah proyek telah selesai dilaksanakan, hasil akan diberikan kepada *creative development senior* untuk asistensi, revisi, mendapatkan *feedback* terhadap hasil desain, sekaligus mendapatkan *approval*. Jika proyek sudah di *approve*, hasil akan diteruskan kepada *chief operating officer* untuk meminta *feedback*. Segala masukan akan diberikan kepada *creative team* untuk dilakukannya revisi sesuai dengan arahan. Dengan kata lain, segala alur pekerjaan akan di *approve* oleh *senior manager* dan *chief operating officer* sebelum launching sesuai *output* yang diinginkan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis memulai program magang di YWMF selama enam bulan, yang dimulai dari 26 Februari-25 Agustus 2025. Tugas-tugas yang telah dikerjakan oleh penulis terdiri dari *concepting- final design*. Berikut merupakan *detail* dari pekerjaan yang telah penulis lakukan selama proses magang berlangsung.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	25 Februari— 7 Maret 2025	a. Perkenalan lingkungan kantor b. Analisa desain c. <i>Training</i> d. Desain Poster Lebaran dan Ucapan Hari Musik Nasional untuk Kahitna	a. Mengenali prosedur, aturan kantor, dan proyek yang akan di jalankan. b. Mengerjakan deck presentasi: analisa dan eksplorasi desain yang ditangani YWMF.

			c. Membuat ilustrasi Rachel Rae dan Poster Ulangtahun Gusty Pratama dan mempelajari cara <i>retouch skin</i> untuk <i>publicity</i>. d. Membuat ilustrasi member Kahitna untuk ucapan Idul Fitri 2025 dan membuat desain IG Story mengenai Hari Musik Nasional untuk Kahitna.
2	10 Maret—14 Maret 2025	a. Mengerjakan revisi desain poster lebaran b. Mencari referensi desain IG Story c. Mengerjakan ilustrasi kartu ucapan lebaran YWMF.	a. Melanjutkan pengerjaan revisi dari supervisor untuk desain poster lebaran untuk IGF Kahitna. b. Mencari referensi desain IG Story Hari Raya Nyepi. c. Mengerjakan ilustrasi untuk kebutuhan hampers: kartu ucapan lebaran YWMF.
3	17 Maret—21 Maret 2025	a. Desain ucapan Hari Raya Nyepi b. Desain ucapan Idul Fitri c. Shooting <i>Music Video</i> “Tanpa Cinta” oleh Yovie Widianto dan Tiara Andini	a. Pengerjaan desain ucapan Hari Raya Nyepi untuk IGS Fibes Creative. b. Pengerjaan desain ucapan Idul Fitri untuk IGF KIM. c. Pelaksanaan shooting Music Video Tiara Andini dan Yovie Widianto: <i>remake</i> lagu “Tanpa Cinta”.
4	24 Maret—28 Maret 2025	a. Desain poster ilustrasi ucapan Idul Fitri	a. Pengerjaan poster ilustrasi seluruh wajah artis yang berada dibawah naungan YWMF: Yovie & Nuno, Kahitna, KIM, Elma Dae untuk IGF YWMF (menggunakan fitur Instagram: <i>collaboration</i>)
5	7 April—11 April 2025	a. Desain ucapan Hari Raya Jumat Agung b. <i>Dummy</i> ilustrasi untuk <i>Lyric Video</i>: Tanpa Cinta	a. Pengerjaan desain ucapan Hari Raya Jumat Agung untuk IGS Fibes Publishing. b. Mengerjakan <i>storyboard</i> untuk pembagian <i>scenes</i> pada

		oleh Tiara Andini dan Yovie Widianto.	LV dan <i>dummy</i> ilustrasi untuk <i>lyric video</i> lagu Tanpa Cinta.
6	14 April—18 April 2025	a. Desain Ucapan Hari Raya Paskah b. IGF After Event Yovie&Nuno: “Ramadan Runway 2025”	a. Pengerjaan desain ucapan Hari Raya Paskah untuk IGS Fibes Publishing. b. Pengerjaan desain poster untuk IGF <i>After Event</i> konser Yovie&Nuno: “YN LIVE”.
7	21 April—25 April 2025	a. Cover <i>ArtWork</i> Lagu “Titik Nadir” oleh Kahitna dan Monita Tahalea b. <i>Lyric Video</i> lagu “Tanpa Cinta” oleh Yovie Widianto dan Tiara Andini	a. Mengerjakan alternatif desain ilustrasi untuk Cover <i>ArtWork</i> lagu Titik Nadir. b. Pengerjaan aset <i>Lyric Video</i> untuk lagu Tanpa Cinta, sejumlah 23 <i>scene</i> .
8	28 April—2 May 2025	a. <i>Lyric Video</i> lagu “Tanpa Cinta” oleh Yovie Widianto dan Tiara Andini b. Thumbnail Youtube <i>Lyric Video</i> “Tanpa Cinta.”	a. Melanjutkan pengerjaan aset untuk <i>Lyric Video</i> lagu Tanpa Cinta. b. Mengerjakan Thumbnail Youtube <i>Lyric Video</i> Tanpa Cinta.
9	5 May—9 May 2025	a. IGF After Event Yovie&Nuno: “Festival Dwiwarna 2025” b. Thumbnail YouTube konten Yovie&Nuno c. IGS Hari Raya Waisak untuk Instagram YWMF	a. Pengerjaan desain poster untuk IGF <i>After Event</i> konser Yovie&Nuno: “YN LIVE”. b. Pengerjaan thumbnail YouTube untuk konten Adhyra Yovie&Nuno. c. Mengerjakan desain ilustrasi ucapan Hari Raya Waisak untuk Story Instagram.

10	12 May—16 May 2025	a. Presentasi Deck YWMF b. Referensi Desain Poster 24 Tahun Yovie&Nuno c. Desain Thumbnail YouTube KIM d. <i>Storyboard lyric video</i> lagu Titik Nadir oleh Kahitna dan Monita.	a. Pengerjaan desain materi presentasi deck PPT YMF. b. Mencari referensi untuk desain poster Ulang Tahun Yovie&Nuno. c. Pengerjaan thumbnail YouTube untuk konten rutin KIM. d. Pengerjaan <i>storyboard</i> untuk <i>lyric video</i> lagu Titik Nadir oleh Kahitna dan Monita.
11	19 May—23 May 2025	a. Persiapan kebutuhan desain untuk konser Kahitna X Boyz II Men	a. Desain <i>flyer</i> untuk booth merchandise Kahitna. b. Desain <i>roll up</i> banner untuk <i>signage</i> merchandise Kahitna. c. Desain <i>postcard</i> untuk promosi lagu Titik Nadir oleh Kahitna dan Monita.
12	26 May—30 May 2025	a. <i>Lyric Video</i> lagu “Titik Nadir” oleh Kahitna dan Monita.	a. Pengerjaan aset ilustrasi untuk <i>Lyric Video</i> lagu Titik Nadir.

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang di YWMF, penulis telah mengerjakan beragam proyek untuk penyanyi dan band yang berada di bawah naungan YWMF, sebagai contoh Kahitna, Yonie & Nuno, Arsy Widiyanto, dan lainnya. Sebagai seorang *graphic designer intern* di YWMF, tugas utama yang dijalankan adalah membantu tim desain dan tim dari divisi lainnya dalam menghasilkan karya visual yang kreatif dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hal tersebut mencakup pembuatan media promosi, informasi, media sosial, *lyric video*, *cover artwork*, *music video* dan lainnya. Selain itu, proses desain dalam perusahaan ini dimulai dari *concepting*, *brainstorming*, mencari referensi hingga eksekusi final. Bagian ini berupa penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses magang.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Penulis telah melaksanakan beragam pekerjaan untuk kebutuhan visual dalam tim kreatif sesuai dengan *request* dari divisi lainnya, meliputi tim dari divisi *social media* dan *project officer*, maupun *client*. Berikut merupakan pekerjaan utama penulis selama menjalankan magang yang dimulai dari proses pembuatan yaitu *concepting* awal hingga hasil final karya. Proyek tersebut berupa ilustrasi poster untuk kebutuhan publikasi ucapan hari raya besar pada akun Instagram Kahitna.

Penulis mendapatkan tugas untuk mengerjakan ilustrasi seluruh member Kahitna yang berjumlah delapan orang untuk ucapan hari raya Idul Fitri yang akan di *post* pada platform *online* akun Instagram resmi Kahitna, yaitu @kahitna dengan tema yang *festive* sesuai arahan dari *senior graphic designer*. Penulis memulai langkah dengan menerima dan menganalisa referensi yang telah disiapkan oleh tim *social media*.



