

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang ini, penulis berkesempatan dan ditugaskan yang terletak pada divisi desain grafis yang terdiri dari 2 orang, dimana penulis langsung berada dan bekerja dibawah arahan *creative director*. Pada pelaksanaan magang ini penulis bertanggung jawab untuk memegang beberapa *job desc* antara lain menjadi desainer grafis yang meliputi desain media sosial dan branding sekaligus menjadi videografer dan menjadi video editor yang akan diunggah pada sosial media perusahaan Ideka *Creative*.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang, penulis berkesempatan untuk bekerja pada divisi desain grafis yang bekerja tepat dibawah arahan *creative director*. Maka dari itu, setiap tugas yang penulis kerjakan mulai dari diskusi, brainstorming, revisi, hingga desain akhir dipantau langsung oleh *creative director*, dimana dalam pengerjaan desain selalu dimulai dari brief, kemudian masuk ke pengerjaan desain, dilanjutkan ketahap feedback dan revisi, dan diakhiri pada tahap finalisasi serta *launching*.



Gambar 3.1 Struktur Kedudukan Pelaksanaan Magang

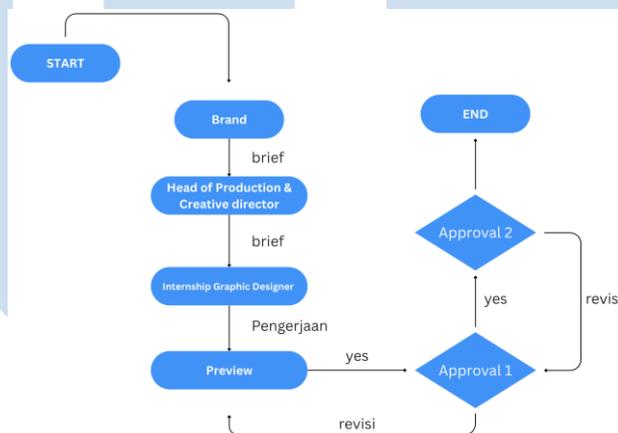
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Walaupun penulis bekerja pada divisi desain grafis, penulis juga kerap mengerjakan proyek fotografis. Pekerjaan yang meliputi desain grafis akan diterima oleh *creative director* dan akan diberikan kepada *internship graphic designer*. Sedangkan pengerjaan proyek fotografis seperti *color correction/ color grading, video editing* dan *content planing* akan diterima

oleh *head of production* dan selanjutnya akan dibagi kepada pelaksanamagang baik ke *internship fotografer* atau *internship graphic designer* dan setiap tahap dan proses pengerjaan akan diarahkan dan dibimbing oleh *head of production* dan *creative director*.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

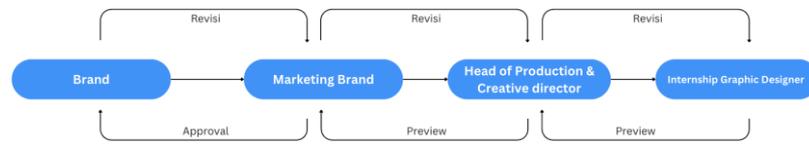
Dalam pelaksanaan magang ini, penulis memiliki alur koordinasi yang dipisah menjadi dua bagian, bagian yang pertama dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Alur Koordinasi Dengan Partner Singapura

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Alur koordinasi yang pertama merupakan alur koordinasi yang dilakukan dengan dengan klien yang berada di Singapura. Alur koordinasi ini dimulai dari klien yang berkonsultasi mengenai kebutuhan dan masalah desain yang klien butuhkan kepada partner perusahaan yang ada di Singapura, selanjutnya partner Singapura tersebut menghubungi Ideka Creative untuk menanyakan ketersediaan Ideka Creative untuk menyelesaikan masalah desain terhadap klien tersebut yang akhirnya terbentuk brief dan nantinya akan diberikan kepada desainer grafis.



Gambar 3.3 Alur Koordinasi Dengan Klien

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Kemudian alur koordinasi kedua, alur ini merupakan alur koordinasi langsung dengan brand. Alur tersebut dimulai dari sebuah brand yang membutuhkan jasa desain terkait unggahan baik media promosi maupun media print, kemudian brand tersebut memberikan brief kepada *Ideka Creative* kemudian *creative director* (supervisor) akan membagi tugas tersebut dan diberikan kepada desainer grafis.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam pelaksanaan magang ini penulis sudah melakukan beberapa tugas atau pekerjaan desain grafis, tugas-tugas yang dilakukan meliputi perancangan unggahan media promosi dan perancangan identitas visual. Berikut adalah tugas yang penulis lakukan selama pelaksanaan magang.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3-7 Februari 2025	Training	Melakukan training terhadap salah satu brand yang pernah menjadi salah satu klien dari <i>Ideka Creative</i> .
2	10-14 Februari 2025	Lebaran PAUL.	Melakukan dan menciptakan desain bertemakan lebaran untuk brand PAUL cabang Indonesia.
3	17-21 Februari 2025	Lebaran PAUL dan Branding Four Heavenly King.	Melanjutkan desain terhadap brand PAUL dan mempersiapkan konsep identitas visual untuk brand Four Heavenly King.
4	24-28 Februari 2025	Branding Four Heavenly King.	Merancang 6 sketsa logo dengan konsep yang telah ditentukan pada minggu sebelumnya.
5	3-7 Maret 2025	<i>Branding Four Heavenly King &</i>	Melakukan finalisasi terhadap sketsa logo yang terpilih dan menentukan font yang akan digunakan pada logo

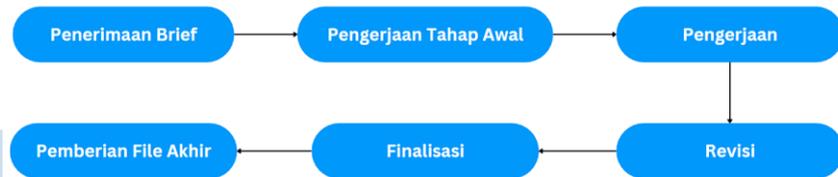
		dokumentasi <i>Little Red Dot</i>	serta desain turunan seperti menu dan promo sosial media Juga, penulis melakukan dokumentasi terhadap restoran Little Red Dot pada cabang Tanjung Barat yang akan digunakan sebagai media promosi dari Little Red Dot.
6	10-14 Maret 2025	Lebaran PAUL	Melakukan <i>resize</i> ke beberapa packaging paul dan merancang desain flyer untuk promosi hari raya Lebaran.
7	17-21 Maret 2025	Lebaran PAUL & Photoshoot Teh Mami Muda	Kembali melakukan <i>resize</i> terhadap beberapa post sosial media dan juga melakukan photoshoot untuk UMKM bernama Teh Mami Muda.
8	24- 28 Maret 2025	<i>Editing video Little Red Dot & pembuatan menu Four Heavenly Kings</i>	Melakukan editing terhadap video promosi Little Red Dot dan melakukan pengerjaan tahap pertama kepada menu pada brand <i>Four Heavenly Kings</i>
9	31 Maret- 4 April 2025	Mengikuti <i>photoshoot</i> menu di Apollo Wu Artisan	Mengikuti proses photoshoot menu makanan Apollo Wu Artisan yang merupakan restoran makanan oriental Asia yang terletak di Kuningan.
10	7- 11 April 2025	Mengerjakan desain media promosi PAUL	Mulai mengerjakan 3 desain promosi paket menu makanan PAUL
11	14- 18 April 2025	Melanjutkan pengerjaan desain media promosi PAUL	Melanjutkan pengerjaan 3 desain dan melakukan refisi terhadap beberapa desain yang sudah dikerjakan
12	21- 25 April 2025	Mengikuti pelaksanaan <i>photoshoot</i> Segafredo & melakukan pengambilan konten untuk <i>grand opening</i> PAUL senayan city	Dalam <i>photoshoot</i> yang dilakukan, penulis ditugaskan untuk mengambil video <i>behind the scenes</i> saat pelaksanaan <i>photoshoot</i> . Penulis juga ditugaskan mengambil konten <i>grand opening</i> PAUL dicabang Senayan City

13	28 April- 2 Mei 2025	Melakukan <i>resize</i> terhadap desain PAUL & mengikuti pelaksanaan <i>photoshoot</i> produk Vaquero sebuah brand dendeng dagin dari America	Kembali mengerjakan ketiga desain PAUL dan melakukan <i>resize</i> kepada media printing ukuran A3 Penulis ikut ambil bagian dalam pelaksanaan <i>photoshoot</i> sebagai <i>talent</i> dan menjadi ambil bagian dalam mengatur <i>framing</i> foto
14	5- 9 Mei 2025	Melakukan <i>editing behind the scene video</i> Segafredo Espresso & mengerjakan <i>template</i> portfolio perusahaan	Penulis bertugas untuk melakukan <i>video editing</i> untuk konten video <i>behind the scene</i> Segafredo Espresso dan membuat <i>template watermark</i> untuk portfolio perusahaan yang akan diunggah pada situs behance
15	12 -16 Mei 2025	Melakukan desain terhadap portfolio	Penulis mengerjakan foto yang butuh untuk di berikan <i>watermark</i> dan melakukan <i>copy writing</i> yang akan digunakan untuk menjelaskan proses <i>photoshoot</i> tersebut.
16	19- 23 Mei 2025	Melakukan <i>content planning &</i> melaksanakan <i>shooting</i> terhadap konten yang sudah dirancang.	Membuat sebuah konten yang akan digunakan oleh perusahaan Konten yang telah disiapkan, selanjutnya melakukan <i>shooting</i>
17	26- 30 Mei 2025	Melakukan proses <i>post production</i>	Pada tahap ini penulis melakukan <i>video editing</i> kepada konten yang sudah di <i>shoot</i> pada week sebelumnya

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama penulis menjalankan proses magang di Ideka *Creative*, penulis terlibat dalam beberapa proyek perancangan yang meliputi desain media promosi disosial media, perancangan identitas visual, *photo combine* dan mengambil video *behind the scenes* untuk dokumentasi perusahaan. Namun, sebagian besar tugas yang dikerjakan oleh penulis adalah perancangan unggahan media promosi terhadap brand Paul cabang Indonesia sebuah brand Prancis yang berfokus kepada *bakery-cafe restaurant*. Desain yang penulis kerjakan akan digunakan untuk kebutuhan

media sosial dengan menyesuaikan gaya visual PAUL yang cenderung feminim, elegan, dan minimalis, dengan alur sebagai berikut.



Gambar 3.4 Alur Pengerjaan Tugas Magang

Setiap pengerjaan tugas selalu dimulai dari tahap penerimaan brief yang dimana pada tahap ini penulis menerima brief dari supervisor terhadap brand tugas yang akan penulis kerjakan dan merancang sketsa terhadap desain yang akan dirancang. Selanjutnya masuk ketahap pengerjaan dimana pada tahap ini diisi oleh pengerjaan dan revisi terhadap tugas yang sedang di kerjakan tersebut. tahap terakhir adalah melakukan resize terhadap desan, finalisasi dan penyerahan hasil akhir kepada klien yang bersangkutan. Berikut penjelasan alur pengerjaan tugas magang yang dilakukan penulis.

1. Penerimaan Brief dan Pengerjaan Tahap Awal

Pada tahap awal proses perancangan desain, dimulai dari penerimaan brief dari *supervisor* yang berisi informasi mengenai kebutuhan desain, tujuan, target audiens, gaya visual yang akan dihasilkan dan *deadline* pengerjaan desain. Brief yang telah diberikan menjadi dasar utama dalam menentukan arah desain yang lebih sesuai. Setelah brief diterima dan dipahami, selanjutnya dilakukan analisa awal, menentukan konsep dan perancangan sketsa awal untuk memvisualkan ide secara kasar yang nantinya akan digunakan dalam pengerjaan desain

2. Pengerjaan dan Revisi

Setelah konsep awal disetujui, proses selanjutnya adalah pengerjaan desain secara lebih detail. Desain dikembangkan dari hasil analisis awal dan memperhatikan elemen visual seperti penggunaan warna, tipografi dan layout untuk menyesuaikan dengan karakter dari brand yang

dikerjakan. Setelah mengerjakan tahap awal desain, selanjutnya desain diberikan kepada brand untuk mendapatkan catatan terhadap revisi. Kemudian, tahap revisi dilakukan berdasarkan catatan masukan dari brand.

3. Finalisasi

Pada tahap finalisasi, desain yang telah melalui tahap revisi dan disetujui, kemudian desain masuk kepada tahap penyempurnaan desain agar lebih optimal, menyiapkan ukuran lain terhadap desain agar dapat diadaptasi pada media lain.

4. Penyerahan File Akhir

Setelah desain akhir disetujui dan dinyatakan selesai, proses dilanjutkan ke tahap penyerahan file akhir kepada klien. Pada tahap ini, seluruh asset pengerjaan diberikan sesuai dengan *output* yang diminta contohnya jika tugas yang diminta akan digunakan untuk media printing maka desain akan diubah menjadi CMYK dan format file .PDF, jika tugas video yang diminta akan diunggah maka format file akan di berikan dengan format .MP4 dan seterusnya.

Dengan mengikuti alur yang sudah disebutkan diatas, proses desain akan dengan mudah untuk dikerjakan. Selanjutnya penulis akan menjelaskan pengerjaan setiap tugas yang telah dikerjakan.

3.3.1 Perancangan Media Promosi untuk PAUL Indonesia

Tugas utama penulis yaitu perancangan media promosi untuk PAUL Indonesia yang meliputi PAUL Classic dan PAUL Le Café. Penulis memilih tugas ini menjadi tugas utama, karena penulis lebih tertantang dalam penciptaan media promosi, terutama dimana penulis mengikuti *brand guideline* dari PAUL. Sebelum masuk keperancangan desain, penulis perluh menemukan karakter dari PAUL. Maka dari itu, penulis melihat referensi dari beberapa unggahan yang sudah pernah dibuat sebelumnya. Sebelum masuk kedalam perancangan desain, penulis diberikan contoh desain sebagai

referensi pengerjaan desain. Berikut referensi yang diberikan dan penulis jadikan acuan sebagai proses penciptaan desain.



Gambar 2.6 Referensi Desain

Sumber: <https://www.instagram.com/p/CcAUC1uPH60/>

Dari referensi yang sudah dilihat, penulis menganalisis dan menyimpulkan bahwa karakteristik dari brand PAUL secara keseluruhan adalah minimalis, elegan, feminim dan cenderung terlihat klasik. Selanjutnya penulis masuk pada tahap pertama yaitu tahap penerimaan brief dan sketsa.

3.3.1.1. Penerimaan Brief dan Pengerjaan Tahap Awal

Brief desain diterima pada tanggal 7 april 2025 via aplikasi whatsapp. Desain promosi yang akan dirancang kedalam *size* 1080x1920 pixel dan ukuran A3 yaitu 27,9 x 42 cm.

Minta tolong untuk bantuannya membuatkan artwork dengan size A3 dan instastory dengan detail sebagai berikut :

Mile High Meal : 1 Salad / Pasta / Sandwich + 1 Coffee / Tea
Harga : 89K
Berlaku di Terminal 3 Domestik dan International
Berlaku untuk selected items only
Target Live : 19 April 2025

Kartini : Disc 15% maximum discount 100K
Tanggal Live : 21 - 24 April 2025
Berlaku hanya untuk customer wanita.

The Time of Flavors Le Cafe + Kiosk:
Morning Rush : 1 Viennoiserie + 1 Coffee / Tea : 65K (Open - 12PM)
Lunch Indulgence: 1 Salad / Pasta / Sandwich + 1 Coffee / Tea : 89K (11AM - 3PM)
Sweet Escape : 1 Pastries + 1 Coffee / Tea : 79K (2PM - 7PM)
Tanggal Live: 24 April 2025

The Time of Flavors Classic :
Morning Rush : 1 Viennoiserie + 1 Coffee / Tea : 65K (Open - 12PM)
Sweet Escape : 1 Pastries + 1 Coffee / Tea : 79K (2PM - 7PM)
Tanggal Live: 24 April 2025

Gambar 2.7 Brief Tugas yang Akan Dikerjakan

Dari brief tersebut, penulis akan membuat tiga buah desain yang dengan tanggal tayang yang berbeda beda. Desain pertama yaitu desain untuk PAUL Classic dengan judul *Mile High Meal*, yang kedua adalah desain untuk PAUL Le Café dengan judul *The Time of Flavors* (2 menu), dan yang terakhir adalah desain untuk PAUL Classic dengan judul *The Time of Favors* (3 menu).

Setelah menerima brief tersebut, penulis memulai perancangan desain menggunakan aplikasi Adobe Illustrator dengan membuat sebuah sketsa layout menggunakan *shape* sesuai *size artboard* selanjutnya mengubah bentuk tersebut menjadi grid pada *section object > path > split into grid* sebagai panduan penulis dalam mengerjakan desain dan akan diajukan kepada *supervisor*. Berikut adalah sketsa layout yang penulis rancang.



Gambar 3.5 Sketsa Layout

Penulis merancang desain yang dimulai dari menempatkan judul pada desain promosi dan menggunakan warna *cream* yang kerap digunakan oleh PAUL pada desain sebelumnya. Selanjutnya, penulis menempatkan foto png kombinasi menu pada bagian tengah.

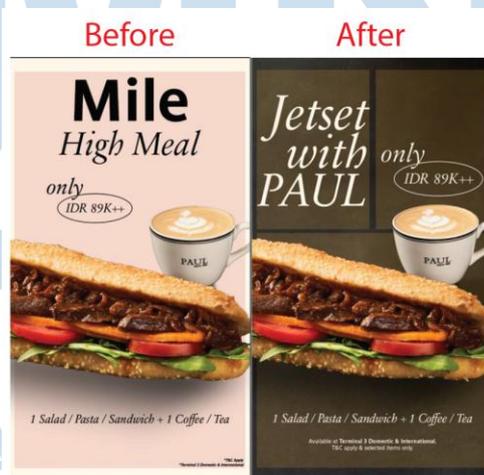
(1) Menu yang akan dipromosikan pada judul *Mile High Meal* adalah *1 Salad/ Pasta/ Sandwich + 1 Coffee/ Tea*. Aset menu yang akan digunakan pada promosi tersebut adalah *sandwich* dan *coffee* maka penulis menempatkan menu tersebut pada bagian tengah kanvas. (2) Menu selanjutnya yang akan dipromosikan adalah *Morning Rush 1*

Vinnoiserie + 1 Coffee/ Tea dan Sweet Time 1 Pastries + 1 Coffee/ Tea, untuk kedua menu tersebut dipisah menjadi 2 *column*, pada bagian kiri diisi oleh menu morning rush dan pada bagian kanan diisi oleh menu *sweet time*, kedua menu tersebut juga dipisahkan oleh garis untuk menegaskan perbedaan kedua menu tersebut. (3) Menu terakhir yang akan dipromosikan adalah kombinasi ketiga menu yang sebelumnya sudah disebutkan diatas menjadi satu unggahan, desain tersebut dibuat menjadi 4 *column* tiga diantaranya digunakan untuk menunjukkan dan menjelaskan detail menu yang akan dipromosikan.

Setelah menempatkan foto menu yang akan dipromosikan, selanjutnya penulis menambahkan detail penulisan menu pada bagian bawah, detail harga dan jangka waktu dari menu-menu yang dipromosikan. Setelah merancang sketsa tersebut, selanjutnya penulis melakukan *approval* terhadap sketsa layout kepada *supervisor*.

3.3.1.2. Pengerjaan dan Revisi

Dari sketsa yang sudah disetujui oleh *supervisor*, penulis mendapatkan beberapa masukan yaitu penulis perluh untuk mengganti *background* dari aset foto Ideka Creative saat melakukan foto menu, agar menu yang akan dipromosikan lebih terlihat real, mengubah judul *Mile High Meal* menjadi *Jetset with PAUL*, menempatkan syarat dan ketentuan rata tengah dan di tempatkankan pada bagian bawah menu.



Gambar 3.6 Sebelum dan Sesudah Revisi Desain

Juga, penulis menambahkan minuman pada desain The Time of Flavors (3) untuk menunjukkan variasi minuman yang ada pada menu yang sedang dipromosikan berikut perubahannya.



Gambar 3.7 Sebelum dan Sesudah Revisi Desain

Dari desain yang sudah penulis kerjakan, terdapat revisi terhadap promosi menu *The Time of Flavors* (3) yaitu menduplikasi desain untuk digunakan pada outlet Le Café dan mengganti warna judul menjadi terakota serta mengganti font yang telah ditentukan serta menambahkan tanda panah untuk menyesuaikan dengan branding Le Café. Berikut adalah desain yang telah dirancang.



Gambar 3.8 Desain Untuk Le Café.

Setelah melakukan revisi terhadap promosi menu *The Time of Flavors*, kemudian penulis melakukan approval kedua kepada *supervisor* terhadap ketiga desain yang sudah dirancang. Selanjutnya, penulis melakukan *resize* terhadap desain kepada media printing dengan ukuran A3.

3.3.1.3. Finalisasi

Dalam tahap ini, penulis melakukan *resize* kedalam ukuran A3 terhadap ketiga desain promosi PAUL yang sudah penulis rancang pada tahap sebelumnya. Berikut adalah desain yang penulis rancang terhadap ukuran A3.

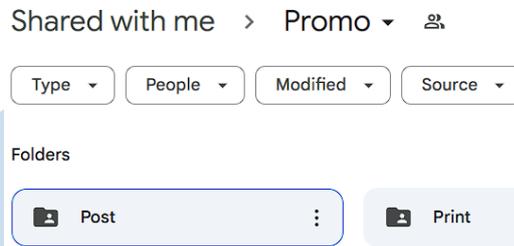


Gambar 3.9 Resize Desain ke Ukuran A3

Desain-desain dengan ukuran A3 tersebut merupakan desain yang akan di print, maka dari itu penulis membuat *artboard* dengan warna CMYK yang dikhususkan untuk media printing. Setelah melakukan *adjustment* pada setiap post kepada ukuran yang berbeda, selanjutnya penulis melakukan *export file* sesuai penggunaan file.

3.3.1.4. Penyerahan File Akhir

Setelah melakukan *resize*, penulis menyiapkan file sesuai output yang akan digunakan PAUL seperti untuk ukuran 1080x1920 pixel akan digunakan untuk unggahan story sosial media maka penulis menyimpan file keempat desain tersebut menjadi JPG dan untuk desain yang akan dicetak penulis menyimpan file keempat desain tersebut menjadi file PDF.



Gambar 3.10 Penyerahan File Akhir PAUL

File tersebut kemudian diunggah pada situs Google Drive dan diberikan kepada *supervisor* yang mengelola pekerjaan desain yaitu *creative director*. Dari tugas utama ini penulis belajar untuk mengembangkan kemampuan cara membaca brief dan menyesuaikan *taste* dengan *guidline* brand.

Selain mengerjakan desain promosi terhadap brand PAUL indonesia, penulis juga mengerjakan beberapa tugas lain. Berikut adalah tugas tugas yang penulis kerjakan.

3.3.1.1 Proyek Perancangan Identitas Visual

Four Heavenly King merupakan sebuah restoran yang terletak di Sigapura. *Four Heavenly King* memiliki filosofi ke empat jenis daging yang menjadi USP dari resoran tersebut yaitu *chicken, duck, pork and meat*. Jenis-jenis daging tersebut, nantinya akan diolah menjadi makanan berbumbu *Chinese Food*.

1. Penerimaan Brief dan Pengerjaan Tahap Awal

Proyek perancangan identitas visual *Four Heavenly King* dimulai dari penjelasan tentang brand, *Unique Selling Point*, dan referensi logo yang mereka inginkan yang dijelaskan secara langsung dari *creative director*. Kemudian dari brief yang diterima penulis memberikan konsep perancangan logo yang pertama adalah perancangan logo yang mengambil bentuk atap dari kuil sesuai dengan referensi dan yang kedua adalah mengambil bentuk mahkota dari kaisar Cina yang terkenal akan

pencapaiannya. Dari kedua konsep yang penulis tawarkan, pemilik brand memilih konsep pertama.



Gambar 3.11 Moodboard

Setelah penulis mendapatkan detail penjelasan brand, konsep dan referensi logo, selanjutnya penulis menentukan *big idea* yang akan mendasari tahap selanjutnya yaitu “The Legacy of Roast Mastery”. Selanjutnya dari *big idea* yang sudah ada, kemudian penulis membuat moodboard agar dapat menggambarkan mood yang ingin penulis sampaikan lewat identitas visual melalui situs Canva.

2. Pengerjaan dan Revisi

Dari moodboard diatas, selanjutnya penulis membuat 5 sketsa logo berdasarkan big idea yang telah ditentukan seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3.12.



Gambar 3.12 Sketsa Identitas Visual

Sketsa yang telah dirancang, tahap berikutnya adalah menyerahkannya kepada supervisor untuk dilakukan evaluasi dan mendapatkan persetujuan. Setelah memberikan sketsa kepada klien, sketsa yang terpilih adalah sketsa nomor

4 dengan catatan mengganti gaya tipografi agar lebih terbaca dan menambahkan elemen cap pada bagian kanan logo dengan menggunakan persegi panjang berwarna merah dengan tulisan mandarin didalamnya.

3. Digitalisasi dan Revisi

Setelah menerima masukan tersebut, penulis melanjutkan pengerjaan ketahap digitalisasi desain menggunakan aplikasi Adobe Illustrator dengan menggunakan *pen tools* dan menambahkan tekstur *brush*, menambahkan persegi panjang berwarna merah pada bagian kanan logo dan penulis juga memberikan opsi tipografi yang menggunakan kaligrafi dengan tulisan mandarin. Kemudian ketiga opsi tersebut diberikan kembali kepada supervisor yang kemudian diteruskan kepada partner Singapura dan kepada pemilik brand.



Gambar 3.13 Opsi Tipografi

Setelah desain diberikan kepada pemilik brand, selanjutnya pemilik brand akan memilih tipografi yang akan digunakan pada logonya dan pemilik brand memilih logo dengan gaya tipografi kedua dengan memberikan catatan pada huruf ketiga perlu diganti agar serasi dengan huruf lainnya dan penulis diminta untuk menambahkan kalimat *four heavenly kings* pada bagian bawah logo. Berikut adalah hasil revisi yang penulis kerjakan.



Gambar 3.14 *Adjustment* Tipografi

Setelah menambahkan kalimat *four heavenly kings* kedalam logo, selanjutnya penulis melakukan opsi *adjustment* terhadap huruf ketiga dalam tipografi logo tersebut. Kemudian hasil kerja tersebut kembali dibelikan kepada supervisor, dari supervisor desain tersebut diberikan kepada partner Singapura dan pemilik brand. Dan disimpulkan bahwa desain yang terpilih adalah desain kedua.

4. Finalisai



Gambar 3.15 Finalisasi Logo

Partner di Singapura kemudian bertugas untuk mengonfirmasi kembali kesesuaian sketsa tersebut sebelum akhirnya disampaikan secara resmi kepada klien untuk mendapatkan persetujuan akhir. Setelah mendapatkan persetujuan akhir dari klien, selanjutnya penulis melakukan pengecekan ulang terhadap logo dan mempersiapkan file yang akan di berikan kepada supervisor untuk melanjutkan tahap pembuatan buku menu. Berikut adalah hasil final desain yang sudah dirancang.

5. Pemberian File Akhir

Setelah semua pengerjaan logo dinyatakan selesai. Selanjutnya, penulis menyiapkan file .AI untuk diberikan kepada supervisor dan pemilik brand dengan berisi detail-detail seperti kode hex warna yang digunakan dalam logo, font kaligrafi mandarin yang digunakan dan font yang digunakan untuk tulisan *four heavenly kings*. Serta, penulis juga menyiapkan format file foto .PNG agar logo dapat digunakan pada aplikasi lain selain *adobe illustrator* dan memberikan file desain akhir via google drive.

Dari tugas tersebut, penulis belajar untuk mengerjakan identitas visual secara cepat dan tepat, serta mengembangkan kemampuan berbicara dalam Bahasa Inggris.

3.3.1.2 Proyek Konten Video untuk Akun Sosial Media Ideka Creative

Di era digital saat ini, konten video menjadi salah satu media paling efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Melihat potensi besar dari media ini, penulis dipercaya untuk merancang konten promosi video yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menyampaikan nilai dan identitas dari perusahaan Ideka Creative dengan tepat.

1. Penerimaan Brief dan Pengerjaan Tahap Awal

Brief dimulai pada tanggal 3 februari 2025, penulis dan peserta magang lainnya diminta untuk mencari referensi konten video vertical. Selanjutnya pada bulan mei penulis diminta untuk merancang sebuah ide konten dengan catatan dibuat secara serius dan sesuai dengan karakter dari

perusahaan. Maka dari itu, penulis membuat *pitchdeck* untuk menjelaskan ide yang penulis buat.

Ide konten yang penulis buat berjudul “Jajanan Pasar Lebih Modern” ide konten ini didasari dari karakter jajanan pasar yang sangat lekat dengan kesan tradisionalnya. Maka dari itu, penulis memiliki ide untuk melakukan *photoshoot* jajanan pasar tersebut dengan tema yang lebih menarik dan melepaskan kesan tradisionalnya dengan referensi konten sebagai berikut

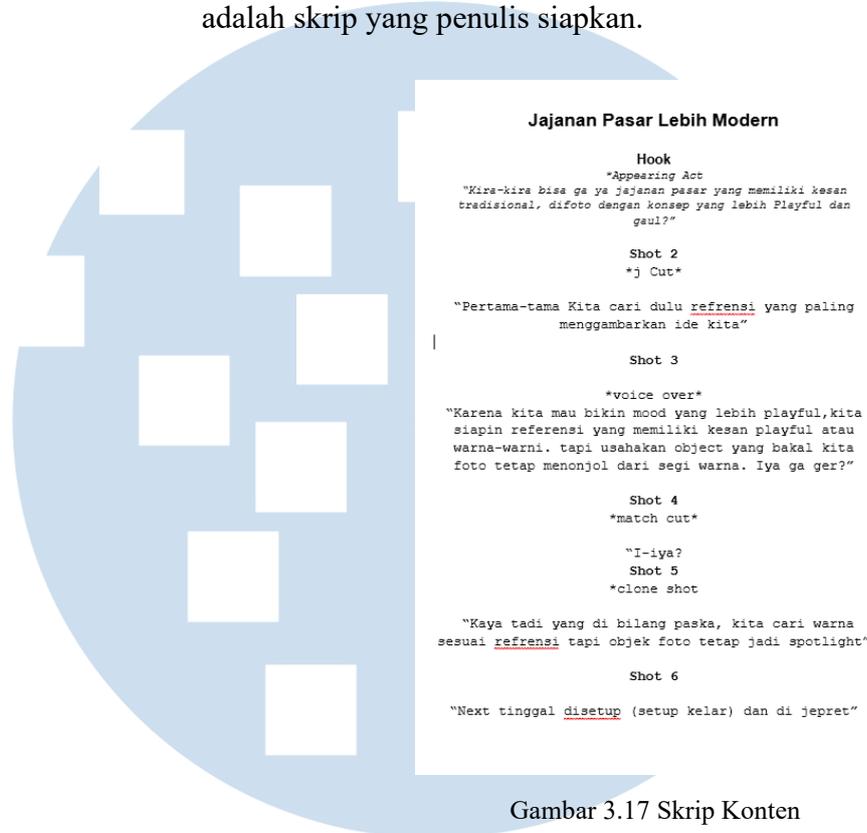


Gambar 3.16 Referensi Konten

Sumber: <https://www.tiktok.com>

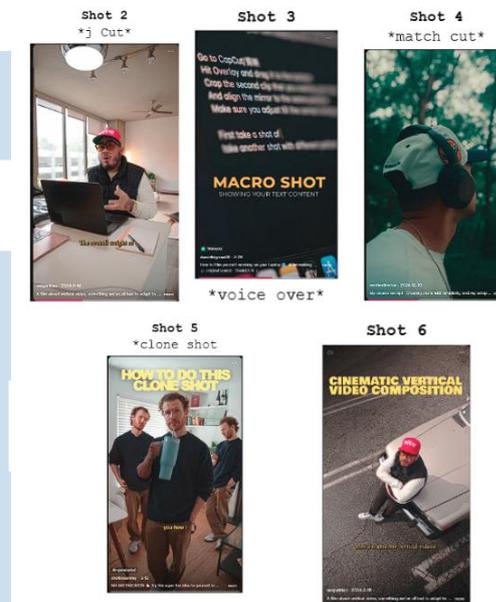
Setelah ide tersebut disetujui oleh *supervisor*, selanjutnya penulis membuat skrip konten dengan durasi maksimal 1 menit dengan detail seperti penggunaan *audio & visual hook* agar penonton tertarik untuk menonton video lebih lanjut (Hita Class, 2025) untuk membuat penonton tertarik untuk menonton video lebih lanjut, *match cut*, *j cut*, *voice over* dan teknik pengambilan gambar. Dalam konten ini, hal yang ingin penulis tonjolkan adalah proses pemilihan

referensi pemilihan latar belakang foto dan properti. Berikut adalah skrip yang penulis siapkan.



Gambar 3.17 Skrip Konten

Kemudian penulis juga menyiapkan *shotlist* pada setiap dialog menggunakan situs Google Docs, *shotlist* tersebut bertujuan untuk memberi gambaran bagaimana cara pengambilan dan juga agar saat hari produksi pelaksanaan pengambilan gambar dapat dilakukan dengan cepat. Berikut adalah *shotlist* yang penulis siapkan. Dalam skrip yang penulis buat, penulis ingin membuat tiga karakter yang memiliki tugas berbeda beda yang pertama adalah karakter yang bertugas sebagai pembuat ide, yang kedua bertugas sebagai pengembang ide dan yang terakhir bertugas untuk mengeksekusi pelaksanaan *photoshoot* dengan membuat ketiga orang tersebut memiliki sifat yang santai agar mudah dimengerti oleh penonton.



Gambar 3.18 *Shotlist* Konten

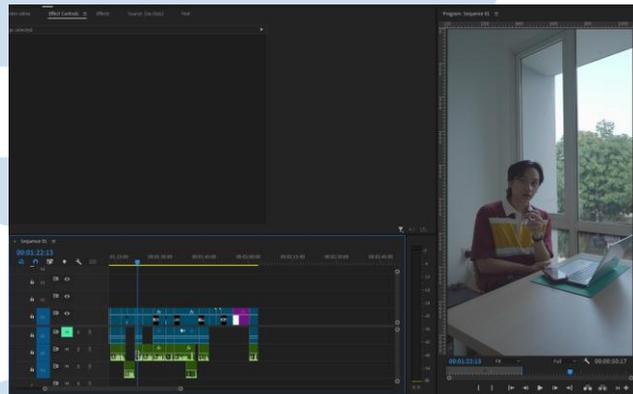
Shotlist yang penulis buat, memiliki angel yang berbeda beda, dengan tujuan untuk mempertahankan *watch time* dan menunjukkan sisi ekspresif serta sisi keratif dari Ideka Creative salah satunya adalah *clone shot*. Setelah skrip, shotlist dan referensi video diserahkan kepada supervisor untuk di-*review* dan disetujui. Selanjutnya penulis dan pelaksana magang lainnya menentukan hari untuk melaksanakan *shooting* pada tanggal 28 mei 2025.

2. Pengerjaan dan Revisi

Pengambilan video diambil dengan kamera Sony A7 mark III secara vertical dengan menggunakan *grid rule of third* dengan warna yang menggunakan *flat profile* agar dapat dengan mudah di-*color grading*. Pemilihan video vertical bukan tanpa alasan, dengan adanya video vertical dapat lebih mudah menjangkau banyak kalangan baik pada aplikasi Tiktok dan Instagram. Untuk mempercepat pelaksanaan video, *shot* dimulai dari *shot 4* kemudian

dilanjutkan ke *shot 5* dan *shot 6*. Selanjutnya pelaksana magang melakukan photoshoot dengan pengawasan dari *supervisor*. Setelah melakukan photoshoot, pelaksana magang melanjutkan pengerjaan pengambilan video untuk *shot 1*, *shot 2* dan *shot 3*.

Setelah semua *shot* telah diambil, kemudian penulis melakukan *offline editing* yaitu tahap awal pengerjaan proses pengeditan suatu video yang berisi penataan *footage* untuk membuat versi kasar dari alur video (Antelop, 2023). Pada tahap ini, penulis menggabungkan seluruh *footage* video dan audio.



Gambar 3.19 Proses *Offline Editing*

Selain menggabungkan seluruh *footage*, penulis juga melakukan *basic color correction* dimana penulis menyamakan setiap pencahayaan pada setiap video dengan tujuan agar terlihat natural, konsisten, dan sesuai dengan kondisi pencahayaan sebenarnya. Tujuannya adalah agar hasil akhir tampak realistis, enak dilihat, dan selaras satu sama lain, terutama jika pengambilan gambar dilakukan dalam waktu atau tempat berbeda. Dan juga, penulis juga melakukan *adjustment* pada setiap audio agar setiap audio yang terdengar berada di level yang sama, memiliki

konsistensi yang sama, memastikan pesan tersampaikan dengan jelas dan kenyamanan dalam menikmati video. Penulis juga menambahkan *background music the beat detector by november* karena memiliki fase beat yang cepat.

Karena alur video masih sama dengan skrip dan *shotlist*, penulis melanjutkan pengerjaan selanjutnya yaitu *online editing*, tahap akhir yang mencakup penyempurnaan visual seperti *color grading* untuk menciptakan suasana visual tertentu, memperkuat *storytelling*, dan memberikan tampilan estetika yang selaras dengan pesan atau mood dari sebuah konten yang penulis rancang, menambahkan *sound effect*, menambahkan transisi, visual-visual tambahan, stabilisasi visual dan *rendering* dengan tujuan untuk membuat video lebih menarik, karena berdasarkan Eraspance (2025) *attention span* pengguna sosial media hanya kurang dari 8 detik, maka dari itu penulis membuat video dengan fase yang lebih cepat dan menarik pada setiap sectionnya. Berikut adalah dokumentasi pengerjaan video.



Gambar 3.20 Proses *Online Editing*

Kemudian, hasil video yang telah di-*render* diberikan kepada *supervisor* untuk melakukan *preview* dan memberikan revisi.

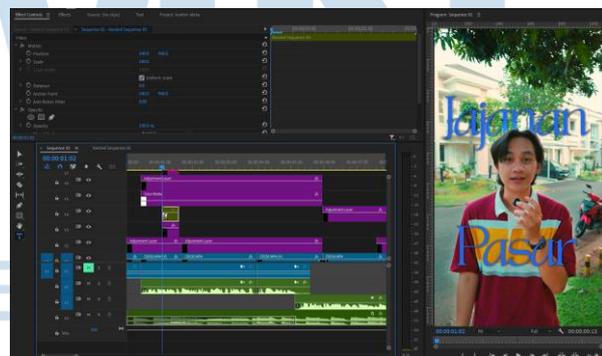


Gambar 3.21 Sebelum dan Sesudah Revisi

Dari hasil video tersebut, masukan dari supervisor adalah melakukan adjustmen pada warna setiap *footage* karena warna dari video masih cenderung berwarna biru. Maka dari itu, penulis melakukan *adjustment* terhadap beberapa *scene* tersebut

3. Finalisasi

Setelah merevisi warna, selanjutnya penulis melakukan finalisasi, dimana penulis memasukan *background music* pada video dan juga menambahkan beberapa *build up sound effect* agar video memiliki kesan professional dan kompleks.



Gambar 3.22 Penambahan Teks

Tidak hanya itu, penulis juga menambahkan beberapa tulisan agar subtitle agar video lebih menarik untuk ditonton oleh banyak orang.

4. Penyerahan File Akhir

Setelah semua sudah dinyatakan selesai oleh supervisor, maka tahap terakhir adalah melakukan *rendering* dan memberikan file kepada *supervisor* dengan format .MP4 dan dikirimkan via whatsapp. Dari tugas tersebut, penulis dapat dengan percaya diri membuat konsep video dan lebih menjadi mahir dalam mengoperasikan kamera dan aplikasi *video editing*.

3.3.1.3 Proyek Video *Behind The Scenes*

Seperti yang penulis sebutkan diatas, Ideka *Creative* merupakan *creative agency* yang menyediakan jasa foto makanan dan produk. Setiap pelaksanaan *photoshoot* perlu untuk didokumentasikan sebagai apresiasi kepada brand dan sekaligus menunjukkan portfolio perusahaan.

1. Penerimaan Brief dan Pengerjaan Tahap Awal

Saat sedang pengambilan gambar menu di Segafredo Espresso pada tanggal 25 april 2025. Dalam kegiatan *photoshoot*, peserta magang ditugaskan untuk mendokumentasikan proses pengambilan gambar (*behind the scenes*). Kegiatan ini dilakukan dalam rangka kerja sama antara Ideka Creative dan Segafredo Espresso untuk pemotretan enam menu makanan yang dilakukan pada outlet restoran Segafredo yang terletak di Kemang *Village*.

2. Pengerjaan dan Revisi

Penulis diminta untuk mengambil video dengan menggunakan smartphone dan video yang diambil berisi rangkaian kegiatan *photoshoot*. Konten video

menampilkan proses penataan makanan oleh *food stylist*, penyusunan elemen makanan di atas piring, hingga pengaturan detail-detail kecil yang memperkuat daya tarik visual. Selain itu, video juga menunjukkan penataan layout makanan yang ditampilkan pada foto. Dengan catatan, video yang diambil tidak boleh memperlihatkan penggunaan apature pada kamera, karena hal tersebut merupakan rahasia perusahaan.



Gambar 3.23 Proses *Editing Behind The Scene*.

Setelah melakukan pengambilan video, selanjutnya penulis masuk ketahap *offline editing*. Penulis menyatukan seluruh rangkaian *footage* menjadi satu video berdurasi 1 menit dan proses *editing behind the scenes* tidak sekompleks tugas sebelumnya, penulis menggunakan teknik *editing montage* dengan tujuan untuk menunjukkan proses pengerjaan *photoshoot*. Selanjutnya penulis memasukan *background music* dan melakukan *cut to cut* sesuai dengan ketukan musik. Setelah itu, penulis melakukan *color correction* dengan tujuan menyamakan warna pada setiap video baik dari segi pencahayaan maupun *white balance* dan diakhiri rendering kemudian diberikan kepada supervisor untuk melakukan *preview*.



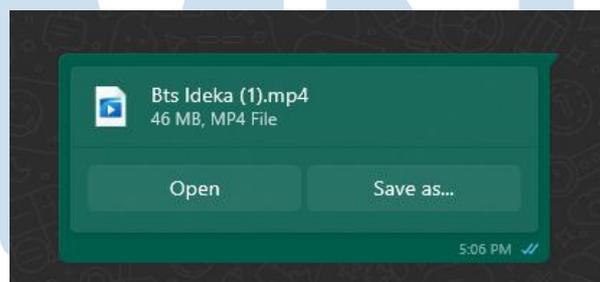
Gambar 3.24 Scene Sebelum dan Sesudah

Dari *preview* yang diberikan, masukan yang diterima adalah opening dari video yang masih belum sesuai dengan. Berikut adalah opening sebelum dan sesudah direvisi.

3. Finalisasi

Setelah mengganti dan disetujui *scene opening* penulis selanjutnya memasukan beberapa scene tambahan dan mengatur ulang beberapa warna scene makanan agar makanan yang tunjukan terlihat menarik.

4. Penyerahan File Akhir



Gambar 3.25 Dokumentasi Penyerahan File

Diakhiri dengan proses *rendering* kedalam format .MP4 dengan ukuran 1080x1920 pixel dan diberikan kepada *supervisor head of production* via whatsapp.

Dari tugas ini, penulis menjadi lebih eksploratif dalam menentukan angel video terutama *beauty shots*.

3.3.1.4 Proyek *Color correction* untuk *Event Shell*

Ideka *Creative* kerap bekerja sama dengan beberapa brand besar, salah satunya adalah Shell yang merupakan perusahaan bahan bakar dari Belanda yang saat itu sedang melakukan kegiatan aksi sosial dalam rangka merayakan hari lebaran kepada salah satu panti asuhan di Jakarta. Ideka *creative* berkesempatan untuk menjadi tim dokumentasi dari kegiatan tersebut.

1. Penerimaan Brief dan Pengerjaan Tahap Awal

Dalam pengerjaan *color grading event* Shell di panti asuhan, penulis ditugaskan untuk menyempurnakan foto dari segi warna. Brief tugas diterima secara langsung saat penulis mendatangi Little Red Dot di cabang Gading Serpong. Sebelum melakukan tugas, penulis melakukan pemindahan file dari *hardisk* perusahaan ke *device* pribadi penulis. Dari foto yang penulis terima, foto tersebut belum memiliki *white balance* yang baik, maka dari itu penulis ditugaskan untuk melakukan *color correction* pada foto *event* tersebut. Berikut hasil yang foto yang sudah penulis edit.

2. Pengerjaan dan Revisi

Selanjutnya, penulis masuk kepada tahap pengerjaan. Pengerjaan dimulai dari pemilihan file yang akan digunakan. Berikut adalah beberapa foto yang akan digunakan.

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 3.26 Foto yang Akan Dikerjakan

Setelah melakukan pemilihan file foto, selanjutnya penulis melakukan pengerjaan *color correction* terhadap semua foto. Karena foto yang telah diambil sebelumnya, memiliki perbedaan warna pada setiap foto. Penulis menggunakan aplikasi photoshop untuk melakukan *editing* warna. Berikut adalah dokumentasi pengerjaannya.



Gambar 3.27 Proses Pengerjaan

Berikut adalah perbandingan sebelum dan sesudah pengerjaan *editing* foto event Shell.

U
NIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.28 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Pengerjakan dilakukan tanpa ada revisi. Dan selanjutnya, penulis melakukan beberapa finalisasi framing foto agar objek foto menjadi lebih jelas.

3. Finalisasi

Setelah melakukan preview terhadap warna, selanjutnya penulis melakukan finalisasi terhadap beberapa foto yang belum sesuai secara teori rule of third yang membuat objek foto kurang tersorot.

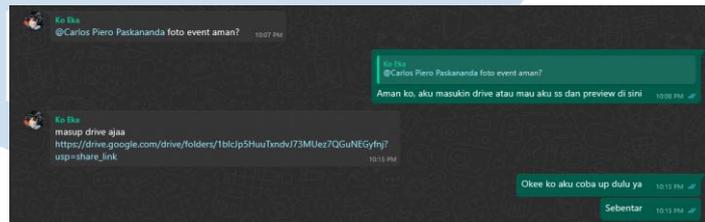


Gambar 3.29 Finalisasi Framing

Pada tahap ini, penulis, melakukan *framing* pada aplikasi Adobe Photoshoop dengan menggunakan metode *rule of third* untuk membuat objek foto menjadi lebih tersorot dan menjadi fokus utama foto.

4. Penyerahan File Akhir

Setelah semua foto tersebut telah dinyatakan selesai dari proses *editing*, selanjutnya penulis mengumpulkan setiap foto dengan format .JPG dengan alasan agar foto yang telah di-*edit* masih memiliki detail yang jelas dan memasukannya ke dalam satu folder kemudian diberikan kepada *supervisor head of production* selaku *supervisor* yang mengelola tugas produksi via google drive.



Gambar 3.30 Bukti Penyerahan File

Dari tugas ini, penulis menjadi lebih peka terhadap warna dari foto dan sekaligus mempelajari framing saat melaksanakan foto terutama foto *event*.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam kurun waktu empat enam bulan menjalani magang di Ideka Creative, penulis mendapatkan kendala dalam proses pengerjaan. Kendala-kendala tersebut merupakan hal yang lumrah terjadi. Berikut adalah kendala dan solusi atas kendala yang penulis alami selama pelaksanaan magang.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala yang penulis alami selama pelaksanaan magang yang sudah berjalan 6 bulan ini adalah sebagai berikut:

1. Minimnya wawasan terhadap brand yang sedang dikerjakan. Pada awal magang, penulis masih belum mengetahui banyak informasi dari brand yang sedang dipegang oleh perusahaan. Hal tersebut membuat tidak sempat mengenail, melatih, menyesuaikan gaya desain terhadap suatu brand, akibatnya pada priode awal magang, penulis cukup lambat untuk menyesuaikan diri terhadap brand.
2. Kurangnya eksplorasi terhadap desain dan angel video. Dari beberapa tugas yang penulis sudah kerjakan, penulis merasa bahwa baik layout desain atau pengambilan video, masih terasa kurang eksplorasi dan terkesan monotone, yang membuat hasil desain atau video yang menjadi tanggung jawab penulis terlihat identik dan tidak menarik.
3. Deadline yang ambigu. Deadline merupakan salah satu motivasi penulis dalam menyelesaikan suatu tugas. Dengan hadirnya deadline yang longgar, membuat penulis menyepelekan tugas yang sudah diberikan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk terus mengembangkan kemambuan, penulis mencari solusi terhadap permasalahan diatas yang dapat membantu penulis untuk lebih mudah dalam bekerja solusi solusi yang penulis temukan adalah sebagai berikut.

1. Lebih sering berinteraksi. Untuk lebih mengenal karakteristik dari brand yang akan menggunakan jasa Ideka *Creative*, penulis mulai lebih sering berinteraksi dan bertukar pikiran dengan supervisor selaku orang yang lebih mengerti terhadap brand yang akan menggunakan jasa perusahaan. Hal tersebut, membuat penulis memiliki banyak waktu untuk mengenali karakter dari brand tersebut dan menyiapkan diri sebelum mengerjakan desain.

2. Melakukan eksplorasi.

Penulis menjadi lebih peka terhadap pentingnya reverensi terutama teknis tertentu dalam penciptaan suatu visual. maka dari itu berlatih lewat reverensi merupakan solusi dari permasalahan tersebut.

3. Menentukan Deadline Secara mandiri.

Mencatat dan menentukan deadline sendiri terhadap suatu tugas membuat *flow* pekerjaan penulis lebih teratur dan tidak menyepelekan pekerjaan yang telah diberikan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA