

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalankan magang sebagai Graphic Designer di PT Livindo Artha Gracia, penulis berkoordinasi dengan *supervisor* agar seluruh proyek media sosial dapat dieksekusi secara optimal. Koordinasi dilakukan baik secara internal dalam tim kreatif maupun dengan *supervisor* yang juga berperan sebagai *Graphic Designer* di PT Livindo Artha Gracia. Setiap proyek yang dikerjakan melibatkan proses *brainstorming*, ideasi, eksekusi desain, hingga tahap finalisasi dan publikasi konten.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

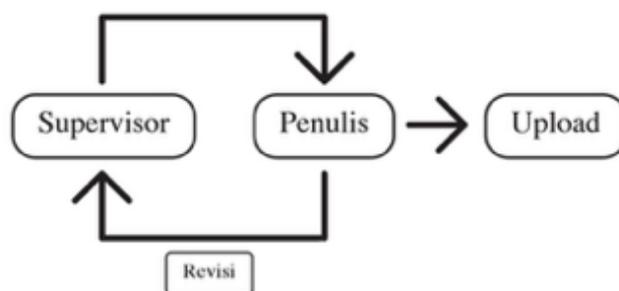
Dalam pelaksanaan magang di PT Livindo Artha Gracia, penulis bekerja sebagai Graphic Designer yang bertanggung jawab atas pengelolaan desain dan konten media sosial perusahaan. Tugas utama meliputi *brainstorming* ide, berkoordinasi dengan tim untuk menyusun konsep konten berdasarkan proyek yang akan dijalankan, serta mengembangkan desain grafis yang sesuai. Penulis juga mengambil aset *video* dan foto, melakukan proses editing hingga konten siap dipublikasikan, serta memastikan setiap unggahan telah melalui asistensi dan approval dari tim. Pengalaman ini memberikan wawasan lebih dalam tentang strategi media sosial, peran desain dalam *branding*, serta meningkatkan keterampilan kolaborasi dalam dunia profesional.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang di PT Livindo Artha Gracia, penulis bekerja sebagai *Graphic Design intern* yang berfokus pada pengelolaan desain dan konten media sosial perusahaan IDEAWORKS. Penulis bertanggung jawab dalam berbagai aspek mulai dari perencanaan hingga publikasi konten. Proses kerja dimulai dengan *brainstorming* ide secara

mandiri untuk menghasilkan konsep konten yang menarik dan relevan. Setelah itu, penulis berkoordinasi dengan *supervisor* untuk mengetahui proyek-proyek yang akan dijalankan dalam satu bulan ke depan. Dari proyek yang telah dikonfirmasi, penulis menyusun konsep konten yang mencakup dokumentasi proyek untuk portfolio dalam bentuk reels maupun konten edukatif yang mendukung dan berkaitan dengan proyek tersebut. Setelah konsep tersusun, penulis melakukan asistensi dengan tim dan supervisor untuk mendapatkan masukan serta memastikan konten sejalan dengan strategi komunikasi perusahaan.

Setelah konsep disetujui, penulis mulai mengembangkan desain grafis dan mengambil aset *video* serta foto secara langsung sesuai kebutuhan konten. Proses ini dilanjutkan dengan editing hingga menghasilkan konten yang siap dipublikasikan. Sebelum diunggah ke platform media sosial, konten kembali melalui tahap approval oleh tim untuk memastikan kualitas serta kesesuaiannya dengan *branding* IDEAWORKS. Setelah mendapat persetujuan akhir, penulis bertanggung jawab untuk mengunggah konten sesuai jadwal yang telah direncanakan. Dari pengalaman ini, penulis mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang ketentuan visual media sosial, pentingnya desain dalam *branding* perusahaan, serta bagaimana proses kreatif berjalan dalam tim desain dan komunikasi. Selain itu, interaksi dengan tim membantu penulis mengasah keterampilan kolaborasi dan koordinasi dalam lingkungan kerja profesional.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melakukan magang di PT Livindo Artha Gracia dimulai dari 3 Februari 2025. Selama proses magang, penulis banyak terlibat dalam desain visual Media sosial, *ideation* isi topik media sosial, serta bantuan pengambilan foto dan *video* untuk konten media sosial. Berikut merupakan tabel perincian detail pekerjaan penulis selama proses magang:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3 Februari	Onboarding	Hari pertama mulai magang
2	6 Februari - 10 Februari	Media sosial	Ideation perencanaan media sosial
3	13 Februari - 17 Februari	Media sosial	Pengambilan konten dan pembuatan konten <i>Chinese New Year</i> PIK Avenue dan Pacific Place
4	20 Februari - 24 Februari	Media sosial	Membuat Konten visual <i>Chinese New Year</i> Supermal Karawaci
5	27 Februari - 31 Februari	Media sosial	Pengambilan konten dan pembuatan konten untuk dekorasi ramadan untuk Mall Kelapa Gading
6	3 Maret - 7 Maret	Media sosial	Pengambilan dan pembuatan konten untuk dekorasi ramadan Fairmont hotel, DORÉ.
7	10 Maret - 14 Maret	Media sosial	Pengambilan dan pembuatan konten untuk dekorasi ramadan Atrium Mal Kelapa Gading dan Sentul Highland Golf Club
8	17 Maret - 21 Maret	Media sosial	Pengambilan dan pembuatan konten untuk booth Asthara
9	24 Maret - 28 Maret	Media sosial	Pengambilan dan pembuatan konten untuk DORÉ.
10	31 Maret - 4 April	Media sosial	Pengambilan dan pembuatan konten terkait instalasi paskah PIK Avenue
11	7 April - 11 April	Media sosial	Lanjutan pembuatan konten instalasi paskah PIK Avenue

12	14 April - 18 April	Media sosial	Persiapan pengambilan <i>video</i> untuk proyek Pakuwon Group Card
13	21 April - 25 April	Media sosial	Pengambilan <i>video</i> untuk proyek Pakuwon Group Card
14	28 April - 2 Mei	Media sosial	Proses editing dan pengambilan <i>video</i> untuk Pakuwon Group Card
15	5 Mei - 9 Mei	Media sosial	Persiapan untuk proyek Bakpau B8
16	13 Mei - 16 Mei	Media sosial	Pengambilan aset <i>video</i> untuk Bakpau B8
17	19 Mei - 23 Mei	Media sosial	Proses pengolahan <i>video</i> Bakpau B8

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di Livindo Artha Gracia, penulis ditugaskan seputar pembuatan dan pengelolaan konten media sosial Instagram perusahaan anak perusahaan Livindo Artha Gracia yaitu IDEAWORKS. Tugas utama penulis adalah membuat ide konten yang sesuai dengan setiap proyek yang sedang berlangsung, termasuk pengambilan gambar, dan merancang keperluan visual media sosial seperti *post* dan *reels*, serta kebutuhan promosi media sosial lainnya. Selain itu, penulis terlibat dalam proses *shooting* untuk keperluan dokumentasi proyek, seperti instalasi di hotel, pameran, dan *mall*, yang nantinya digunakan sebagai materi konten digital media sosial. Setiap proses pengambilan gambar disesuaikan dengan kebutuhan klien dan *brand guideline* IDEAWORKS. Hasil karya statis dikembangkan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator, sementara itu, konten video diolah menggunakan aplikasi CapCut, termasuk pemotongan footage, penambahan teks, transisi, serta audio. Beberapa proyek yang sempat penulis tangani meliputi dokumentasi instalasi Ramadan di Fairmont Jakarta dan Sentul Highland Golf Club, booth DORÉ by LeTAO, serta instalasi terletak di Pakuwon Mall Bekasi.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Perancangan Key Visual

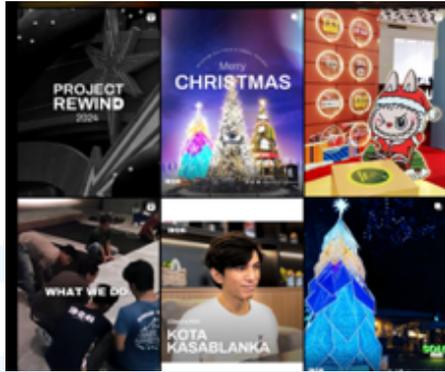
Selama periode magang di perusahaan Livindo Artha Gracia, fokus utama penulis adalah pada regulasi dan pengembangan tampilan visual media

sosial untuk IDEAWORKS. Proses kerja penulis dimulai dengan pemahaman dan adaptasi terhadap gaya visual yang sudah ada sebelumnya, di mana penulis ditugaskan untuk mengikuti dan menyesuaikan desain dengan contoh-contoh yang telah ada. Tahap awal ini juga melibatkan perancangan template dasar dan moodboard awal yang bertujuan untuk merapikan dan menciptakan konsistensi pada akun media sosial IDEAWORKS, sambil memastikan kesesuaian dengan *font* dan estetika yang digunakan sebelumnya.

