

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

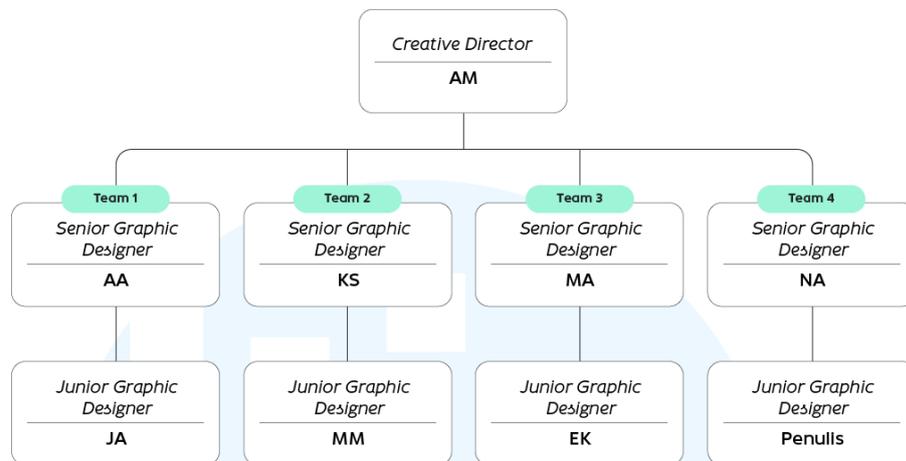
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis melakukan program magang dengan ditempatkan dalam satu tim yang terdiri atas satu *Senior Graphic Designer* (NA) dan satu *Junior Graphic Designer* (penulis). Penulis berkesempatan untuk memberikan kontribusi dengan mengikuti *brief project* yang diberikan oleh *Senior Graphic Designer* (NA) dan *Creative Director* (AM). Penulis memberikan kontribusinya melalui *project research, brainstorming*, menyusun referensi, merancang konsep, mengeksplorasi dan merancang aset visual (ilustrasi maupun vektor), *layouting, photoshoot, video shoot, video editing, copywriting*, dan menjadi *talent*.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Kedudukan penulis selama magang adalah sebagai *Junior Graphic Designer*. Mutualist Creatives memiliki struktur kedudukan yang sederhana karena merupakan studio desain yang berada dalam tahap perkembangan sehingga karyawan tetapnya berkisar 4 hingga 5 orang (apabila dihitung dengan *Intern* saat ini maka akan terhitung hingga 8 orang), akan tetapi *client-client* yang ditangani oleh Mutualist Creatives berskala nasional dan internasional. Oleh karena itu, Mutualist Creatives hanya memiliki satu *Creative Director* yang mengarahkan empat tim dengan satu *Senior Graphic Designer* dan satu *Junior Graphic Designer*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.1 Struktur Organisasi
Sumber: Mutualist Creatives (2025)

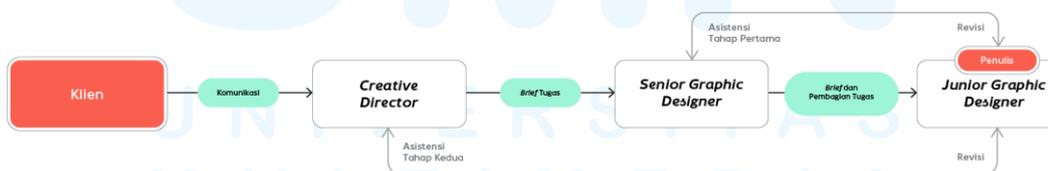
Berdasarkan kedudukannya, *Creative Director* dan *founder* memiliki kedudukan tertinggi dan bertanggung jawab atas keseluruhan kinerja tim dan proyek. *Senior graphic designer* berada tepat di bawah kedudukan *Creative Director* dan bertanggung jawab atas keseluruhan proyek (perancangan *timeline*, pembagian penugasan, *researching*, dan perancangan *mandatory key visual*), dan memantau kinerja *Junior Graphic Designer*. *Junior graphic designer* berada di bawah bimbingan *Senior Graphic Designer* dan umumnya bertugas untuk mengikuti *brief* dari *Creative Director* maupun *Senior Graphic Designer*.

Dalam Mutualist Creatives terdapat empat *team* yang masing-masing terdiri atas satu *Senior Graphic Designer* dan satu *Junior Graphic Designer*. Masing-masing *team* memiliki tanggung jawab masing-masing. *Team* satu memiliki tanggung jawab untuk mengerjakan *client* Tasty Fruit (media sosial dan *branding*), dan *initiative project rebranding* Beach Boy Canggus. *Team* dua memiliki tanggung jawab untuk mengerjakan *client* Tip&Toe (media sosial), Aythaya winery (*kemasan design*), dan Origin (media sosial). *Team* tiga memiliki tanggung jawab untuk mengerjakan *client* Khaya Luxury (*branding* dan media sosial), dan Willder (*branding* dan *kemasan design*). *Team* empat memiliki tanggung jawab untuk mengerjakan *client* Moss.jkt (media sosial), dan *branding* Kokara (aplikasi *webcomic* Indonesia).

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama penulis melakukan magang di Mutualist Creatives, penulis menemukan bahwa koordinasi pekerjaan cukup fleksibel karena pengaruh struktur perusahaan yang sederhana. Alur koordinasi dimulai dengan klien yang membutuhkan jasa desain Mutualist Creatives. Klien melakukan komunikasi dan proses *dealing* melalui penandatanganan MoU dan pembayaran kepada *Creative Director*. Setelah itu, *Creative Director* akan menyusun *brief* untuk diberikan kepada *Senior Graphic Designer* dan *Junior Graphic Designer*. *Senior graphic designer* kemudian membagi penugasan dengan *Junior Graphic Designer*.

Pembagian penugasan umumnya pada bagian *brainstorming*, *mindmapping*, perancangan aset visual, perancangan desain kolateral, dan hal lain yang berkaitan dengan proses desain. *Junior graphic designer* melakukan bagiannya sesuai dengan *brief* lalu mengasistensikannya kepada *Senior Graphic Designer*. Setelah melakukan asistensi dengan *Senior Graphic Designer* dan melakukan revisi (bila ada), *Junior Graphic Designer* melanjutkan dengan mengasistensikan hasil desain maupun revisi desain dengan *Creative Director*. Keseluruhan asistensi dilakukan secara langsung (verbal), maupun melalui WhatsApp. Setelah hasil desain disetujui oleh *Creative Director*, *Creative Director* kemudian mengirimkannya kepada klien sebagai proses *acceptance* atau revisi. Berikut adalah penjelasan alur koordinasi secara lebih sederhana.



Gambar 3.2 Alur Koordinasi

Progress kerja setiap harinya dipantau melalui *update* setiap selesai kerja (jam 5 sore) melalui WhatsApp. Selain itu, *Creative Director* juga selalu menanyakan, mengasistensikan, atau meng-*assign* pekerjaan kepada *designer* setiap paginya. Hasil desain final dimasukkan ke dalam google drive yang

disediakan dengan format penamaan: Kode klien_Jenis file desain_Kode desainer_Tanggal/bulan/tahun_Versi file. *Link* Google Drive tersebut yang diberikan kepada klien (hasil final). Selain itu, ada pula *file* yang dimasukkan ke dalam *hard disc*, seperti hasil foto, video, dan desain sehingga dapat disimpan secara lebih lama untuk keperluan *backup*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama magang berlangsung, penulis mengajukan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan pada hari kerja melalui *website* Merdeka UMN pada laman *daily task*. Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis dalam magang di Mutualist Creatives berada dalam ranah *graphic designer, photography, videography, photo* dan *video editor*, serta ilustrasi. Dalam bagan berikut, penulis akan menjabarkan keseluruhan pekerjaan yang dilakukan selama 640 jam kerja yang diwajibkan oleh kampus.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	03—07 Februari 2025	Desain kolateral Khaya Luxury Villas	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Briefing</i> pekerjaan untuk brand Khaya Luxury Villas oleh <i>Senior Graphic Designer</i> (MA). • Melakukan pembagian pekerjaan terkait pembuatan desain kolateral bersama EK (<i>graphic design intern</i>). • Mengerjakan desain untuk desain <i>door hanger</i>, signage (keterangan “Gantung handuk jika masih dipakai”), keset toilet, <i>wifi information</i>, <i>name card</i>, <i>kemasan toiletries</i>, stiker kiblata, <i>hair dryer bag</i>, dan <i>slippers paper bag</i> untuk brand Khaya Luxury Villas. • Melakukan eksplorasi ilustrasi untuk <i>menu board</i>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			<p>dengan menggunakan gaya ilustrasi <i>watercolor</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>test print</i> terkait desain (<i>printed</i>) yang telah dibuat. • Melakukan asistensi dan revisi terkait desain yang telah dirancang bersama <i>Senior Graphic Designer</i> (MA) dan <i>Creative Director</i> (AM).
2	10—14 Februari 2025	Desain kolateral Khaya Luxury Villas	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>test print</i> kembali pada <i>printed design</i> untuk diajukan kepada AM selaku <i>Creative Director</i>. • Melakukan eksplorasi desain <i>layout</i> untuk <i>menu board</i> Khaya (14cm x 29,7cm). • Mengeksplorasi ilustrasi <i>menu board</i> (<i>sate, pancake, scrambled egg, dan avocado toast</i>). • Melakukan revisi untuk ilustrasi yang telah dikerjakan berdasarkan asistensi dari AM dan MA. • Menyusun PPT untuk <i>pitching</i> ke <i>client</i> Khaya Villas bersama EK dan MA. • Berprogres dalam perancangan desain <i>post feeds</i> Instagram Mutualist Creatives.
3	17—21 Februari 2025	<i>Feeds</i> Instagram Post @mutualistcreatives	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang ilustrasi dan <i>layout</i> untuk Instagram <i>Feeds</i> Mutualist Creatives. • Mengasistensi hasil desain Instagram <i>Feeds</i> Mutualist Creatives. • Finalisasi hasil desain post Instagram <i>Feeds</i> Mutualist Creatives dan mengunggahnya.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
		Talent <i>videoshoot</i> Albatross	Menjadi <i>talent</i> untuk <i>videoshoot</i> Albatross yang dilakukan di tempat golf Albatross. Konten meliputi promosi dan informasi <i>event</i> Albatross.
		Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> Eksplorasi <i>template layout</i> untuk media sosial Moss. Melakukan presentasi bersama dengan <i>client</i>, <i>Senior Graphic Designer</i>, dan <i>Creative Director</i>.
4	24—28 Februari 2025	<i>Branding</i> Kokara	Melakukan <i>in-depth competitor research</i> Kokara.
		Desain kolateral Khaya Luxury Villas	<ul style="list-style-type: none"> Pembagian tugas ilustrasi <i>menu board</i> yang sudah <i>fix</i>. Merancang sketsa ilustrasi <i>menu board</i>.
		Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> <i>Photoshoot</i> dan <i>videoshoot</i> Moss bersama dengan <i>Senior Graphic Designer</i> dan <i>Creative Director</i>. Edit foto dari <i>photoshoot</i> Moss. Merancang <i>story</i> Instagram Moss dan melakukan asistensi serta revisi berdasarkan masukan dari <i>Senior Graphic Designer</i> dan <i>Creative Director</i>.
5	03—07 Maret 2025	Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> Merancang desain <i>story</i> Instagram Moss bulan Maret. Mengedit video untuk <i>reels</i> Instagram Moss. Melakukan revisi desain <i>story</i> dan <i>reels</i> Instagram Moss bulan Maret.
		Desain kolateral Khaya Luxury Villas	Revisi dan finalisasi ilustrasi <i>menu board</i> (mie goreng jawa).

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
		<i>Branding</i> Kokara	Merancang referensi dan eksplorasi logo.
6	10—14 Maret 2025	Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan eksplorasi <i>feeds</i> dan <i>reels</i> Instagram Moss untuk bulan April. • Merancang <i>reels</i> Instagram Moss untuk bulan April.
7	17—21 Maret 2025	Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang <i>storyboard motion graphic</i> logo Moss. • Eksplorasi <i>feeds</i> Moss untuk bulan April. • Melakukan <i>photoshoot</i> dan <i>videoshoot</i> di Moss. • Melakukan edit foto Moss. • Merancang <i>reels</i>, <i>feeds</i>, dan <i>story</i> Instagram Moss untuk bulan April. • Melakukan revisi untuk <i>feeds</i> Instagram Moss.
		<i>Branding</i> Kokara	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dalam merancang <i>timeline</i> pengerjaan <i>branding</i> Kokara bersama dengan <i>Senior Graphic Designer</i> lalu mengasistensikannya kepada <i>Creative Director</i>. • Melakukan <i>meeting</i> bersama dengan tim Kokara untuk membahas <i>timeline</i>.
8	24—27 Maret 2025	<i>Branding</i> Kokara	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>research competitor</i> Kokara secara lebih mendalam. • Melakukan eksplorasi logo Kokara (<i>colored</i>).
		Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>shooting photoshoot</i> dan <i>videoshoot</i> Moss. • Mengedit foto dari <i>photoshoot</i> Moss. • Merancang desain <i>story</i> Instagram Moss bulan April.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
9	07—11 April 2025	<i>Branding</i> Kokara	<ul style="list-style-type: none"> Berprogres dalam perancangan <i>key visual</i> Kokara Melakukan <i>meeting</i> bersama dengan tim Kokara untuk membahas <i>milestone 1</i> untuk <i>branding</i>. Merancang presentasi Kokara bersama dengan <i>Senior Graphic Designer</i>. Melakukan <i>meeting</i> dengan tim Kokara untuk membahas <i>milestone 1</i> (<i>research, colors, typography, dan logo alternatives</i>) di kantor Kokara (Jakarta Pusat).
		Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> Merancang konten <i>story</i> Instagram Moss. Berprogres dalam <i>reels</i> Instagram Moss. Melakukan revisi desain <i>story</i> Moss. Merancang referensi <i>photoshoot</i> dan <i>videoshoot</i> Moss.
10	14—17 April 2025	Talent <i>videoshoot</i> Origin	Menjadi <i>talent</i> untuk <i>videoshoot</i> Origin.
		<i>Branding</i> Kokara	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>meeting</i> bersama tim Kokara. Melakukan revisi logo alternatif Kokara berdasarkan diskusi bersama tim Kokara. Melakukan eksplorasi untuk hasil revisi logo Kokara
		Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> Mempersiapkan kebutuhan untuk <i>shooting</i> Moss pada tanggal; 17 April. Melakukan <i>shooting photoshoot</i> dan <i>videoshoot</i> Moss

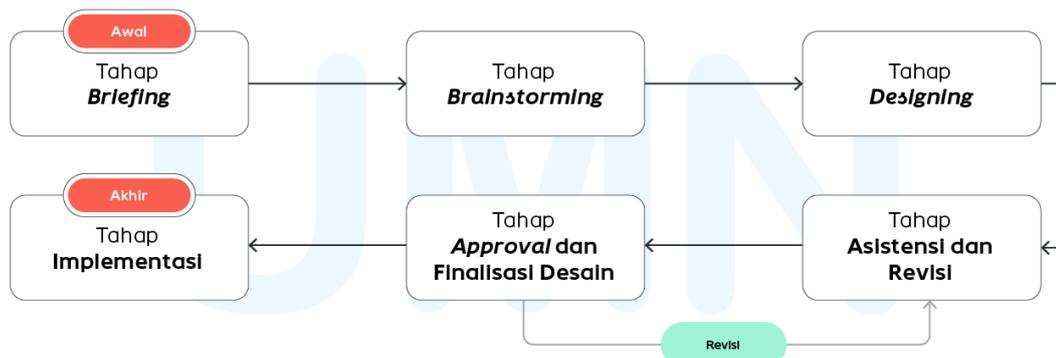
Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
11	21—25 April 2025	Media sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang Moss <i>Monthly Report</i> • Mengedit dan merevisi hasil edit foto Moss. • Merancang <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram Moss untuk bulan Mei. • Merancang <i>motion graphics</i> untuk <i>feeds</i> Instagram bulan Mei.
		Branding Kokara	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>meeting</i> bersama dengan tim Kokara untuk membahas desain logo. • Melakukan revisi logo Kokara berdasarkan masukan dari <i>meeting</i> sebelumnya.
12	28 April— 02 Mei 2025	Branding Kokara	Merancang <i>mockup</i> Kokara (<i>splash screen</i> pada aplikasi dan kartu nama). Eksplorasi <i>icon</i> pada aplikasi.
		Media Sosial Moss	Menyelesaikan keseluruhan desain Instagram <i>Story</i> Moss. Melakukan <i>renaming files</i> dan mengunggah file desain ke google drive.
13	05 Mei— 09 Mei 2025	Branding Kokara	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>meeting</i> bersama tim Kokara untuk membahas desain ilustrasi dan ikon. • Merancang <i>brand narrative</i> untuk <i>branding</i> Kokara di dalam <i>deck</i>. • Melakukan eksplorasi revisi desain ikon Kokara.
		Media Sosial Moss	Merancang Moss <i>Social Media Monthly Report</i> untuk bulan April.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
14	12 Mei— 16 Mei 2025	<i>Branding Kokara</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Meet Milestone 2</i> dan 3 bersama tim Kokara. • Merancang <i>sample messaging</i> untuk <i>do's and don'ts</i> versi bahasa Indonesia. • Ilustrasi <i>currency</i> Kokara (Kokens). • Merancang alternatif warna untuk ikon. • Melanjutkan eksplorasi ilustrasi Kokara.
15	19 Mei— 23 Mei 2025	<i>Branding Kokara</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang <i>coloring</i> untuk <i>dark mode illustration</i>. • Progress pewarnaan untuk ilustrasi <i>dark mode</i>. • Merancang poster untuk kebutuhan <i>mockup promotion</i> Kokara. • <i>Meet Kokara Pre-Milestone 4</i>
		Media Sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> • Berprogres dalam merancang referensi untuk <i>shooting</i> Moss mendatang. • Merancang desain polaroid untuk kebutuhan <i>shooting</i> Moss. • <i>Shooting</i> Moss
		<i>Feeds</i> Instagram Post @mutualistcreatives	Melakukan <i>brainstorming</i> ide untuk <i>post</i> kolaborasi antara penulis dengan EK (<i>Junior Graphic Designer</i>) dan menyusunnya pada Canva.
16	26 Mei— 30 Mei 2025	<i>Branding Kokara</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan eksplorasi revisi ilustrasi Kokara secara keseluruhan • Melakukan vektorisasi ilustrasi Kokara
		<i>Feeds</i> Instagram Post @mutualistcreatives	Melanjutkan <i>brainstorming</i> ide konten untuk <i>post</i> kolaborasi antara penulis dengan EK (<i>Junior Graphic Designer</i>) dan menyusunnya pada Google Docs.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
		Media Sosial Moss	Merancang <i>reels</i> Moss untuk bulan Juni.
17	02—06 Juni 2025	<i>Branding</i> Kokara	<ul style="list-style-type: none"> Melanjutkan eksplorasi ilustrasi Kokara. Finalisasi ilustrasi Kokara <i>Meeting Milestone</i> 4.
		Media Sosial Moss	<ul style="list-style-type: none"> Merancang <i>story</i> Moss untuk bulan Juni. Merancang desain sleeve untuk kemasan <i>pint</i> es krim.

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama penulis menjalankan magang sebagai *graphic design intern* di Mutualist Creatives, penulis menjalankan tanggung jawab sebagai *graphic designer, photographer, videographer, video* dan *photo editor*, serta *illustrator*. Namun, sebagian besar pekerjaan yang dilakukan adalah sebagai *graphic designer, photographer, dan photo and video editor*. Penulis menjalankan sistem desain yang diterapkan dalam Mutualist Creatives, yaitu dengan skema sebagai berikut.



Gambar 3.3 Skema Proses Desain Mutualist

Berdasarkan skema yang telah dicantumkan, maka ada enam tahapan proses desain yang diterapkan dalam Mutualist Creatives, yaitu: tahap *Briefing*, tahap *Brainstorming*, tahap *Designing*, tahap Asistensi dan Revisi, tahap *Approval* dan Finalisasi Desain, serta tahap Implementasi. Berikut penjelasan dari masing-masing prosesnya.

1. Tahap *Briefing*

Tahap *briefing* adalah proses penerimaan *brief* dari *Creative Director* ataupun *Senior Graphic Designer*. Pada awal program magang, penulis mendapatkan *brief* tambahan menggunakan aplikasi Clickup. Namun untuk proyek-proyek selanjutnya, penulis mendapatkan *brief* secara langsung saat *Work From Office* (WFO) berlangsung atau melalui WhatsApp. Dalam proses *briefing*, penulis menanyakan beberapa hal untuk memperjelas informasi untuk kebutuhan desain. Jika ditemukan ketidakjelasan dalam sebuah *brief* maka *Creative Director* (AM) atau *Senior Graphic Designer* (NA) akan menanyakan kejelasannya kepada *client*.

2. Tahap *Brainstorming*

Tahap *Brainstorming* adalah sebuah proses dimana penulis bersama dengan *Senior Graphic Designer* (NA) melakukan *brainstorming* untuk mengumpulkan referensi-referensi desain yang telah disesuaikan dengan informasi dari tahap *briefing*. Penulis dan *Senior Graphic Designer* merancang referensi yang dibagi berdasarkan kebutuhannya, seperti referensi *layout*, referensi logo, referensi ilustrasi, dan sebagainya. Setelah itu, referensi diajukan kepada *Creative Director* (AM) untuk mendapatkan *insight* baru dan *approval* untuk arah desain selanjutnya yang disesuaikan dengan referensi.

3. Tahap *Designing*

Tahap *designing* adalah proses dimana penulis bersama dengan *Senior Graphic Designer* membagi penugasan dan memulai supaya alur pekerjaan lebih efisien serta mulai mengerjakan penugasan. Penulis menggunakan *software* Adobe (Illustrator, Photoshop, InDesign, Lightroom, dan After Effects), Procreate, serta Capcut. *Software* yang paling sering digunakan oleh penulis adalah Adobe Illustrator, Adobe

Photoshop, Adobe Lightroom, dan Capcut, sesuai dengan jenis proyek yang paling banyak dikerjakan oleh penulis.

Penulis menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe InDesign untuk merancang *layout* dan aset-aset visual yang bersifat *vector* dan dapat disesuaikan ukurannya tanpa mengubah kualitasnya. Penulis juga menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Lightroom untuk mengedit foto. Penulis menggunakan Adobe Photoshop untuk mengedit foto dalam jumlah sedikit, *digital imaging*, dan menghilangkan *background* untuk kebutuhan desain. Adobe Lightroom digunakan untuk mengedit foto dalam jumlah banyak. Penulis sering menggunakan Adobe Photoshop bersamaan dengan Adobe Lightroom untuk memperbaiki *edit* dari Adobe Lightroom. Penulis menggunakan Adobe After Effects untuk mengedit *motion graphics*, *masking*, dan *rotoscoping*. Penulis umumnya menggunakan Adobe After Effects bersamaan dengan Capcut. Adobe After Effects digunakan untuk mengedit video (*motion graphics*, *rotoscope*, dan *masking*) yang tidak dapat dilakukan pada Capcut Free secara lebih efisien.

Selain dari *software* Adobe, penulis juga menggunakan *software* lain seperti Procreate dan Capcut. Penulis menggunakan Procreate untuk ilustrasi karena cukup fleksibel, mudah digunakan, dan penulis telah cukup menguasai *tools* dalam Procreate. Penulis juga menggunakan Capcut untuk mengedit video. Penulis menggunakan Capcut karena mudah untuk digunakan, fitur yang banyak, tidak terlalu berat aplikasinya, serta proses *saving* yang cepat sehingga sesuai untuk edit video yang tidak terlalu kompleks.

4. Tahap Asistensi dan Revisi

Tahap asistensi dan revisi adalah tahapan dimana penulis melakukan asistensi bersama dengan *Senior Graphic Designer* untuk setiap proses perancangan, seperti sketsa dan hasil jadi desain. Hal ini ditujukan untuk mendapatkan *insight* dan perspektif baru akan desain yang telah dibuat.

Penulis juga melakukan asistensi bersama dengan *Creative Director*. Hal yang diasistensikan, antara lain: Komposisi desain secara keseluruhan (penempatan aset visual), *copywriting* yang digunakan, *readability*, dan lainnya. Setelah mendapatkan asistensi baik dari *Senior Graphic Designer* atau *Creative Director*, penulis melakukan revisi sesuai masukan hingga sesuai.

5. Tahap *Approval* dan Finalisasi Desain

Tahap finalisasi desain adalah tahapan dimana penulis memberikan hasil revisi terakhir kepada *Senior Graphic Designer* bersama dengan *Creative Director* untuk kemudian diperlihatkan kepada *client*. Hasil yang diberikan kepada *client* dikumpulkan dalam satu *template* presentasi kemudian dipresentasikan kepada *client*. Bila *client* sudah menyetujui hasilnya, maka akan dilanjutkan ke tahap implementasi. Namun, bila *client* masih memerlukan tambahan atau memberikan revisi desain, maka akan kembali ke tahap asistensi dan revisi. Jumlah revisi yang diberikan disesuaikan dengan kontrak *client*.

6. Tahap Implementasi

Tahap implementasi merupakan tahap akhir dalam proses perancangan desain, di mana penulis mengaplikasikan desain ke dalam media tertentu atau menyerahkan hasil desain kepada klien. Setelah melalui *approval* bersama *client*, hasil desain kemudian diunggah ke dalam *hard drive* kantor atau *google drive* sesuai dengan nama *client*. Desain kemudian diimplementasikan sesuai dengan kebutuhannya, baik itu diunggah melalui media sosial atau dicetak. Untuk desain yang berkaitan dengan media sosial, penulis bersama dengan *Senior Graphic Designer* merancang *monthly report* untuk kemudian ditunjukkan kepada *client*. *Monthly report* tersebut mencakup *insights* media sosial, *content overview*, *top posts*, *key learnings*, dan *recommendations*.

Berdasarkan uraian pelaksanaan magang yang telah dijelaskan, penulis akan menjelaskan proyek-proyek yang dikerjakan penulis selama bekerja sebagai *graphic design intern* di Mutualist Creatives. Penulis akan menjelaskan lima proyek yang dikerjakan dengan dibagi menjadi satu tugas utama dan empat tugas tambahan.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

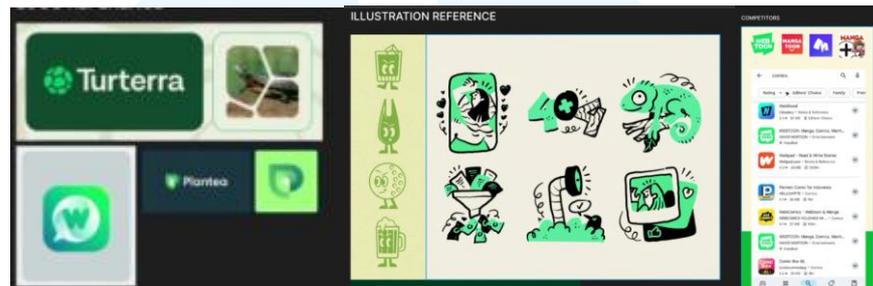
Kokara adalah sebuah aplikasi yang akan dirilis oleh perusahaan yang bernama Visi8. Visi8 adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang media dan *entertainment Intellectual Property* (IP). Visi8 memiliki misi untuk mentransformasi karya ke berbagai bentuk, seperti dari komik ke film 2D dan 3D animasi (Visi8, 2019). Kokara merupakan salah satu upaya Visi8 dalam merealisasikan misinya, yaitu dengan merilis aplikasi *webcomic* yang mendukung komik karya Indonesia namun juga tidak menutup kesempatan untuk *webcomic* yang berasal dari kreator luar Indonesia.

Dalam proyek ini, Kokara membutuhkan jasa Mutualist Creatives dalam merancang *brand identity* Kokara, yang meliputi: Perancangan logo (*logotype* dan *logogram*), palet warna, tipografi, *app icon*, *brand narrative*, *imagery* dan ilustrasi. Apabila dikaitkan dengan pilar DKV, maka proyek ini berkaitan dengan pilar identitas karena merupakan proyek *branding* untuk memberikan identitas pada aplikasi Kokara. Perancangan proyek ini menggunakan alur proses desain yang digunakan pada Mutualist Creatives, yaitu sebagai berikut.

1. Tahap *Briefing*

Penulis dan *Senior Graphic Designer* diberikan *brief* inisial oleh *Creative Director*. *Brief* yang diberikan diberitahu secara langsung, yaitu untuk merancang *branding* logo aplikasi *webcomic* Kokara (Komik Karya Ramai-ramai) dengan mengikuti arahan seperti *Graphic Standard Manual* Duolingo. Karena masih terlalu luas, maka *Creative Director* menyarankan untuk mengeksplorasi

bentuk logo dan warnanya terlebih dahulu. *Brief* inisial yang masih terlalu luas kemudian dikerucutkan pada *meeting* inisial bersama tim Kokara. Pada *meeting* ini, penulis dan *Senior Graphic Designer* diinformasikan terkait referensi yang telah disusun oleh tim Kokara melalui *software* Figma.



Gambar 3.4 Referensi Kokara

Tim Kokara telah menyusun referensi yang menjadi arahan dalam *style* logo, gaya ilustrasi, dan *competitor*. *Style* yang diinginkan oleh tim Kokara adalah *style* yang fleksibel, versatile, sederhana, dan unik. Selain memberikan *preview* dan alasan pemilihan referensi kepada penulis, *Senior Graphic Designer*, dan *Creative Director*; tim Kokara juga menjelaskan alasan akan pemilihan *style* tersebut, yaitu untuk memenuhi keywords Kokara, yaitu *fun*, *friendly*, dan *supportive*. Selain itu, terdapat juga permintaan khusus dari tim Kokara yaitu untuk merancang logo dengan keseluruhan aspeknya *gender-neutral*, menggunakan bentuk yang sederhana namun menarik, menggunakan gaya visual *korean* atau *western style*, menggunakan *shade* minimalis tapi memberikan kesan yang menyenangkan dan tidak terlalu korporat, dan ditujukan untuk target audiens berusia 18 hingga 35 tahun di Indonesia.

2. Tahap *Brainstorming*

Karena *briefing* awal bersifat lanjutan karena masih melalui proses pengecekan dan revisi kontrak, oleh karena itu penulis dan *Senior Graphic Designer* melakukan *research* terlebih dahulu, yaitu *research competitor* atau *benchmark* (Webtoon, Kakao, dan Manta).

Penelitian dilakukan dengan indikator seperti: Target market (Demografis, geografis, psikografis, dan *behavioral*), sikap ketika menggunakan aplikasi, jasa untuk pembaca dan kreator, reputasi (positif dan negatif), USP (*Unique Selling Point*), konten kompetitor, dan analisis media. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing penelitian kompetitor.



Gambar 3.5 Logo Webtoon
Sumber: <https://id.wikipedia...>

Webtoon merupakan *webcomic platform* terbesar yang berfokus pada target audiens gen-Z secara global (terkhusus Asia dan berkembang di Barat). Karakter dari target audiens adalah seorang pencari *entertainment*, *fandom-driven*, *social media oriented*, dan memiliki *spending power*. Sikap yang diharapkan dari target audiens selama menggunakan Webtoon adalah menjadi seorang pembaca setia yang menunggu *update* komik harian dai , berfokus pada genre spesifik (seperti *romance* dan *fantasy*), dan mempengaruhi atau dipengaruhi oleh komunitasnya.

Fitur paling menonjol di Webtoon adalah adanya Webtoon Canvas, yang memberikan kesempatan bagi kreator-kektor baru untuk membuat dan menerbitkan komik di Webtoon. Bila komik Kreator tersebut sukses, maka dapat berpotensi untuk menjadi kreator Webtoon Originals (kontrak dengan Webtoon). Reputasi Webtoon memiliki sisi positif dan negatif, sifatnya yang global dan *update* secara berkala memberikan reputasi yang positif, namun genre yang *overused* dan penambahan fitur berbayar untuk Webtoon yang telah

rilis lama memberikan reputasi yang negatif. *Unique Selling Point* dari Webtoon adalah implementasi konten kolaborasi dan *endorsement* dalam komiknya (*official*). Konten pada media Webtoon adalah konten yang *relatable*, *showcase comic panel*, *commercial*, dan *highlight comic*.



Gambar 3.6 Logo Aplikasi Tapas
Sumber: <https://x.com/tapas...>

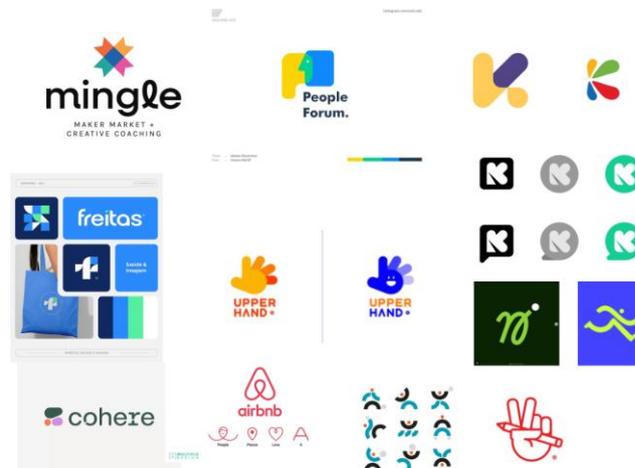
Tapas adalah *platform webcomic/webnovel* yang membebaskan kreator manapun untuk berkarya di aplikasinya sehingga sifatnya global namun berfokus pada daerah Barat (Amerika Utara). Genre yang dimiliki juga bervariasi dan *niche*. Selain genre yang bervariasi, namun *artstyle* dan plot yang digunakan juga cukup beragam karena kebebasan berkarya tersebut. Fitur yang paling menonjol adalah komunitasnya, *self-publishing*, dan *revenue sharing* melalui donasi (dengan Tapas Ink), iklan, maupun interaksi. Reputasi Tapas yang suportif dan unik memberikan reputasi yang positif untuk target audiens, namun Tapas juga tidak terlepas dari reputasi negatif karena sistem berbayar yang cukup eksesif dan banyaknya komik yang kurang berkualitas karena sistem berkarya yang dimilikinya. *USP* yang dimiliki oleh Tapas adalah fokusnya terhadap berbagai *event* yang menggandeng kreator dan pembaca supaya dapat berinteraksi bersama.



Gambar 3.7 Logo Aplikasi Manta
Sumber: <https://play.google...>

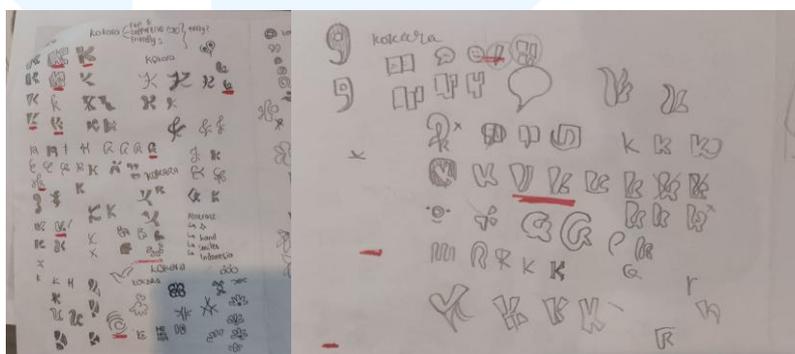
Manta adalah *platform webcomic/webnovel* yang lebih eksklusif karena memiliki sistem *subscription*. Target audiens Manta dominan wanita remaja ke dewasa yang berinisiasi untuk menjadi *premium user* dan mengutamakan efektivitas *binge-reading* (membaca secara berkelanjutan dan banyak). Komik yang ditawarkan Manta adalah komik yang terseleksi sehingga berkualitas. Hal yang membangun reputasi positif Manta selain karena kualitas komik, namun juga karena tidak adanya iklan yang bersifat memaksa (contoh: menonton dalam kurun waktu berapa detik, *pop-up*, dan sejenisnya). Namun reputasi negatifnya juga terbangun karena *genre* dan *style* komik yang lebih terbatas, tidak ada konten gratis yang selalu diperbarui, dan pilihan bahasa yang sedikit (hanya ada bahasa Inggris dan Spanyol). *USP* dari Manta adalah penjualan *merchandise* premium yang meningkatkan interaktivitas dalam komunitas komik. *Merchandise* premium yang ditawarkan adalah produk yang berasal dari dalam komik sehingga memberikan rasa kedekatan antara pembaca/komunitas dengan komik. Konten media yang diunggah oleh Manta bersifat *straight-forward*.

Setelah melakukan penelitian kompetitor, penulis dan *Senior Graphic Designer* mencari referensi untuk bentuk logo dan menyusunnya dalam sebuah referensi. Berikut adalah referensi yang dirancang oleh penulis.



Gambar 3.8 Referensi Logo Kokara

Berdasarkan referensi yang dirancang oleh penulis, penulis bertujuan untuk menciptakan sebuah logo yang terinspirasi dari bentuk yang sederhana namun berfilosofi sehingga membentuk sebuah keunikan dan sifat *distinctive*.



Gambar 3.9 Sketsa Logo Kokara

Penulis mulai mengeksplorasi berbagai alternatif bentuk logo dengan menggunakan referensi yang telah dirancang sebagai acuan. Penulis melakukan eksplorasi logo dengan merancang sketsa alternatif logo pada kertas. Sketsa ini merupakan acuan untuk digitalisasi yang dilakukan penulis pada tahap *designing*.

3. Tahap *Designing*

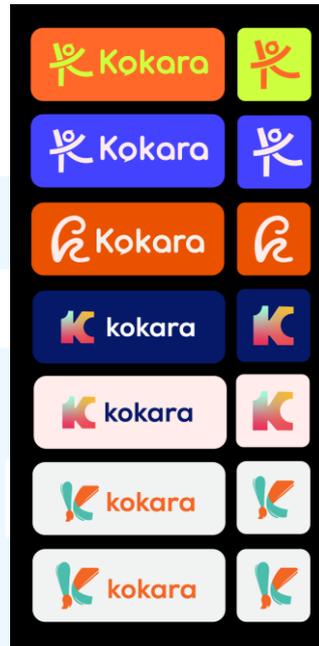
Penulis merancang logo dengan menggambar berbagai sketsa logo di kertas, yang kemudian didigitalisasi melalui *software* Adobe Illustrator.



Gambar 3.10 Sketsa Digital Logo Kokara

Penulis merancang desain logo dengan warna hitam dan putih, untuk melihat *form* nya terlebih dahulu melalui Adobe Illustrator. Penulis menggunakan *tools* berupa *pen tool*, *shapebuilder*, *shape*, dan *pencil*. Barulah setelah itu, penulis mengambil empat bentuk logo yang paling potensial. Penulis menyempurnakan keempat alternatif logo yang telah dipilih tersebut dengan meminta pendapat kepada *Creative Director* dan *Senior Graphic Designer*. Selain logomark, penulis juga merancang *logotype* dari Kokara dengan menggunakan *typeface* Comfortaa, Tilt Warp, dan Figtree. Jenis *typeface* yang digunakan adalah *sans serif* karena bentuknya yang tidak tajam dan tidak memiliki kait sehingga sesuai dengan *keywords* Kokara (*fun*, *friendly*, dan *supportive*), modern, mudah diidentifikasi, dan dibaca di media *digital* sehingga sesuai dengan pernyataan Landa (2019, h. 42) dan Dogusoy et al (2016, h. 8).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.11 Kumpulan Alternatif Logo Kokara

Penulis mengoordinasikan masing-masing sketsa logo dengan warna yang dipilih. Penulis merancang empat alternatif logo dengan filosofinya masing-masing.



Gambar 3.12 Alternatif Logo Kokara 1

Logo alternatif pertama merupakan gabungan dari bentuk sederhana yang secara keseluruhan membentuk huruf “K” dan pose bahagia. Pada bagian *logotype*, terdapat aksesoris *bubble chat* pada huruf “o” yang dikoordinasikan dengan bentuk kepala pada logomark. Filosofi dari alternatif logo ini adalah harapan bahwa Kokara dapat memberikan kebahagiaan bagi target audiens nya. Penulis

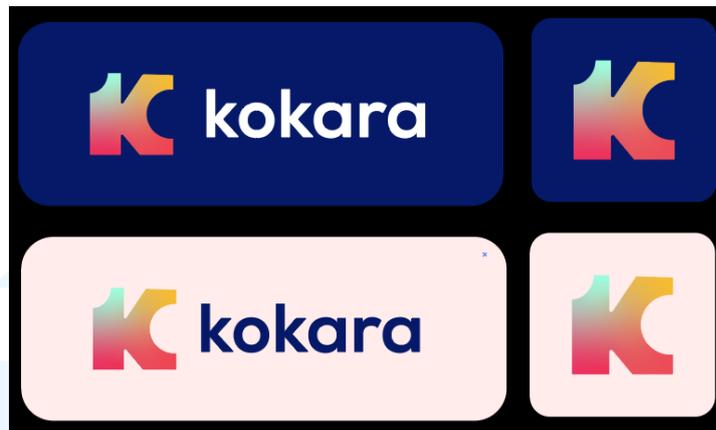
memberikan dua warna alternatif untuk alternatif logo pertama, yaitu warna oranye (#FF6829) dan kuning (#CDFF3E) serta warna ungu kebiruan (#4342FF) dan putih (#FFECEB). Pemilihan warna oranye ditujukan untuk memberikan kesan hangat dan kreativitas, sedangkan warna kuning ditujukan untuk memberikan kesan bahagia pada logo. Warna Ungu memberikan kesan imajinasi dan warna biru memberikan kesan kepercayaan, sedangkan warna putih memberikan kesan bersih dan minimalis, serta memberikan kontras (Adams & Stone, 2017).



Gambar 3.13 Alternatif Logo Kokara 2

Logo alternatif kedua merupakan logo yang terinspirasi dari bentuk *cursive* tinta. Hal ini menggambarkan keluwesan dalam berkarya bagi kreator. Untuk logotype menggunakan alternatif yang sama dengan alternatif pertama untuk melihat bentuk keseluruhannya sebagai logo yang utuh. Warna yang digunakan adalah warna oranye pekat (#EA5200) yaitu untuk memberikan kesan kreativitas dan keramahan (Adams & Stone, 2017), serta warna putih (#FFECEB) untuk memberikan kontras.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.14 Alternatif Logo Kokara 3

Logo alternatif ketiga adalah logo yang menggambarkan huruf “K” dengan beaks gigitan. Hal tersebut dikarenakan tim Kokara ingin mengimplementasikan sistem komunitas dalam aplikasi Kokara yang disebut “Bitesize”. Penulis terinspirasi dari sebutan “Bite” (yang berarti gigitan) dalam “Bitesize” dan memasukkannya sebagai bekas gigitan ke logo. Logo alternatif ketiga ini digunakan untuk meng-*highlight* fitur pada aplikasi. Warna yang digunakan pada logo ketiga adalah *gradient*, yaitu: biru muda (#AAE0C8), kuning (#F3BA37), dan merah muda (#EB355D), serta *secondary color* berwarna biru tua (#061968) dan putih (#FFECEB). Penggunaan campuran warna biru, kuning, dan merah muda adalah untuk memberikan kesan muda, rasa cinta, kebahagiaan, dan kredibilitas. Warna sekunder biru tua dan putih ditujukan untuk memberikan kontras pada warna primer.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

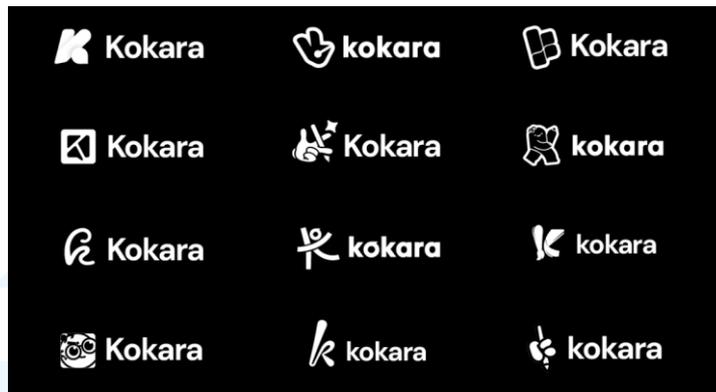


Gambar 3.15 Alternatif Logo Kokara 4

Logo alternatif keempat terinspirasi dari kuas dan lembaran kertas serta goresan tinta sehingga dapat diasosiasikan dengan kreator dan karyanya (komik). Sebagaimana kuas dan kertas dapat merujuk pada proses berkreasi. Warna hijau kebiruan dan oranye digunakan untuk memberikan kesan muda, kreatif, dan menyenangkan.

4. Tahap Asistensi dan Revisi

Logo alternatif yang sudah disempurnakan kemudian diasistensikan kepada *Senior Graphic Designer* dan *Creative Director*. Berdasarkan hasil diskusi, logo yang terpilih adalah alternatif logo satu, dua, dan empat. Logo tersebut dipilih karena memiliki koneksi yang lebih signifikan terhadap *keywords* Kokara, dan bentuknya memiliki keunikan. Namun, logo masih perlu untuk dipoles lebih lanjut. Selain itu, warna yang dipilih adalah warna yang digunakan oleh *Senior Graphic Designer*.



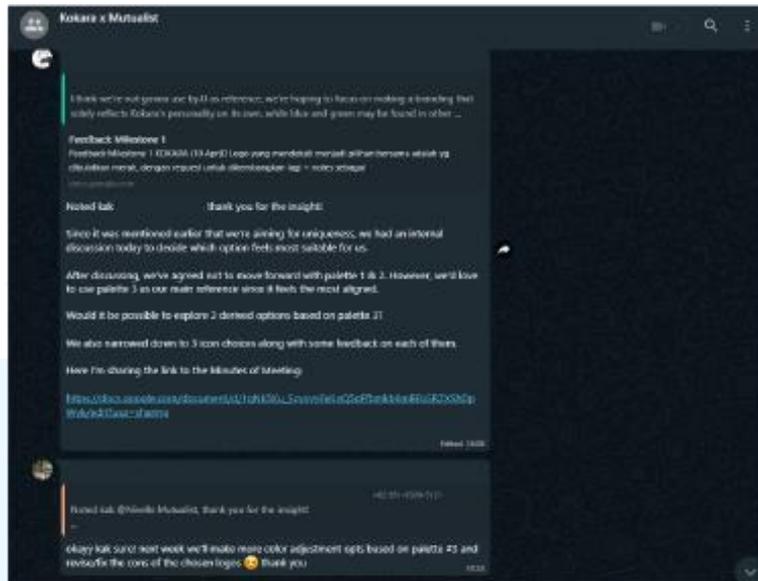
Gambar 3.16 Kumpulan Logo Alternatif Kokara

Bersama dengan *Senior Graphic Designer*, logo-logo tersebut diperbaiki dan dipoles kembali supaya lebih rapi saat dipresentasikan kepada *client*. Setelah diperbaiki, logo-logo beserta alternatif *color palette* penulis dan *Senior Graphic Designer* dikumpulkan ke dalam satu *template presentation* untuk dipresentasikan saat *meeting* bersama *client*.



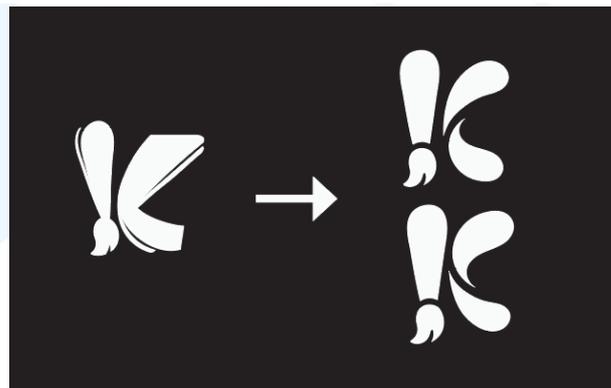
Gambar 3.17 Revisi Logo dan *Mockup* Warna

Beberapa hari setelah *meeting* bersama *client*, *client* menyukai logo alternatif tiga milik penulis dan dua alternatif logo milik *Senior Graphic Designer* dengan pertimbangan bahwa logo dapat tetap menonjol bila disandingkan dengan kompetitor.



Gambar 3.18 *Feedback Milestone 1* dari Tim Kokara

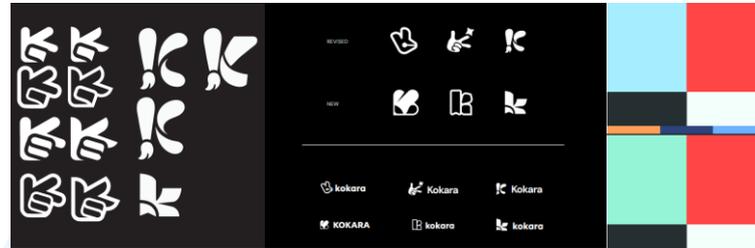
Meskipun begitu, *client* tetap ingin ketiga logo dikembangkan kembali beserta dengan pengajuan alternatif *color palette* yang baru karena dirasa terlalu memberikan kesan *cool* dan *quirky*. *Client* meminta untuk tetap mempertahankan keunikan dari logo, namun membuat logo tetap memiliki keterbacaan yang jelas dalam dimensi yang lebih kecil.



Gambar 3.19 Revisi Alternatif Logo 4

Penulis memperbaiki alternatif logo dengan menghilangkan potongan garis tipis pada logo, memperbesar lebar perpotongan garis, dan mengganti bentuk lembaran kertas dan coretan tinta ke tetesan tinta dan bentuk *chat bubble*. Selain itu, penulis dan *Senior Graphic*

Designer juga merancang alternatif lain untuk dipresentasikan kepada *client*.



Gambar 3.20 Revisi Keseluruhan *Brand* Kokara

Alternatif lain tersebut kemudian dipresentasikan dengan tim Kokara. Pada *meeting* ini, tim Kokara kemudian memilih satu logo untuk difinalisasi.

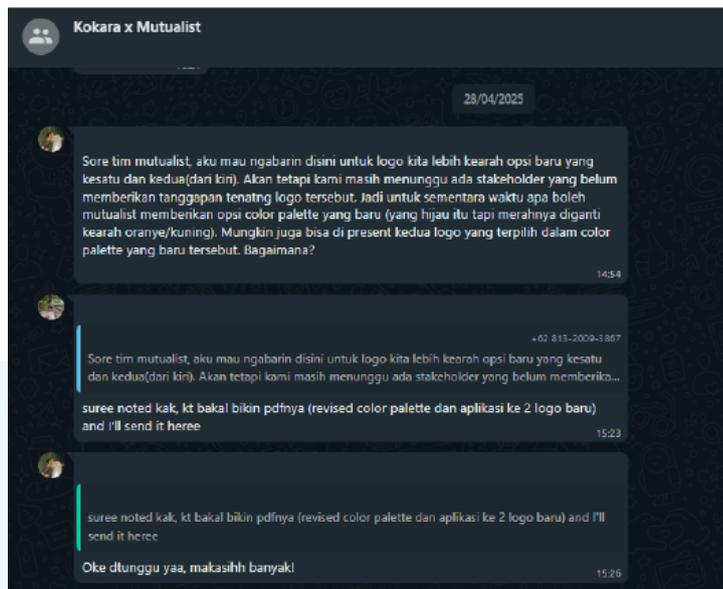


Gambar 3.21 Alternatif Logo Kokara Terpilih

Logo tersebut adalah alternatif logo karya *Senior Graphic Designer*. Tipografi yang digunakan menggunakan Tilt Warp sebagai *headline* dan *logotype*, serta DM Sans (*body text*). Hal yang perlu untuk difinalisasi adalah *logotype* dan *color palette*. *Logotype* dirasa oleh *client* belum terintegrasi dengan logo, dan *color palette* masih dapat dikembangkan kembali.

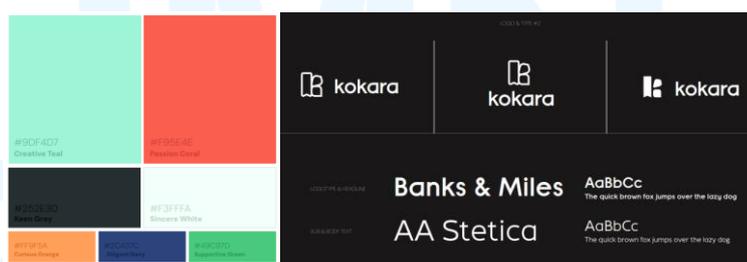
5. Tahap *Approval* dan Finalisasi

Tim Kokara telah memilih satu logo untuk dikembangkan *logotype* dan *color palette* nya, yaitu alternatif kedua dari logo terbaru.



Gambar 3.22 *Approval* Warna dari Tim Kokara

Logo tersebut dipilih karena telah merepresentasikan kreator dan pembacanya, serta komunitasnya melalui penggunaan elemen seperti pembatas buku, ujung pulpen atau *brush*, dan *speech bubble*. Oleh karena itu logo yang sudah fix dipilih kemudian dikoordinasikan dengan palet warna dan tipografi yang telah dikembangkan. Berikut adalah *color palette* dan tipografi yang digunakan.



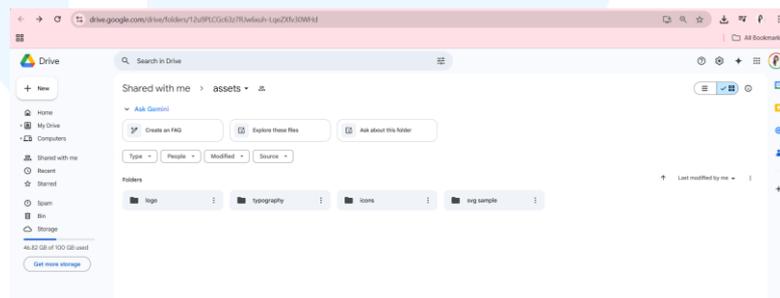
Gambar 3.23 Finalisasi *Branding* Logo Kokara

Tipografi yang digunakan adalah Banks & Miles sebagai *logotype* dan *headline*. Lalu tipografi yang digunakan untuk *body text* adalah AA Stetica. Untuk palet warna primer yang digunakan, antara lain: #9DF4D7, #F95E4E, #252E30, dan #F3FFFA. Lalu untuk palet warna sekunder yang digunakan, antara lain: #FF9F5A, #2C437C,

dan #49C97D. Untuk palet warna yang digunakan pada *background* dan tipografi adalah #252E30 dan #F3FFFA. Berdasarkan hasil finalisasi tersebut, tim Kokara telah menyetujui *color palette*, tipografi, dan logo secara keseluruhan.

6. Tahap Implementasi

Setelah keseluruhan desain selesai, tim Kokara memberikan Google Drive untuk memasukkan *file* yang telah di-approve. *Senior Graphic Designer* kemudian memasukkan desain logo (dalam bentuk .svg) dan *typography* ke dalam folder yang didestinasikan. Tim Kokara akan memasukkan logo dan *typography* ke dalam *wireframe* aplikasinya.



Gambar 3.24 Google Drive Kokara

Proyek ini masih belum selesai sepenuhnya atau masih berlanjut, sehingga belum ada implementasinya baik secara *digital* maupun *printed*. Namun, pekerjaan terkait pembuatan logo telah selesai. Oleh karena itu, implementasi logo berdasarkan pernyataan dari tim Kokara pada *meet* akan digunakan pada berbagai media untuk memberikan identitas pada Kokara. Media-media tersebut, antara lain: Tampilan aplikasi, *events*, *merchandise*, iklan, dan pada berbagai media yang berkaitan.

Dari proyek ini, penulis belajar mengelola waktu dan tugas dengan lebih baik serta mengasah kemampuan *public speaking*. Penulis juga memahami lebih dalam proses desain yang melibatkan klien secara langsung. Selain itu, terdapat perkembangan dalam

penguasaan *software* Adobe, khususnya Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

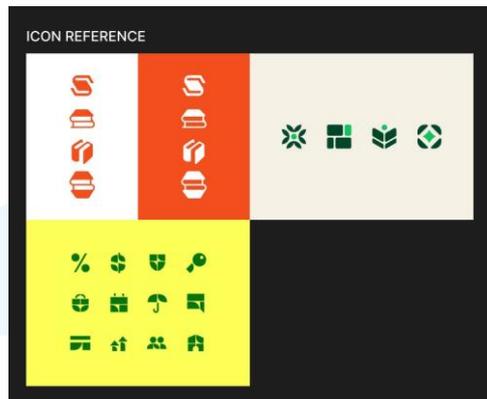
Dalam proses magang, penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan berbagai proyek yang berbeda-beda jenis dan kebutuhannya. Penulis mendapatkan proyek untuk desain *icons* pada UI aplikasi Kokara, beberapa ilustrasi pada UI aplikasi Kokara, desain media sosial dari toko es krim Moss, desain media kolateral Khaya Luxury Villas. Pada berbagai proyek yang diberikan, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengasah kemampuan dalam *motion graphic*, profisiensi dalam Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan lainnya. Berikut adalah empat proyek yang dilakukan oleh penulis selama menjalankan masa magang di Mutualist Creatives.

3.3.2.1 Perancangan *Icons* Aplikasi Kokara

Sejalan dengan pelaksanaan proyek *branding* dari Kokara, Mutualist Creatives juga merancang *icons* yang akan digunakan pada aplikasi Kokara. Proyek ini bersesuaian dengan pilar DKV yaitu pilar identitas karena bertujuan untuk memberikan identitas akan fitur-fitur pada aplikasi Kokara. Dalam perancangan ini, penulis berkesempatan untuk merancang aset-aset visual ikon untuk aplikasi Kokara yang kemudian akan disempurnakan bersama *Senior Graphic Designer*. Berikut adalah penjelasan sesuai dengan alur proses desain dalam Mutualist Creatives.

1. Tahap *Briefing*

Brief terkait proyek ini dilakukan oleh *Creative Director* secara langsung setelah tim penulis menyelesaikan desain dan *pitching* logo ke *client*. *Brief* kemudian ditambahkan oleh tim Kokara melalui WhatsApp, yaitu dengan mengirimkan referensi *icons* yang sesuai dengan kebutuhan Kokara.



Gambar 3.25 Referensi Ikon dari Kokara

Melalui *brief* yang diberikan dari tim Kokara, penulis mendapatkan *key points* terkait perancangan *icons*, yaitu: *Icons* yang sederhana, namun memiliki *fill*, memberikan keunikan melalui penggunaan manipulasi bentuk (memberikan karakteristik), dan dapat dengan mudah diidentifikasi sebagai identitas milik Kokara beserta dengan kegunaannya.

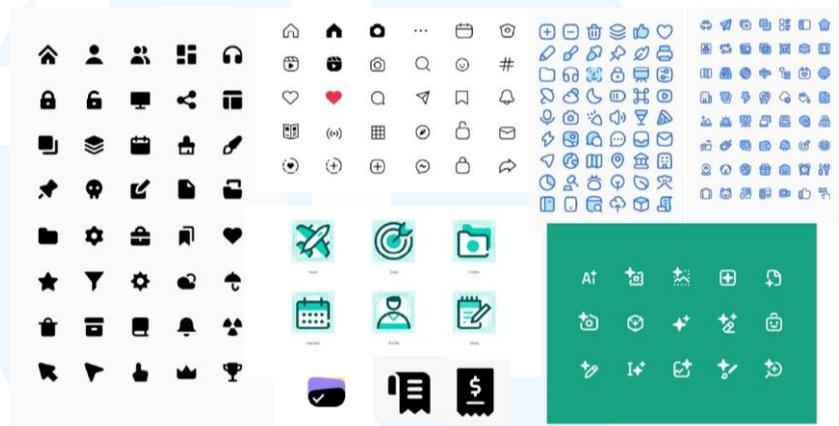
	A	B	C
1	List of Asset 0/60 completed		
3	<input checked="" type="checkbox"/>	Type	Description
	<input type="checkbox"/>		comics
8	<input type="checkbox"/>	Illustration	Get benefits, coins dsb for new sign up
9	<input type="checkbox"/>	Icon	Chevron (up,down, left, right)
10	<input type="checkbox"/>	Icon	Eye (open, closed)
11	<input type="checkbox"/>	Illustration (Splash Screen)	Hellol, Happy Reading di kokara!
12	<input type="checkbox"/>	Icon	check
13	<input type="checkbox"/>	Icon	cross/close (x)
14	<input type="checkbox"/>	Icon	swipe (kanan, kiri, atas, bawah)
15	<input type="checkbox"/>	Icon	Like
16	<input type="checkbox"/>	Icon	Dislike
17	<input type="checkbox"/>	Icon	exclamation mark
18	<input type="checkbox"/>	Icon	Notification Bell
19	<input type="checkbox"/>	Icon	Scroll Horizontal
20	<input type="checkbox"/>	Icon	Scroll Vertical
21	<input type="checkbox"/>	Icon	Heart (outline, filled)
22	<input type="checkbox"/>	Icon	Speech Bubble (Comment, Comment with numbers)

Gambar 3.26 List Aset Ikon dan Ilustrasi Kokara

Setelah diberikan referensi, tim Kokara juga memberikan *list* kebutuhan *icons* dan ilustrasi yang dibutuhkan. *List* tersebut dikirimkan dalam bentuk *spreadsheet*. Berdasarkan *list* tersebut, Kokara membutuhkan 38 *icons*.

2. Tahap *Brainstorming*

Berdasarkan referensi yang diberikan oleh tim Kokara, penulis menyusun beberapa referensi lain, baik itu dari Pinterest maupun situs Flaticon untuk kemudian disusun kedalam sebuah referensi. Bersama dengan *approval* dari *Senior Graphic Designer*, penulis menyusun referensi sebagai berikut.

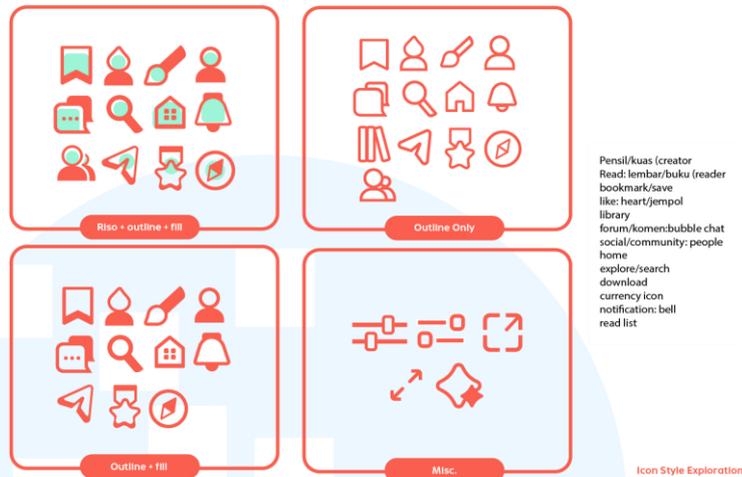


Gambar 3.27 Referensi *Style* Ikon

Dari referensi yang telah penulis susun dan melalui *approval* oleh *Senior Graphic Designer*, desain ikon yang digunakan oleh Kokara memiliki kesesuaian dengan *insight* penulis yang didapatkan dari referensi tim Kokara. Penulis dan *Senior Graphic Designer* berencana untuk merancang logo yang memiliki kesan modern, minimalis, dan memiliki karakteristik (memiliki kemiripan dengan *style* logo dan ilustrasi).

3. Tahap *Designing*

Pada tahap ini, penulis melakukan eksplorasi visual *icon* sesuai dengan referensi yang telah disusun. Penulis melakukan eksplorasi dengan menggunakan Adobe Illustrator. Dalam proses ini, penulis menggunakan *tools* berupa: *Pen tool*, *shape builder*, *shape*, *distort* and *transform*. Berikut merupakan eksplorasi tahap awal yang dilakukan oleh penulis.



Gambar 3.28 Eksplorasi Awal Ikon Kokara

Dari hasil eksplorasi penulis, *Senior Graphic Designer* memberikan masukan supaya icon yang dihasilkan dapat memiliki beberapa alternatif, antara lain: *Outline*, *Outline* dan *fill* (proporsi seimbang), dan *outline* dan *style* Riso. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan variasi dan untuk eksplorasi keunikan visual ikon. Warna yang dominan digunakan pada ikon adalah warna oranye merah, menyesuaikan dengan logo.



Gambar 3.29 Penyempurnaan Ikon Awal

Penulis kemudian memberikan *file* Adobe Illustrator eksplorasi ikon kepada *Senior Graphic Designer* untuk kemudian disempurnakan bentuknya sehingga dapat lebih sesuai dengan karakteristik yang hendak ditonjolkan pada *branding* Kokara. Dari desain inisial penulis, *Senior Graphic Designer* mengubah beberapa bentuknya dengan ciri khas: Bentuk yang geometris,

terdapat proporsi yang seimbang antara sisi lengkung dan sisi tajam, serta penggunaan *stroke* yang lebih tebal pada beberapa bagian.



Gambar 3.30 Eksplorasi Lanjutan Ikon Kokara

Penulis kemudian melanjutkan perancangan *icon* dengan menyesuaikan pada bentuk yang telah disempurnakan oleh *Senior Graphic Designer*. *Icon* yang dieksplorasi oleh penulis, antara lain: *History*, transaksi, *password*, kebijakan privasi, informasi, *bitesize* (fitur), tombol bantuan, *reply*, kamera, *zoom in*, *zoom out*, *scroll horizontal*, *scroll vertical*, sortir (naik dan turun), *chevron* (atas, bawah, kiri, dan kanan), panah (atas, bawah, kiri, dan kanan), tanda seru, keluar, *cross*, *check*, laporan, *list*, *swipe* (kanan, kiri, atas, dan bawah), *terms and condition*, serta versi aplikasi. Perancangan masing-masing *icon* juga disesuaikan dengan susunan *grid* supaya tetap proporsional antara satu *icon* dengan *icon* lainnya.

4. Tahap Asistensi dan Revisi

Setelah melakukan eksplorasi desain untuk keseluruhan *icon*, penulis memberikan *file* kepada *Senior Graphic Designer* untuk diasistensikan, sekaligus disempurnakan.



Gambar 3.31 Penyempurnaan Ikon Kokara Kedua

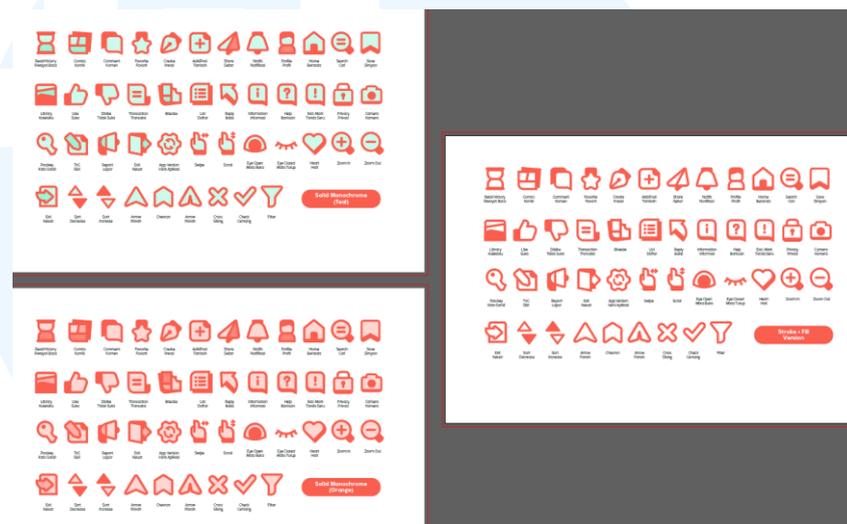
Keseluruhan *icon* dilakukan penyempurnaan, baik secara minor maupun keseluruhan. Penyempurnaan secara keseluruhan umumnya merupakan penggabungan dari dua ide ikon yang ada. Perubahan terlihat dari bentuk yang telah disamaratakan proporsinya, penyamaan *stroke*, perubahan posisi elemen, perbaikan lengkungan maupun ketajaman, dan perubahan bentuk secara minor.



Gambar 3.32 Meet Pembahasan Ikon Kokara

Setelah dilakukan finalisasi bersama dengan *Senior Graphic Designer*, tim desain beserta dengan *Creative Director* melakukan *meet* bersama tim Kokara untuk membahas terkait ilustrasi dan ikon yang telah dirancang. Berdasarkan *meet* pertama yang telah

dilakukan, tim Kokara setuju dengan bentuk yang diajukan. Namun, pada *meeting Milestone* selanjutnya, tim Kokara meskipun telah menyukai bentuknya secara keseluruhan ingin supaya diberikan *fill* warna supaya tidak monoton, dan modern. Selain itu, Kokara juga meminta skema desain saat *hovering* dan pada *dark/light mode*.



Gambar 3.33 Alternatif Warna Ikon Kokara

Berdasarkan masukan tersebut, penulis dan *Senior Graphic Designer* memberikan beberapa alternatif warna, yaitu perubahan warna saat di klik. Warna yang digunakan menyesuaikan dengan warna monokromatik dari warna primer *branding* Kokara, yaitu warna oranye-merah (#F95E4E) dan hijau kebiruan (#9DF4D7). Hal tersebut dilakukan supaya *branding* tetap jelas, namun juga dapat membaaur untuk masing-masing mode dan memiliki perubahan yang jelas dan signifikan. Alur perubahan warna saat *hovering* adalah dari versi *outline* ke versi *fill* monokromatik. Penulis melakukan asistensi kepada *Creative Director* (AM) dan telah di *approve* untuk kemudian dipresentasikan kepada tim Kokara.

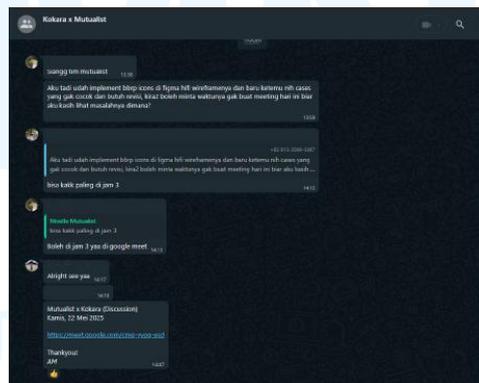


Gambar 3.34 *Hovering* Ikon Kokara

Senior Graphic Designer juga merancang alternatif warna untuk *icons*, yaitu *icons* versi *hovering* pada *light/ dark mode*. *Icons* akan ada dua jenis saat *hovering*. *Icons* akan berwarna abu muda (#929798) untuk *light mode* dan abu sedikit lebih tua (#5C6264) untuk *dark mode* saat tidak *hovering*, sedangkan saat *hover* akan berwarna oranye (#F95E4E) untuk kedua *screen mode*. Warna yang digunakan adalah warna primer dan turunannya.

5. Tahap *Approval* dan *Finalisasi*

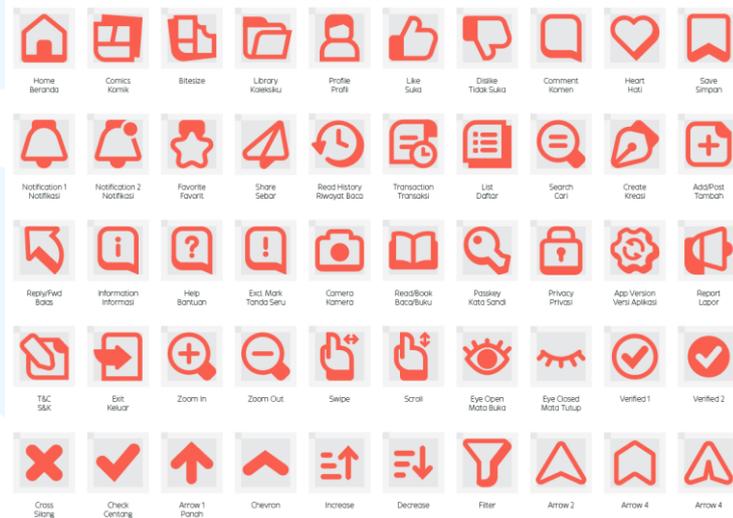
Penulis, *Senior Graphic Designer*, dan *Creative Director* mengadakan Google Meet bersama dengan tim Kokara untuk tahap *approval*.



Gambar 3.35 *Chat* terkait *meeting* tim Kokara dan Mutualist

Berdasarkan *meet* yang telah dilaksanakan, tim Mutualist mendapatkan *insight*, yaitu: *icon history* menyerupai *icon loading*, *icon* notifikasi (lonceng) dibuat menjadi dua versi (dengan dan

tanpa tanda notifikasi), *chevron* dan sejenisnya (simbol x, centang, dan panah) dibuat menjadi bentuk *fill* saja, *icon* mata direvisi (pupil diletakkan di bagian tengah mata dan diberi bulu mata supaya konsisten), proporsi *icon profile* kurang konsisten (proporsi kepala dan badan 1:1), *icon sort* direvisi (panah dan garis), *icon* transaksi diberi *icon* jam, semua *icon* diberi *bounding box*, *stroke/fill* pada *icon* dipisah, dan tambahan untuk *icon* buku.



Dari masukan tersebut, *senior graphic designer* telah melakukan perbaikan sesuai dengan revisi yang telah diberikan. Proyek ini masih berlanjut setelah waktu magang yang ditentukan sehingga hasil ini bukan hasil akhir dari *icon* aplikasi Kokara.

6. Tahap Implementasi

Pada tahap implementasi, file *icon* baik itu dalam bentuk .ai atau .svg dimasukkan ke dalam Google Drive supaya tim Kokara dapat mengimplementasikan *icon* tersebut ke dalam *wireframe* yang telah dibuat pada Figma. Karena *development* proyek tetap berlangsung setelah periode kerja magang penulis dari UMN selesai, maka implementasi *icon* akan diimplementasikan pada aplikasi Kokara mendatang.

Penulis mengalami perkembangan dalam memahami aturan penggunaan ikon pada UI aplikasi, termasuk grid dan dimensi.

Selain itu, kemampuan dalam menggunakan software Adobe, khususnya Adobe Illustrator, juga semakin meningkat. Penulis juga berkembang dalam aspek kolaborasi tim, ketelitian, dan pemecahan masalah.

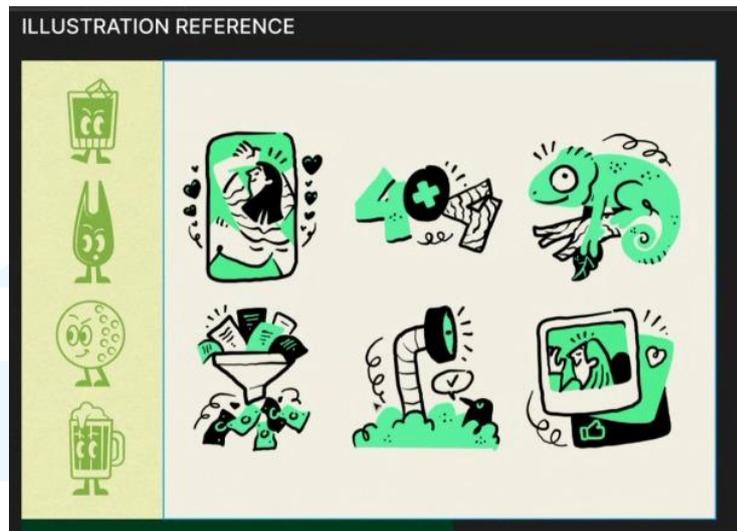
3.3.2.2 Perancangan Ilustrasi Aplikasi Kokara

Sesuai dengan penugasan dalam pelaksanaan proyek *branding* dari Kokara, penulis dan *Senior Graphic Designer* ditugaskan untuk merancang ilustrasi yang akan digunakan pada aplikasi Kokara. Proyek ini bersesuaian dengan pilar DKV yaitu pilar identitas karena bertujuan untuk memberikan identitas akan pada informasi laman di aplikasi Kokara. Dalam perancangan ini, penulis berkesempatan untuk merancang aset-aset visual berupa ilustrasi untuk aplikasi Kokara yang kemudian akan disempurnakan bersama *Senior Graphic Designer*. Berikut adalah penjelasan sesuai dengan alur proses desain dalam Mutualist Creatives.

1. Tahap *Briefing*

Brief proyek ini diberikan oleh *Creative Director* secara langsung bersamaan dengan *briefing* perancangan *icon*. *Creative director* meminta penulis dan *Senior Graphic Designer* untuk melakukan eksplorasi ilustrasi dan *icon* secara lebih awal untuk menyicil kebutuhan *milestone* 3. Tim Kokara kemudian menambahkan informasi *brief* melalui WhatsApp, yaitu dengan mengirimkan referensi ilustrasi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

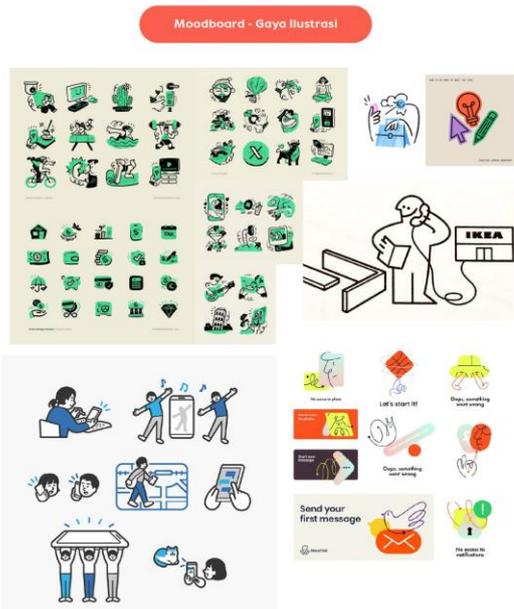


Gambar 3.36 Referensi Ilustrasi dari Tim Kokara

Melalui referensi yang ditambahkan oleh tim Kokara, penulis menemukan *insights* terkait perancangan ilustrasi, yaitu: Ilustrasi yang unik (*out of the box*) namun tetap sesuai konteks, memiliki kesan *quirky* dan *fun*, serta menggunakan perpaduan *outline* dan *fill*. Tim Kokara juga memberikan *list* kebutuhan *icons* dan ilustrasi yang dibutuhkan dalam bentuk *spreadsheet*. Berdasarkan *sheet* tersebut, penulis menemukan bahwa tim Kokara membutuhkan 20 ilustrasi untuk kebutuhan aplikasi.

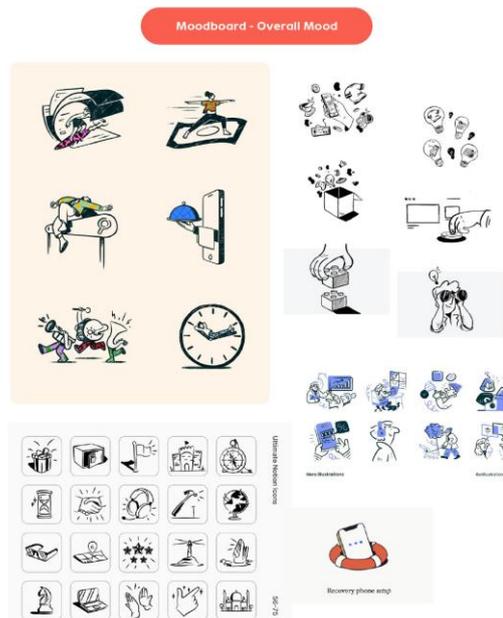
2. Tahap *Brainstorming*

Pada tahap ini, penulis turut serta secara minor dalam proses *brainstorming* gaya ilustrasi yang akan digunakan pada ilustrasi karena pembagian tugasnya (penulis lebih banyak mengembangkan *brainstorm* untuk *icons* aplikasi Kokara). Oleh karena itu, penulis membantu *Senior Graphic Designer* dalam diskusi penentuan gaya ilustrasi yang sebelumnya telah dikumpulkan dan dicoba oleh *Senior Graphic Designer*. Berikut adalah referensi yang disusun oleh *Senior Graphic Designer*.



Gambar 3.37 Referensi Ilustrasi Kokara

Berdasarkan referensi gaya ilustrasi yang telah disusun oleh *Senior Graphic Designer*, gaya visual yang condong disetujui oleh penulis dan *Senior Graphic Designer* adalah gaya visual Bauhaus karena bersifat geometris. Hal ini untuk menciptakan similaritas dengan logo yang juga bersifat geometris. Selain itu, hasil ilustrasi yang ingin dicapai adalah ilustrasi yang minimalis namun berkarakter atau memiliki keunikan tersendiri. Selain itu, gaya visual yang menggunakan *outline* ditujukan untuk memberikan similaritas dengan elemen dasar dalam ilustrasi, yaitu garis, yang juga menjadi elemen utama dalam komik (seperti pada panel komik, *outline dialogue box*, *outline* karakter, petunjuk terkait penekanan emosi dalam komik, dan sebagainya).



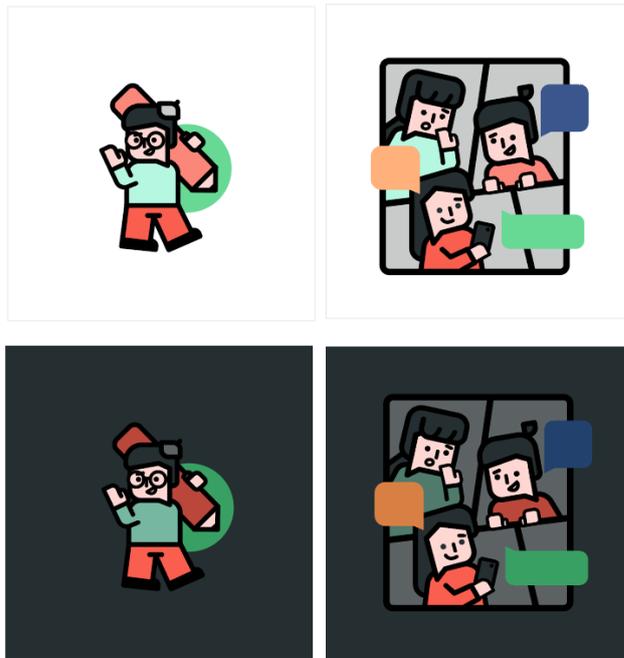
Gambar 3.38 Referensi *Mood* Ilustrasi Kokara

Berdasarkan referensi, kesan yang hendak disampaikan oleh ilustrasi adalah kesan *out of the box* terkait suatu pesan. Hal tersebut merupakan penyesuaian akan *brand personality* Kokara yang telah dirancang oleh tim penulis (*supportive, passionate, dan earnest*). Ilustrasi yang dirancang diharapkan dapat dirasa dekat dengan pengguna melalui ekspresi dan implikasi latar (situasi, tempat, dan waktu) yang tepat sasaran dengan pesan ilustrasi. Meskipun ilustrasi yang digunakan menggunakan bentuk geometris, namun nilai ekspresif yang ditonjolkan melalui ekspresi wajah dan gestur dapat mencerminkan ketiga *personality* Kokara sehingga dapat terhubung dengan target audiens Kokara.

3. Tahap *Designing*

Pada tahap *designing*, penulis merancang ilustrasi dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan *tools* nya, yaitu: *shape, shapebuilder, dan pen tool*. Penulis mendapatkan referensi ilustrasi dari hasil ilustrasi yang telah dirancang oleh *Senior*

Graphic Designer. Berikut adalah referensi ilustrasi yang akan memandu penulis dalam perancangan.



Gambar 3.39 Ilustrasi Referensi Senior Graphic Designer

Berdasarkan referensi tersebut, penulis menemukan bahwa karakter ilustrasi yang dirancang *Senior Graphic Designer* memiliki bentuk dasar yang jelas, yaitu dari persegi, persegi panjang, lingkaran, dan segitiga. Namun, *Senior Graphic Designer* memadukan bentuk dasar tersebut dengan penggunaan lengkungan di bagian sudut maupun sisinya, serta menggunakan *stroke* (perpotongan dan bentuk garis) yang melengkung. Referensi ini juga telah melalui *approval* tim Kokara untuk dapat dikembangkan lebih lanjut.



Gambar 3.40 Meet Pembahasan *Style* Ilustrasi

Selanjutnya, penulis diminta untuk melakukan eksplorasi desain tanpa menggunakan *fill* terlebih dahulu. Eksplorasi dilakukan penulis sesuai dengan referensi yang diberikan. Berikut merupakan eksplorasi ilustrasi yang dilakukan oleh penulis.



Gambar 3.41 Ilustrasi *Currency* Kokara

Untuk awalan, penulis merancang ilustrasi untuk *currency* yang digunakan dalam aplikasi Kokara. *Currency* ini nantinya akan digunakan untuk membuka *chapter* (seperti *fast pass* pada Webtoon untuk membaca episode yang belum rilis). *Currency* yang dirancang oleh penulis memiliki similaritas dengan bentuk *bubble chat* sebagaimana menggambarkan dialog dan komunitas (elemen komik dan sosial) dan memberikan alternatif nama, yaitu: Kokens (Kokara tokens), Koka (“Koka” dari “Kokara”), dan Kora (“Ko” dan “Ra” dari “Kokara”). Hal ini ditujukan untuk memperkuat identitas *currency* dengan aplikasi Kokara. Dengan mengikuti arahan dari *Senior Graphic Designer*, penulis merancang paket pembelian *currency*, yaitu: Paket satu koin, paket beberapa koin, paket banyak koin, dan paket koin yang berlimpah. Hal tersebut

digambarkan secara berurutan melalui: Koin, koin dalam toples, koin di dalam kantong, dan koin di dalam peti harta karun.



Gambar 3.42 Eksplorasi Ilustrasi Kokara Pertama

Selanjutnya, *Senior Graphic Designer* meminta file Adobe Illustrator penulis supaya ilustrasi dapat dikembangkan atau disempurnakan lagi. Selagi memoles desain penulis dan merancang ilustrasi lain, *Senior Graphic Designer* meminta penulis untuk merancang ilustrasi untuk menggambarkan situasi saat pengguna mendapatkan koin, belum memiliki riwayat komik, dan kembali ke aplikasi. Ilustrasi akan bersifat *storytelling* sehingga bersesuaian dengan *personality* Kokara yaitu *passionate* dan *expressive*. Setiap elemen dalam ilustrasi akan menjadi sarana *storytelling*.



Gambar 3.43 Ilustrasi Mendapat Koin

Ilustrasi pertama adalah saat pengguna mendapatkan koin, yaitu karakter yang duduk seperti raja dengan uang di sekitarnya. Penulis menggunakan majas hiperbola dan simile untuk memberikan kesan yang ekspresif melalui penggunaan elemen mahkota dan pundi-pundi uang, serta ekspresi wajah dan gestur. Hal tersebut ditujukan untuk memberikan penekanan pada *value* koin yang berharga dalam aplikasi Kokara. Hal-hal yang berharga berkaitan dengan raja, sebagaimana pengguna adalah komponen

integral dalam Kokara. Hal tersebut berlanjut pada *storytelling* selanjutnya, yaitu bahwa pengguna dapat menggunakan koin tersebut pada komik yang diinginkan. Penggunaan hiperbola raja dan pundi-pundi uang juga digunakan untuk mendukung pernyataan tersebut secara lebih jelas.



Gambar 3.44 Ilustrasi Tidak Ada Riwayat Bacaan

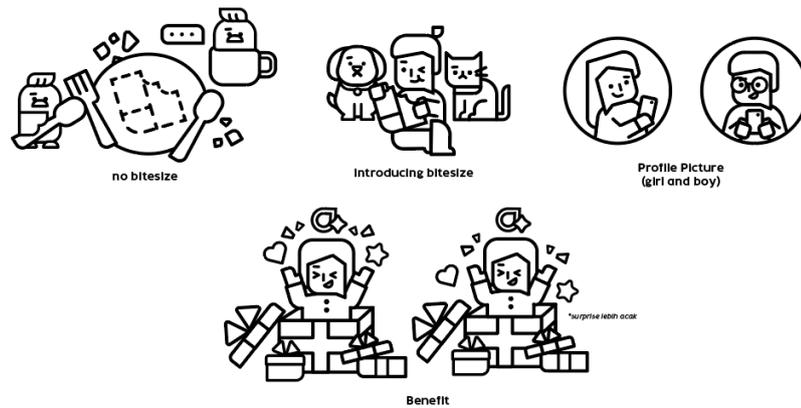
Ilustrasi kedua adalah burung hantu yang bingung karena tidak ada bacaan, hal tersebut juga digambarkan melalui ikon *library* yang kosong (terdapat lalat yang keluar dari kantongnya). Penggunaan hewan burung hantu adalah untuk memberikan kesan personifikasi untuk kebutuhan *storytelling*. Burung hantu digambarkan sebagai hewan yang teliti, oleh karena itu ia digambarkan bingung (dari gestur kepala miring dan ikon tanda tanya) karena tidak menemukan riwayat komik. Folder yang kosong juga mendukung *storytelling* yang menandakan kekosongan, sebagaimana banyak digambarkan dari gestur kartun atau hiperbola-humoris.



Gambar 3.45 Ilustrasi Selamat Datang Kembali

Ilustrasi ketiga menggambarkan karakter yang bertemu kembali dan melakukan 'tos'. Karakter di sebelah kiri seolah telah

pergi dari aplikasi Kokara sehingga digambarkan keluar dari pintu. Karakter ini menggambarkan pengguna yang kembali ke Kokara. Sedangkan karakter yang di sebelah kanan menggambarkan persona Kokara, yaitu karakter yang siap menyambut pengguna saat kembali ke Kokara secara dengan penuh semangat. Hal ini ditujukan untuk memberikan kesan bahwa Kokara bersifat *friendly* dan ekspresif.



Gambar 3.46 Eksplorasi Ilustrasi Kokara Kedua

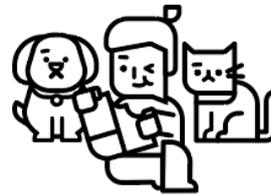
Sama seperti sebelumnya, karena dikerjakan pada hari yang berbeda, di akhir hari penulis akan memberikan file desain kepada *Senior Graphic Designer* untuk disempurnakan. Pada hari selanjutnya, penulis merancang ilustrasi yang menggambarkan tidak ada koleksi *bitesize* (komik pendek), perkenalan *bitesize*, *profile picture*, dan *benefit* yang didapatkan pengguna.



Gambar 3.47 Ilustrasi Tidak Ada *Bitesize*

Ilustrasi keempat menggambarkan tidak adanya koleksi *bitesize* yang digambarkan melalui ikon *bitesize* yang digambar dengan stroke putus-putus pada piring kosong, disertai dengan sendok, garpu, dan karakter bebek sebagai karakter pendukung

cerita (menunggu adanya *bitesize*, digambarkan dari *dialogue box* “...”).



Introducing bitesize

Gambar 3.48 Ilustrasi Pengenalan *Bitesize*

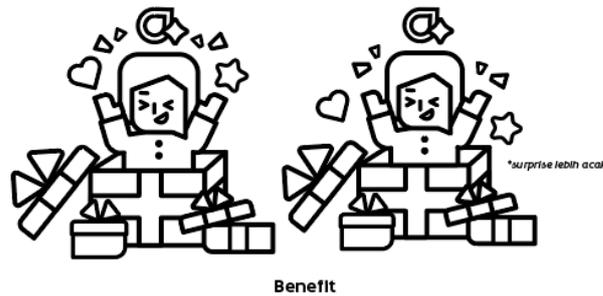
Ilustrasi kelima adalah visualisasi untuk pengenalan pada *bitesize*. *Bitesize* digambarkan sebagai suatu makanan yang dapat dinikmati oleh semua, tidak terhalang pula pada karakter anjing dan kucing. Hal ini dapat diartikan bahwa *bitesize* dapat dinikmati oleh semua kalangan, dan dapat menjadi fitur untuk berkumpul dan berkomunitas.



Profile Picture
(girl and boy)

Gambar 3.49 Ilustrasi *Profile Picture*

Ilustrasi keenam adalah *profile picture* yang menggambarkan karakter pria dan wanita. *Profile picture* ini ditujukan untuk memberikan identitas kepada pengguna melalui *gender* ataupun *default avatar*. *Profile picture* ini menggambarkan pengguna, dimana pengguna menggunakan *handphone* untuk mengakses aplikasi Kokara (untuk saat ini, Kokara bersifat *phone-oriented*).

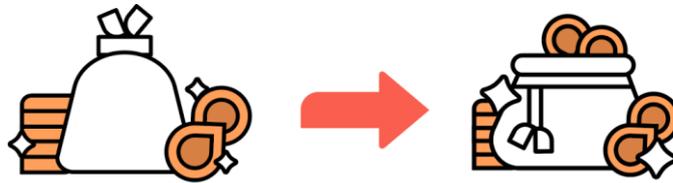


Gambar 3.50 Ilustrasi *Benefit* Pengguna

Ilustrasi ketujuh menggambarkan *benefit* yang didapatkan oleh pengguna Kokara apabila membeli suatu penawaran, atau melakukan *subscription* (kemungkinan fitur yang akan datang). Penulis merancang dua versi alternatif untuk ilustrasi ini, perbedaannya adalah pada elemen-elemen pendukung di bagian atas kepala (ada yang lebih tertata dan ada yang lebih acak penempatannya). *Benefit* digambarkan dengan karakter yang keluar dari kado besar dan mendapati adanya *benefit*, berupa koin dan hadiah lainnya. Hal tersebut sejalan dengan apa yang didapatkan oleh pengguna bila menerima *benefit* tersebut.

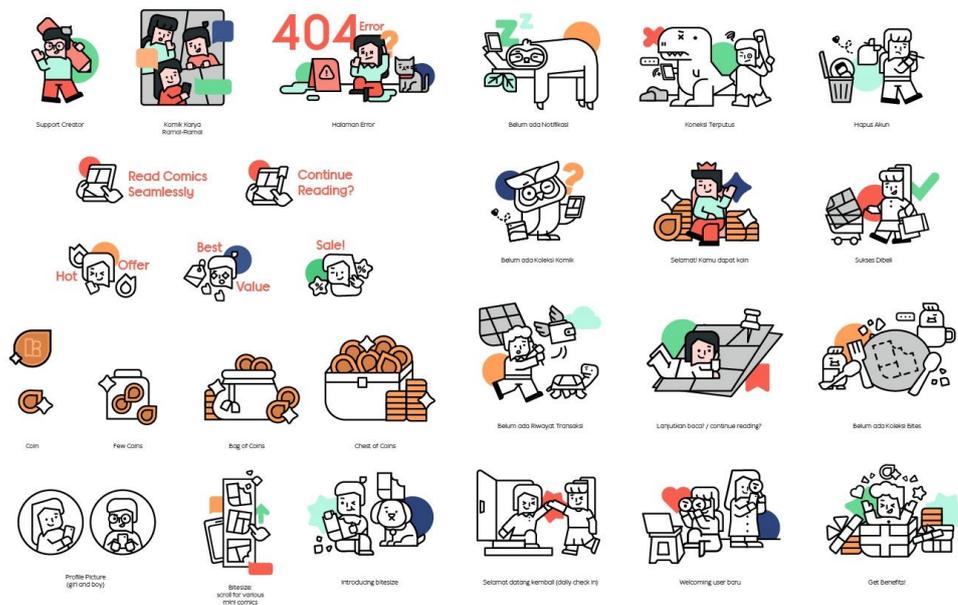
4. Tahap Asistensi dan Revisi

Setelah melalui tahap digitalisasi, penulis melakukan asistensi kepada *Senior Graphic Designer* secara berkala, yaitu selama mengerjakan ilustrasi. Asistensi dilakukan secara langsung karena penulis duduk bersebelahan dengan *Senior Graphic Designer*. Berikut adalah contoh asistensi yang dilakukan oleh penulis selama proses perancangan ilustrasi.



Gambar 3.51 Asistensi Ilustrasi Kantong Koin

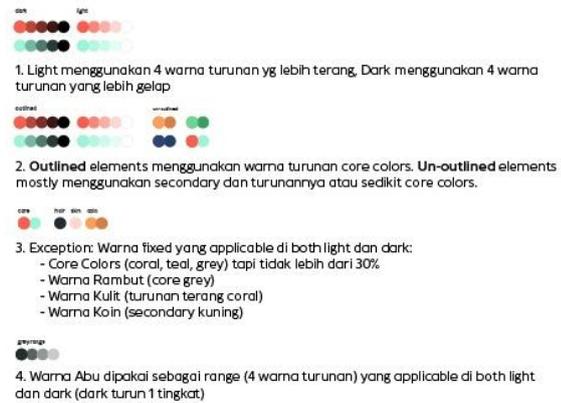
Penulis mengasistensikan ilustrasi kantong koin kepada *Senior Graphic Designer* (ilustrasi kiri). *Senior Graphic Designer* merasa bahwa penggunaan kantong koin berbentuk *pouch* kurang sesuai karena koin terlihat sedikit. Oleh karena itu, diganti menjadi kantong yang lebih besar dan terbuka, menunjukkan beberapa koin yang muncul dari dalam kantong. Penulis kemudian memberikan *file .ai* kepada *Senior Graphic Designer* untuk disempurnakan.



Gambar 3.52 Penyempurnaan Ilustrasi Kokara

Setelah disempurnakan, *Senior Graphic Designer* memberikan *file* ilustrasi yang telah disempurnakan kepada penulis untuk diwarnai sesuai dengan peraturan yang telah dirancang. Warna yang digunakan pada ilustrasi adalah *fill solid color* sehingga hanya menggunakan satu warna pada satu elemen.

Illustration
Color Rules



Gambar 3.53 Peraturan Ilustrasi Kokara

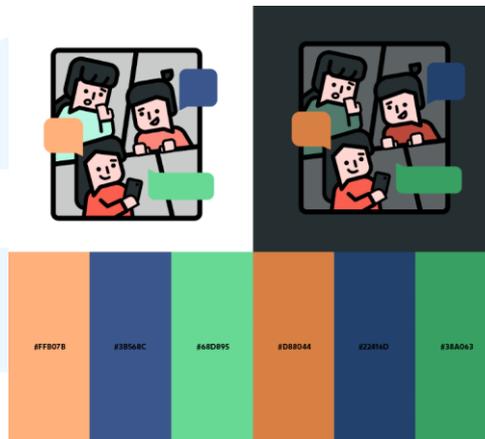
Peraturan pewarnaan ilustrasi disusun untuk memberikan sistem pewarnaan yang sistematis, terstruktur, namun tetap fleksibel. Hal ini ditujukan untuk mempermudah struktur pewarnaan dalam *light mode* ataupun *dark mode*. Secara keseluruhan, peraturan pewarnaan ilustrasi terbagi menjadi empat aturan sebagai berikut.



Gambar 3.54 Aturan Pewarnaan Ilustrasi Pertama

Aturan yang pertama adalah *light mode* menggunakan warna primer dan empat turunan warna primer (#F95E4E dan #9DF4D7) yang lebih terang (oranye: #FED7D3, #FCAFA7, #FB867A, dan #F95E4E; hijau: #E7FCF5, #CEFAEB, #B6F7E1, dan #9DF4D7) dan *dark mode* menggunakan warna primer dan empat turunan

warna primer yang lebih gelap (oranye: #F95E4E, #BB473B, #7D2F27, dan #3E1814; hijau: #9DF4D7, #76B7A1, #4F7A6C, dan #273D36).



Gambar 3.55 Aturan Pewarnaan Ilustrasi Kedua

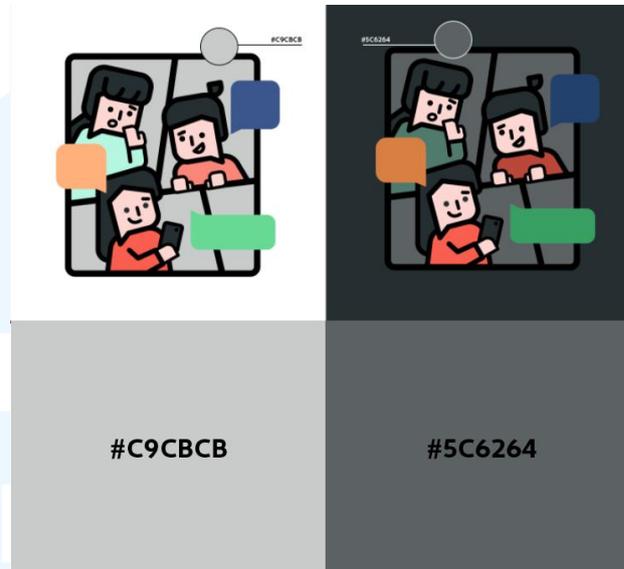
Aturan kedua adalah elemen yang menggunakan *outline* menggunakan warna primer ataupun warna turunannya. Elemen yang tidak menggunakan *outline* menggunakan warna sekunder atau warna primer. Rasio penggunaan warna primer dibanding warna lainnya adalah lebih sedikit.



Gambar 3.56 Aturan Pewarnaan Ilustrasi Ketiga

Aturan ketiga adalah terkait pengecualian. Warna pengecualian adalah warna yang berlaku untuk *light mode* dan *dark mode*. Warna-warna tersebut, antara lain: Warna primer (#F95E4E dan #9DF4D7) yang digunakan tidak lebih dari 30 persen

keseluruhan warna, warna rambut (#252E30), warna kulit (#FED7D3), dan warna koin (#D88044 dan #FF9F5A).

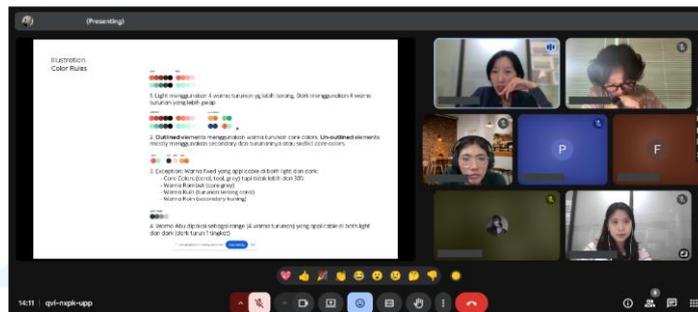


Gambar 3.57 Aturan Pewarnaan Ilustrasi Keempat

Aturan keempat adalah penggunaan turunan warna abu (#5C6264, #929798, dan #C9CBCB) yang berasal dari turunan warna primer hitam-abu (#252E30). Warna abu ini dapat diterapkan pada *light mode* maupun *dark mode*. Warna abu yang digunakan pada *light mode* akan turun satu *value* bila digunakan pada *dark mode*.

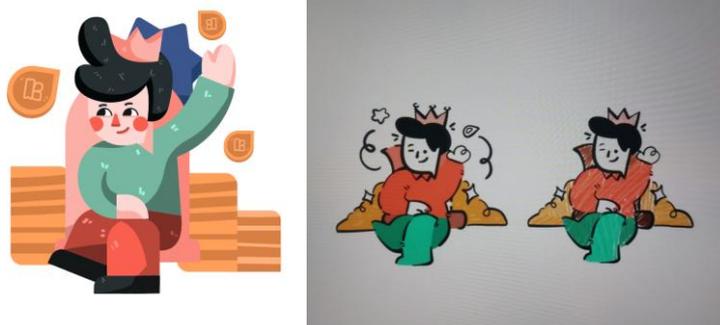
5. Tahap *Approval* dan *Finalisasi*

Setelah melakukan asistensi dan revisi bersama dengan *Senior Graphic Designer* dan *Creative Director*, keseluruhan ilustrasi yang diminta telah selesai dan akan berlanjut ke tahap *approval*. Penulis dan tim mengadakan *meeting* bersama dengan tim Kokara. *Meeting* diadakan pada tanggal 21 Mei 2025. Dalam *meeting* ini, penulis dan tim membahas terkait ilustrasi, ikon, dan *brand voice and tone*.



Gambar 3.58 Meeting Approval Pertama

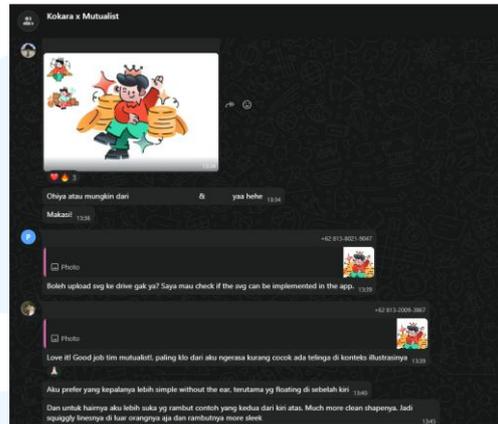
Penulis dan tim mendapatkan cukup banyak *insight* dari meeting ini. Gaya ilustrasi yang awalnya telah disetujui rupanya harus diganti lagi karena dirasa terlalu kaku, sehingga penulis dan *Senior Graphic Designer* harus melakukan perombakan *style* kembali. Tim Kokara menginginkan gaya ilustrasi yang tidak menggunakan *outline* secara keseluruhan, *outline* yang terlalu tebal, dan bentuk dibuat lebih organik (lebih melengkung). Namun, tim Kokara menyukai bentuk wajah yang menyerupai *chatbox*. Selain itu, *color range* yang digunakan untuk selanjutnya adalah dari tim Kokara (mengikuti kebutuhan UI). Selain itu, ilustrasi *icons* Kokens (nama *currency* yang disetujui oleh tim Kokara) ingin dirancang lebih berdimensi.



Gambar 3.59 Alternatif *Artstyle* Ilustrasi Kokara

Penulis pun mengajukan alternatif gambar kepada *Creative Director* dan AM lebih memilih alternatif gambar kedua. Setelah itu, penulis dan *Senior Graphic Designer* pun mengajukan

alternatif *artstyle* kepada tim Kokara. Tim Kokara memilih *artstyle* dari *Senior Graphic Designer* yang digabung dengan *outline stroke* penulis karena lebih organik.



Gambar 3.60 *Approval* Gaya Visual Terbaru Kokara

Berikut adalah hasil dari eksplorasi penggabungan *artstyle* yang telah di-*approve* oleh tim Kokara. Meskipun begitu, tim Kokara masih tidak menyetujui adanya telinga pada karakter sehingga dihapus. Selain itu, elemen pendukung yang membuat keseluruhan gambar terlalu ramai, seperti garis pendukung berbentuk lengkungan di bagian *background* juga dihapus.

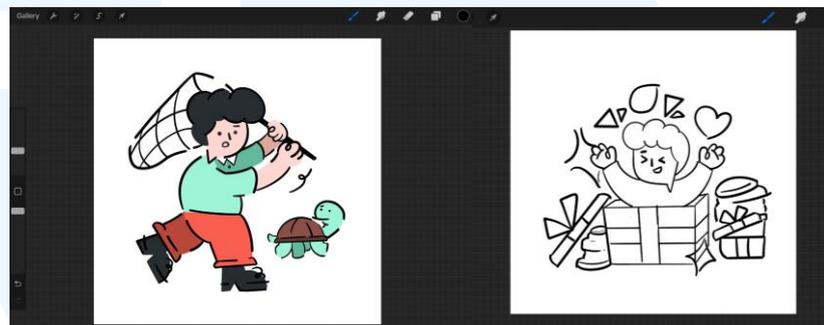


Gambar 3.61 *Revisi* Visual Terbaru Kokara

Gaya ilustrasi yang dituju oleh tim Kokara adalah gaya *flat design* yang menggunakan penggabungan warna gradasi dan *solid*. Selain itu, penggunaan *outline* tidak dibuat menyeluruh namun

lebih putus-putus. Elemen pendukung, seperti bintang pada ilustrasi, tidak menggunakan *outline*.

Penulis kemudian melanjutkan revisi ilustrasi berdasarkan referensi yang telah disetujui oleh tim Kokara. Ide bentuk ilustrasi yang sebelumnya digunakan, kemudian digambar ulang dengan menggunakan gaya ilustrasi yang telah disetujui tim Kokara. Berikut adalah proses revisi yang dilakukan penulis.



Gambar 3.62 Proses Sketsa Ilustrasi di Procreate

Pertama, penulis menggambar keseluruhan ilustrasi di aplikasi Procreate. Jenis *brush* yang digunakan oleh penulis adalah *Studio Pen*. Untuk pewarnaan, penulis menggunakan *color palette* yang telah ditentukan. Namun untuk menghemat waktu, penulis seringkali hanya menggambar sketsa kasar berupa *outline* dari gambar dan melakukan finalisasi di Adobe Illustrator.



Gambar 3.63 Proses *Fill Color* Ilustrasi

Lalu, penulis memasukkan gambar ke dalam Adobe Illustrator dan menggambar keseluruhan bentuk dengan *pen tool* atau *paintbrush tool* (5 pt *round* dengan ukuran 2 pt). Setelah itu,

penulis menghilangkan *outline* dan menambahkan *fill* dengan *solid color* yang sesuai dengan *color palette*. Penulis meninggalkan beberapa *line* untuk bagian wajah.



Gambar 3.64 Proses Finalisasi Ilustrasi

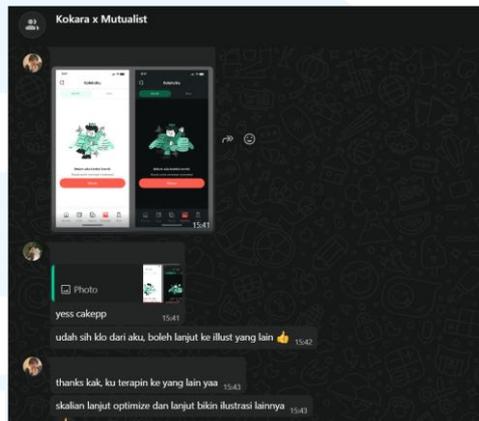
Selanjutnya, penulis menambahkan garis *outline* putus-putus yang disesuaikan dengan bentuk. Garis *outline* tersebut dibuat putus-putus untuk memberikan keunikan dan mempertegas gambar. Terakhir, penulis menambahkan gradien pada bagian *fill*. Gradien disesuaikan dengan *color palette* dan arah datangnya cahaya. Pada beberapa bagian, seperti kulit dan elemen pendukung (dalam hal ini seperti sayap) tidak perlu menggunakan gradien.



Gambar 3.65 Meeting Finalisasi Warna Ilustrasi Kokara

Setelah memberika *preview* kepada tim Kokara melalui WhatsApp, tim Kokara meminta untuk mengganti keseluruhan warna dengan warna satu *tone*. Penulis dan *Senior Graphic Designer* kemudian melakukan *meeting* bersama salah satu personil tim Kokara yaitu RA. Dalam *meet* ini, tim Mutualist dan RA berdiskusi kembali terkait warna yang seterusnya akan digunakan, yaitu warna satu *tone* dan gradien pada elemen pendukung. Selain

itu, karena permasalahan kontras, RA berniat untuk melakukan *meeting* terkait *color palette* yang seterusnya akan digunakan, *color palette* turunan dari Kokara (turunan *value*) atau *palette* turunan dari Mutualist (turunan saturasi).



Gambar 3.66 *Approval* pewarnaan ilustrasi Kokara

Setelah mengadakan *meet*, RA bersama tim internal Kokara melakukan *meeting* terkait kesepakatan terkait pewarnaan. RA kemudian menginformasikan tim Mutualist terkait kesepakatan warna yang digunakan. Color yang akan digunakan seterusnya adalah palet warna dari Kokara. Palet warna tersebut terdiri atas turunan *value* dari warna primer yang masing-masing dibagi ke 10 turunan.

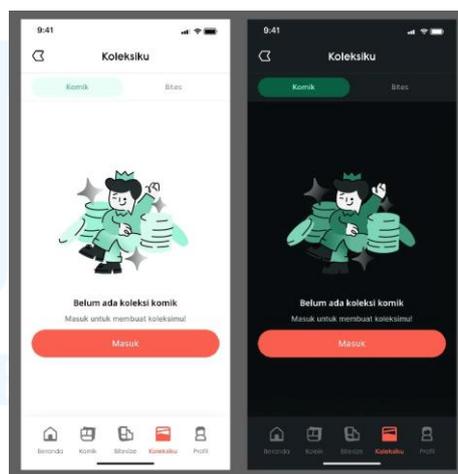
0	#FFFFFF	0	#FFFFFF	0	#FFFFFF
1	#F3F4F4	1	#EBDF7	1	#FEDFDC
2	#D3D5D6	2	#D8FBEF	2	#FDBFB8
3	#B6B9BA	3	#C4F8E7	3	#FB9E95
4	#6E7475	4	#B1F6DF	4	#FA7E71
5	#495153	5	#9DF4D7	5	#F95E4E
6	#252E30	6	#80D6B9	6	#CD4C3F
7	#1F2628	7	#63BB9C	7	#A13A2F
8	#191F20	8	#459B7E	8	#762820
9	#131718	9	#287D61	9	#4A1610
10	#0C0F10	10	#0B5F43	10	#1E0401

Gambar 3.67 Palet Warna Tim Kokara

Setelah itu, *Senior Graphic Designer* berdiskusi kembali terkait penggunaan gradien dengan tim Kokara karena masukan *Creative Director* (AM). AM memberi masukan tentang penggunaan gradien yang diperluas, tidak hanya pada elemen pendukung, namun juga bagian celana atau baju supaya pewarnaan tidak terlalu monoton. Tim Kokara pun menyetujui usulan tersebut. Proyek ini masih berlanjut hingga setelah periode magang dari kampus berakhir, sehingga belum ada hasil keseluruhan ilustrasi.

6. Tahap Implementasi

Pada tahap implementasi, ilustrasi akan digunakan dalam laman aplikasi Kokara. File ilustrasi, baik itu dalam bentuk .ai atau .svg akan dimasukkan ke dalam Google Drive yang diberikan oleh tim Kokara supaya tim Kokara dapat mengimplementasikan *icon* tersebut ke dalam *wireframe* yang telah dibuat pada Figma. Proyek Kokara ini masih berlangsung hingga setelah periode kerja magang penulis dari UMN. Berikut adalah contoh implementasi desain dalam bentuk *mockup*.



Gambar 3.68 *Mockup* Ilustrasi pada Laman Aplikasi

Desain akhir yang digunakan menggunakan gaya ilustrasi *flat design* yang minimalis. Warna yang digunakan untuk ilustrasi adalah warna satu *tone* dengan warna dominan adalah turunan

value dari warna *teal* pada warna primer. Sedangkan warna sekunder yang digunakan adalah turunan warna gelap pada warna primer. Gradien digunakan pada beberapa bagian ilustrasi, yaitu: Elemen pendukung dan bagian celana atau baju pada karakter.

Dalam proses perancangan ini, penulis mengalami perkembangan dalam bekerja sama dengan tim dan berkomunikasi secara efektif. Penulis juga semakin adaptif terhadap keinginan klien, dan mampu menyelesaikan masalah dengan lebih efektif. Selain itu, kemampuan teknis dalam menggunakan software desain seperti Adobe Illustrator dan Procreate turut meningkat.

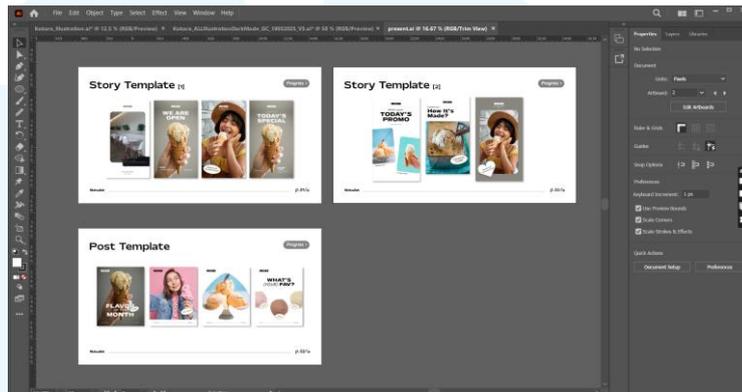
3.3.2.3 Perancangan Desain Media Sosial MOSS

MOSS adalah sebuah toko es krim yang berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara. MOSS merupakan toko es krim yang dimiliki oleh YT yang menjual es krim, minuman (berbagai jenis kopi dan matcha), serta *pastry*. Toko ini memiliki slogan, yaitu “*Moments of Scoops and Smiles*” yang bila disingkat menjadi “MOSS”. Pemilik dari tempat es krim ini menempatkan MOSS di lokasi yang dekat dimana ia dulu tinggal (tempat masa kecilnya), dan es krim yang dibuat olehnya selalu dilandasi oleh rasa-rasa yang unik dan memberikan nostalgia. MOSS juga memiliki *branding* sebagai tempat yang dapat digunakan untuk WFC (*Work From Cafe*) karena memiliki banyak stop kontak dan *wi-fi*. Dalam proyek ini, Mutualist bertanggung jawab atas perancangan media sosial MOSS. Berikut adalah penjelasan proses kerja desain yang dilakukan penulis.

1. Tahap *Briefing*

MOSS adalah sebuah toko es krim yang *branding* nya ditangani oleh teman dari AM (*Creative Director*), namun proyek media sosial tersebut kemudian dilanjutkan oleh tim Mutualist. *Creative Director* mula-mula memberikan *brief* secara langsung saat di kantor terkait apa itu MOSS dan proyek apa yang diberikan.

Setelah itu, *Creative Director* memberikan aset *branding* (logo, *icon*, dan *color palette*) MOSS kepada penulis dan *Senior Graphic Designer*. *Creative Director* kemudian meminta penulis untuk membuat desain inisial untuk dipresentasikan kepada pemilik MOSS.



Gambar 3.69 Desain Inisial MOSS

Creative Director bersama dengan penulis dan *Senior Graphic Designer* mengadakan *meet* bersama dengan YT. *Meet* ini ditujukan untuk membahas terkait desain preferensi MOSS sekaligus menunjukkan desain inisial untuk MOSS. YT tidak mempermasalahkan desain selama desain tetap memberikan kesan MOSS yang minimalis.

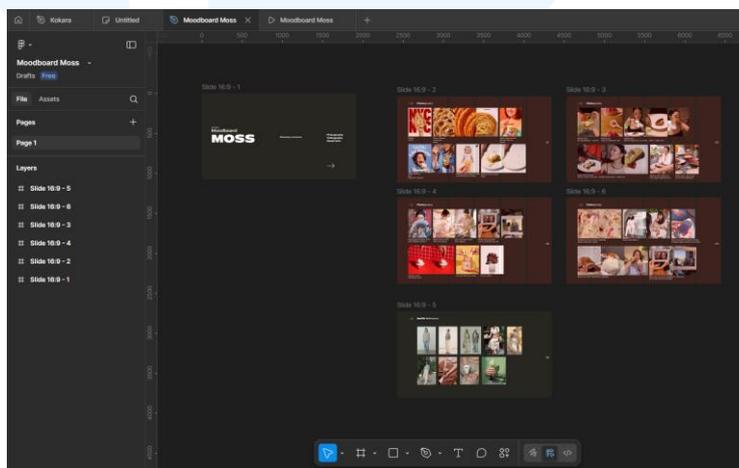
2. Tahap *Brainstorming*

Penulis dan *Senior Graphic Designer* kemudian melakukan *brainstorming* dengan menyusun referensi. Referensi mengikuti kesan yang ingin ditunjukkan oleh YT (minimalis). Berikut adalah referensi yang telah disusun.



Gambar 3.70 Referensi MOSS

Berdasarkan referensi yang telah disusun, *style* yang akan digunakan untuk desain MOSS secara keseluruhan adalah *style Minimalist* dan *Swiss Design*. Selain itu, penulis dan *Senior Graphic Designer* juga menyusun referensi untuk kebutuhan *shooting photo* dan *video asset* untuk keperluan media sosial.



Gambar 3.71 Referensi *Shooting* MOSS

Referensi *shooting* dirancang sesuai dengan kebutuhan *post* media sosial setiap bulannya. *Shooting* dilakukan sekali setiap bulannya untuk kebutuhan aset foto ataupun video untuk bulan berikutnya. Penyusunan referensi ditujukan untuk menjadi panduan dalam kegiatan *photoshoot* dan *videoshoot* di MOSS.

3. Tahap *Designing*

Setelah melakukan penyusunan referensi MOSS, *Senior Graphic Designer* merancang desain inisial terbaru untuk kemudian diterapkan pada desain-desain selanjutnya, baik itu untuk Instagram *story*, *post*, dan *reels*.



Gambar 3.72 Desain Inisial Terbaru MOSS

Berdasarkan desain tersebut, penulis kemudian diberikan tugas untuk merancang *story* Instagram MOSS. Keseluruhan aset yang digunakan berasal dari hasil *shooting* foto dan video yang diambil di MOSS. Tim Mutualist yang melakukan proses *shooting* adalah penulis, NA (*Senior Graphic Designer*), dan AM (*Creative Director*). NA dan penulis bertanggung jawab untuk mengambil foto, namun juga pernah mengambil video, sedangkan AM lebih banyak mengambil video. Alat yang digunakan dalam proses *shooting*, antara lain: *Softbox*, *reflector*, *tripod*, kamera (untuk foto dan video), *gimbal stabilizer* (untuk video), dekorasi, dan *wallpaper* (kertas). Penulis, *Senior Graphic Designer*, *Creative Director*, dan terkadang model (jasa) atau *Junior Graphic Designer* lain kerap kali berpartisipasi untuk konten, baik itu sebagai *hand model* atau *model* keseluruhan.



Gambar 3.73 Proses Shooting MOSS untuk Aset

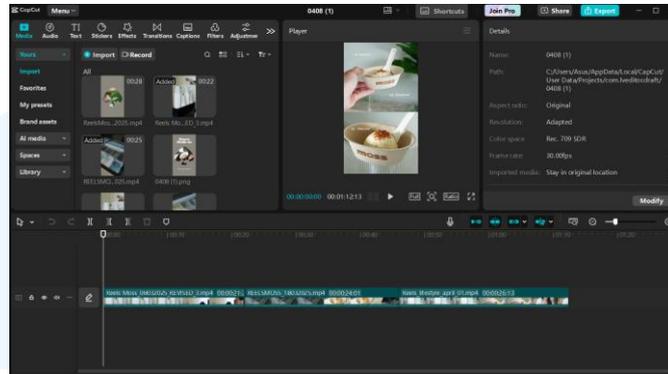
Penulis menggunakan aset-aset yang didapatkan dari *shooting* yang telah di-*edit* menggunakan Adobe Lightroom dan Photoshop. Penulis menggunakan *tools develop* pada Adobe Lightroom yang kemudian penulis *synchronize* ke foto-foto similar lainnya. Untuk Adobe Photoshop, penulis menggunakan *tools*, yaitu: *Magnetic lasso tool*, *brush tool*, *clone stamp tool*, *eraser*, *pen*, *adjustment*.



Gambar 3.74 Layout Desain MOSS

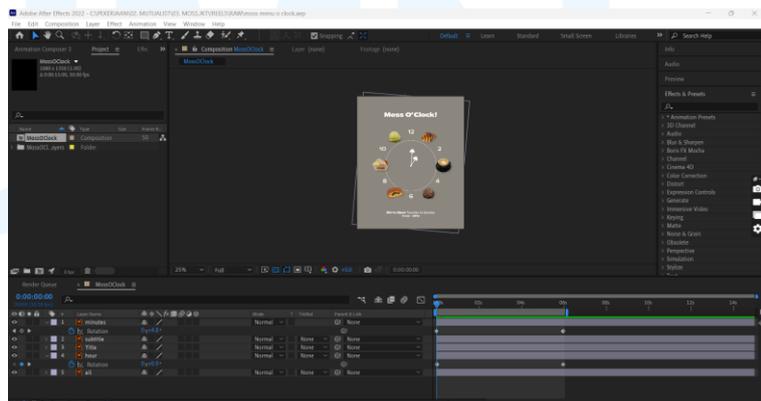
Penulis merancang desain pada Adobe Illustrator dengan menggunakan *artboard* berukuran 1080x1920 px, dengan 4-*column grid* dengan ukuran *gutter* 15px. *Typeface* yang digunakan adalah

Mattone (*regular*, *bold*, dan *black*), dengan warna yang digunakan adalah warna putih (#FFFCF6) dan abu (#8B877E).



Gambar 3.75 Proses Pembuatan Video dengan Capcut

Story tidak hanya meliputi *layout* dan desain saja, namun juga menggunakan foto yang ditambahkan dengan logo MOSS, serta *video*. Untuk *story* dalam bentuk *video*, penulis menggunakan *software* Capcut karena sifatnya yang tidak terlalu berat dan penggunaan *effect* yang beragam serta proses *export* yang cepat. Capcut digunakan untuk efektif merancang *video* yang tidak kompleks. *Tools* yang digunakan penulis dalam menggunakan Capcut adalah *tools reverse*, *trim*, *speed*, *audio*, *adjustment*, *effects*, dan *transition*.



Gambar 3.76 Perancangan Video dengan Adobe After Effects

Selain itu, penulis juga menggunakan Adobe After Effects untuk kebutuhan *motion graphics*. Penulis menggunakan *tools rotation* untuk *motion graphics* konten ini. Sebelumnya penulis sempat menggunakan *roto brush tool* untuk menghilangkan

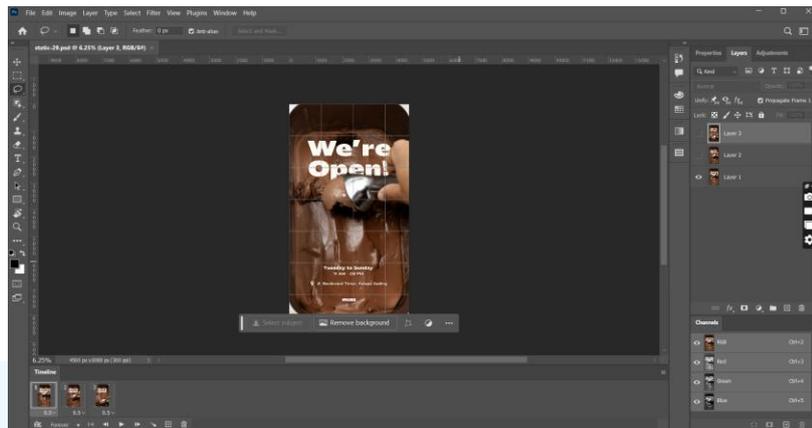
background pada video secara *frame by frame*, namun kontennya tidak digunakan.



Gambar 3.77 Layout Feeds MOSS

Penulis juga diberikan tugas untuk merancang desain *feeds* dan *reels* Instagram. Ukuran *artboard* untuk *feeds* dan *reels* berbeda, *artboard* untuk *feeds* berukuran 1080x1350 px yang diberikan *margin* keliling yang berukuran 84 px (untuk *cover feeds*), untuk *carousel* selanjutnya bersifat fleksibel. Untuk *carousel* pada gambar, penulis menggunakan 6-*column grid* dengan ukuran *margin* keliling 55 px dan *reels* berukuran 1080x1920 px. *Software* yang penulis gunakan adalah Adobe Illustrator dan Capcut dengan *tools* yang sama dengan yang penulis gunakan saat membuat *story* Instagram. Selain itu, penulis juga menggunakan fitur dari Adobe Photoshop yaitu *timeline*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.78 Perancangan Feeds MOSS dengan Photoshop

Timeline digunakan untuk membuat animasi *stopmotion* secara cepat dengan diekspor dalam bentuk .gif yang diubah ke .mp4. File ini kemudian diberikan ke *Senior Graphic Designer* melalui WhatsApp. Hal tersebut dilakukan karena *Senior Graphic Designer* yang akan melakukan jadwal *posting* melalui fitur Meta.

4. Tahap Asistensi dan Revisi

Setelah melalui tahap *designing*, penulis melakukan asistensi dan revisi desain kepada *Senior Graphic Designer* dengan dipantau oleh *Creative Director* (saat *update* pekerjaan setiap pulang kerja). Penulis melakukan asistensi bersama dengan *Senior Graphic Designer* seiring berjalannya proses *digitalisasi*. Berikut adalah contoh revisi yang dilakukan penulis dengan mengikuti arahan dari *Senior Graphic Designer*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

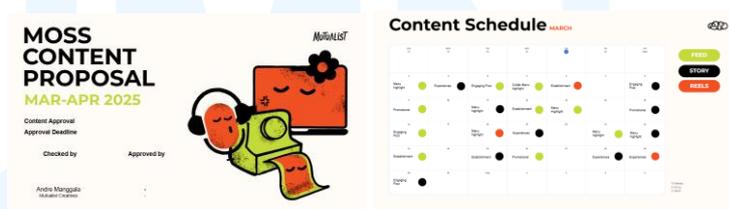


Gambar 3.79 Hasil Asistensi MOSS

Dari asistensi tersebut, penulis melakukan perbaikan pada warna (menjadi lebih vibran), *shadow*, dan *copywriting*. Penulis juga menghilangkan *highlight* putih di bagian atas *post*.

5. Tahap *Approval* dan *Finalisasi*

Penulis dan *Senior Graphic Designer* menyusun *content proposal* ke dalam *slides* (template dari Mutualist). Slides kemudian diberikan kepada *Creative Director* untuk dilakukan *checking*. *Content plan* ini kemudian diberikan kepada *client* (YT) setiap bulannya (awal bulan).



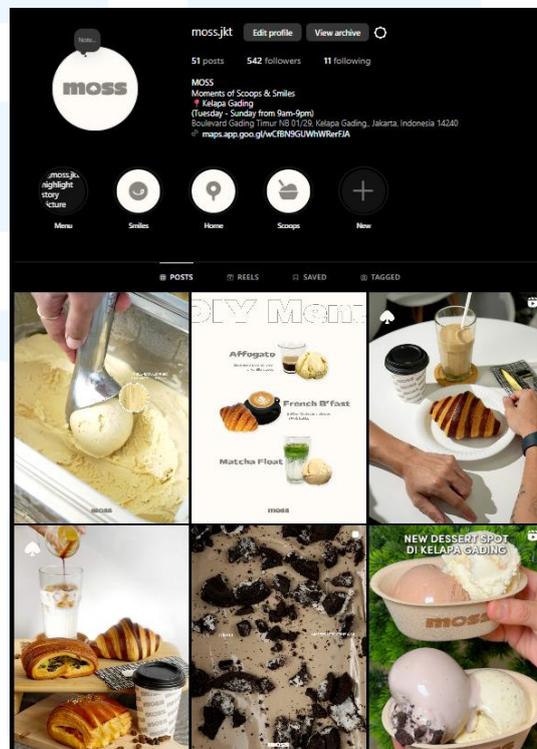
Gambar 3.80 MOSS Content Proposal

Setelah *di-approve* oleh *Creative Director*, maka keseluruhan foto dan video akan dimasukkan ke dalam Google Drive Mutualist. Hal ini ditujukan untuk memudahkan penulis dan *Senior Graphic Designer* dalam menjadwalkan konten ke Meta. Selain itu, tujuan lain dalam memasukkan hasil desain akhir ke

dalam Google Drive dengan rapi adalah untuk memudahkan proses pengarsipan dan portofolio Mutualist.

6. Tahap Implementasi

Hasil desain yang telah di-*approve* kemudian diunggah ke Meta untuk diunggah ke Instagram MOSS secara otomatis sesuai dengan jadwalnya. Namun, untuk *reels* atau *story* interaktif (stiker interaktif) harus diunggah manual di Instagram MOSS karena tidak dapat dijadwalkan di Meta. Berikut adalah implementasi desain *post*, *story*, dan *reels*.



Gambar 3.81 Tampilan Feeds MOSS

Selain itu, penulis dan *Senior Graphic Designer* juga menyusun *Social Media Monthly Report*. *Report* ini berisi tentang pengaruh Mutualist pada *engagement* MOSS. Setelah disusun, *Social Media Monthly Report* akan diberikan kepada *client* melalui grup WhatsApp.



Gambar 3.82 MOSS Social Media Monthly Report

Isi dari *Monthly Report*, antara lain: *Key metrics*, *account insight*, *content insight*, *top 5 content*, *key learning*, dan *key recommendation*. *Key metrics* adalah penjabaran terkait tujuan utama dalam perancangan *monthly report* (analisis *engagement* dan evaluasi). *Account insight* menjelaskan terkait interaksi, *views*, *total followers*, dan *profile activity* dari MOSS selama menggunakan jasa *social media manager* dari Mutualist Creatives. *Content Insight* berisi tentang *key metrics* yang dianalisis pada masing-masing unggahan (*story*, *reels*, dan *feeds*). *Top 5 content* adalah pemilihan konten yang memperoleh paling banyak *engagement* untuk MOSS dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk unggahan kedepan. *Key Learnings* adalah informasi penting yang didapatkan dari keseluruhan analisis *content*, dan *key recommendation* adalah rekomendasi langkah yang akan diambil untuk bulan berikutnya.

Selama kegiatan perancangan ini, penulis mengasah kemampuan *leadership* melalui kerja sama dengan klien. Penulis juga menjadi lebih peka dan empati terhadap kebutuhan klien, serta lebih kreatif dalam merancang konten. Selain itu, kemampuan teknis dalam menggunakan software desain seperti Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, dan Capcut turut berkembang.

3.3.2.4 Perancangan Media Kolateral Khaya Luxury Villas

Khaya Luxury Villas adalah sebuah villas yang berlokasi di daerah Canggu, Bali. Villas ini merupakan villas *luxury* karena lokasinya yang *intimate* dan pemandangannya yang indah. Selain itu

juga karena kabin yang terbatas karena ukurannya yang cukup luas dengan fasilitas lengkap (kolam renang, tempat *breakfast*, toilet *outdoor*, dan sebagainya).



Gambar 3.83 Logo Horizontal Khaya Luxury Villas

Oleh karena itu, Khaya Luxury Villas membutuhkan media kolateral yang akan digunakan untuk kebutuhan *house keeping*, *amenities*, dan *signage*.

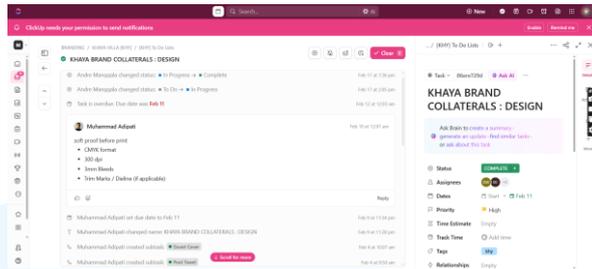
1. Tahap *Briefing*

Penulis diberikan *brief* oleh *Senior Graphic Designer* (MA) secara langsung saat hari pertama magang di Mutualist Creatives. MA menjelaskan terkait apa itu Khaya Luxury Villas, hal-hal yang perlu untuk dikerjakan, dan menunjukkan *printed design* yang telah dikerjakan sebelumnya untuk dijadikan sebagai referensi dan acuan desain supaya tetap memiliki *unity*.



Gambar 3.84 Referensi *Printed Design* Khaya Luxury Villas

Berikut adalah contoh *printed design* yang diberikan oleh *Senior Graphic Designer*. Penulis dan EK bertanggung jawab untuk melanjutkan desain media kolateral yang telah dirancang. Untuk mempermudah alur kerja, MA menggunakan aplikasi ClickUp untuk membagi penugasan perancangan media kolateral Khaya Luxury Villas.



Gambar 3.85 Brief Khaya Luxury Villas

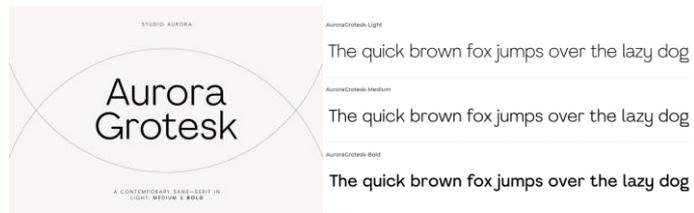
Penulis bersama dengan *Junior Graphic Design* (EK) melakukan pembagian penugasan secara seimbang dan mandiri melalui aplikasi ClickUp yang kemudian disetujui oleh *Creative Director* (AM) dan *Senior Graphic Designer* (MA). Penulis diberikan penugasan untuk merancang desain keset kamar mandi, *slippers paper belt*, kiblatis, *wi-fi information detail*, *signage* pengingat untuk menggantung handuk jika tidak digunakan, *toiletries*, *door hanger*, cukur kumis, sisir rambut, *breakfast menu board*, dan *name tag*.

Penulis diberikan *brand identity* Khaya Luxury Villas melalui Google Drive oleh *Senior Graphic Designer* (MA). Isi dari *brand identity*, antara lain: Logo, *color palette*, *typeface*, dan ilustrasi.



Gambar 3.86 Variasi Logo Khaya Luxury Villas

Penulis diberikan beberapa variasi logo, yaitu: Logo versi horizontal, versi vertikal, dan *logomark*. File yang diberikan adalah dalam bentuk .svg. Logo ini wajib digunakan dalam berbagai desain yang nantinya akan dirancang, namun lebih dominan digunakan yang berupa logo jenis vertikal atau horizontal. Penulis juga diberikan folder berisi *typeface*. *Typeface* yang digunakan untuk *brand* Khaya Vila Luxury adalah Aurora Grotesk dan Kostania.



Gambar 3.87 *Typeface Aurora Grotesk*
 Sumber: <https://fontbundles.net...>

Aurora Grotesk merupakan jenis *typeface* sans serif dengan 3 *weight*, antara lain: *Light*, *medium*, dan *bold*. *Typeface* ini digunakan untuk *body text*.



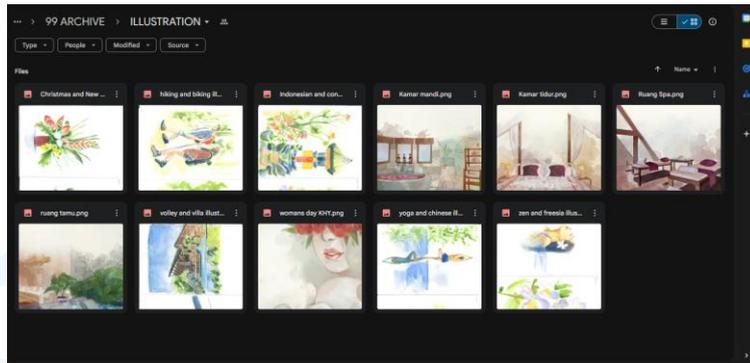
Gambar 3.88 *Typeface Kostania*
 Sumber: <https://www.myfonts...>

Kostania merupakan jenis *typeface display* yang digunakan untuk *headline*. Kostania memiliki 4 *weight*, antara lain: *Thin*, *light*, *medium*, dan *bold*.



Gambar 3.89 *Color Palette Khaya Luxury Villas*

Penulis juga diberikan *color palette*, yang berisi: Warna krem (#EAE2DC), hijau muda (#D4E7B8), hijau tua (#3D8D7A), biru muda (#C5DCED), biru tua (#2D6090), dan biru gelap (#31384A). Warna utama yang digunakan pada *brand* Khaya Villas, antara lain: Warna biru muda, hijau muda, dan biru tua.

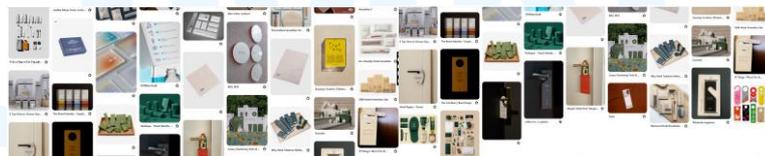


Gambar 3.90 Aset Ilustrasi Khaya Luxury Villas

Penulis juga diberikan aset ilustrasi dari *link* Google Drive yang diberikan oleh *Senior Graphic Designer*. Ilustrasi yang diberikan adalah ilustrasi *watercolor* yang di-*scan*. Ilustrasi ini dapat diimplementasikan dalam beberapa media kolateral apabila dibutuhkan.

2. Tahap *Brainstorming*

Penulis mencari referensi untuk masing-masing penugasan yang diberikan dengan menggunakan aplikasi Pinterest. *Brainstorming* dilakukan dengan menggunakan Pinterest supaya penulis bisa langsung memberikan *link* untuk diasistensikan kepada *Senior Graphic Designer*. Berikut adalah hasil *brainstorming* penulis melalui aplikasi Pinterest.

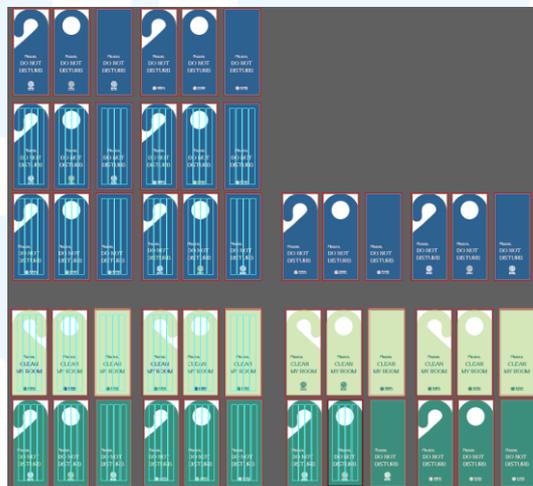


Gambar 3.91 Referensi Media Kolateral Khaya

Penggunaan Pinterest juga ditujukan untuk mengumpulkan ide-ide untuk banyak penugasan sekaligus dalam satu *board*. Referensi disesuaikan dengan *branding* Khaya Luxury Villas. Setelah dicermati oleh *Senior Graphic Designer*, penulis diminta untuk melanjutkan perancangan desain dengan menggunakan referensi ini.

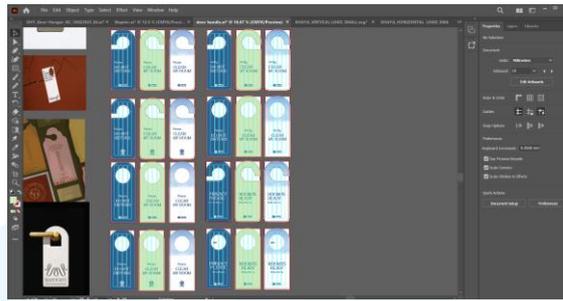
3. Tahap *Designing*

Pada tahap ini, penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan Adobe Pertama-tama, penulis merancang desain untuk *door hanger* dan *signage* brand Khaya. Penulis menggunakan *artboard* berukuran 88mm x 220mm dengan *bleed* berukuran 3mm untuk masing-masing sisi. Penulis juga menggunakan margin berukuran 12mm untuk masing-masing sisi dan *4-column grid* dengan *gutter* 2mm. *Grid* tersebut digunakan untuk menyusun desain secara rapi.



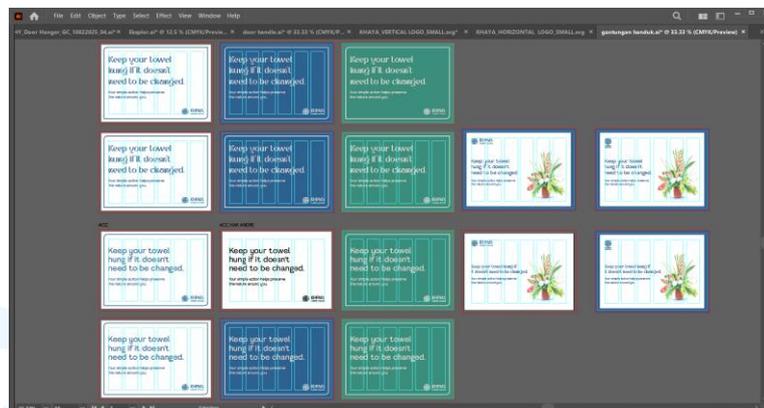
Gambar 3.92 Desain Awal *Door Hanger* Khaya

Penulis merancang alternatif bentuk, warna, dan *copywriting* pada *door hanger* lalu melakukan masukan dari *Senior Graphic Designer* dan mendapatkan *insight*, yaitu: Bentuk alternatif 1 (kiri) akan susah untuk dimasukkan ke gagang pintu, lubang gagang pada bentuk alternatif 2 (tengah) dapat dibesarkan (masih terlalu kecil), dan warna dieksplorasi lagi. Oleh karena itu, penulis merancang alternatif desain lain sebagai berikut.



Gambar 3.93 Revisi Awal *Door Hanger* Khaya

Penulis merancang desain dengan warna baru (hijau muda dan *watercolor* biru muda pada *background* putih) serta bentuk yang telah diperbaiki. Penulis juga menggunakan *trim mark* yang disesuaikan dengan *bleed* (3 mm) sesuai dengan arahan *Senior Graphic Designer*. Menurut *Creative Director* (AM), bentuk yang dapat dieksplorasi lagi adalah bentuk di *artboard* sisi kanan bawah dengan warna biru tua dan gradasi *watercolor*. Oleh karena itu, penulis mencetaknya pada kertas HVS dengan ukuran aslinya untuk kemudian diasistensikan kepada *Senior Graphic Designer* dan *Creative Director*.



Gambar 3.94 Desain Awal *Signage* Gantung Handuk Khaya

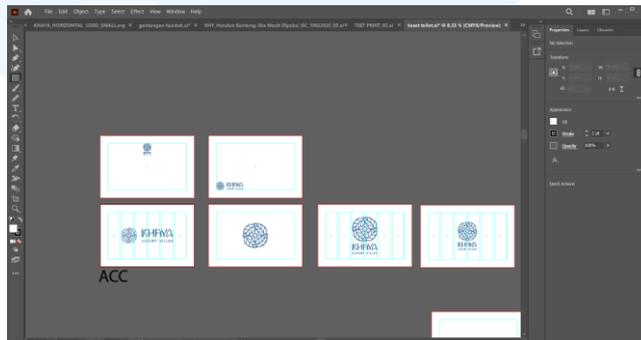
Selanjutnya, penulis merancang desain *signage* pengingat untuk menggantung handuk jika tidak digunakan. Ukuran *artboard* yang digunakan adalah 148mm x 105mm dengan *bleed* berukuran 3mm untuk masing-masing sisi. Selain itu, penulis menggunakan *margin* berukuran 10mm untuk masing-masing sisi serta *6-column*

grid dengan *gutter* 4mm. Penulis merancang alternatif desain untuk *signage* ini, yaitu: *Signage* dengan *base color* saja (putih, biru tua, dan hijau tua), *base color* dengan *outline* lengkung tajam, *background* putih dengan *watercolor*, serta *background* putih dengan *watercolor* dan *framing* biru tua.



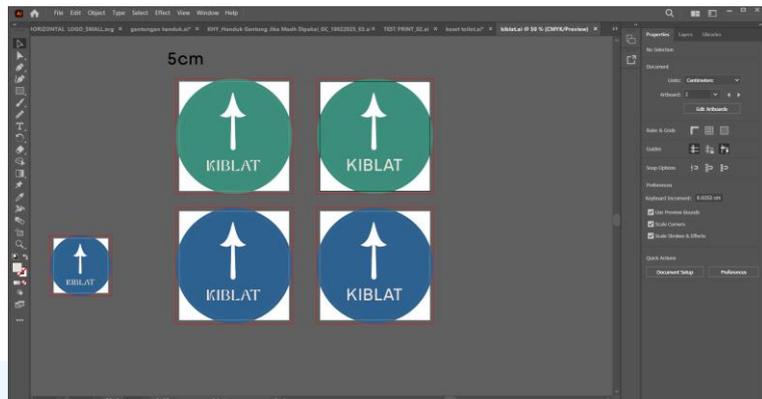
Gambar 3.95 Revisi Awal *Signage* Gantung Handuk Khaya

Penulis menunjukkan kepada *Senior Graphic Designer* dan berikut adalah desain yang dapat dikembangkan lagi. Dari pilihan yang ditunjuk, *Senior Graphic Designer* lebih memilih desain yang sederhana dan minimalis.



Gambar 3.96 Desain Kesen Toilet Khaya

Selanjutnya, penulis merancang desain untuk keset kamar mandi. Ukuran yang digunakan penulis adalah 60cm x40cm dengan *margin* masing-masing sisi 5cm. Penulis hanya menggunakan variasi logo Khaya Luxury Villas untuk mempertahankan desain minimalis yang tetap menunjukkan identitas *brand* lalu mengubah penempatan posisinya. Penulis kemudian menunjukkan desain kepada *Senior Graphic Designer* dan MA memilih desain kiri bawah.



Gambar 3.97 Desain Awal Stiker Kiblat Khaya

Penulis lalu merancang desain untuk stiker kiblat. Penulis merancang beberapa desain kiblat dengan warna (hijau tua dan biru tua) dan *typeface* yang berbeda (kostania dan Aurora Grotesk). Alternatif warna dirancang dengan menyesuaikan kesesuaiannya dengan kiblat pada umumnya (warna hijau) atau mengikuti warna primer *brand*. Sedangkan alternatif *typeface* disesuaikan dengan keterbacaan (Aurora Grotesk) atau *branding* (Kostania). awalnya merancang ukuran stiker 10cm karena kiblat umumnya ditempel di atap ruangan, namun penulis menggantinya ke 5cm karena akan ditempel di dalam laci meja. Sama seperti desain lainnya, penulis menggunakan *bleed* berukuran 3mm beserta dengan *offset path* yang disesuaikan dengan ukuran *bleed*. Selain itu, penulis menggunakan *trim line* yang disesuaikan dengan ukuran stiker kiblat.



Gambar 3.98 Desain Awal Nametag Khaya

Penulis merancang desain *nametag* dengan ukuran *artboard* 6x2cm pada mulanya penulis tidak mengetahui bahan yang akan digunakan untuk *nametag* sehingga penulis berasumsi *nametag* menggunakan bahan akrilik sehingga berwarna. Penulis mencoba

beberapa alternatif desain dengan menggunakan warna, *layout* teks, dan variasi logo yang berbeda.



Gambar 3.99 Desain dan *Mockup* Awal *Slippers* Khaya

Penulis juga ditugaskan untuk merancang desain untuk *sleeve* pada *slippers* dengan ukuran 28x7cm. Penulis merancang 3 alternatif, yaitu: Alternatif desain *slippers* dengan menggunakan gradasi *watercolor*, *logomark* pada *background* putih, dan logo pada *background* putih. Penulis juga memasukkan desain ke dalam *mockup* pada Adobe Photoshop untuk melihat bentuknya apabila digunakan pada *slippers*.



Gambar 3.100 Desain dan *Mockup* Awal Tas *Hair Dryer* Khaya

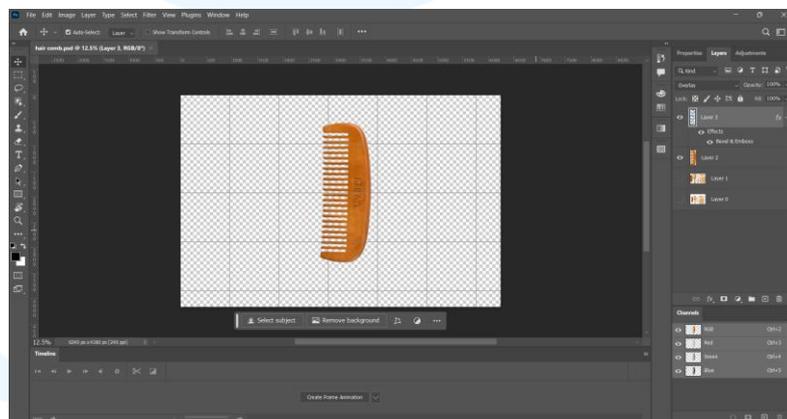
Amenities selanjutnya adalah tas untuk menyimpan *hair dryer*. Ukuran dari *artboard* adalah 20,2x24.2cm dengan *bleed* 3mm. Penulis menggunakan *logo* versi horizontal dengan nama *amenity* di bagian bawah tas untuk mempertahankan kesederhanaan desain dan bersifat *straightforward*. Penulis melakukan pengukuran desain dengan menyesuaikan pada panjang *hairdryer* lipat yang

dimiliki oleh penulis. Selain itu, desain yang telah dirancang lalu di *mockup* pada *mockup pouch* sesuai dengan arahan dari *Senior Graphic Designer*.



Gambar 3.101 *Mockup Shaver Khaya*

Penulis merancang desain *shaver* sesuai dengan *toiletries* yang dibutuhkan. Penulis menggunakan *logotype* pada bagian pangkal *shaver* untuk menonjolkan *branding* Khaya Luxury Villas. Penulis memberikan efek *bevel and emboss*, yaitu *inner bevel* dengan teknik *chisel hard* dengan kedalaman 376%, mengarah ke bawah, ukuran 57 px, kehalusan 9 px, *angle* 122°, *altitude* 16°, *highlight mode screen* dengan *opacity* 34%, dan *shadow mode* 57%.



Gambar 3.102 *Mockup Sisir Khaya*

Penulis kemudian merancang sisir rambut dengan menggunakan *mockup* Photoshop, yaitu dengan menggunakan *mockup* sisir kayu. Penulis memberikan efek *bevel and emboss*, yaitu *inner bevel* dengan teknik *chisel hard* dengan kedalaman 376%, mengarah ke bawah, ukuran 57 px, kehalusan 9 px, *angle* 30°, *altitude* 30°, *highlight mode screen* dengan *opacity* 34%, dan

shadow mode 57%. Perkiraan ukuran sisir mengikuti ukuran sisir hotel pada umumnya, yaitu 4 cm x10 cm.



Gambar 3.103 Alternatif Kemasan *Toiletries*

Penulis juga merancang kemasan untuk *toiletries*. Penulis merancang beberapa alternatif *toiletries*, yaitu warna gradien *watercolor*, warna *solid* biru tua, dan warna *double* gradien *watercolor* (ditimpa). Kemasan *toiletries* yang dirancang beserta ukurannya, antara lain: *Sanitary bag* (6x7cm), *shower cap* (6x7cm), *nail file* (4x8cm), *cotton bud* (3x8cm), *tooth brush* (3x15cm), dan *hair comb* (4x13cm).



Gambar 3.104 Desain Awal *Wi-fi Information* Khaya

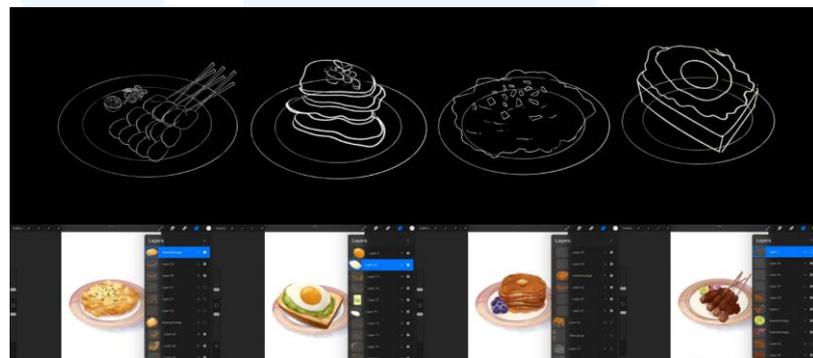
Amenity selanjutnya yang dirancang penulis adalah *wi-fi information* lipat. Penulis menggunakan *margin* berukuran 5 mm pada semua sisi, *bleed* berukuran 3 mm, dan *6-column grid* dengan *gutter* berukuran 2 mm. Penulis merancang 3 alternatif, yaitu: Gradien *watercolor* yang ditempatkan di sisi kiri dan kanan *text*,

gradien *watercolor* dengan lokasi sebaliknya, serta aset ilustrasi *watercolor* dari Khaya Luxury Villas.



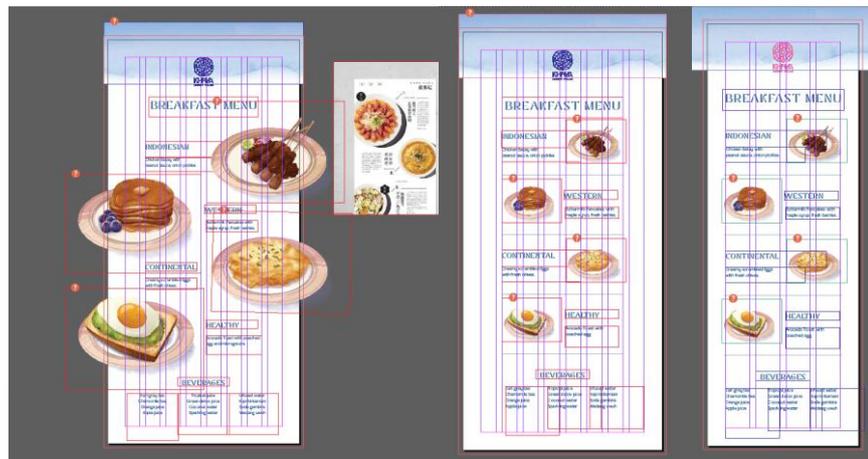
Gambar 3.105 Ilustrasi Awal *Menu Board* Khaya

Terakhir, penulis merancang *menu board* untuk Khaya Luxury Villas. Penulis juga merancang aset ilustrasi yang digunakan untuk menggambarkan makanan yang disajikan. Karena Khaya Luxury Villas belum memiliki menu yang pasti, maka penulis diminta oleh *Creative Director* untuk membuat ilustrasi makanan yang *general* pada menu hotel. Oleh karena itu, penulis membuat ilustrasi sate, *pancake*, *scrambled egg*, dan *avocado and egg toast*.



Gambar 3.106 Proses Ilustrasi Awal *Menu Board* Khaya

Penulis menggunakan Procreate untuk ilustrasi. Pertama-tama penulis merancang sketsa kasar dari masing-masing makanan. Setelah itu, penulis memberikan *solid color* yang sesuai dengan warna dasar dari masing-masing komponen makanan (seperti putih telur, daun seledri, tomat, dan sebagainya). Kemudian barulah penulis memberikan *detailing* untuk masing-masing komponen tersebut, baik itu *lighting*, *grain*, *depth*, *shadow*, dan sebagainya. Berikut adalah hasil keseluruhan ilustrasi yang telah diterapkan ke dalam Adobe InDesign.



Gambar 3.107 Alternatif *Layout Menu Board* Khaya

Setelah keseluruhan ilustrasi telah dibuat, penulis menyusun keseluruhan ilustrasi ke dalam *layout* dalam Adobe InDesign. Penulis merancang 2 alternatif *layout* dan ukuran (14 cm x 29,7 cm dan 10,5 cm x 21 cm). *Grid* yang digunakan untuk ukuran 14cm x 29,7 cm adalah *8-column grid* dengan *gutter* 0,2 cm, serta *margin* keliling 1,27cm. Sedangkan *grid* yang digunakan untuk ukuran 10,5 cm x 21 cm adalah *4-column grid* dengan *gutter* 0,42 cm dan *margin* keliling 1,27 cm.

4. Tahap Asistensi dan Revisi

Setelah melalui proses *designing*, penulis kemudian mengasistensikan *door hanger* yang telah di-*print* sesuai dengan ukuran aslinya 88 mm x 220 mm. Hal ini dilakukan supaya tim Mutualist dapat memperkirakan implementasinya pada media nyatanya. Setelah dicetak, *door hanger* kemudian diberikan masukan menggunakan *sticky notes*.



Gambar 3.108 Proses Revisi *Door Hanger* Khaya

Hal yang diperbaiki, antara lain: Penambahan logo, dan ukuran “*Please*” dan “*Kindly*” diperkecil. Selain itu, *Creative Director* juga memberikan masukan secara langsung, yaitu memperkecil *leading* antara “*Please*” dengan “*Do Not Disturb*” dan “*Kindly*” dengan “*Clean My Room*”, serta mengganti “*Kindly*” dengan “*Please*”.



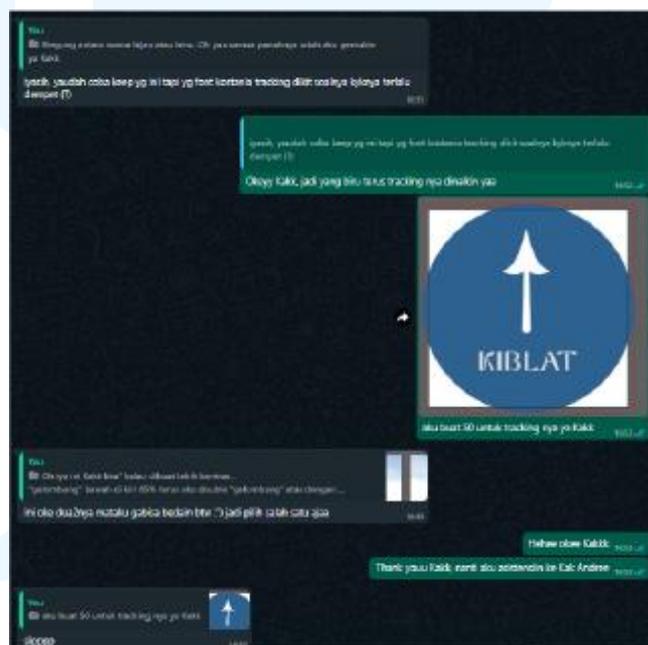
Gambar 3.109 Hasil Revisi *Door Hanger* Khaya

Berikut adalah hasil dari revisi yang telah disetujui oleh *Senior Graphic Designer* dan *Creative Director*. Desain *door hanger* akan di-*print* dua sisi, sehingga lebih fleksibel dalam penggunaannya. Selanjutnya penulis melakukan revisi untuk *signage* pengingat untuk menggantung handuk jika tidak digunakan.



Gambar 3.110 Hasil Revisi *Signage* Gantung Handuk Khaya

Penulis mengganti desain dengan *black and white* karena akan diukir pada bahan kuningan. Plat menggunakan bahan kuningan untuk memberikan kesan *luxury* dan premium. Pergantian bahan ini diberitahu saat penulis ikut dalam *meeting* bersama dengan *Creative Director*, EK, dan *client*. Untuk desain keset, *Creative Director* akhirnya memilih desain dari *Senior Graphic Designer*.



Gambar 3.111 Proses Revisi Stiker Kiblat Khaya melalui WhatsApp

Selanjutnya, stiker kiblat yang disetujui oleh *Senior Graphic Designer* dan *Creative Director* adalah stiker kiblat berwarna biru dengan menggunakan *typeface* Kostania. Selain itu, penulis memperbesar *tracking* tulisan “Kiblat” sebesar 50 pt sesuai masukan *Senior Graphic Designer*.



Gambar 3.112 Hasil *Mockup* Revisi Stiker Kiblat Khaya

Penulis juga mengimplementasikan desain stiker kiblat pada *mockup*. Hal ini dilakukan supaya dapat memiliki bayangan untuk hasil nyatanya sebelum melalui proses produksi. Selain itu, penulis juga melakukan revisi untuk *nametag*. Berdasarkan revisi yang diberikan, penulis mengganti *layout* awal ke *layout* baru serta mengubah ukuran teks.



Gambar 3.113 Hasil Revisi *Name Tag* Khaya

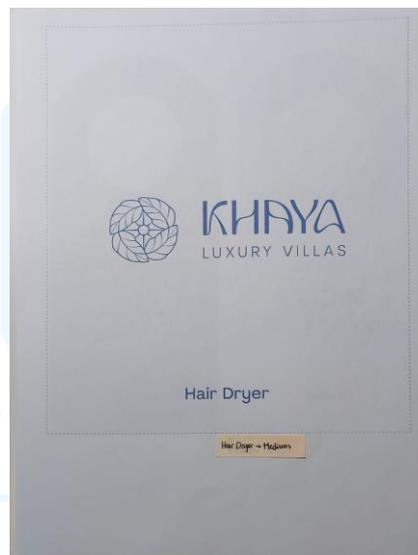
Layout nametag diganti dengan pengembangan *layout*, yaitu penempatan logo di bagian kiri dengan penempatan nama dan pekerjaan di bagian kanan dengan *center alignment*. Ukuran teks nama lebih besar (14 pt) daripada jenis pekerjaan (8,65 pt). Sebagaimana desain *signage* gantungan handuk, *nametag* juga

diganti ke versi *black and white* karena akan diukir di bahan kuningan.



Gambar 3.114 Hasil Revisi *Slippers* Khaya

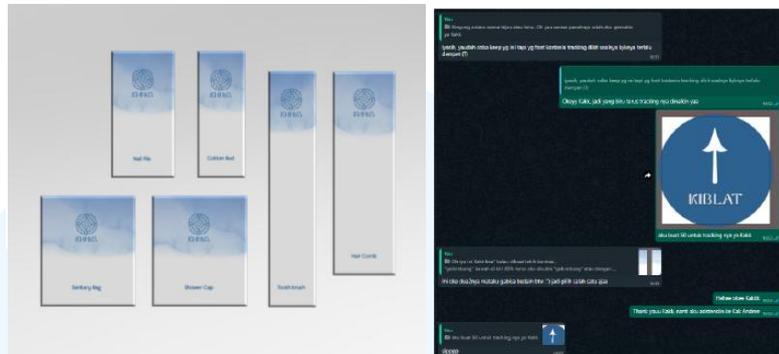
Setelah itu, penulis melakukan penambahan desain untuk *slippers*, yaitu menambahkan kertas untuk *paper band* yang mengikat kedua *slippers*. Desain *paper band* cukup sederhana, yaitu hanya menggunakan logo versi vertikal. Penulis kemudian mengimplementasikannya ke dalam *mockup* yang diberikan oleh *Senior Graphic Designer*.



Gambar 3.115 Proses Revisi Tas *Hair Dryer* Khaya

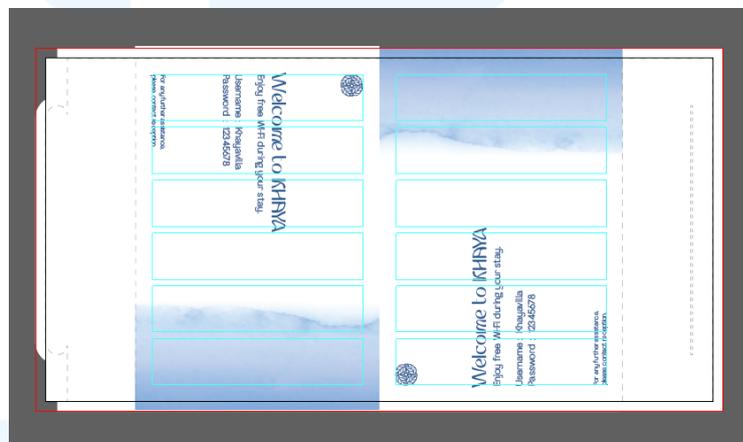
Untuk tas *hair dryer*, penulis diminta untuk mengganti *weight typeface* ke *medium* untuk memperjelas tulisan. Hal tersebut dilakukan supaya tulisan dapat lebih mudah dibaca setelah dicetak

pada *pouch*. Setelah itu, penulis melanjutkan revisi untuk kemasan *toiletries*.



Gambar 3.116 Proses dan Hasil Asistensi Kemasan *Toiletries* Khaya

Kemasan yang disetujui oleh *Senior Graphic Designer* adalah kemasan dengan gradien *watercolor* tanpa ditimpa. Penulis juga merancang *mockup* implementasi desain dengan memberikan efek *bevel and emboss* di Adobe Photoshop. Untuk desain *shaver* dan *hair comb* telah di-approve oleh *Senior Graphic Designer*.



Gambar 3.117 Hasil Revisi *Wi-fi Information* Khaya

Selanjutnya, penulis melakukan asistensi untuk *wi-fi information detail* dan mendapatkan masukan dari *Creative Director* secara langsung, yaitu untuk memberikan kerangka lipatan pada *wi-fi information detail* supaya dapat dilipat dan berdiri dengan kokoh. Desain yang dipilih adalah desain dengan *gradien watercolor* di sebelah kanan teks. Ukuran keseluruhan dari *wi-fi*

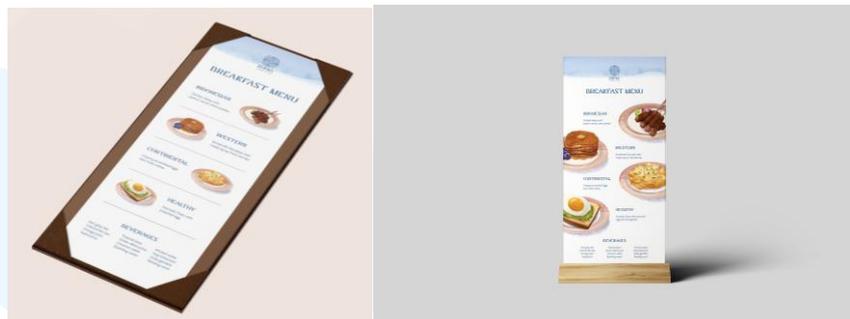
information detail adalah 105 mm x 202,85 mm, dengan *bleed* berukuran 3 mm untuk masing-masing sisi.



Gambar 3.118 *Mockup Wi-fi Information Khaya*

Berikut adalah *mockup* dari desain *wi-fi information detail*.

Pada bagian atas dan bawah kertas, terdapat garis putus-putus yang ditujukan untuk garis *cutting*. Dari *cutting* tersebut, maka kertas dapat tersambung dengan kokoh (ada *slot* dan *tuck flap*).



Gambar 3.119 *Mockup Menu Board Khaya*

Terakhir, penulis mengajukan asistensi terkait alternatif *menu board*. Untuk *menu board* berukuran 14 cm x 29,7 cm, *Senior Graphic Designer* dan *Creative Director* menyetujui desain dengan ilustrasi yang berukuran besar dan diletakkan di sisi kiri dan kanan kertas. Kemudian penulis diminta untuk mengimplementasikan desain ke dalam *mockup*.

5. Tahap *Approval* dan *Finalisasi*

Pada tahap ini, penulis mendapatkan informasi terkait daftar menu Khaya Luxury Villas. Sebagian besar ilustrasi dikerjakan oleh EK (*Junior Graphic Designer*), penulis mengerjakan satu ilustrasi sesuai dengan gambar yang telah diberikan. Keseluruhan gambar diproses melalui *software* Procreate.



Gambar 3.120 Proses Finalisasi Ilustrasi *Menu Board* Khaya

Sama seperti tahapan ilustrasi yang telah dikerjakan sebelumnya, penulis merancang sketsa terlebih dahulu, lalu menambahkan *solid color*, dan melakukan finalisasi dengan *detailing*. Ilustrasi ini kemudian ditambahkan ke dalam desain *menu board* dari EK, yaitu *menu board* berorientasi *landscape*. Berikut adalah implementasi hasil ilustrasi penulis pada *breakfast menu* yang disusun EK.

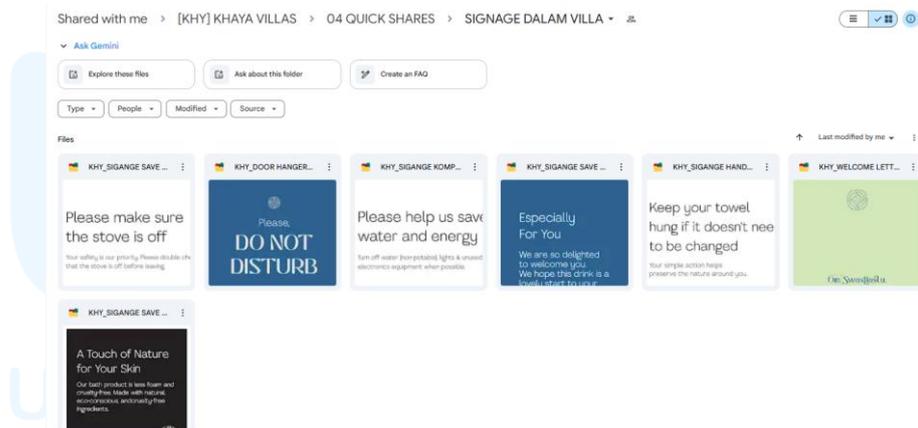


Gambar 3.121 *Menu Board* Khaya oleh EK

Sebagian besar desain yang telah dirancang dan direvisi oleh penulis telah di-approve oleh *Senior Graphic Designer* dan *Creative Director*. Namun, desain yang telah penulis rancang kemudian dikembangkan kembali oleh EK (*Junior Graphic Designer*) dan MA (*Senior Graphic Designer*) sehingga tidak bersifat final. Hal-hal yang berkaitan dengan proses produksi maupun pemilihan keseluruhan bahan didiskusikan oleh AM (*Creative Director*), MA (*Senior Graphic Designer*), dan EK (*Junior Graphic Designer*) karena penulis telah dipindahkan ke tim desain lain.

6. Tahap Implementasi

Senior Graphic Designer mengimbau penulis untuk memasukkan keseluruhan desain kolateral ke dalam Google Drive yang telah diberikan. Desain tersebut dimasukkan ke *folder* yang bersesuaian. Hal ini bertujuan untuk menjaga kerapian *file* sehingga proses pengerjaan dapat lebih efisien dan lebih terstruktur.



Gambar 3.122 Google Drive *Final Output* Khaya Luxury Villas

Penulis kemudian memasukkan keseluruhan desain dalam bentuk .pdf maupun .ai. Penulis juga melakukan penamaan untuk masing-masing *file* dengan format “Kode Client_Nama Proyek_Inisial Perancang_Tanggal_Versi)”. Setelah keseluruhan

desain dimasukkan ke dalam Google Drive, MA akan merapikan kembali *file* atau mengembangkan kembali sesuai dengan kebutuhan dari *client*. Hasil desain yang telah dikembangkan tersebut kemudian direalisasikan dalam berbagai bentuk, sesuai dengan kebutuhannya (baik *printed*, *engraved*, maupun *embroidered product*).

Setelah menjalani proses perancangan dari media kolateral Khaya Villa, penulis merasakan adanya perkembangan pada manajemen waktu yaitu melalui perancangan konten media sosial yang bersifat *urgent*. Selain itu, penulis juga mengefisienkan kolaborasi tim yang dikembangkan saat melakukan *photoshoot* maupun proses *designing*. Selain itu, penulis juga mempelajari beberapa fitur pada *software* Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, dan Capcut yang sebelumnya belum pernah digunakan atau dieksplorasi kegunaannya.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalankan proses magang di Mutualist Creatives, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan juga ilmu, baik itu pengalaman untuk mengurus *client* dan pengetahuan lebih dalam terkait *software* yang digunakan dalam proses desain. Selain mengembangkan *hard skills*, penulis juga berkesempatan untuk mengasah *soft skill*. Penulis juga melalui berbagai kendala, baik itu teknis maupun non-teknis, namun juga menemukan solusinya dalam proses magang ini.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama menjalani proses magang di Mutualist Creatives, penulis menghadapi berbagai kendala. Kendala tersebut berasal dari faktor eksternal maupun internal. Masing-masing kendala memberikan tantangan tersendiri dalam proses pembelajaran dan adaptasi di dunia kerja.

1. Kurangnya pemahaman terkait keinginan dan ekspektasi klien. Salah satu klien yang ditangani oleh penulis sempat menyampaikan ketidaksetujuan terhadap desain ilustrasi yang telah dirancang secara keseluruhan. Padahal, pada tahap awal pengembangan, klien tersebut tidak memberikan masukan atau keberatan terhadap bentuk ilustrasi yang disajikan, bahkan sempat menyatakan persetujuan dan meminta agar desain tersebut dilanjutkan dan dikembangkan lebih jauh. Situasi ini menunjukkan pentingnya klarifikasi yang lebih jelas di awal proyek agar proses desain dapat berjalan lebih efektif.
2. Pemberian *brief* yang kurang komprehensif. Kurangnya kejelasan dan detail dalam *brief* yang diberikan oleh klien menyulitkan penulis untuk memahami kebutuhan klien secara utuh. Karena informasi yang kurang lengkap tersebut, maka penulis mengerjakan tugas yang tidak terdefinisi secara pasti. Sebagai contoh, permintaan ilustrasi tanpa *brief* yang jelas dari klien sehingga menyebabkan karya tidak dikembangkan maupun digunakan. Hal ini memperlambat alur kerja desain sehingga menjadi kurang efisien.
3. Akses yang terbatas untuk fitur premium aplikasi. Penulis umumnya menggunakan aplikasi Capcut untuk mengedit video yang sederhana karena aplikasinya tidak berat dan proses *export* tidak lama sehingga alur proses desain menjadi lebih efisien. Namun, Capcut memiliki beberapa fitur premium sehingga mengurangi efektivitas perancangan video karena menjadi lebih terbatas.
4. Kesulitan dalam mengoperasikan beberapa *software* desain. Pada awal-awal pelaksanaan magang, penulis masih belum terlalu lancar menggunakan Adobe Lightroom dan Adobe Photoshop. Karena itu, proses desain menjadi cukup terhambat dan menjadi kurang efektif.
5. Adanya beberapa permintaan mendadak dari klien pada hari libur atau diluar jam kerja. Seringkali permintaan tersebut memiliki tenggat waktu yang cukup singkat. Akibatnya, penulis mengalami kesulitan untuk menyelesaikan permintaan tersebut dengan waktu

yang terbatas itu. Situasi ini tidak hanya mengganggu waktu istirahat dan pribadi penulis, tetapi juga dapat menurunkan kualitas pekerjaan karena prosesnya yang terburu-buru.

Kendala yang dihadapi oleh penulis merupakan tantangan yang umum ditemui di dunia kerja. Oleh karena itu, setiap kendala menjadi pengalaman belajar sekaligus sarana bagi penulis untuk beradaptasi dalam lingkungan profesional. Selain menjadi bahan pembelajaran, kendala tersebut juga berkontribusi terhadap perkembangan *soft skill* maupun *hard skill* penulis.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Penulis mengalami berbagai kendala selama proses magang. Namun, untuk setiap kendala yang dihadapi, penulis berhasil menemukan solusinya. Solusi tersebut muncul baik saat sedang menghadapi kendala maupun setelah merefleksikan pengalaman yang telah dilalui.

1. Mengulik secara lebih dalam dan selalu memberikan *update* ke grup gabungan bersama klien. Tujuan utama pekerjaan adalah untuk memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak. Oleh karena itu, komunikasi yang lebih aktif dan terbuka antara pihak klien dengan pihak desainer dapat menunjang efisiensi kelanjutan proses desain.
2. Memiliki inisiatif yang tinggi untuk bertanya kepada *Creative Director* dan *Senior Graphic Designer* terkait kelanjutan *brief*. Selain itu, penulis juga selalu mendiskusikan penugasan yang berkaitan dengan *brief* tersebut bersama dengan *Creative Director* dan *Senior Graphic Designer* supaya pekerjaan yang telah dilakukan dapat dikembangkan kembali. Selain itu, penulis juga mengusulkan untuk memprioritaskan penyelesaian tugas lain yang lebih jelas sembari menunggu kelanjutan *brief* dari pekerjaan tersebut supaya dapat menjaga efisiensi kerja.
3. Menggunakan fitur gratis pada aplikasi atau *software* terlebih dahulu. Penulis selalu berdiskusi dengan *Senior Graphic Designer*

dalam proses perancangan desain, sehingga memungkinkan penulis untuk meminta pendapat terkait penggunaan fitur gratis yang berpotensi. Fitur-fitur gratis alternatif yang disetujui oleh *Senior Graphic Designer* untuk dipakai dalam perancangan video dapat digunakan ulang pada perancangan selanjutnya.

4. Mencari informasi terkait kesulitan dalam mengoperasikan *software* dengan memanfaatkan fasilitas Wi-Fi kantor untuk menonton video tutorial tentang *software* yang belum dikuasai. Selain itu, penulis juga sering meminta masukan atau menyampaikan kebingungan kepada *Senior Graphic Designer* agar dapat dibantu secara langsung. Solusi ini terbukti efektif karena dapat mempercepat proses desain dan meningkatkan efisiensi dalam menghadapi kendala serupa pada tugas lainnya.
5. Membagi waktu dengan baik serta selalu berjaga-jaga. Penulis selalu mengunggah *file* yang sekiranya dibutuhkan dalam Google Drive sehingga dapat langsung diberikan apabila diminta secara mendadak. Terkait penugasan mendadak, penulis menyarankan untuk membawa laptop saat pergi supaya dapat menyelesaikan penugasan mendadak, atau berdiskusi kepada *Senior Graphic Designer* atau *Creative Director* terkait tenggat waktu karena sedang istirahat atau berada diluar jam kerja.

Solusi ini merupakan upaya penulis dalam menyelesaikan kendala yang dihadapi. Solusi tersebut berasal dari tindakan dan pertimbangan penulis selama menjalani tantangan di dunia kerja. Pengalaman ini tidak hanya mendorong pertumbuhan pribadi, tetapi juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk lebih memahami dan beradaptasi dengan lingkungan profesional.