Gambar 3.2 Referensi Ilustrasi Kahitna

Referensi tersebut merupakan referensi poster berilustrasi yang telah disusun oleh tim *social media*, yang meminta bantuan kepada tim *graphic designer* untuk eksekusi desain ucapan hari raya lebaran Kahitna berbentuk IGF (Instagram Feeds), dan akan di-*motion* oleh tim *Motion Designer*. Pada ucapan hari raya, penulis mendapatkan tanggung jawab untuk band Kahitna, dan *intern* lainnya mendapatkan tugas untuk merancang desain lebaran band lainnya, seperti Yovie & Nuno dan KIM, serta akun *official* perusahaan

seperti, YWMF. Dengan kata lain, referensi tersebut berupa arahan bagi penulis untuk mengeksekusi poster ucapan hari raya dengan ilustrasi seluruh member dari Kahitna.

Male (2007, h.9) dalam bukunya yang berjudul *Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective*, menyatakan bahwa ilustrasi adalah sebuah karya seni yang dapat berkomunikasi secara visual kepada audiens. Terdapat jenis ilustrasi yang digunakan, yaitu ilustrasi kartun, di mana jenis ilustrasi tersebut merupakan gaya ilustrasi yang memiliki *style* dan ciri khas tersendiri, seperti penggambaran karakter manusia yang bergaya realistik pada poster Kahitna tersebut (Soedarso, 2014, h.566).

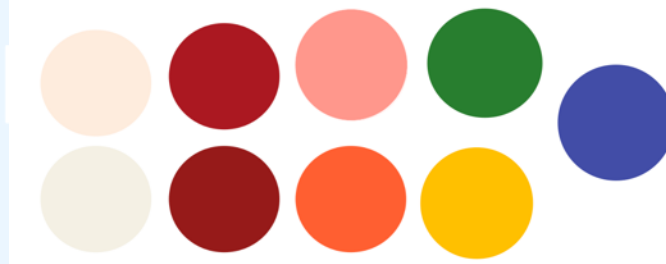


Gambar 3.3 Member Kahitna
Sumber: [instagram.com/kahitna](https://www.instagram.com/kahitna)

Selanjutnya, setelah penulis mendapatkan arahan tersebut, penulis menerima aset yang dibutuhkan untuk melengkapi elemen poster. Aset tersebut berupa logo Kahitna dan foto seluruh member Kahitna untuk kebutuhan ilustrasi wajah, agar tampak sama dengan wajah asli beraliran realis. Aset tersebut penulis kumpulkan untuk proses desain selanjutnya.

Penulis menjalankan proses selanjutnya, yaitu menentukan *color palette* untuk keseluruhan poster ilustrasi. Penulis mendapatkan arahan untuk menggunakan warna Kahitna, yaitu krem dan merah. Sehingga, penulis mengkombinasikan dengan beragam warna lainnya agar terdapat satu

kesatuan dalam desain poster tersebut. Terdapat warna oranye muda, pink, kuning, hijau, dan biru sebagai warna tambahan agar tersampaikan kesan “festive” sesuai dengan arahan dari *senior graphic designer*. *Color Palette* tersebut juga penulis tentukan karena merupakan ciri khas warna-warna dari hari raya lebaran. Setelah menentukan *color palette*, penulis mengajukannya kepada *senior graphic designer* dan telah disetujui untuk melakukan proses selanjutnya.



Gambar 3.4 *Color Palette* Poster Hari Raya Kahitna

Setelah menentukan *color palette*, penulis membuat dua alternatif sketsa untuk poster ilustrasi hari raya tersebut. Penulis mengajukan dua alternatif sketsa yang menitikberatkan perbedaan *layout* ilustrasi member Kahitna dan beberapa elemen didalamnya. Ukuran untuk poster tersebut adalah 1200 x 1500 px dengan 300 dpi, sesuai dengan ukuran Instagram Feeds terbaru.



Gambar 3.5 Alternatif 1&2 Poster Hari Raya Kahitna

Penulis mengajukan kedua alternatif tersebut kepada *senior graphic designer*. Dari dua alternatif tersebut, terpilih alternatif pertama (gambar pertama) untuk melanjutkan proses gambar. Alasan terpilihnya alternatif pertama karena tampilan *layouting* lebih tertata rapih, serta lebih ramai dengan beragam elemen Idul Fitri dibandingkan alternatif kedua.



Gambar 3.6 Proses Pertama Poster Hari Raya Kahitna

Tahap selanjutnya adalah eksekusi desain poster yang dimulai dari *base color* serta ilustrasi seluruh wajah member Kahitna. Pada tahap ini, penulis membuat elemen berbentuk masjid sebagai elemen utama dalam poster berwarna merah agar sesuai dengan warna khas Kahitna, disertai elemen *square* sebagai wadah untuk setiap wajah member Kahitna.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.7 Proses Kedua Poster Hari Raya Kahitna

Setelah itu, penulis melanjutkan langkah selanjutnya dengan menambahkan tulisan “Marhaban Ya Ramadhan” dengan bahasa Arab pada sisi atas poster. Penulis juga menambahkan beragam elemen lebaran untuk memenuhi sisi kanan dan kiri poster, yaitu elemen bunga, bulan, ketupat, kembang api, dan bedug masjid.



Gambar 3.8 Proses Ketiga Poster Hari Raya Kahitna

Penulis lalu melanjutkan poster tersebut dengan menambahkan *detail* dan elemen pendukung lainnya. Hal tersebut dikarenakan arahan dari mentor penulis bahwa, gambar sebelumnya masih belum cukup ramai, karena hal utama yang ingin disampaikan adalah kesan ramai dan *festive* sesuai dengan *vibes* saat hari raya. Sehingga penulis menambahkan elemen *confetti* dan pita pada sisi atas poster. *Detail* juga penulis implementasikan pada setiap wajah dengan menambahkan *shadow*, *pattern*, dan lainnya.



The quick brown fox jumps
over the lazy dog

Fredoka

**The quick brown fox
jumps over the lazy dog**

sigmar

Gambar 3.9 Pilihan *Typeface*

Selanjutnya, penulis mempertimbangkan pilihan *typeface* yang akan digunakan untuk *Heading* dan *Sub-Heading*, di mana *Heading* untuk poster tersebut menggunakan font Sigmar yang diimplementasikan pada teks ucapan Selamat Idul Fitri, disertai font Fredoka sebagai *Sub-Heading* untuk *wishes* Idul Fitri kepada audiens Kahitna.



Gambar 3.10 Proses Keempat Poster Hari Raya Kahitna

Selanjutnya, penulis menambahkan logo Kahitna, teks ucapan dan tiga elemen bunga pada sisi kanan dan kiri. Hal tersebut sesuai dengan arahan mentor untuk lebih meramaikan isi poster. Namun, terdapat revisi pada logo Kahitna, untuk dirubah menjadi logo yang berwarna merah. Selain itu, tipografi yang ditentukan juga diarahkan untuk diganti karena kurang menyambung dengan keseluruhan poster. Maka, penulis mencari kembali *typeface* agar sesuai dan selaras dengan keseluruhan poster.

*The quick brown fox jumps over
the lazy dog*
Grape Nuts

The quick brown fox jumps over the lazy dog
Guttery

Gambar 3.11 *Typeface* Final

Pada akhirnya, *typeface* tersebut disetujui untuk menjadi *typeface* final pada poster ilustrasi tersebut. Penulis menggunakan font *script* sesuai dengan arahan yang diperintahkan oleh *senior graphic designer*. Penulis mengimplementasikan *Heading* dengan font Guttery, dan *Sub-Heading* dengan font Grape Nuts agar menyerupai tulisan tangan.



Gambar 3.12 Proses Kelima Poster Hari Raya Kahitna

Setelah itu, penulis mengajukan hasil proses kelima kepada *Manager creative development officer*, dan terdapat beberapa revisi. Revisi tersebut berupa menghapus elemen pada bagian atas yang berbentuk awan menjadi pita dengan tulisan biasa tanpa tulisan Arab, mengganti seluruh warna baju menjadi warna putih dikarenakan member Kahitna jarang menggunakan baju berwarna hijau. Selain itu, penulis juga harus mengubah beberapa wajah member Kahitna, seperti Yovie Widiyanto dengan menghapus tangannya, serta mengubah wajahnya agar lebih terlihat mirip dengan aslinya, sama seperti wajah Hedi Yunus dan Mario Ginanjar di mana penulis harus mengubah agar lebih tampak mirip dengan wajah asli.



Gambar 3.13 Before-After Revisi Poster

Penulis mengubah beberapa wajah dari personil Kahitna sesuai dengan arahan yang diberikan sebelumnya agar tampak lebih mirip dengan wajah asli. Sebagai contoh pada tahap tersebut, penulis melakukan *resize* pada ukuran badan dan hidung Yovie Widiyanto agar tampak lebih proporsional, serta menambahkan beberapa detail pada wajah Hedi Yunus dan Mario Ginanjar.



Gambar 3.14 Final Poster Hari Raya Kahitna

Tahap terakhir adalah finalisasi, penulis mengajukan kembali sesuai dengan progress yang telah penulis kerjakan sesuai dengan arahan dan revisi yang sebelumnya telah diberikan. Pada akhirnya, penulis menghasilkan final poster ucapan hari raya yang telah disetujui oleh *Manager creative development officer* dan akan di-posting pada platform online Instagram resmi Kahitna.



Gambar 3.15 Instagram Feeds Hari Raya Kahitna

Pada hari raya Idul Fitri, tim sosial media dari YWMF melakukan *posting* hasil karya penulis berupa desain ilustrasi ucapan hari raya Idul Fitri di Instagram resmi Kahitna, yaitu @kahitna pada Instagram Feeds dan di-*repost* pada Instagram Story.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama kegiatan magang di YWMF, penulis dan tim desain grafis lainnya menjalankan beragam proyek dengan berbagai macam *output* dan media sesuai dengan kebutuhan, serta *brief* yang diberikan oleh pihak-pihak terkait. Dari proyek yang penulis tangani, umumnya merupakan proyek desain ilustrasi. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh spesialisasi penulis dalam bidang ilustrasi, sehingga ketika terdapat proyek yang membutuhkan desain ilustrasi, sebagian besar akan diberikan kepada penulis sebagai penanggung jawab atas proyek ilustrasi tersebut. Namun, penulis juga tetap mengerjakan beberapa proyek desain grafis, seperti desain ucapan hari raya besar, poster event, IGF *after event*, perancangan aset *lyric video*, dan sebagainya. Proyek-proyek tersebut digarap menggunakan *software* Adobe, Pro Create, dan Canva, bergantung pada jenis proyek dan *output* yang telah direncanakan.

3.3.2.1 Proyek Ucapan Hari Raya

Proyek ucapan hari raya merupakan jenis proyek yang sebagian besar ditangani oleh tim desain grafis. Setiap bulannya, penulis dan tim mengerjakan proyek ucapan hari raya dalam bentuk Instagram Story (IGS) maupun Instagram Feeds (IGF) sesuai arahan dari tim sosial media yang mencerminkan ciri khas dari setiap hari raya, serta *style* desain dari setiap akun media sosial yang dikerjakan. Pada umumnya, terdapat total 7 akun yang ditangani oleh tim desain grafis pada proyek ucapan hari raya. Sebagai contoh, akun Instagram Kahitna, YWMF, Yovie&Nuno, KIM, YHF (Yovie and His Friends).

Proyek ucapan hari raya yang dirancang oleh penulis merupakan ucapan hari musik nasional untuk akun Instagram Kahitna. Proyek tersebut merupakan proyek ucapan yang cukup besar karena di-*post* pada akun Instagram resmi Kahitna. Perancangan ini berbentuk Instagram Story dengan ukuran 1920 x 1080 px.

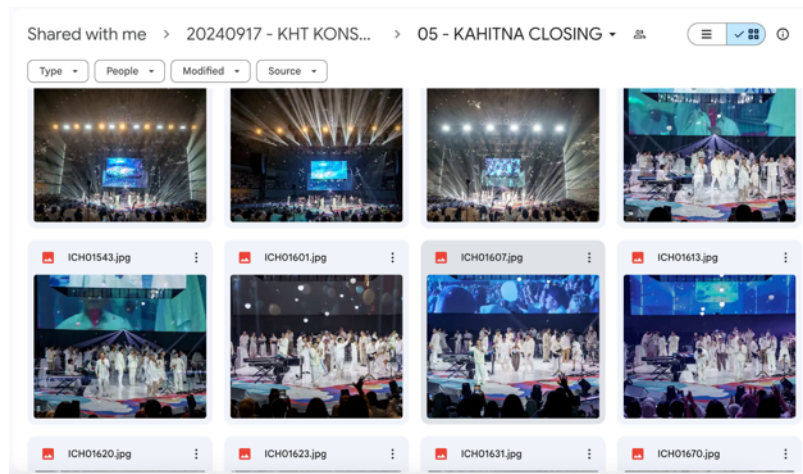
Pada perancangan ucapan hari musik nasional, penulis mendapatkan referensi desain untuk pembuatan IGS sebagai acuan dan

patokan *style* desain yang diharapkan oleh tim sosial media. Referensi tersebut telah disusun di aplikasi Canva. Setelah itu, terdapat pembagian *jobdesc* untuk akun-akun yang ditangani oleh tim desain grafis. Pada akhirnya, penulis diberikan tanggung jawab untuk menangani desain ucapan hari musik nasional untuk akun Kahitna.



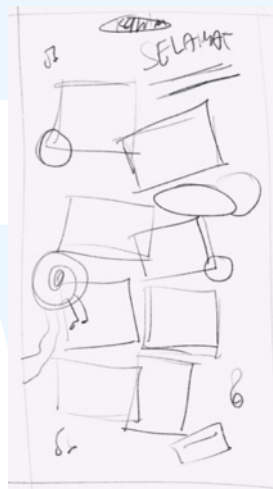
Gambar 3.16 Referensi Desain Hari Musik Kahitna

Referensi tersebut merupakan referensi poster Instagram Story yang telah disusun oleh tim *social media*, yang meminta bantuan kepada tim *graphic designer* untuk eksekusi desain ucapan hari musik nasional Kahitna berbentuk IGS (Instagram Story). Dengan kata lain, referensi tersebut berupa arahan bagi penulis untuk mengeksekusi poster ucapan hari raya musik nasional dengan ciri khas berwarna merah, tekstur kertas sebagai latar, foto seluruh member kahitna, dan elemen-elemen pendukung lainnya.



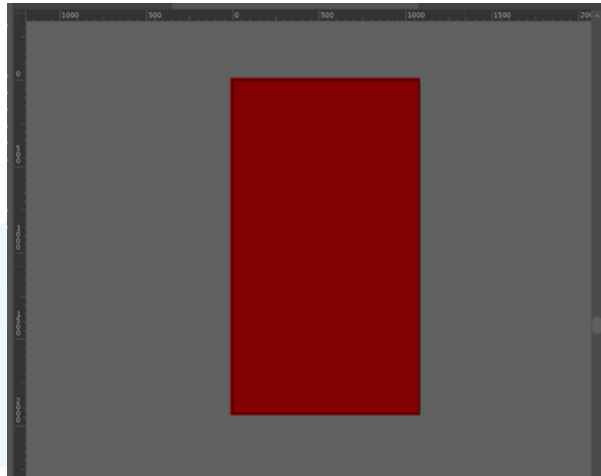
Gambar 3.17 Aset Foto Member Kahitna

Selanjutnya, penulis mendapatkan link *Google Drive* dari *senior graphic designer* yang berisi seluruh foto member Kahitna saat konser untuk kebutuhan aset foto pada poster tersebut. Setelah penulis mendapatkan aset foto member Kahitna, penulis melakukan pemilihan foto terbaik yang akan digunakan pada desain poster.



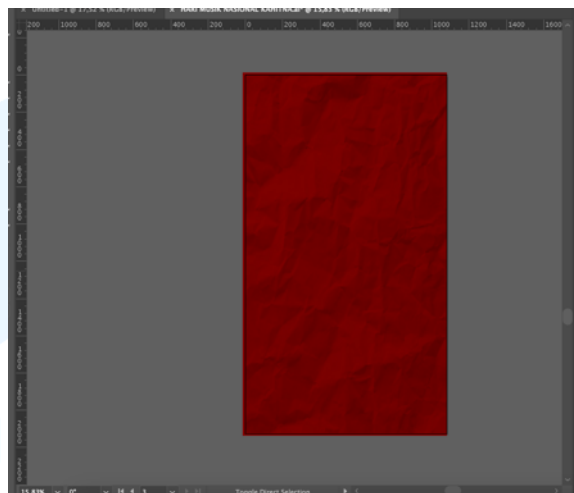
Gambar 3.18 Sketsa Desain Ucapan Hari Musik

Setelah itu, penulis mengerjakan sketsa kasar untuk poster IGS hari musik nasional untuk band Kahitna. Hal tersebut memiliki tujuan agar memudahkan penulis pada proses desain selanjutnya, sehingga penulis memiliki bayangan untuk hasil akhir desain poster IGS tersebut. Dengan kata lain, sketsa yang penulis rancang sebagai tahap awal dalam proses desain untuk membantu menuangkan ide dan gambaran visual sebelum memasuki pengerjaan desain yang lebih rinci.



Gambar 3.19 *Artboard* Desain Ucapan Hari Musik

Setelah selesai mengerjakan sketsa, penulis membuat *artboard* berukuran 1920 x 1080 px sesuai dengan ukuran Instagram Story pada aplikasi Adobe Illustrator. *Artboard* yang telah penulis susun, diberikan warna merah sebagai *color identity* Kahitna pada seluruh sisi permukaan poster sesuai dengan referensi yang diberikan, serta menyesuaikan dengan *style* desain.



Gambar 3.20 Proses Pertama Ucapan Hari Musik

Tahap selanjutnya yaitu menambahkan tekstur kertas pada seluruh sisi permukaan poster. Tekstur tersebut ditambahkan sesuai dengan referensi yang diberikan kepada penulis dari tim sosial media. Sehingga penulis implementasikan tekstur tersebut ke poster agar sesuai dengan

brief yang diberikan. Penambahan tekstur kertas tersebut juga dapat menambahkan nilai estetika pada poster, sehingga tidak terlihat polos.



Gambar 3.21 Proses Kedua Ucapan Hari Musik

Setelah penulis menambahkan tekstur kertas, penulis membuat 8 elemen berbentuk persegi panjang berwarna krem dan 3 elemen persegi panjang lainnya sebagai pendukung; berwarna hijau, oranye, dan biru. Warna-warna tersebut dipilih sesuai dengan warna identitas dari Kahitna. Latar belakang dari beragam elemen persegi panjang tersebut dirancang sebagai *frame* foto member Kahitna, serta elemen tambahan yang berisi lirik lagu dan tahun lahir Kahitna.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.22 Proses Ketiga Ucapan Hari Musik

Tahap selanjutnya, penulis menambahkan seluruh foto member Kahitna yang sudah penulis tentukan sebagai foto terbaik. Terdapat 8 foto yang penulis susun diatas elemen persegi panjang yang sudah dikerjakan sebelumnya sebagai *frame* yang membingkai 8 foto tersebut. Foto tersebut juga penulis pilih berdasarkan warna dari pakaian yang digunakan serta *tone* dari foto tersebut. Sebagai contoh, pada *row* kedua, dua member Kahitna menggunakan pakaian pink, sehingga penulis menyatukannya secara sejajar pada bagian kanan dan kiri agar selaras.



Gambar 3.23 Pemilihan Typeface

Tahap selanjutnya, memasuki tahap pemilihan tipografi yang digunakan sebagai *headline* dari poster tersebut, yaitu “Selamat Hari Musik Nasional”. Penulis memberikan 3 opsi font yang dapat digunakan sebagai *headline* pada poster, lalu pada akhirnya *senior graphic designer* memilih opsi pertama sebagai font yang digunakan untuk penulisan ucapan hari musik nasional, yaitu font Billberry Script.



Gambar 3.24 Proses Keempat Ucapan Hari Musik

Setelah itu, penulis menambahkan teks ucapan hari raya musik nasional menggunakan font yang telah dipilih pada tahap sebelumnya sebagai *headline* dari poster IGS tersebut dengan align *center*. Selain itu, penulis juga menambahkan logo Kahitna di sisi tengah-atas poster sebagai identitas utama.

Hasil tersebut penulis ajukan ke *Manager creative development officer*, dan terdapat revisi minor pada *layout* poster. Revisi yang diberikan kepada penulis yaitu untuk mengecilkan seluruh foto member tersebut yang berada pada sisi tengah poster, dan memperbesar *headline*

ucapan hari musik, agar teks lebih besar dan dominan dibandingkan keseluruhan foto member Kahitna.



Gambar 3.25 Final Desain Ucapan Hari Musik

Selanjutnya, penulis mengerjakan revisi yang telah diberikan tersebut dan menghasilkan final poster IGS ucapan hari raya musik untuk band Kahitna. Poster tersebut telah disetujui dan akan di-*post* oleh tim sosial media saat hari musik nasional, pada tanggal 9 Maret.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.26 Instagram Story Hari Musik Kahitna

Pada hari musik nasional, tim sosial media dari YWMF melakukan *posting* hasil karya penulis berupa desain poster ucapan hari musik nasional di Instagram resmi Kahitna, yaitu @kahitna pada Instagram Story.

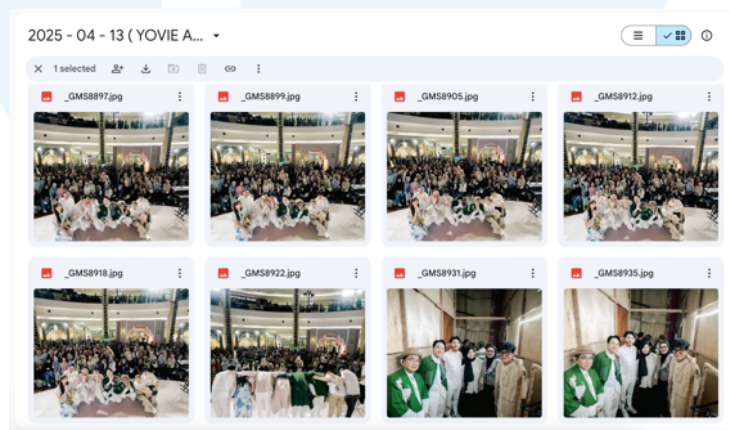
3.3.2.2 Proyek *After Event Post* Konser Yovie&Nuno

Proyek desain *After Event* konser Yovie&Nuno merupakan desain media sosial Instagram berbentuk Instagram Feeds yang disajikan dalam bentuk *carousel* Instagram. *After Event post* merupakan salah satu konten dari tim sosial media yang dirancang setelah acara/konser Yovie&Nuno berlangsung. Pada umumnya, bertujuan untuk membagikan cuplikan, rangkuman kegiatan, *highlight*, dan dokumentasi konser Yovie&Nuno setelah menggelar suatu acara/konser. Pada *After Event post* Yovie&Nuno, menampilkan beragam foto member Yovie&Nuno dan penonton saat mengisi suatu acara.

Proyek *After Event* tersebut bernama #YN LIVE, sebagai nama konten saat Yovie&Nuno *live* secara langsung di panggung acara. Dengan kata lain, desain *After Event* akan secara rutin dirancang setiap Yovie&Nuno menyelenggarakan acara/konser secara *live* di berbagai kota, ataupun hadir di suatu *event*. Pada proyek ini, penulis akan

menjabarkan proyek *After Event post* Yovie&Nuno pada acara yang bernama Ramadan Runway 2025 di Jakarta.

Pada perancangan ini, penulis diberikan brief oleh tim sosial media untuk mengerjakan desain post *after event* berbentuk IGF. Tim sosial media memberikan link Canva yang berisi *template post* yang dapat diakses oleh penulis untuk mengerjakan desain tersebut agar tetap sesuai dengan *post-post* sebelumnya. Pengerjaan proyek ini menggunakan aplikasi Canva agar tim sosial media dapat mengakses dan menggunakan *template* terbaru yang sudah penulis kerjakan, sehingga tim sosial media dapat mengerjakan melalui template yang penulis rancang secara mandiri ketika dibutuhkan desain sejenis tanpa merubah *layout*.



Gambar 3.27 Aset Foto Acara Ramadan Runway

Penulis juga mendapatkan link Google Drive yang berisi dokumentasi foto acara Ramadan Runway tersebut, lalu penulis *download* foto tersebut sesuai dengan arahan foto terbaik yang telah ditentukan oleh tim sosial media.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.28 *Template Cover YN LIVE*

Selanjutnya, penulis memulai perancangan *after event post* yang dimulai dari desain cover Instagram Feeds. Penulis telah mendapatkan *template* cover Feeds untuk #YN LIVE, sehingga penulis akan merubah foto dan beberapa *layout* untuk posisi teks, logo, dan aset lainnya sesuai perintah dari tim sosial media dan supervisor, agar terdapat identitas baru untuk konten #YN LIVE.

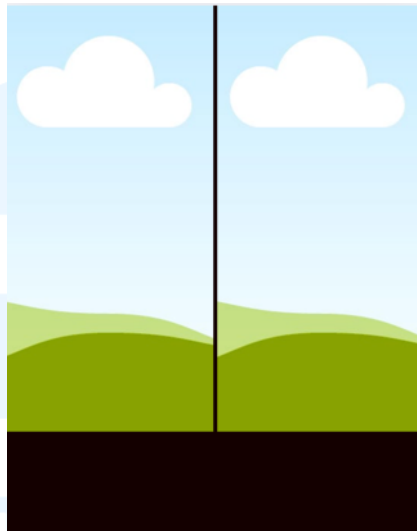


Gambar 3.29 *Alternatif Cover YN LIVE*

Dari *template* yang sudah disediakan tersebut, penulis menambahkan satu foto acara Ramadan Runway 2025 sebagai cover IGF, dan merubah beberapa posisi teks, yaitu nama acara dan logo #YN LIVE agar terdapat variasi *layout* terbaru. Penulis membuat 4 alternatif yang diajukan kepada tim sosial media dan supervisor, dan terpilih alternatif ke 4 yang akan dijadikan sebagai cover IGF untuk acara Ramadan Runway.

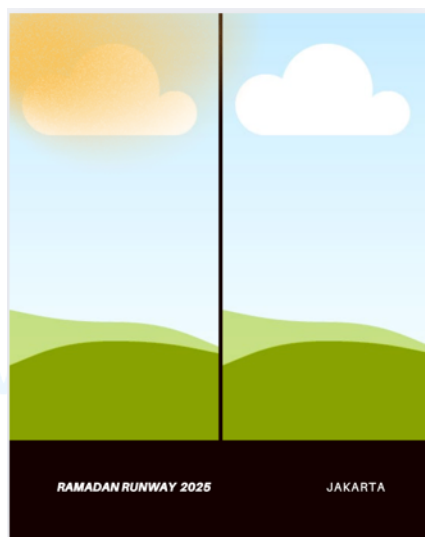
Setelah itu, penulis melanjutkan tahapan selanjutnya yaitu desain *carousel* Instagram untuk *slide* 2 – 9 yang berisi dokumentasi saat acara

serta *highlight* penting yang ingin dibagikan kepada audiens Yovie&Nuno.



Gambar 3.30 Tahap Pertama Desain *After Event*

Tahap pertama, penulis membuat *slide 2* dengan pembuatan *frame* untuk posisi foto dan teks. Penulis merancang dua *frame* yang sejajar pada bagian kiri dan kanan, serta terdapat *space* kosong pada sisi bawah untuk informasi tambahan acara. *Slide 2* tersebut akan menyambung dengan *slide 3*.



Gambar 3.31 Tahap Kedua Desain *After Event*

Tahap kedua, penulis menambahkan elemen pada bagian kiri atas berupa *noise gradient* berwarna kuning sebagai warna identitas

Yovie&Nuno. Hal tersebut memiliki tujuan untuk menyamakan *style* desain Yovie&Nuno agar tetap selaras dengan post #YN LIVE sebelumnya. Selain itu, penulis juga menambahkan dua informasi pada bagian bawah sebagai informasi tambahan berupa nama acara dan nama kota saat acara tersebut berlangsung. Font yang digunakan berasal dari *template* yang disediakan oleh tim sosial media, sehingga penulis tidak melakukan perubahan.



Gambar 3.32 Tahap Ketiga Desain *After Event*

Tahap ketiga, yaitu menambahkan hasil dokumentasi acara Ramadan Runway yang telah ditentukan oleh tim sosial media. Penulis menambahkan foto penyanyi beserta penonton pada sisi kiri menggunakan *filter black and white*, hal tersebut bertujuan untuk menyamakan *style* desain konten #YN LIVE yang sebelumnya telah berjalan, agar tampak selaras dan konsisten. Pada sisi kanan, penulis menambahkan foto kedua penyanyi Yovie&Nuno beserta salah satu penonton, dengan tujuan sebagai apresiasi kepada penonton agar penonton merasa senang dan antusias ketika wajah penonton tertera di akun Instagram Yovie&Nuno.

Penulis menerapkan tahapan dengan langkah-langkah yang sama seperti pada *slide* 2 untuk mengerjakan *slide-slide* selanjutnya yaitu *slide*

3 hingga 9. Setiap *slide* dikerjakan secara mengulang dengan mengikuti tahapan yang sama, tanpa adanya modifikasi pada proses pengerjaan. Setelah seluruh desain pada setiap *slide* selesai dirancang, hasil akhir diajukan kepada tim sosial media dan *Manager Creative Development Officer* untuk evaluasi dan revisi.



Gambar 3.33 *Preview Desain After Event*

Penulis memberikan *preview* hasil desain yang telah dikerjakan tersebut, dan mendapatkan revisi dari tim sosial media dan supervisor. Berdasarkan hasil revisi yang diberikan, tidak terdapat masukan dari segi desain secara keseluruhan. Namun, terdapat arahan untuk mengganti beberapa foto dokumentasi acara dengan pilihan foto lain yang dinilai lebih sesuai. Sebagai contoh, foto member Yovie&Nuno menjadi satu slide yang sama, foto penonton, dan foto *session player*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.34 Final Desain *After Event*

Selanjutnya, penulis telah menyelesaikan seluruh revisi yang diberikan yaitu mengganti foto dengan dokumentasi lain yang lebih relevan sesuai dengan kebutuhan. Setelah revisi, hasil desain kembali diberikan kepada tim sosial media dan supervisor untuk ditinjau kembali. Pada akhirnya, desain tersebut tidak terdapat revisi dan dinyatakan telah sesuai untuk diunggah pada Instagram resmi Yovie&Nuno.



Gambar 3.35 Instagram Feeds *After Event* Yovie&Nuno

Pada tanggal konten diunggah, tim sosial media YWMF mempublikasikan hasil desain After Event yang telah dikerjakan oleh

penulis. Desain tersebut merupakan rangkuman dokumentasi acara Ramadan Runway 2025 di Jakarta. Desain post After Event tersebut diunggah melalui akun Instagram resmi Yovie&Nuno, yaitu @yovieandnuno, pada Instagram Feeds dengan total 9 *slides*.

3.3.2.3 Proyek *Lyric Video* Lagu “Tanpa Cinta”

Pada umumnya, proyek *lyric video* merupakan salah satu proyek yang secara rutin dikerjakan oleh YWMF. Secara konsisten, YWMF memproduksi *lyric video* untuk setiap perilisan lagu terbaru, baik dari penyanyi dan band yang berada di bawah naungannya maupun dari pihak eksternal. Salah satunya adalah lagu *remake* terbaru yang dirilis pada bulan April 2025, yaitu lagu “Tanpa Cinta” oleh Yovie Widianto dan Tiara Andini yang merupakan versi baru dari lagu milik band Yovie&Nuno.

Penulis dan tim desain grafis mengerjakan proyek *lyric video* untuk lagu Tanpa Cinta yang menggunakan *style* ilustrasi sebagai pendekatan visualnya. Melalui proyek ini, penulis bertanggung jawab atas proses pengerjaan ilustrasi yang dimulai dari sketsa, *line art*, dan *coloring*. Dalam proyek *lyric video* ini, penulis diberi tugas untuk menyelesaikan seluruh *line art* yang terdiri dari 23 *scene*. Namun, karena keterbatasan waktu dalam proses produksi, penulis juga membantu pada tahap *coloring* untuk beberapa *scene* tertentu.



Gambar 3.36 Thumbnail Youtube *Lyric Video* Tanpa Cinta

Konsep visual yang dirancang oleh *Manager creative development officer* untuk *lyric video* lagu Tanpa Cinta mengusung gaya ilustrasi dengan pendekatan *style webtoon*, yang diilustrasikan melalui dua karakter laki-laki dan perempuan bergaya kartun, terlihat dari sisi wajah dan proporsi tubuh dengan *webtoon style*, serta penggunaan warna yang mendukung nuansa emosional dari makna lagu Tanpa Cinta.



Gambar 3.37 Dummy Design *Lyric Video* Tanpa Cinta

Proses pembuatan *lyric video* Tanpa Cinta dilakukan secara bertahap, dimulai dari penerimaan *brief* yang disampaikan oleh *senior graphic designer* kepada penulis. Dijelaskan bahwa proyek *lyric video* akan menggunakan *style* ilustrasi. Mengingat bahwa dari tim desain grafis, penulis merupakan salah satu yang memiliki spesialisasi di bidang ilustrasi, maka pengerjaan awal yang dikerjakan adalah membuat ilustrasi *dummy lyric video* sebagai acuan utama dalam pengembangan visual, serta memiliki peran penting dalam membentuk arah visual dari keseluruhan *lyric video*. Pembuatan *dummy* tersebut mengacu pada referensi yang telah disediakan oleh *Manager creative development officer*.

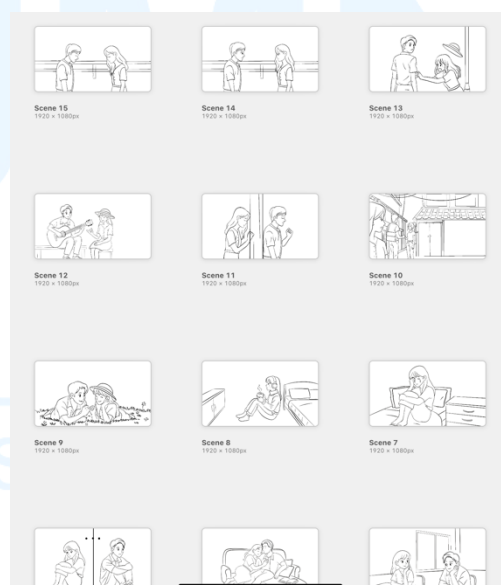
Setelah proses pembuatan ilustrasi *dummy* telah disetujui oleh *Manager creative development officer*, tahap selanjutnya adalah menyusun *story board* sebagai acuan visual untuk keseluruhan *lyric video*, serta pembagian *scene-scene* sesuai dengan lirik lagu. *Story board* yang

telah disusun, mengacu pada setiap lirik lagu dan referensi untuk nuansa dan *mood* visual yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam proses ini, penulis membantu *senior graphic designer* dalam menambahkan 3 *scene* pada *story board*.



Gambar 3.38 *Story Board* Tanpa Cinta

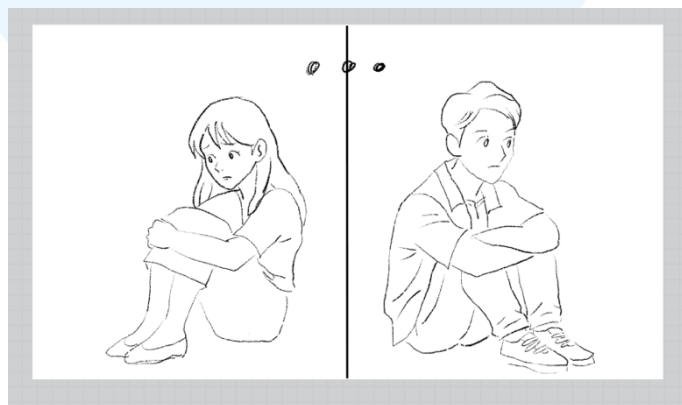
Story board berperan penting dalam pembuatan *lyric video* karena *story board* dapat memberikan gambaran visual yang sesuai dengan emosi pada bagian lirik tertentu. Selain itu, untuk menyusun transisi yang efektif antar *scene* agar *story telling* yang disajikan tetap tersampaikan dengan jelas dan runtut sesuai dengan babak (babak 1-4). *Story board* tersebut menjadi acuan utama bagi tim desain grafis dalam melakukan eksekusi untuk melanjutkan ke tahap produksi berikutnya.



Gambar 3.39 *Line Art* Tanpa Cinta

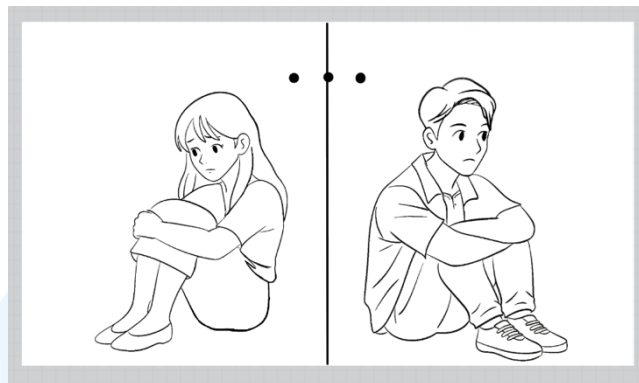
Setelah *story board* selesai dirancang dan disetujui, penulis melanjutkan proses ke tahap pembuatan *line art* untuk keseluruhan *scene* dalam *lyric video*, sebanyak 23 *scene*. Proses ini meliputi penggambaran *line art* sesuai dengan *story board* yang telah disusun. Setelah seluruh *line art* selesai, hasil diberikan kepada dua anggota lainnya dalam tim desain grafis untuk dilanjutkan ke tahap *coloring* dan *finishing*.

Setiap *scene* dalam proyek *lyric video* Tanpa Cinta melalui tiga tahapan utama, yaitu sketsa, *line art*, dan *coloring*. Proses tersebut dilakukan secara berurutan untuk tetap menjaga konsistensi wajah dan tubuh karakter agar tidak berbeda-beda, serta untuk memastikan kualitas visual yang memiliki suasana dan *mood* yang seirama dengan seluruh adegan *story telling*. Seluruh *scene* untuk *lyric video* berukuran 1920x1080 px menggunakan aplikasi Pro Create.



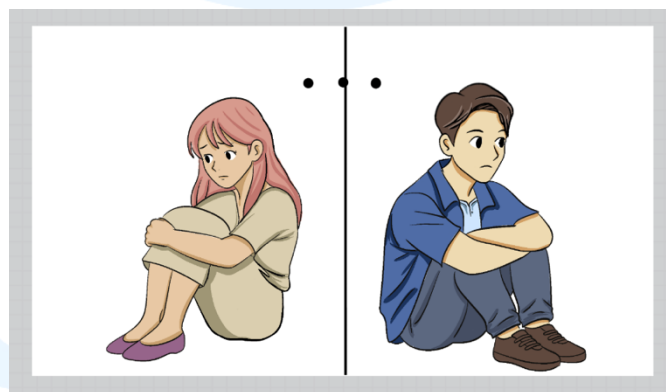
Gambar 3.40 Tahap Pertama Sketsa

Tahap pertama, yaitu pengerjaan sketsa kedua karakter utama, yaitu perempuan dan laki-laki sesuai dengan *story board* pada setiap *scene*. Penulis juga memperhatikan latar dan ekspresi emosi yang sesuai dengan bagian lirik pada setiap *scene*. Sketsa ini berfungsi sebagai dasar untuk menentukan pose, latar, suasana, ekspresi yang ingin disampaikan dalam setiap adegan.



Gambar 3.41 Tahap Kedua *Line Art*

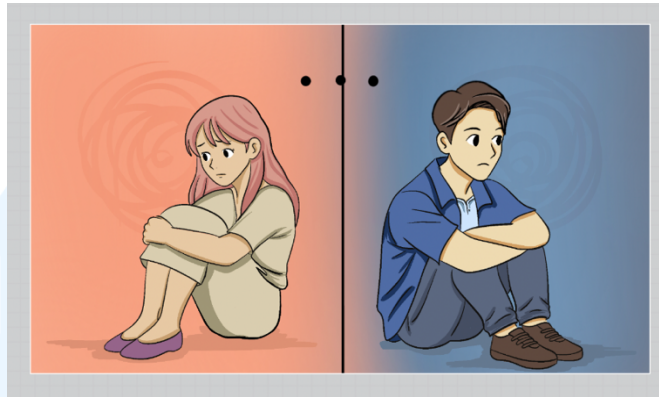
Tahap kedua, yaitu pengerjaan *line art* yaitu menebalkan garis dari sketsa awal untuk menghasilkan gambar final yang rapi, tegas, dan jelas sehingga dapat mempermudah tahap selanjutnya, yaitu *coloring*. Pada tahap ini, penulis diberikan tanggung jawab untuk menyelesaikan seluruh *line art* sebanyak 23 *scene*. Hal tersebut dikerjakan oleh satu orang yaitu penulis, untuk menjaga dan memastikan konsistensi gaya visual dan *detail* karakter di setiap adegan.



Gambar 3.42 Tahap Ketiga *Coloring*

Tahap ketiga, yaitu proses *coloring* pada gambar *line art* yang telah diselesaikan sebelumnya. *Coloring* digarap sesuai dengan nuansa emosional lagu. Pemilihan *color palette* sudah ditentukan oleh *senior graphic designer*, sehingga penulis hanya mengikuti dan menggunakan *color palette* yang sudah disetujui agar hasil akhir tetap konsisten. Pada tahap ini, *coloring* dilakukan oleh dua anggota tim lainnya, namun untuk

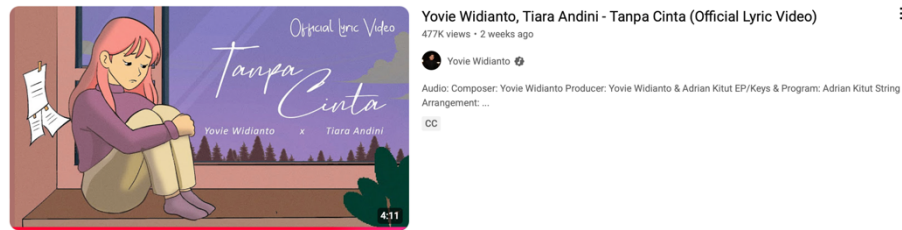
mengejar *deadline* yang cepat, penulis juga membantu mengerjakan beberapa *scene* agar sesuai dengan *timeline* waktu produksi.



Gambar 3.43 Finalisasi *Scene*

Tahap terakhir dalam proses pembuatan *lyric video* adalah finalisasi (*finishing*), yaitu menambahkan warna pada *background*, *shadow*, dan elemen visual tambahan yang diperlukan untuk mendukung dan memperkuat rasa dan emosi yang ingin disampaikan dalam setiap lirik lagu, serta untuk memastikan kesesuaian antara ilustrasi dan lirik lagu yang ditampilkan. Selain itu, tahap ini juga mencakup penyesuaian warna, *re-check* setiap *scene*, dan merapikan beberapa *detail* yang masih terlihat kasar. Tahap terakhir menjadi proses penting untuk menjaga kualitas aset visual *lyric video* sebelum diberikan kepada tim *video editor*.

Setelah disetujui oleh beberapa pihak-pihak terkait, seluruh aset visual yang telah final, diberikan kepada divisi *video editor*. Seluruh *scene* yang telah dibuat akan digabungkan dan disusun menjadi satu video utuh. Proses ini dilakukan dengan menggunakan teknik *motion* agar karakter dan *background* yang telah digambar dapat bergerak secara dinamis agar mendukung penyampaian *story telling* dan alur lagu. Hasil akhir dari video yang dikerjakan oleh tim *video editor* menjadi *lyric video* final yang akan dipublikasikan di platform YouTube.



Gambar 3.44 *Lyric Video* Tanpa Cinta

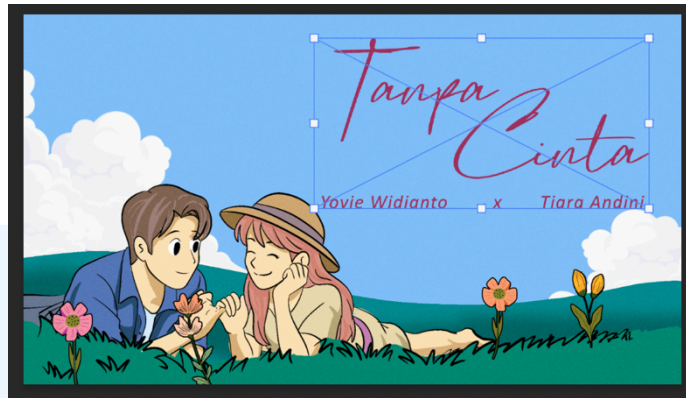
Hasil akhir dari *lyric video* lagu Tanpa Cinta oleh Yovie Widianto dan Tiara Andini telah berhasil diselesaikan oleh tim produksi, yaitu desain grafis dan *video editor*. Setelah melalui proses *review*, video tersebut dipublikasikan di platform YouTube. *Lyric video* tersebut diunggah secara resmi pada akun resmi YouTube Yovie Widianto berdurasi 4 menit, 11 detik.

3.3.2.4 Proyek Thumbnail YouTube

Proyek thumbnail Youtube merupakan salah satu tugas utama yang dikerjakan oleh tim desain grafis. Dalam pelaksanaannya, tim desain grafis memiliki tanggung jawab untuk menciptakan desain thumbnail untuk berbagai konten video yang dipublikasikan di platform YouTube, khususnya untuk Kahitna, KIM, dan Yovie&Nuno. Selain untuk konten video rutin, tim desain grafis juga mengerjakan desain thumbnail untuk *lyric video* yang telah dirilis.

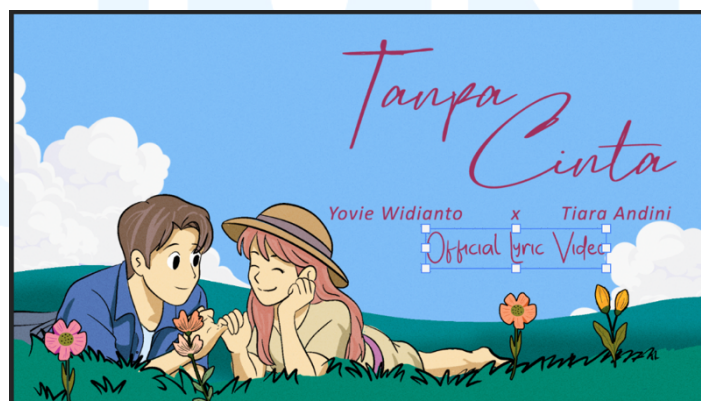
Proyek thumbnail yang penulis kerjakan adalah thumbnail untuk kebutuhan *lyric video* lagu “Tanpa Cinta”. Mengingat, penulis memiliki peran utama dalam proses produksi *lyric video* Tanpa Cinta, maka penulis juga diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan desain thumbnail *lyric video* sebagai bagian dari kelengkapan visualnya. Proses pengerjaan desain thumbnail meliputi pemilihan salah satu *scene* terbaik dari *lyric video*, penambahan teks judul lagu dan nama penyanyi, serta teks “*Official Lyric Video*”. Seluruh elemen tersebut penulis rancang dan susun secara proporsional agar menghasilkan desain thumbnail yang informatif, sesuai dengan identitas lagu, dan memiliki keseimbangan *layout*. Penulis

membuat dua opsi desain thumbnail untuk memberikan tampilan perbedaan *scene*.



Gambar 3.45 Tahap Pertama Opsi 1 Thumbnail

Desain thumbnail berukuran 1920x1080 px dan dikerjakan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop. Pada tahap pertama, penulis menerima brief untuk *input scene* terbaik yang telah dipilih sebelumnya. Setelah *input scene*, penulis menambahkan elemen teks berupa judul lagu dan nama kedua penyanyi. Teks tersebut berupa *image* berformat .png yang disediakan oleh *senior graphic designer*. Dalam prosesnya, penulis memastikan komposisi judul lagu menjadi elemen utama yang tersusun secara seimbang dan mudah dibaca.



Gambar 3.46 Tahap Kedua Opsi 2 Thumbnail

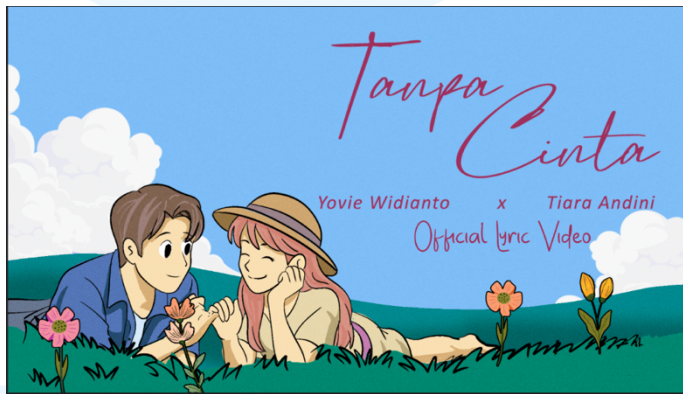
Setelah tahap pertama selesai, penulis melanjutkan proses selanjutnya yaitu menambahkan teks “*Official Lyric Video*”. Teks tersebut memiliki fungsi sebagai elemen pelengkap untuk memberikan informasi tambahan kepada audiens bahwa video yang ditampilkan

merupakan *lyric video* resmi. Penambahan elemen ini dapat memperkuat identitas tampilan keseluruhan desain thumbnail yang informatif.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W
X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 3.47 Font Desain Thumbnail

Font pada teks “*Official Lyric Video*” juga penulis dapatkan dari *senior graphic designer*, yaitu Quirko Penmanship. Font ini dipilih oleh *senior graphic designer* karena sesuai dengan nuansa lagu dan konsep visual yang ditampilkan pada *lyric video*. Penggunaan *font* tersebut juga digunakan pada setiap lirik pada *lyric video* sehingga penulis menggunakan *font* yang sama untuk memperkuat identitas visual dari *lyric video* “Tanpa Cinta”. Selain itu, tim desain juga ingin mempersembahkan kesan romantisme dan kesedihan, selaras dengan arti dari lagu tersebut.



Gambar 3.48 Final Desain Opsi 1 Thumbnail

Setelah seluruh proses selesai, penulis telah menghasilkan satu opsi final desain untuk thumbnail YouTube *lyric video* “Tanpa Cinta”. Desain tersebut telah disesuaikan dengan konsep visual yang telah ditentukan sebelumnya, dengan mempertimbangkan *scene* terbaik yang ditentukan oleh *senior graphic designer*. Penulis kemudian memberikan hasil opsi 1 kepada *Project Officer*, namun penulis diminta untuk menambahkan 1 tambahan opsi sebelum diberikan kepada *Manager creative development officer*.



Gambar 3.49 Final Desain Opsi 2 Thumbnail

Penulis merancang opsi kedua untuk desain thumbnail Youtube *lyric video* lagu “Tanpa Cinta” melalui tahapan dan proses perancangan yang sama dengan opsi pertama. Kedua opsi tersebut kemudian diberikan kepada *Manager creative development officer* untuk dibandingkan *scene* yang ditampilkan, keterbacaan teks, serta kesesuaian nuansa pada lagu Tanpa Cinta. Setelah melalui proses *review*, penulis diminta untuk mengganti kedua *scene* dengan *scene* yang baru, yaitu adegan yang menampilkan karakter perempuan sedang menyendiri. Sehingga penulis mencari *scene* yang merepresentasikan permintaan tersebut.



Gambar 3.50 Final Desain Thumbnail Tanpa Cinta

Setelah melalui proses yang sama seperti pada perancangan opsi pertama dan kedua, penulis telah menghasilkan final desain thumbnail untuk lagu “Tanpa Cinta” oleh Yovie Widianto dan Tiara Andini. Thumbnail final tersebut menggunakan *scene* karakter perempuan yang sedang menyendiri sesuai dengan revisi yang telah diberikan sebelumnya.

Final desain tersebut telah melalui proses *review* dan telah mendapatkan persetujuan dari pihak-pihak terkait dan akan digunakan sebagai thumbnail resmi untuk *lyric video* “Tanpa Cinta” di platform YouTube.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan program magang di YWMF, penulis dan tim desain tentunya sering menjumpai berbagai tantangan dan hambatan dalam pelaksanaan proyek yang dikerjakan. Namun, kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan magang menjadi bagian dari proses pembelajaran dan pengalaman bagi penulis dan tim untuk proses pelaksanaan proyek-proyek selanjutnya, agar dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pekerjaan sehingga kesalahan yang sama tidak terulang. Tantangan dan hambatan yang dialami juga dapat diatasi oleh penulis dan tim, sehingga setiap permasalahan yang dihadapi dapat diatasi dengan *problem solving* dan *team work* yang baik.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala pelaksanaan magang yang penulis dan tim desain grafis alami yaitu berupa *load* pekerjaan yang tinggi dan cukup banyak dengan anggota tim desain yang terbatas. Sehingga terdapat beberapa *design request* dari divisi lain yang tidak dapat ditangani oleh tim desain grafis dan terkadang *load* pekerjaan antar anggota tim desain grafis menjadi cukup banyak. Selain itu, terkadang jika penulis dan tim menangani proyek yang berskala besar, sebagai contoh, proyek *Lyric Video* yang membutuhkan waktu yang panjang dalam pembuatan aset, dalam prosesnya, penulis dan tim diberikan *deadline* waktu pengerjaan yang cukup singkat. Sehingga penulis dan tim terburu-buru dalam mengerjakan aset-asetnya.

Selain kendala teknis tersebut, penulis juga menghadapi tantangan dalam hal penguasaan *skill* tertentu dalam bidang desain grafis. Beberapa pekerjaan yang diberikan memerlukan *skill* khusus yang belum sepenuhnya dikuasai oleh penulis, sehingga proses pekerjaan menjadi kurang optimal dan

memerlukan waktu tambahan untuk mempelajari beberapa keterampilan yang belum dikuasai oleh penulis. Sebagai contoh, pekerjaan *retouch* wajah artis dan penyanyi, di mana penulis belum pernah mengerjakan dan mempelajari cara untuk *retouch skin* dan wajah. Sehingga penulis mengalami kesulitan ketika dijumpai oleh pekerjaan yang diluar *skill* dan spesialisasi penulis.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Setiap kendala dan hambatan yang penulis dan tim alami selama program magang berlangsung, memerlukan solusi yang tepat agar alur bekerja dapat berlangsung dengan lancar. Oleh sebab itu, berbagai solusi dan upaya telah dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh penulis dan tim. Beragam solusi tersebut diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan acuan dalam menghadapi hambatan serupa, serta meningkatkan efisiensi kerja tim yang optimal.

Terdapat dua solusi untuk hambatan pertama. Solusi pertama adalah pembagian porsi setiap jenis pekerjaan dengan anggota tim desain grafis lainnya. Hal ini dilakukan agar penulis dan tim desain grafis dapat saling membantu dalam pengerjaan proyek agar prosesnya dapat berlangsung dengan lebih efisien sesuai dengan pembagian pekerjaan masing-masing. Solusi kedua adalah melakukan pengerjaan proyek di luar jam kerja reguler. Penulis dan tim meluangkan waktu di luar jam kerja untuk menyelesaikan segala aspek dari pengerjaan proyek yang belum selesai demi mengejar batas waktu penyelesaian proyek yang singkat. Dengan kata lain, solusi atas hambatan yang dijumpai tersebut berupa *skill team work* yang baik dan profesional dengan menjunjung tinggi sikap komunikatif. Dalam kendala tersebut, *skill team work* merupakan *skill* utama yang diperlukan, hal tersebut berguna untuk penulis dan tim dalam membagi porsi pekerjaan yang sama rata antar anggota agar seluruh pekerjaan dapat selesai sesuai dengan tenggat waktu yang diberikan.

Solusi atas hambatan kedua bagi penulis dalam penguasaan *skill* tertentu di bidang desain grafis yaitu penulis berinisiatif untuk bersikap aktif dalam

mempelajari teknik yang belum penulis kuasai melalui anggota tim maupun senior yang lebih berpengalaman. Hal tersebut juga berguna bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan ilmu baru yang belum penulis dapatkan sebelumnya, di mana menjadi pengalaman yang baik bagi penulis karena dapat mempelajari keterampilan baru yang dapat menambah *value* penulis. Penulis tidak ragu untuk meminta arahan dan *feedback* dari senior untuk memastikan hasil pekerjaan yang maksimal dan sesuai dengan harapan. Solusi tersebut terbukti membantu penulis dalam mengembangkan keterampilan baru dalam bidang desain grafis sekaligus tetap mempertahankan spesialisasi yang penulis miliki, mengingat pola pembagian tugas di YWMF juga bergantung dengan spesialisasi masing-masing anggota tim sehingga proyek yang dikerjakan akan sesuai dengan kemampuan dan keterampilan dari masing-masing anggota sehingga hasil akhir dari proyek akan maksimal.

Dengan kata lain, berbagai solusi yang diterapkan atas kendala yang dihadapi selama proses bekerja berlangsung, mampu membantu penulis dan tim dalam menjaga kelancaran proses kerja serta meningkatkan efisiensi dan kualitas yang diharapkan. Upaya dan langkah yang dilakukan memberikan dampak positif terhadap alur kerja secara keseluruhan agar tidak terjadi kendala yang berulang. Diharapkan pengalaman dan solusi yang telah dipecahkan selama magang dapat menjadi pengalaman yang berguna bagi penulis dan tim dalam menghadapi tantangan lainnya.