Seiring berjalannya magang, penulis mendapatkan tanggung jawab lebih lanjut dari *supervisor* untuk melakukan evolusi desain secara bertahap. Hal ini mencakup beberapa perubahan signifikan seperti penggantian *typeface* utama dari Gotham menjadi Clash Grotesk, dengan Archivo sebagai *typeface* sekunder, setelah mendapatkan persetujuan *supervisor*, serta penambahan elemen desain seperti gradien pada *template*. Penulis juga terlibat dalam proses kreatif yang lebih mendalam melalui perancangan *moodboard* dengan beberapa alternatif desain yang dikembangkan berdasarkan masukan dari *supervisor*, hingga implementasi teknis penggunaan *grid margin* dan *modular grid* untuk memastikan tata letak konten sesuai dengan standar *platform* Instagram. Secara keseluruhan, tugas penulis melibatkan siklus mulai dari analisis, perancangan konseptual, eksekusi desain, hingga penyesuaian teknis untuk media sosial.

### **3.3.1.1 Tampilan Awal Media Sosial IDEAWORKS.**

Secara visual, tampilan awal pada akun Instagram IDEAWORKS menampilkan pendekatan yang sangat berorientasi pada fotografi.



Gambar 3.2 Tampak Media Sosial IDEAWORKS pada Akhir Tahun 2024.  
 Sumber: Instagram IDEAWORKS (2025)

Setiap *post* individual didominasi oleh citra proyek berkualitas tinggi yang mengisi keseluruhan area visual, kerap kali memamerkan detail instalasi maupun atmosfer ruang interior yang telah dirampungkan. Penggunaan elemen teks cenderung minimalis, dan judul untuk konten-konten khusus yang diposisikan pada bagian bawah gambar. Efek bayangan halus atau sebuah *overlay* gelap transparan digunakan di belakang teks untuk menjamin legibilitas teks.

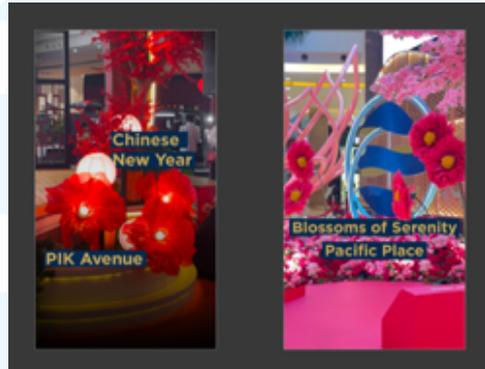


Gambar 3.3 Tampak Media Sosial IDEAWORKS Sebelumnya.  
 Sumber: Instagram IDEAWORKS (2025)

*Overall layout* dirancang sedemikian rupa untuk mengarahkan mata audiens kepada visual dari portofolio karya IDEAWORKS, serta menggunakan warna yang bervariasi, sehingga memiliki *visual stress* yang cukup tinggi.

### 3.3.1.2 Penyesuaian Desain Media Sosial

Pada tahap awal perancangan ulang tampilan media sosial IDEAWORKS, penulis mulai menyesuaikan diri kepada *workflow* pada *post* pertama penulis.



Gambar 3.4 Tampak Cover Reels Pertama dan Kedua

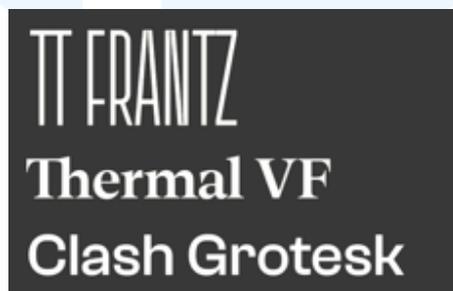
*Typeface* yang sebelumnya digunakan, yaitu Gotham, masih dipertahankan untuk menjaga kesinambungan visual dengan *mood* yang telah ada. Meskipun demikian, penulis sudah mulai melakukan eksplorasi gaya visual, sesuai dengan arahan dari *supervisor*.

Salah satu perubahan adalah integrasi palet warna identitas *brand* IDEAWORKS, yaitu biru *navy* dan kuning gelap. Hal ini terlihat pada contoh *cover reels* "Chinese New Year PIK Avenue" di mana aksent warna kuning digunakan pada sebagian teks, dan pada *cover reels* "Blossoms of Serenity Pacific Place" di mana *overlay* gelap transparan pada teks dapat diasosiasikan dengan nuansa biru *navy* gelap, serta pemilihan elemen visual yang harmonis dengan skema warna tersebut.

Selain itu, penulis mulai mengeksplorasi peletakan teks yang berbeda dari pola sebelumnya, tidak lagi kaku di bagian bawah, melainkan lebih terintegrasi dengan komposisi visual keseluruhan. Setelah pengunggahan *post*, penulis melanjutkan proses eksplorasi desain dengan mengembangkan beberapa alternatif *layout* dan tipografi. Penulis menyajikan empat variasi desain yang berbeda. Alternatif-alternatif ini

mengeksplorasi penggunaan jenis *font* yang beragam, mencakup *font* dekoratif, *serif*, dan *sans-serif*. Selain itu, penulis juga melakukan eksperimen dengan ukuran *font* dan perataan (*alignment*) teks yang berbeda-beda untuk menemukan komposisi yang paling efektif dan estetik.

Dalam proses perancangan ulang identitas visual untuk media sosial IDEAWORKS, penulis melakukan eksplorasi terhadap tiga alternatif jenis huruf (*typeface*) guna menetapkan arah kreatif yang baru. Alternatif pertama adalah TT Frantz, sebuah jenis huruf *display* dekoratif yang bertujuan memproyeksikan citra premium dan artistik melalui kontrasnya yang tinggi. Sebagai pilihan kedua, Thermal VF diajukan sebagai jenis huruf serif yang klasik dan profesional. Terakhir, Clash Grotesk menjadi alternatif sans-serif yang modern dan tegas, dirancang untuk memposisikan IDEAWORKS sebagai jenama yang percaya diri, energik, dan relevan dengan tren kontemporer.



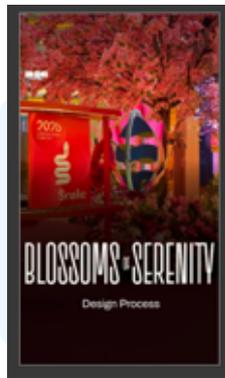
Gambar 3.5 Alternatif *Typeface*

Setelah melalui tahap pertimbangan, penulis memutuskan untuk memilih Clash Grotesk sebagai *typeface* utama untuk tampak visual baru media sosial IDEAWORKS. Pemilihan ini didasari oleh karakter hurufnya yang modern dan tegas, yang dinilai paling selaras dengan citra *brand* yang ingin ditampilkan.



Gambar 3.6 Placeholder dan Layout Grid

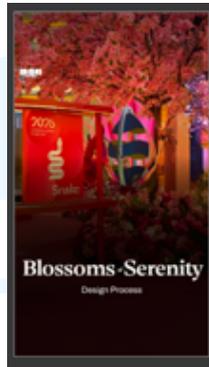
Penulis kemudian merancang sebuah *template* visual. dimana berfungsi sebagai kerangka kerja yang konsisten untuk membandingkan aplikasi dari ketiga alternatif jenis *typeface* yang telah dipilih. Di dalam strukturnya, *template* ini menyediakan area khusus untuk gambar, penempatan logo, serta teks *placeholder* "Lorem Ipsum" yang nantinya akan diberikan alternatif dengan masing-masing jenis *typeface* alternatif yaitu TT Frantz, Thermal VF, dan Clash Grotesk. Penulis lalu mengimplementasikan gambar contoh kepada template tersebut dan



Gambar 3.7 Alternatif Pertama Tampilan Template IDEAWORKS

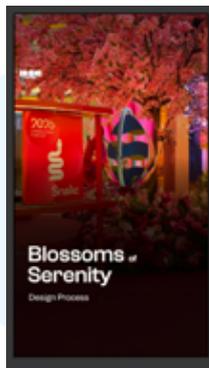
Pada alternatif yang pertama, teks yang digunakan bersifat dekoratif, dan menggunakan teknik *alignment* yaitu *center align*, dengan *typeface subheading* yang menggunakan Archivo, yaitu *typeface* yang biasanya digunakan oleh IDEAWORKS. Karena gambar yang digunakan memiliki warna yang cerah, maka penulis menggunakan *overlay* gradien berwarna hitam agar teks lebih mudah terbaca. Logo dari IDEAWORKS juga

tertempel pada posisi kiri atas dari cover, agar *audiens* dapat mengenali bahwa proyek ini dikembangkan oleh IDEAWORKS.



Gambar 3.8 Alternatif Kedua Desain Media Sosial IDEAWORKS

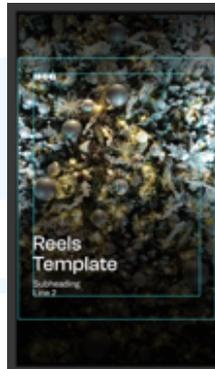
Alternatif kedua menggunakan *typeface* bersifat serif, dimana seperti alternatif pertama, jenis *alignment* yang digunakan adalah *center align*, dengan subheading menggunakan *typeface* Archivo. Logo IDEAWORKS juga ditempel pada bagian kiri atas dari *cover* Reels Instagram. Terletak di depan gambar adalah gradien berwarna hitam yang sama dengan desain *cover* sebelumnya.



Gambar 3.9 Alternatif Ketiga Desain Media Sosial IDEAWORKS

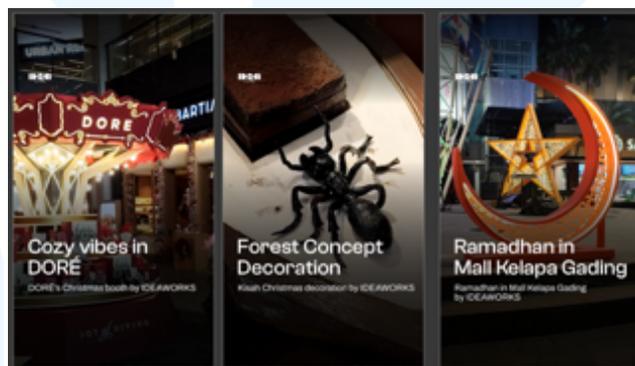
Alternatif ketiga menggunakan *typeface* bersifat sans-serif, dimana jenis *alignment* yang digunakan adalah *left align*, dengan subheading menggunakan *typeface* Archivo. Logo IDEAWORKS juga ditempel pada bagian kiri atas dari *cover* Reels Instagram. Terletak di depan gambar adalah gradien berwarna hitam yang sama dengan desain *cover*

sebelumnya. Layout ini menjadi yang terpilih sebagai template yang bersifat konsisten menjadi tampak media sosial untuk IDEAWORKS.



Gambar 3.10 Tampak Desain *Cover Reels* untuk IDEAWORKS

Selanjutnya, penulis menggunakan *guide* untuk membuat sebuah struktur agar dapat sesuai dengan keperluan *layout Instagram grid* yaitu 3:4 agak isi dari *cover* tidak terpotong.



Gambar 3.11 Penggunaan *Layout Template* yang Terpilih

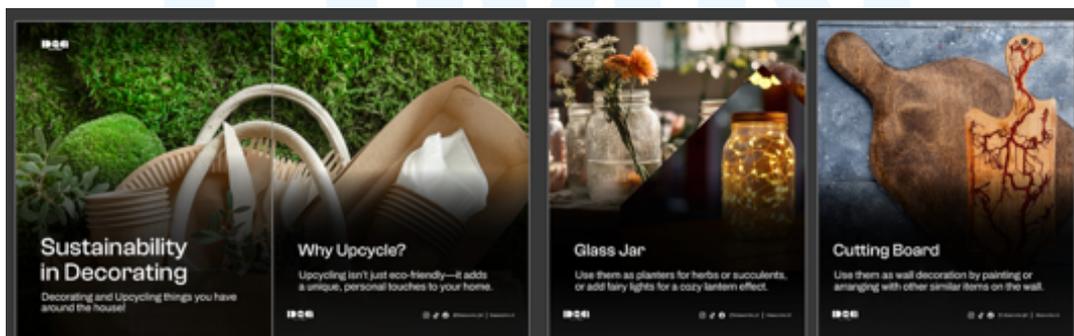
Dari keempat alternatif yang diajukan, alternatif ketiga terpilih setelah diskusi bersama supervisor dimana *typeface sans-serif* dengan perataan teks kiri (*left align*) termasuk dalam pertimbangan bahwa *layout* tersebut akan memberikan struktur yang lebih jelas dan tampilan yang lebih rapi pada setiap desain, sehingga meningkatkan konsistensi visual pada *feed Instagram IDEAWORKS*. Untuk meningkatkan keterbacaan (*legibility*) teks, terutama ketika ditempatkan di atas gambar yang kompleks, penulis mengaplikasikan *overlay* gradien berwarna hitam transparan di belakang area teks. Lalu, penulis melanjutkan kepada tahap

implementasi template tersebut dengan *typeface* jenis Clash Grotesk kepada format Instagram post.



Gambar 3.12 Adaptasi Template Reels kepada Post

Penulis kemudian melakukan proses adaptasi *layout* untuk kebutuhan format Instagram Post. *Template* yang semula dirancang untuk *cover* Instagram Reels dengan rasio aspek 9:16 (resolusi 1080x1920 pixel), diadaptasikan menjadi format Post Instagram dengan rasio aspek 4:5 (resolusi 1080x1350 piksel). Proses penyesuaian resolusi dan komposisi ini dilakukan untuk memastikan bahwa identitas visual IDEAWORKS dapat diterapkan secara konsisten dan optimal di berbagai jenis konten pada halaman media sosial. Penulis menyesuaikan rasio margin dan juga *cutline* untuk format Instagram Post.

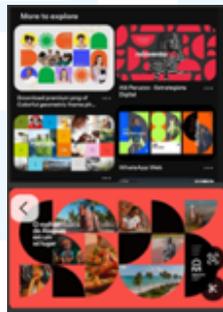


Gambar 3.13 *Template* yang Telah Diaplikasikan kepada Instagram *Post*  
Sumber aset foto: Freepik.com

*Template* desain tersebut kemudian juga telah diaplikasikan kepada konten Instagram *post* yang bersifat edukatif. *Template* desain berhasil digunakan untuk konten selanjutnya selama dua bulan.

### 3.3.1.3 Perancangan Mood Baru IDEAWORKS

Selanjutnya, penulis menerima *feedback* dari supervisor untuk mengubah konsep desain media sosial IDEAWORKS. Arahannya ini mengadopsikan gaya desain Bauhaus yang khas dengan penggunaan bentuk-bentuk geometris yang teratur dalam segi komposisi *layout* visual.



Gambar 3.14 Referensi *Style* Desain dari *Supervisor*

Namun, penulis diminta untuk tetap mempertahankan skema warna yang telah ditetapkan dalam brand guideline, yaitu kombinasi biru navy dan kuning, guna menjaga konsistensi identitas visual merek. Gambar moodboard ini menampilkan serangkaian desain visual yang bernuansa modern dan dinamis melalui penggunaan elemen geometris sebagai fokus utama. Bentuk-bentuk seperti lingkaran, setengah lingkaran, persegi, dan bentuk potongan lengkung digunakan secara repetitif untuk membentuk komposisi visual yang terstruktur.

Bentuk-bentuk geometris tersebut juga digunakan sebagai *frame* untuk menampilkan foto-foto. Bagian atas gambar menampilkan beberapa contoh desain lain yang menggunakan kombinasi warna-warna cerah dan kontras tinggi, seperti merah, hijau, biru, dan oranye. Warna-warna ini menambah kesan enerjik dan ekspresif pada desain secara keseluruhan.

Selain itu, beberapa layout juga menggabungkan tipografi modern dan foto manusia yang dibingkai dengan elemen geometris.



Gambar 3.15 Moodboard

Dengan itu, penulis merangkai reference board agar dapat menyatukan visi visual untuk diterapkan kepada mood baru media sosial IDEAWORKS. Mood *Bauhaus* pada reference board tersebut mengedepankan estetika modern yang bersih dan fungsional, dengan penekanan kuat pada penggunaan bentuk-bentuk geometris dasar seperti lingkaran, persegi, dan garis tegas sebagai elemen konstruktif utama dalam desain.

Pada reference board ini, keseluruhan desain memiliki komposisi grid yang rapi, penggunaan warna-warna primer dan kontras tinggi, serta tipografi sans-serif yang bold dan minimal yang merupakan ciri khas *style* desain Bauhaus. Beberapa desain menunjukkan permainan skala dan repetisi visual, yang dapat memberikan kesan dinamis dan repetitif sekaligus menegaskan fokus visual secara efektif. Di sisi lain, terdapat pula desain yang lebih bersih dan arsitektural, menonjolkan penggunaan *white space* dan struktur modular.

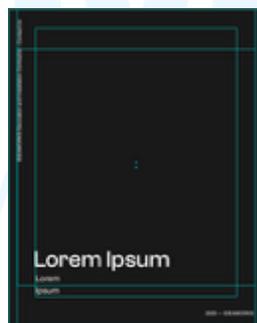
Pada tahap perancangan alternatif *key visual* pertama, penulis memulai proses dengan melakukan seleksi aset visual dari salah satu proyek terdahulu, yaitu instalasi dekorasi Ramadan di Sentul Highland Golf. Penulis menetapkan figur kupu-kupu dari instalasi tersebut sebagai

aset visual utama, didasari oleh pertimbangan bentuknya yang unik serta nilai estetikanya yang tinggi. Penetapan ini menempatkan figur kupu-kupu sebagai elemen dengan hierarki tertinggi dalam komposisi desain yang akan dikembangkan.



Gambar 3.16 Aset untuk Alternatif Pertama

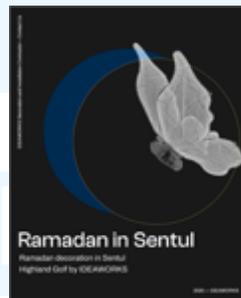
Langkah selanjutnya yang penulis lakukan adalah proses *pengeditan* terhadap aset kupu-kupu tersebut, dengan tujuan untuk memisahkannya dari latar belakang asli dan menonjolkan detail strukturnya. Untuk membangun komposisi visual yang baru, penulis kemudian menambahkan elemen supergrafis berupa lingkaran putih dan bulat yang membentuk bulan sabit berwarna biru tua. Penulis menambahkan aset visual tersebut kepada template yang sebelumnya agar dapat menciptakan kemiripan dan konsistensi dalam peletakan teks.



Gambar 3.17 Tampak Template Alternatif Pertama

Lalu, penulis melakukan finalisasi desain KV dengan mengganti teks *placeholder* dengan informasi proyek, yaitu "Ramadan in Sentul",

pada *template* yang telah ada. Penggunaan *template* ini bertujuan untuk menjaga konsistensi format visual, sementara penambahan elemen baru diselaraskan dengan arahan *moodboard* yang telah ditetapkan. Dengan itu, hasil akhir dari proses ini adalah *key visual* yang pertama.



Gambar 3.18 *Key Visual* Alternatif Pertama

Untuk alternatif kedua *key visual*, penulis menggunakan pendekatan perancangan yang lain, kali ini dengan proyek "Asthara Booth Installation". Proyek ini dipilih karena memiliki elemen arsitektur berupa struktur kayu menyerupai pohon dan menjadi daya tarik visual utama. Elemen tersebut kemudian ditetapkan sebagai aset inti yang akan menjadi fokus utama dalam komposisi visual alternatif kedua ini.



Gambar 3.19 Aset Projek Asthara Marketing Booth

Penulis mengolah foto dokumentasi tersebut dan menempatkannya ke dalam format desain yang telah disiapkan. Penulis juga menambahkan elemen supergrafis, seperti bentuk setengah lingkaran berwarna kuning, untuk memberikan aksen visual dan keseimbangan pada tata letak. Tahap ini menghasilkan sebuah *template* yang siap untuk diadaptasi lebih lanjut, dengan judul sementara "Reels Cover Template".



Gambar 3.20 Template *Key Visual* Alternatif Kedua

Pada tahap finalisasi, penulis mengganti teks *placeholder* dengan judul yang sesuai, yaitu "Asthara Booth Installation". Pada tahap ini penulis melakukan eksplorasi tipografi dengan mengubah jenis *font* serta penempatan teks untuk menciptakan hierarki visual yang baru. Hasilnya adalah sebuah *key visual* alternatif yang tidak hanya menampilkan proyek yang berbeda, tetapi juga menyajikan gaya tipografi yang telah dimodifikasi untuk memberikan nuansa yang unik.



Gambar 3.21 *Key Visual Alternatif* Kedua

Untuk alternatif ketiga, penulis kembali mengangkat proyek "Ramadan in Sentul", namun dengan pendekatan visual yang berbeda dari alternatif pertama. Kali ini, penulis memilih foto dengan sudut pandang yang lebih luas (*overall view*) untuk menampilkan keseluruhan skala dan kemegahan instalasi dekorasi tersebut. Pemilihan gambar ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai konteks lingkungan dari proyek dekorasi yang telah dikerjakan.



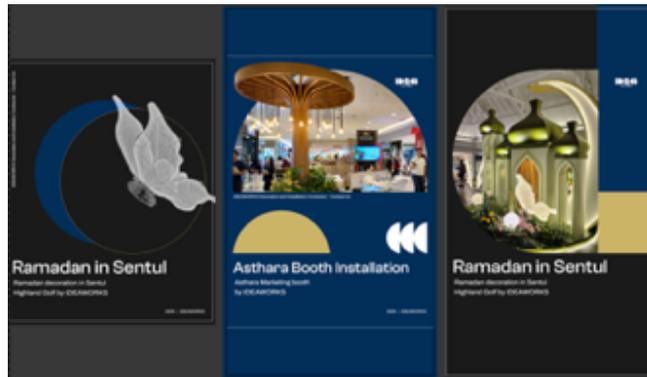
Gambar 3.22 Aset Proyek Ramadan Sentul

Pada tahap perancangan tata letak, penulis menempatkan foto tersebut ke dalam sebuah bingkai berbentuk oval yang lembut, berbeda dari pendekatan geometris pada alternatif sebelumnya. Komposisi ini kemudian dipadukan dengan penggunaan bidang-bidang warna solid—biru tua dan kuning oker—untuk menciptakan struktur visual yang tegas dan modern. Hasil akhirnya adalah sebuah *key visual* yang memberikan nuansa yang sama sekali berbeda, dengan menonjolkan keutuhan karya dekorasi dalam sebuah tata letak yang elegan dan terstruktur.



Gambar 3.23 *Key Visual* Alternatif Ketiga

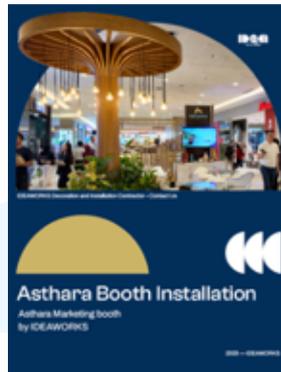
Penulis telah membuat 3 alternatif *key visual* untuk kebutuhan media sosial IDEAWORKS, yang masing-masing mengeksplorasi pendekatan visual yang berbeda. Alternatif pertama, untuk *post* "Ramadan in Sentul", menggunakan warna gelap dominan, seperti hitam atau biru *navy*, sebagai warna primer, dengan penggunaan bentuk lingkaran berwarna biru sebagai elemen *supergraphic* yang menonjol di belakang objek utama.



Gambar 3.24 Alternatif *Key Visual* Media Sosial IDEAWORKS

Pada desain ini, terdapat juga foto kupu-kupu yang dijadikan sebagai elemen inti dari *post* tersebut. Tipografi yang digunakan, Clash Grotesk, sebagai *font* utama yang baru, tampil sebagai teks *sans-serif* berwarna putih dengan perataan kiri di bagian bawah. *Alternatif kedua*, yang menampilkan "Asthara Booth Installation", menggunakan foto instalasi sebagai fokus utama yang dibingkai dengan warna biru *navy*, lalu dikombinasikan dengan bentuk semi-lingkaran kuning solid di bagian bawah sebagai dasar geometris untuk blok teks, tipografi *sans-serif* putih diletakkan rata kiri di atasnya, dan terdapat tambahan aksesoris tiga lingkaran putih di sisi kanan sebagai elemen dekoratif geometris. *Alternatif ketiga*, dengan visual instalasi masjid, menampilkan komposisi dengan bidang vertikal kuning solid di sisi kanan yang menciptakan pembagian *layout* yang tegas dan kontras dengan foto instalasi di sisi kiri, tipografi *sans-serif* berwarna putih ditempatkan rata kiri pada bagian latar yang lebih gelap, menjaga keterbacaan dan keseimbangan visual secara keseluruhan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.25 Alternatif *Key Visual* Terpilih Desain Media Sosial

Setelah melakukan eksplorasi terhadap beberapa alternatif desain, penulis memutuskan untuk melanjutkan pengembangan berdasarkan *alternatif kedua*. Pilihan ini didasarkan pada komposisinya yang dinilai paling sesuai untuk dikembangkan lebih lanjut, serta *approval* dari *supervisor*. Contohnya dengan desain yang terpilih, dimana penulis menampilkan foto instalasi "*Asthara Booth Installation*" sebagai fokus utama, yang diperkuat dengan penggunaan *framing* geometris yang memberikan kesan subjek seolah timbul atau menonjol dari *background*. Ciri khas utama dari desain ini adalah pemanfaatan bentuk geometris sebagai elemen *supergraphic*. Tipografi yang digunakan, yaitu Clash Grotesk sebagai *font sans-serif* utama, ditampilkan dalam warna putih dengan perataan kiri di atas *supergraphic* kuning tersebut, sehingga memastikan keterbacaan yang optimal.

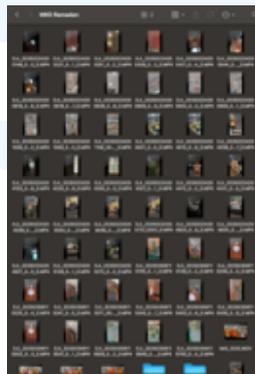
### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Penulis akan menjelaskan secara lebih mendalam mengenai pelaksanaan berbagai tugas tambahan yang diemban selama periode magang di Livindo Artha Gracia, khususnya yang berkaitan dengan produksi konten untuk media sosial IDEAWORKS. Baigian ini akan difokuskan pada empat proyek atau karya spesifik yang telah dikerjakan, di mana setiap proyek akan diulas secara rinci mulai dari tahap perencanaan awal, proses eksekusi kreatif dan teknis, hingga hasil akhir yang dicapai. Keempat proyek ini dipilih untuk menunjukkan pekerjaan selama waktu magang serta aplikasi ilmu yang

penulis terapkan dari perkuliahan, mencakup proses seperti pengambilan *footage*, *video editing*, dan perancangan visual pendukung untuk konten media sosial.

### 3.3.2.1 Proyek Instalasi Ramadan Mall Kelapa Gading

Untuk tugas tambahan pertama, yaitu proyek Ramadan di Mall Kelapa Gading, penulis memulai keseluruhan proses dengan tahap pengambilan *footage video* langsung di lokasi. Pada tahap ini, penulis merekam berbagai aspek penting dari instalasi, mulai dari detail-detail dekoratif, suasana keseluruhan area yang telah dihias, hingga berbagai *angle* yang sinematik untuk menangkap esensi proyek tersebut. Tujuan utama dari pengambilan gambar ini adalah untuk mengumpulkan materi visual mentah sebagai dasar untuk konten yang akan diproduksi.



Gambar 3.26 Raw Footage Instalasi Mal Kelapa Gading

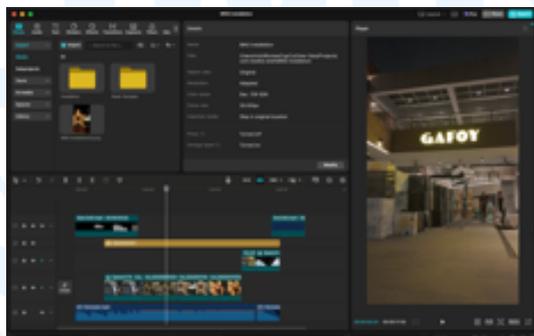
Untuk memastikan kualitas visual yang terbaik dan memberikan fleksibilitas maksimal pada tahap pasca-produksi, penulis melakukan seluruh pengambilan *footage video* menggunakan kamera DJI Osmo Pocket 3. Penulis menggunakan fitur mode warna D-Log M yang tersedia pada kamera tersebut, yang dirancang untuk merekam dengan rentang dinamis lebih luas karena menghasilkan rekaman dengan tingkat kecerahan yang lebih stabil dan memungkinkan proses modifikasi warna serta *color grading* dilakukan dengan lebih dinamis dan mendetail. Fokus utama dari *footage* yang diambil adalah untuk menangkap secara komprehensif *look and feel* dari keseluruhan dekorasi yang tersebar di

sekitar Mal Kelapa Gading, serta untuk menyampaikan atmosfer Ramadan dari lingkungan tersebut.



Gambar 3.27 Bumper Logo IDEAWORKS

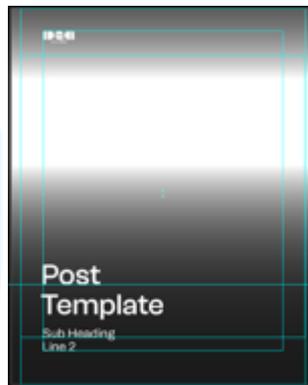
Sebagai bagian dari upaya standardisasi dan penguatan identitas merek pada konten *video*, penulis juga merancang dan memproduksi sebuah *video bumper* khusus untuk IDEAWORKS. *Bumper* ini memiliki durasi 4 detik dan dirancang untuk ditempatkan pada setiap akhir video Instagram Reels yang dipublikasikan. Secara visual, *bumper* tersebut menampilkan *logo* IDEAWORKS dengan jelas pada akhir, disertai teks *call to action* yaitu "Let's Collaborate" yang menggunakan *font* Gotham dan nomor kontak marketing IDEAWORKS, dengan *background* berwarna biru *navy* sesuai dengan palet warna identitas visual utama perusahaan.



Gambar 3.28 Penggunaan Aplikasi Capcut untuk Pengeditan

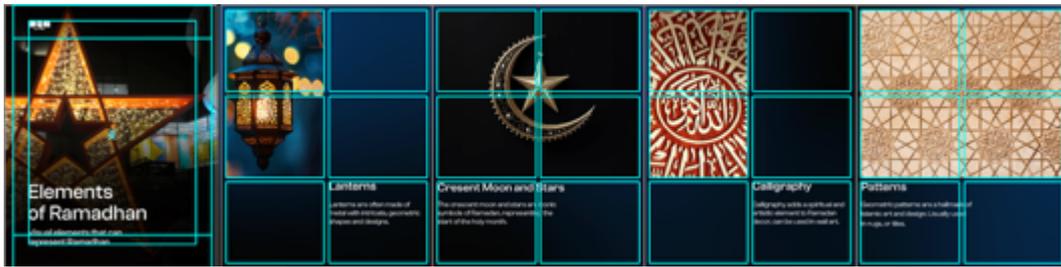
Setelah semua materi visual terkumpul, penulis melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu proses pengeditan *video* menggunakan aplikasi

CapCut. Di dalam aplikasi ini, penulis melakukan penambahan elemen teks dan detail proyek, serta melakukan *color grading* pada setiap cuplikan. Dengan *mode* pengambilan D-Log M, penulis diharuskan untuk melakukan *color grading*, dimana dengan video yang memiliki warna yang *warm* atau kuning, harus disesuaikan ulang agar warna gambar lebih berwarna netral, maka *color temperature* dari video tersebut diarahkan kepada warna biru. Penulis melakukan hal ini untuk memastikan bahwa kualitas visual akhir *video* menjadi optimal, menarik secara estetika, dan mampu menyampaikan pesan dengan efektif kepada audiens. Hasilnya, video reel untuk instalasi dekorasi Mal Kelapa Gading berdurasi 30 hingga 45 detik. Selain itu, penulis juga memproduksi konten video yang telah *edit* untuk format Instagram Reels, yang bertujuan untuk menyajikan informasi proyek secara lebih dinamis dan menarik. Desain feeds Instagram dibuat dengan ratio feeds yaitu 4:5 dan grid modular 4x4, dengan margin untuk *cover* yaitu 3:4 untuk mencegah terpotongnya isi dari *cover*.



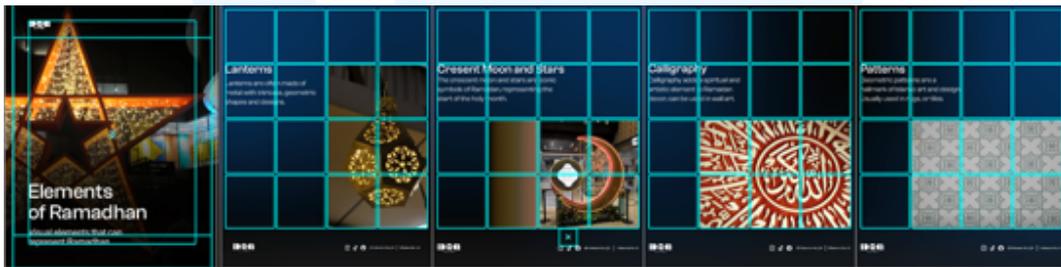
Gambar 3.29 Template Media Sosial

Sebagai output dari rangkaian proses tersebut, penulis berhasil mewujudkan tiga format alternatif desain konten yang siap dipublikasikan di platform media sosial IDEAWORKS. Konten yang dihasilkan meliputi unggahan Instagram *post* reguler yang dirancang dalam bentuk kolase foto-foto pilihan, menampilkan berbagai sudut dan detail menarik dari dokumentasi instalasi dekorasi proyek Ramadan, dengan alternatif desain setelah direvisi.



Gambar 3.30 Alternatif Pertama Post Instagram

Alternatif pertama dirancang dengan pendekatan post edukatif yang bertujuan untuk menjelaskan setiap elemen dekorasi. Pada *layout* ini, setiap *slide* dalam *carousel* menggabungkan foto elemen dekorasi dengan judul dan teks penjelasan singkat dalam satu *layout* yang sama. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan informasi yang padat dan jelas kepada audiens pada setiap gambar.



Gambar 3.31 Alternatif Kedua Post Instagram

Alternatif kedua juga menggunakan pendekatan edukatif yang serupa, namun dengan presentasi visual yang berbeda untuk menciptakan visual yang memiliki keterbacaan yang baik. Tata letak ini menggunakan format *carousel* di mana *slide* pertama berisi gambar elemen dekorasi secara penuh, diikuti oleh unggahan kedua yang khusus berisi teks penjelasan. Pola selang-seling antara gambar dan teks ini bertujuan untuk memberikan jeda visual dan menonjolkan keindahan foto sekaligus keterbacaan informasi.



Gambar 3.32 Alternatif Ketiga Post Instagram

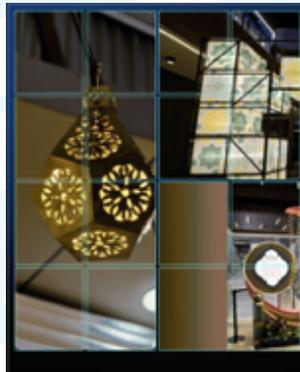
Berbeda dari dua alternatif sebelumnya, alternatif ketiga dirancang dengan pendekatan yang visual dengan penggunaan foto. Pada alternatif ini, penulis merancang tata letak *grid* dengan format *collage*, di mana beberapa unggahan terhubung menjadi satu kesatuan gambar *collage* yang besar dan utuh saat dilihat pada halaman profil. Pendekatan ini tidak menyertakan teks penjelasan pada gambar, melainkan berfokus penuh untuk menampilkan kemegahan dan keindahan estetika dari keseluruhan dekorasi secara sinematik. Setelah melalui proses pertimbangan dan diskusi, alternatif ketiga akhirnya terpilih untuk dieksekusi. Keputusan ini didasari oleh pertimbangan bahwa pendekatan visual yang imersif pada *grid* profil dianggap lebih memiliki dampak kuat dan lebih efektif dalam menarik perhatian audiens pada pandangan pertama.



Gambar 3.33 Desain Final Cover Feeds Instagram

Slide pertama pada desain Instagram post ini adalah cover untuk konten feeds ini, yaitu “Elements of Ramadhan.” Visual utamanya adalah foto dekorasi bintang besar yang dihiasi dengan lampu-lampu berwarna kuning keemasan. Konten ini meliputi hasil kolase dari berbagai sudut di

sekitar Mal Kelapa Gading, namun disusun secara harmonis sehingga menampilkan satu visual yang kohesif. Elemen bintang bersudut enam yang muncul dominan menjadi simbol visual yang sering diasosiasikan dengan perayaan Ramadan. Di sisi kiri bawah terdapat judul “Elements of Ramadhan” dan subjudul dalam bahasa Inggris dengan tipografi *sans-serif* berwarna putih, yang menciptakan kontras tegas dengan *background* yang gelap. Garis-garis tipis adalah *guide* dan *margin* yang menunjukkan batas visual dan *grid* 4:3 yang disesuaikan dengan kebutuhan tampilan Instagram *grid*.



Gambar 3.34 *Slide Carousel* Feeds Kedua

Dalam *slide* kedua untuk *post* Instagram proyek ini, terlampir foto *close-up* dari dekorasi ornamen geometris, yang diletakkan di bagian kiri komposisi. Terdapat foto baliho berpola dengan elemen dekoratif berwarna hijau dan kuning yang disusun, yang terletak pada bagian kanan atas, dan sebagian dari foto dekorasi berbentuk bulan sabit yang berlanjut pada *slide* selanjutnya. *Slide* ini menekankan detail material dan tekstur, dan memperkuat suasana ruang Ramadan pada Mal Kelapa Gading. Elemen *modular grid* 4x4 tetap digunakan, ditandai dengan garis-garis tipis sebagai margin, membantu menyusun posisi foto dekorasi dengan rapi. *Slide* ini juga berfungsi sebagai jembatan transisi visual dari slide pertama, karena warna pencahayaan, tekstur, dan ornamen geometris masih senada, serta kelanjutan foto kepada *slide* selanjutnya.



Gambar 3.35 *Slide Carousel Feeds Ketiga*

Slide ketiga berperan sebagai transisi, dimana penulis memperluas sudut pandang dari detail ornamen menuju elemen arsitektural ruang Ramadan. Visual utama menampilkan struktur baliho atau kerangka, dan bagian foto dekorasi bulan sabit dari *slide* sebelumnya. Lalu, terlampir juga bagian foto yang bersambung kepada slide selanjutnya yaitu sebuah kerangka yang memiliki pola yang mirip dengan baliho. Komposisi ini menciptakan kesan ruang yang lebih terbuka, dibanding dua slide sebelumnya yang cenderung fokus pada ornamen lampu gantung secara detail. Efek cahaya kuning keemasan tetap konsisten dalam slide ini, menjaga keterangan dan warna dengan foto sebelumnya. *Grid* 4x4 masih terlihat melalui penempatan garis *modular grid*, memastikan semua objek tetap tersusun proporsional.



Gambar 3.36 *Slide Carousel Feeds Keempat*

Slide keempat menampilkan struktur kerangka besi dengan pola yang mirip baliho dari *slide* sebelumnya, dan juga sebuah lampion berdiri berwarna kuning. Lalu, terlampir juga bagian foto yang bersambung

kepada slide selanjutnya yaitu sebuah pola berwarna putih dan hijau yang menjadi salah satu elemen visual yang digunakan pada instalasi dekorasi ramadan di Mal Kelapa Gading. Grid 4x4 masih terlihat melalui penempatan garis *modular grid*, memastikan semua objek tetap tersusun proporsional.

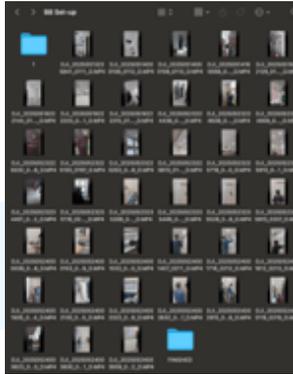


Gambar 3.37 Slide Carousel Feeds Kelima

Slide kelima menampilkan struktur baliho atau kerangka yang disusun pada foto bagian kanan. Lalu, terlampir juga bagian foto yang bersambung dari *slide* sebelumnya yaitu sebuah pola berwarna putih dan hijau yang menjadi salah satu elemen dekoratif pada instalasi dekorasi Mal Kelapa Gading. *Grid* 4x4 masih digunakan pada slide ini sebagai alat ukur agar proporsi dan komposisi slide teratur secara rapi. *Grid* yang digunakan untuk *cover* Reels dan Instagram Feeds berbeda dengan adanya format *aspect ratio* yang berbeda, dimana Instagram Reels menggunakan *aspect ratio* 9:16, dan Instagram Feed menggunakan *aspect ratio* 4:5.

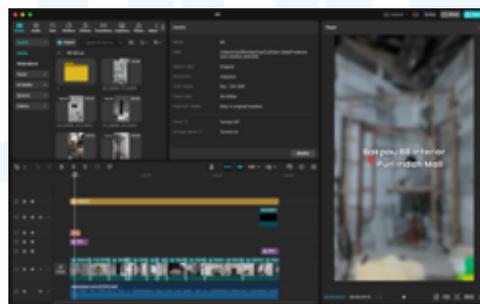
### 3.3.2.2 Proyek Interior Bakpau B8

Tugas tambahan kedua penulis adalah produksi konten video dengan bentuk Instagram Reels untuk proyek desain interior Bakpau B8, yang berlokasi di Puri Indah Mall. Dalam tugas ini, penulis melakukan pengambilan gambar yang disesuaikan dengan desain interior Bakpau B8.



Gambar 3.38 Kumpulan *Raw Footage* Proyek Bakpau B8

Untuk proyek desain interior Bakpau B8 Puri Indah Mall, penulis juga menerapkan metode pengambilan *footage* video yang sama dengan proyek sebelumnya, yaitu dengan memanfaatkan mode warna D-Log M pada kamera DJI Osmo Pocket 3 untuk mendapatkan *dynamic range* yang luas dan fleksibilitas untuk mengubah warna dengan maksimal dalam proses *color grading*. Dalam pengambilan gambar hasil akhir interior, fokus utama diarahkan pada tampilan *look and feel* interior Bakpau B8 serta sistem pencahayaan ruangan tersebut. Sementara itu, untuk konten *video reels* yang mendokumentasikan proses pembangunan, subjek utama yang ditonjolkan adalah para pekerja atau tukang yang terlibat langsung dalam pengerjaan dan realisasi desain interior tersebut.



Gambar 3.39 Penggunaan Aplikasi Capcut untuk Peneditan *Video*.

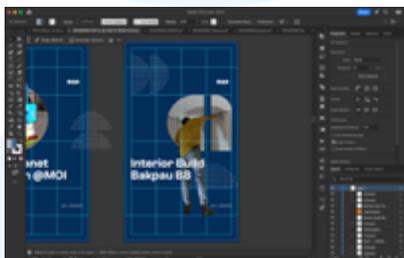
Setelah seluruh materi mentah berupa *footage video* terkumpul, penulis memasuki tahap pasca-produksi, yakni peneiditan *video*. Pada fase ini, penulis melakukan berbagai penyesuaian seperti koreksi warna,

penambahan musik latar yang sesuai, dan integrasi elemen grafis jika diperlukan.



Gambar 3.40 Reels Cover Template

Setelah dirancangnya *video*, penulis merancang *cover* yang representatif untuk masing-masing *video*, bertujuan untuk memikat perhatian audiens saat menjelajahi *feed* Instagram. *Bumper* yang sebelumnya telah dibuat oleh penulis diterapkan kembali pada akhir *video* Reels Instagram untuk Bakpau B8.

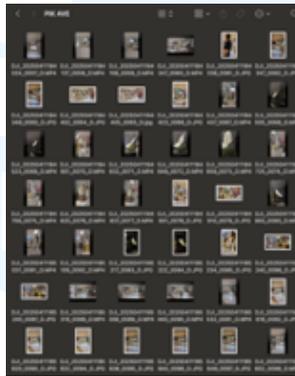


Gambar 3.41 Proses Pengeditan Cover Reels dengan Adobe Illustrator

Dari keseluruhan rangkaian proses tersebut, penulis berhasil menghasilkan tiga buah konten *video* Instagram Reels untuk proyek ini. Setiap Reel dirancang untuk menampilkan proses pembuatan interior Bakpau B8, mulai dari pembangunan kerangka hingga pencahayaan akhir. Konten-konten ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi portofolio tetapi juga sebagai materi promosi untuk menunjukkan keahlian IDEAWORKS dalam bidang desain interior kepada audiens yang lebih luas.

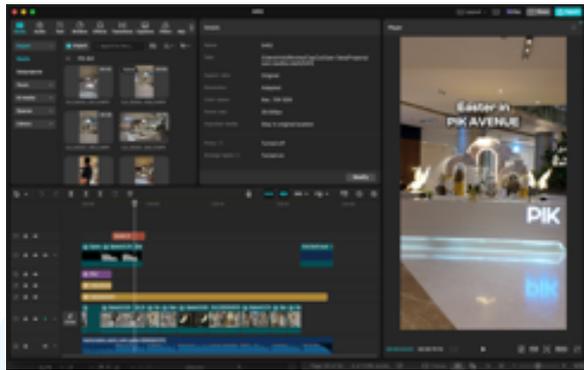
### 3.3.2.3 Proyek Instalasi Dekorasi PIK Avenue *Easter*

Proyek tugas tambahan ketiga yang ditangani oleh penulis adalah pembuatan konten media sosial mengenai dekorasi Paskah di Mall PIK Avenue. Tahap awal dari pengerjaan tugas ini melibatkan kunjungan langsung ke lokasi untuk melakukan sesi pengambilan *footage* video dan foto, di mana penulis *shoot* detail-detail ornamen, warna-warni dekorasi, serta suasana keseluruhan yang telah diciptakan. Fokus utama dari proses perekaman ini adalah untuk mengumpulkan materi visual yang kaya dan mampu merepresentasikan keunikan serta kreativitas dari dekorasi paskah tersebut.



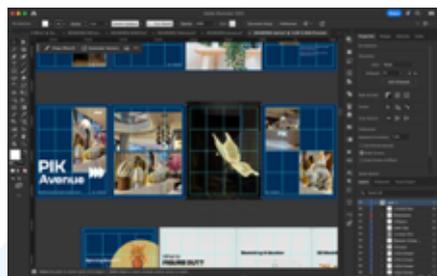
Gambar 3.42 Kumpulan Raw Footage

Penulis mengambil klip *video* dimana fokus utama dari *footage* yang diambil adalah untuk menangkap detail elemen-elemen dekorasi, seperti bentuk-bentuk lengkungan yang menjadi struktur utama, rangkaian bunga, serta nuansa hutan yang menjadi tema utama dekorasi ini. Selain itu, subjek utama dari dekorasi ini adalah dua figur kelinci, dengan latar keseluruhan atmosfer taman yang ingin diciptakan melalui penataan elemen-elemen tersebut.



Gambar 3.43 Proses Pembuatan Video Dekorasi Paskah PIK Avenue

Setelah proses pengambilan *video* selesai, penulis kemudian melanjutkan ke tahap peng-*editan* materi visual yang telah terkumpul dengan aplikasi CapCut. Dalam tahap ini, penulis melakukan seleksi *footage* terbaik, melakukan penyesuaian warna dan tingkat keterangan *video*, menambahkan elemen teks atau grafis yang relevan dengan tema dan identitas IDEAWORKS, serta memastikan kualitas audio-visual secara keseluruhan. *Bumper* yang telah diterapkan pada setiap *video* Reels juga digunakan sebagai benang merah yang menjadi identitas visual dari IDEAWORKS.



Gambar 3.44 Proses Pembuatan Feeds Instagram PIK Avenue

Sebagai hasil akhir, penulis memproduksi berbagai konten media sosial yang siap digunakan untuk mempromosikan dan mendokumentasikan proyek dekorasi Paskah di Mall PIK Avenue atas nama IDEAWORKS. Konten-konten ini, yang disesuaikan untuk berbagai format platform media sosial, yaitu Instagram Reels dan Feeds.

Untuk konten PIK Avenue khusus Feeds Instagram, penulis memulai proses pembuatan visual dengan menggunakan template yang telah dibuat sebelumnya.



Gambar 3.45 Template Post Instagram Serta Aset Dekorasi PIK

Penulis juga mengimplementasikan template post instagram untuk cover post untuk projek PIK Avenue Easter. Penulis menggunakan *layout* Post Instagram yang berbeda, dimana *gutter* dari modular grid disingkirkan, agar pola kotak pada *grid* saling menyentuh. Lalu, penulis mengisi bagian kosong dari template tersebut dengan menggunakan aset visual foto proyek dekorasi paskah PIK Avenue.



Gambar 3.46 Slide Cover Konten Feeds Dekorasi PIK Avenue

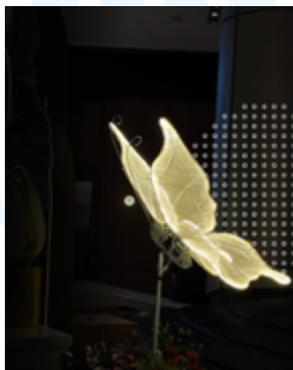
*Slide* ini berfungsi sebagai *cover* untuk Feeds Instagram instalasi dekorasi di PIK Avenue. Visual utama menampilkan potongan foto dekorasi telur Paskah dan kelinci, disusun dalam sisi kanan layout, sementara sisi kiri diisi oleh elemen teks “PIK Avenue” menggunakan *typeface* Clash Grotesk berwarna putih, dengan. *Logo* IDEAWORKS

ditempatkan di sudut kanan atas, menunjukkan identitas perusahaan. *Grid* 4x4 dan garis tetap digunakan untuk menjaga keteraturan visual serta memastikan keselarasan dalam penempatan elemen desain. Warna *background* biru tua memberi kontras yang kuat terhadap elemen putih dan kuning dari foto.



Gambar 3.47 Slide Kedua Konten Carousel PIK Avenue

Pada slide ini ditampilkan elemen dekorasi gantung berupa telur berukuran besar yang menggantung di atas area koridor mal. Foto diambil dari sudut bawah, menunjukkan tata letak instalasi dalam mal PIK Avenue. Penempatan elemen visual mengikuti struktur *grid* 4x4 berjenis *modular grid*. Slide ini memberikan hubungan dekorasi dengan lingkungan mal dan dengan dekorasi utama yaitu kelinci pada foto bagian bawah.



Gambar 3.48 Slide Ketiga Konten Carousel PIK Avenue

*Slide* ini menunjukkan salah satu elemen hiasan pada dekorasi PIK Avenue yaitu patung kupu-kupu bercahaya LED berwarna kuning. Di sisi

kanan, terdapat pola supergrafis titik-titik putih simetris yang memberikan dengan tujuan untuk memperkaya komposisi visual pada foto tersebut. Penulis kemudian meletakkan supergrafis tersebut di belakang subjek utama dari foto tersebut agar audiens tetap dapat fokus kepada kupu-kupu tersebut.



Gambar 3.49 Slide Keempat Konten Carousel PIK Avenue

Slide terakhir menampilkan foto penuh dari suasana dekorasi di lobby PIK Avenue. Elemen visual utama berupa instalasi telur-telur besar berwarna putih, kuning, dan coklat dengan hiasan lampu LED kupu-kupu, serta dua patung kelinci besar yang ditempatkan di atas meja putih. Penulis menggunakan *grid* 4x4 sebagai bantuan pembagian elemen dalam komposisi yang proporsional dan terstruktur.

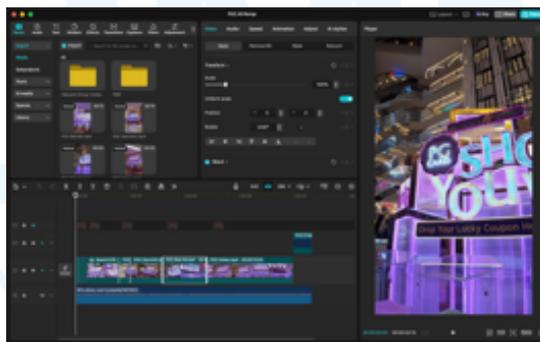
#### 3.3.2.4 Proyek Pakuwon Group Card

Tugas tambahan keempat yang dikerjakan penulis adalah sebuah proyek untuk *client* IDEAWORKS yaitu Pakuwon Group, yang melibatkan pembuatan *booth* instalasi untuk promosi event Pakuwon Group Card di *mall* yaitu: Mall Kota Kasablanka, Gandaria City, Pakuwon Mall Bekasi, dan Blok M Plaza. Penulis melakukan pengambilan *footage video* dan foto secara langsung di masing-masing lokasi *booth* instalasi. Dokumentasi visual ini bertujuan untuk menangkap suasana dari setiap *booth* sebagai materi dasar untuk pembuatan konten media sosial.



Gambar 3.50 Aset *Video* untuk Reels Pakuwon Group Card

Fokus utama dari *footage* yang diambil adalah elemen-elemen dari instalasi promosi tersebut, terutama pada *signage* logo 'Pakuwon Group Card', efek visual dari penggunaan cahaya LED berwarna ungu yang dominan, serta berbagai properti cetak dan materi informasi yang ditampilkan mengenai acara undian dari Pakuwon Group. Setelah proses pengambilan gambar di keempat lokasi selesai, penulis melanjutkan ke tahap pasca-produksi untuk mengolah materi yang telah terkumpul. Proses ini meliputi proses *video editing* menggunakan aplikasi CapCut, di mana penulis merangkai *footage* menjadi konten *project recap*, serta merancang *cover* yang visualnya selaras dengan identitas IDEAWORKS untuk setiap Instagram Reel.



Gambar 3.51 Proses Pembuatan *Video* Reels Pakuwon Group Card

Setelah proses pengambilan *video* selesai, penulis kemudian melanjutkan ke tahap peng-*editan* materi visual yang telah terkumpul dengan aplikasi CapCut. Dalam tahap ini, penulis melakukan seleksi

*footage* yang terbaik, melakukan penyesuaian warna dan tingkat keterangan *video*, lalu menambahkan elemen teks atau grafis yang relevan dengan tema proyek Pakuwon Group Card serta lokasi setiap instalasi, dan juga identitas visual IDEAWORKS, yang berupa *logo* dan *bumper*. *Bumper* yang telah diterapkan pada setiap *video* Reels juga digunakan sebagai benang merah yang menjadi identitas visual dari IDEAWORKS. Lalu, penulis membuat *cover* Reels yang akan digunakan sebagai tampak visual statis untuk Reels.



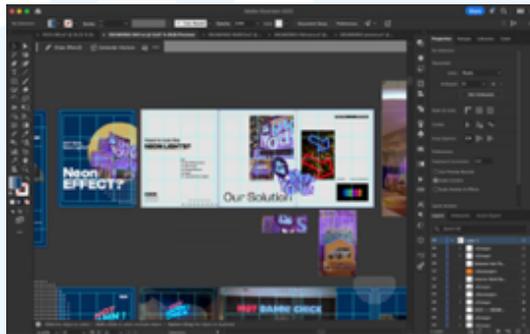
Gambar 3.52 *Template Cover* Reels Instagram

Dengan menggunakan *template cover* Reels untuk Instagram, penulis menambahkan berbagai aset seperti supergrafis dan foto dari proyek dekorasi Pakuwon Group Booth kepada *cover* Reels. Penulis menambahkan copyrighting headline dan subheading untuk mengganti kata-kata yang tertulis pada *template cover* Reels. Lalu, supergrafis juga ditambahkan agar visual *cover* tersebut dapat memiliki keseimbangan visual yang baik.



Gambar 3.53 Hasil Pembuatan *Cover* Reels Instalasi Pakuwon

Selain konten video, penulis juga mengembangkan materi *post* untuk Instagram yang bersifat edukatif, dengan salah satu fokusnya adalah menjelaskan mengenai substitusi *Neon Light* tradisional dengan penggunaan LED yang lebih efisien, menggunakan instalasi pada *booth* Pakuwon Group ini sebagai studi kasus atau contoh nyata.



Gambar 3.54 Proses Pembuatan Feeds Instalasi Pakuwon Group

Kemudian, penulis merangkai sebuah *post* Instagram yang bersifat edukatif yang dapat memberi edukasi mengenai penggunaan LED sebagai substitusi lampu neon. Dengan penggunaan *template* peletakan *layout grid* 4x4, penulis merangkai sebuah *post* edukatif dengan tujuan untuk memberi informasi mengenai salah satu metode efisiensi dan *sustainable* yang digunakan oleh IDEAWORKS.



Gambar 3.55 *Cover Template* Post Serta Aset Dekorasi

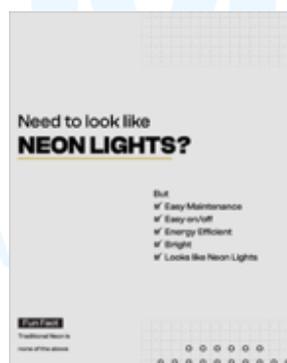
Pertama penulis menggunakan *template cover* Post Instagram sebagai dasar pembuatan tampak visual dari Post Instagram tersebut. Lalu,

penulis mengisi berbagai macam aset seperti supergrafis, bentuk untuk frame, dan juga copywriting untuk headline *cover* Post Instagram tersebut.



Gambar 3.56 *Cover* dari Konten Edukatif Project PGC

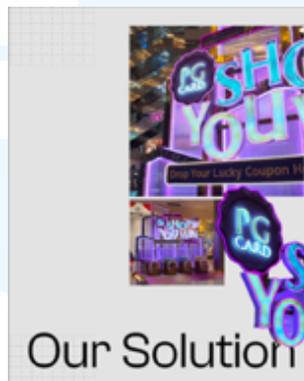
*Slide* pertama ini berfungsi sebagai *cover*, dengan *background* berwarna biru tua yang kontras dengan sebuah bentuk elips berwarna kuning keemasan di tengahnya. Di dalam area kuning ini, ditampilkan foto sebuah instalasi *booth* PGC (Pakuwon Group Card "SHOP YOU WIN") yang diterangi cahaya ungu. Teks dalam bahasa ingris yaitu "NOT REAL Neon Lights?" berwarna putih terletak pada bagian kiri atas dengan panah yang mengarah ke gambar instalasi tersebut, serta teks besar "Neon EFFECT?" di bagian bawah, ditujukan untuk menggiring audiens untuk mempertanyakan persepsi mereka dan melanjutkan ke *slide* berikutnya.



Gambar 3.57 *Slide* Kedua dari Konten Feeds PGC

*Slide* kedua menggunakan *background* abu-abu muda dengan supergrafis pola grid pada bagian atas kanan *slide*. *Headline* bertulis, "Need

*to look like NEON LIGHTS?"* dengan huruf hitam tebal, dengan kata "*NEON LIGHTS*" digarisbawahi garis berwarna kuning keemasan, agar pertanyaan mengenai kebutuhan audiens dapat dimengerti dengan mudah dan cepat tanggap. Di bawahnya, kata "*But*" menjadi transisi ke sebuah daftar poin-poin yaitu: "*Easy Maintenance,*" "*Easy on/off,*" "*Energy Efficient,*" "*Bright,*" dan "*Looks like Neon Lights.*" Pada bagian bawah *slide*, terdapat kotak "*Fun Fact*" berwarna abu-abu lebih gelap yang menyatakan, "*Traditional Neon is none of the above,*". *Slide* ini memiliki tujuan untuk mengedukasi audiens tentang keterbatasan neon tradisional dengan memperkenalkan kriteria solusi yang lebih baik.



Gambar 3.58 *Slide* Ketiga dari Konten Feeds PGC

Pada *slide* ketiga, tertulis sebuah judul besar "*Our Solution*" di bagian bawah dengan *background* abu-abu muda yang sama dengan warna *background* sebelumnya. *Slide* ini menampilkan tiga foto yang menunjukkan tiga foto instalasi "PG Card SHOP TILL YOU WIN" dari berbagai sudut pandang. Penekanan visual pada instalasi yang sama dari *slide cover* ini menunjukkan bahwa efek cahaya LED yang mirip dengan lampu neon.



Gambar 3.59 Slide Keempat Konten Feeds PGC

Slide keempat menggunakan *background* abu-abu muda, dimana slide ini menampilkan beberapa contoh visual: dua lampu berbentuk panah yang menyala terang yang menjadi contoh lain penggunaan LED jenis Neon Flex, dimana aset foto tersebut diambil dari situs Freepik. Terletak pada bagian bawah, terdapat gambar foto LED Neon Flex yang menunjukkan variasi warna yang dapat dicapai oleh jenis lampu tersebut. Teks "*Flexible*" dan "*Easy Installation*" menginformasikan mengenai keunggulan dari jenis lampu tersebut.

Hasil akhir dari pengerjaan tugas tambahan ini adalah konten media sosial untuk IDEAWORKS, yang mencakup video *project recap* dalam format Instagram Reels lengkap dengan *cover* yang telah didesain, serta *post* informatif di Instagram. Keempat tugas tambahan ini tidak hanya berfungsi untuk mendokumentasikan berbagai proyek instalasi *booth* dan dekorasi yang terletak di *mall* berbeda, tetapi juga untuk memperkuat portofolio dan keahlian IDEAWORKS dalam menangani proyek berskala besar dan beragam.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Penulis menyajikan analisis mengenai berbagai tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan magang di perusahaan Livindo Artha Gracia, dan juga solusi untuk mengatasi setiap kendala tersebut. Untuk paragraf pertama, penulis akan

memaparkan berbagai poin yang dapat menjadi saran subjektif kepada perusahaan. Pada paragraf kedua, penulis akan memaparkan solusi untuk permasalahan tersebut.

### **3.4.1 Kendala *Pelaksanaan Magang***

Selama periode pelaksanaan magang, salah satu kendala utama yang penulis hadapi berkaitan dengan ketersediaan perangkat *hardware* dan *software* untuk produksi konten visual. Penulis melihat bahwa adanya kebutuhan untuk menggunakan perangkat individual seperti kamera untuk pengambilan *footage* di lapangan dan laptop pribadi untuk menggunakan aplikasi desain dan penyuntingan video, di mana fasilitas ini tidak disediakan secara langsung oleh perusahaan. Selain itu, penulis juga memerlukan akses ke perangkat lunak Adobe Illustrator yang lisensinya perlu disediakan secara mandiri.

### **3.4.2 Solusi *Pelaksanaan Magang***

Sebagai solusi dari kendala terkait ketersediaan *hardware*, penulis mengambil inisiatif dengan memanfaatkan perangkat pribadi, yaitu kamera dan laptop milik sendiri, sehingga seluruh tugas yang memerlukan pengambilan gambar dan proses desain tetap dapat dilaksanakan. Terkait kebutuhan *software* Adobe Illustrator, penulis juga menggunakan lisensi pribadi untuk menunjang kelancaran pekerjaan desain. Namun, perusahaan memberikan dukungan dengan menyediakan akses kepada akun CapCut versi premium kantor untuk keperluan penyuntingan video, serta memberikan fasilitas akses ke layanan Freepik untuk memperoleh berbagai aset grafis yang dibutuhkan dalam proses kreatif.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA