BAB III

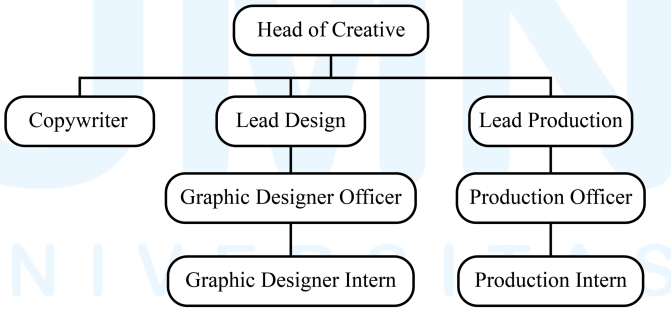
PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan program magang, penulis menduduki posisi sebagai *Graphic Designer Intern* dengan alur koordinasi yang berlangsung secara *on-site* bersama divisi lain yang menyesuaikan dengan kebutuhan desain. Pada setiap proyek yang dikerjakan, penulis berkoordinasi dan mendapatkan *feedback* dari banyak pihak, yaitu PIC (*Person In Charge)* dari *brief* tersebut dan dengan *Lead Design.* Alur koordinasi melibatkan diskusi berkala yang bertujuan untuk memastikan bahwa hasil desain sesuai dengan standar dan kebutuhan *brand.* Penulis juga melakukan proses *preview* dan revisi kepada PIC & *leader* untuk mengasah kemampuan teknis dan menyesuaikan kebutuhan desain.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di PT Good Sale Tech, penulis menempati posisi *Graphic Designer Intern* di divisi *Creative.* Divisi *Creative* terdiri dari *Head of Creative, Leader, Graphic Designer, Photographer/ Videographer, Copywriter,* dan *Intern.*



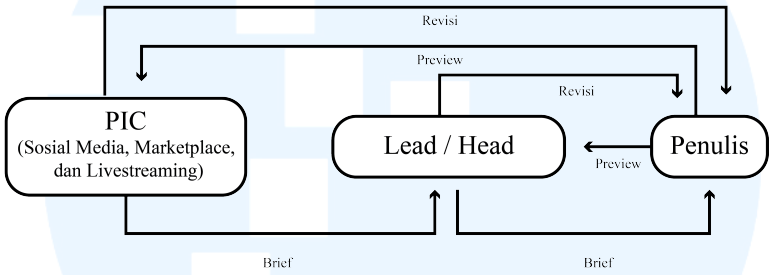
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan Magang

Sebagai bagian dari tim kreatif, penulis berperan dalam menciptakan aset visual dalam berbagai proyek, seperti sosial media, *e-commerce*, dan kebutuhan *livestreaming*. Pada struktur kedudukan magang, penulis berada

dibawah koordinasi langsung dan bekerja sama dengan *leader* dan *graphic designer* lainnya.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Koordinasi pekerjaan di PT Good Sale Tech dilakukan secara terstruktur dengan melibatkan berbagai pihak yang memiliki peran masing-masing untuk menghasilkan *output* yang sesuai dengan permintaan *brand.*



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Proses dimulai dari PIC *brand* dan divisi yang menyampaikan *brief* dan kebutuhan mereka kepada *Head of Creative*, yang kemudian meneruskannya kepada *Lead Design* untuk *double check* kebutuhan *brief* tersebut sebelum diteruskan kepada *Graphic Designe*r termasuk *Graphic Designer Intern*. Komunikasi dan masukan dilakukan secara berkala agar sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani 4 bulan magang di PT Good Sale Tech, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan berbagai *brand,* yaitu Sea Makeup, Grace and Glow, Acnaway, Milk Recipe/Glowcode, dan GoSmile/Dentific. Setiap *brand* menggunakan jenis *style* dan kebutuhan desain yang berbeda, sehingga pekerjaan desain yang dihasilkan juga bervariasi. Berikut adalah penjabaran detail pekerjaan yang telah di selesaikan oleh penulis selama melaksanakan magang:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	8—15 Januari 2025	- Desain Feeds Grace & Glow - *Retouch* & Desain sosmed Go Smile - Desain Frame Livestreaming Dentific	- Perkenalan Perusahaan, divisi, dan anggota tim - Pemberkasan dokumen keperluan magang - Log in Lark & pembuatan akun Synology
2	17—22 Januari 2025	- Desain E-commerce (Front Pict & Banner) Dentific - *Retouch* & Desain sosmed Go Smile - Desain E-commerce (Mainpict) Go Smile - *Retouch* & Desain sosmed Sea Makeup - Desain Frame Livestreaming & Mainpict Milk Recipe	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
3	23—29 Januari 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Sea Makeup, Acnaway - Desain Greetings Imlek & Reqruitment - HR	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
4	30 Januari — 5 Februari 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Acnaway - Desain E-commerce (Banner) Go Smile - Desain E-commerce (Mainpict) Sea Makeup - Desain E-commerce (Livestreming & Mainpict) Dentific - Desain Greetings Puasa - HR	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media

5	6—12 Februari 2025	- Desain E-commerce (Livestreming & frontpict) Dentific - Desain E-commerce (Livestreming & frontpict) Glowcode - Desain frame livestreaming Milk Recipe - *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Sea Makeup - Desain E-commerce (Mainpict) Sea Makeup - Desain Reqruitment - HR	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
6	13—19 Februari 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Acnaway, Sea Makeup - Desain E-commerce (Livestreming, Banner, Frontpict) Dentific - Desain E-commerce (frontpict) Glowcode & Go Smile - Desain E-commerce (Mainpict) Sea Makeup - Desain frame livestreaming Milk Recipe - Desain Reqruitment - HR	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
7	20—26 Februari 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Acnaway, Milk Recipe - Desain E-commerce (frontpict) Sea Makeup & Dentific - Desain Reqruitment - HR	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
8	27 Februari—5 Maret 2025	- Desain E-commerce (Livestreming, Mainpict, Frontpict) Dentific - Desain E-commerce (Frontpict & Mainpict) Sea Makeup - *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Acnaway, Sea Makeup, Milk Recipe - Desain Reqruitment - HR	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva

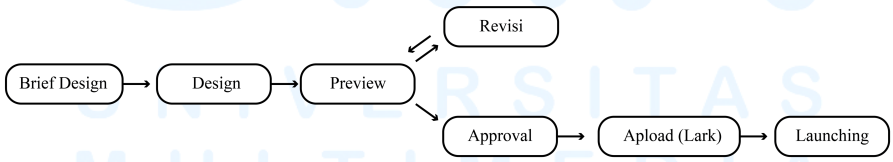
			- *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
9	6—12 Maret 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Sea Makeup - Desain Reqruitment - HR	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
10	13—19 Maret 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Acnaway, Sea Makeup, Milk Recipe - Desain E-commerce (Livestreming & Frontpict) Dentific - Desain E-commerce (Frontpict & Mainpict) Sea Makeup - Desain E-commerce (Frontpict) Glowcode	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
11	20—26 Maret 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Acnaway, Sea Makeup, Milk Recipe - Desain E-commerce (Livestreming, Banner, Frontpict) Milk Recipe - Desain E-commerce (Livestreming & Frontpict) Dentific - Desain Reqruitment - HR	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
12	27 Maret—2 April 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Sea Makeup, Milk Recipe - Desain E-commerce (Frontpict) Sea Makeup - Desain E-commerce (Mainpict) Go Smile	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media

		- Desain frame Livestreaming Dentific	- Tanggal 31 Maret—2 April Libur Hari Raya Idul Fitri
13	3—9 April 2025	- Desain Greetings – HR - *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Sea Makeup, Milk Recipe	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media - Tanggal 3—7 April Libur Hari Raya Idul Fitri
14	10—16 April 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Sea Makeup - Desain E-commerce (Mainpict & Frontpict) Dentific - Desain E-commerce (Banner & Frontpict) Glowcode - Desain E-commerce (Frontpict) Go Smile & Sea Makeup	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
15	17—23 April 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Go Smile, Sea Makeup, Milk Recipe - Desain E-commerce (Livestreming & Frontpict) Sea Makeup - Desain E-commerce (Mainpict) Milk Recipe - Desain E-commerce (Banner) Dentific	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator - *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media
16	24—30 April 2025	- *Retouch* & Desain sosmed Acnaway, Sea Makeup, Milk Recipe	- Pengerjaan desain menggunakan aplikasi Adobe Photoshop & Illustrator

		- Desain E-commerce (Frontpict) Acnaway, Glowcode - Desain E-commerce (Mainpict & Frontpict) Sea Makeup - Desain Greetings - HR	- *Retouch* foto digunakan untuk kebutuhan sosial media - Pengerjaan Desain yang berasal dari HR menggunakan aplikasi Canva
17	1—7 Mei	- *Retouch* & Desain sosmed Acnaway, Sea Makeup, Milk Recipe - Desain E-commerce (Frontpict) Sea Makeup, Glowcode	- Tanggal 1 Mei libur Hari Buruh - Tanggal 7 Mei *Last Day*- Perpisahan pada divisi *Creative* - Tanda tangan & stemple perusahaan kebutuhan dokumen Magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang, penulis memiliki tanggung jawab dalam mendesain berbagai macam konten pada beberapa *brand.* Pada proses perancangan setiap *brand,* penulis tetap mengikuti prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan. Alur perancangan dimulai dari PIC (*Person In Charge)* setiap *brand* atau divisi *(Marketing, Marketplace, Livestreaming)* yang menuliskan kebutuhan desain pada lembar *sheets* yang berisikan *brief* dari desain tersebut. Di dalam *brief* terdapat konsep, *copywriting,* referensi, dimensi ukuran desain yang dibutuhkan, hingga *deadline* proyek. Selanjutnya, *brief* tersebut diserahkan kepada *head* dan diteruskan ke *lead design* untuk di cek ulang sebelum *graphic designer* merancang desain.



Gambar 3.3 Alur Metode Perancangan Desain

Setelah pengecekan oleh *lead* sudah selesai, *brief* langsung diserahkan kepada penulis. Penulis melakukan perancangan desain pada aplikasi yang dibutuhkan, seperti Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Selanjutnya, jika perancangan sudah selesai, penulis menyerahkan hasil desain kepada *lead* untuk

diperiksa terlebih dahulu sebelum diserahkan kembali kepada PIC. Proses *preview* dan revisi penulis ikuti yang bertujuan untuk mengasah kemampuan teknis agar hasil karya bisa sesuai dengan yang dibutuhkan. Setelah proses tersebut terlewati, penulis mengunggah *final artwork* pada aplikasi Lark dengan *mention* PIC, dan CC kepada *lead* serta *head* sebagai bukti penyelesaian desain dan pemindahan data.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

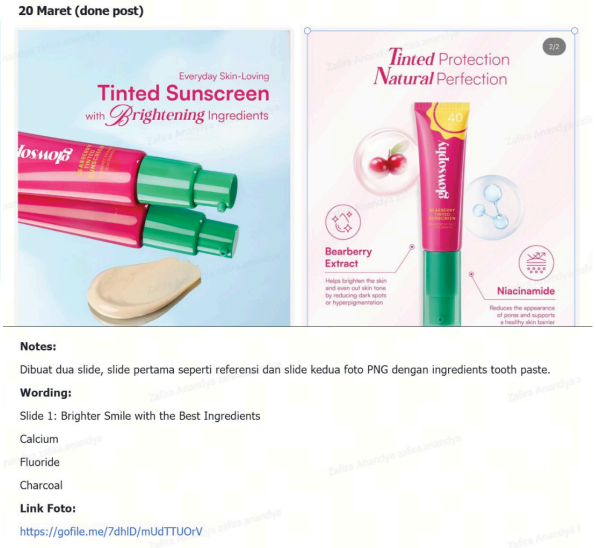
Selama menjalani program magang di PT Good Sale Tech, penulis telah menyelesaikan berbagai proyek utama dan pendukung. Proyek utama penulis adalah mendesain kebutuhan sosial media & *E-Commerce* pada *brand* GoSmile/Dentific. Penulis memilih proyek ini karena pada *brand* tersebut hanya penulis saja yang *handle.* Selain itu, kebutuhan sosial media *brand* Go Smile memiliki KPI (*Key Performance Indicator)* yang cukup rendah dibandingkan dengan *brand* lain yang penulis *handle.* Hal ini berdampak pada jenis konten *daily* Instagram yang tidak terlalu beragam. Konten *daily* yang di butuhkan merupakan jenis konten statis, yang berisikan foto-foto produk, icon-icon pendukung, dan tidak jarang juga menggunakan teks yang dibutuhkan untuk konten berjenis *education* atau *entertainment.*

Dalam tahapan perancangan desain pada proyek ini terdiri dari tahapan *brief,* tahapan perancangan, dan tahapan *launching.* Berikut adalah detail dari tahapan perancangan tersebut:

A. Tahapan *Brief*

Saat pertama kali penulis ingin memulai perancangan desain, penulis diberikan contoh penggunaan atau *guideline* dari *brand* Go Smile. *Guideline* sederhana tersebut berisikan jenis *font* yang dipakai, dan warna yang biasa digunakan. Selanjutnya, *brief* dari tiap konten diberikan kepada penulis dari pihak PIC Sosial Media. *Brief* tersebut di gabungkan dengan *brief brand* lain di Aplikasi Sheets.

Pada kolom Sheets, terdapat informasi PIC, tanggal input konten, tanggal *deadline* desain, jenis konten, *brand*, *brief,* PIC *Design*, dan *Result* desain. Untuk memudahkan perancangan, penulis dan *graphic designer* lain menggunakan fitur "*filter"* yang bisa melihat *brief* milik masing-masing. Didalam kolom *"brief",* terdapat beberapa PIC Sosial Media yang menaruh *link brief* yang lebih lengkap. Hal tersebut juga dilakukan oleh PIC Sosial Media *brand* Go Smile. *Link* tersebut mengarahkan penulis pada Aplikasi Docs yang berisikan *brief* yang akan digunakan dari waktu ke waktu.



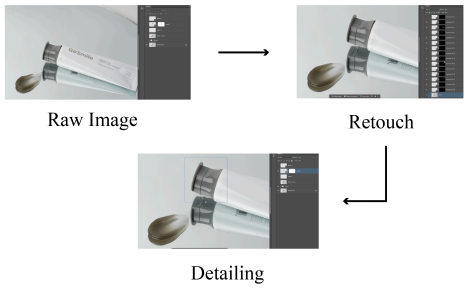
Gambar 3.4 *Brief* Konten *Daily* Go Smile

Di dalam *brief brand* Go Smile terdapat berbagai informasi yang dibutuhkan, seperti referensi desain, foto/ asset yang diperlukan, dan *copywriting* jika dibutuhkan. Setelah penulis membaca *brief* tersebut, biasanya penulis melakukan *double check,* baik kepada *lead design* maupun PIC Sosial Media. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pemahaman yang penulis terima sama dengan maksud dari *brief* yang diberikan.

B. Tahapan Perancangan

Gambar 3.5 Aset Visual Konten *Daily* Go Smile

Tahapan perancangan dimulai setelah penulis memahami *brief* yang diberikan oleh PIC Sosial Media. Penulis memulai tahapan dengan mengumpulkan aset yang diperlukan, seperti *font,* grafis, dan foto produk atau foto pendukung yang bisa di dapat dari Aplikasi Synology. Setelah aset visual sudah terkumpul, penulis memulai membuat konten menggunakan Adobe Photoshop.



Gambar 3.6 Proses *Retouch* Foto

Hal pertama yang penulis lakukan dalam pembuatan konten *daily brand* Go Smile adalah melakukan proses *retouch* pada foto yang akan digunakan. Hal ini bertujuan untuk menyempurnakan bagian-bagian tertentu pada foto. Terkhusus untuk foto yang terdapat produk *brand* didalamnya, label produk harus dihapus terlebih dahulu untuk memudahkan proses selanjutnya, yaitu proses *retouch* dan *color grading.* Proses *retouch* menggunakan beberapa *tools* yang dominan

penulis gunakan pada Aplikasi Adobe Photoshop, yaitu *spot healing brush tool* dan *polygonal lasso tool.* Selain itu, penulis juga belajar menggunakan *generative AI (Artificial Intellegence)* pada *spot* yang tidak bisa disempurnakan oleh *tools* lain.

Gambar 3.7 Proses Color Grading

Setelah foto tersebut dirasa sudah sempurna, penulis segera *export* hasil *retouch* tersebut dan memberikannya kepada divisi produksi yang akan melakukan proses *color grading* atas foto tersebut. Penulis tidak banyak berkontribusi terhadap proses ini, dikarenakan proses ini lebih melibatkan divisi produksi dan sosial media. Kontribusi *graphic designer* lebih kepada memberikan masukan dan saran ketika kedua belah pihak membutuhkan. Penulis memberikan label produk yang sudah disediakan setelah hasil *color grading* telah selesai.

Slide 1 Slide 2

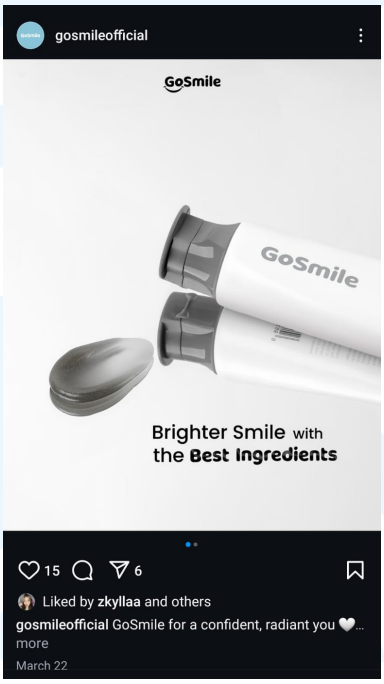
Gambar 3.8 *Finishing* Konten

Proses selanjutnya, penulis menyesuaikan hasil foto dengan ukuran rasio Instagram yaitu 1080px x 1350px dengan posisi logo *brand* Go Smile yang sudah di tentukan. Penulis juga menambahkan *detail* tambahan seperti *shadow* dan *highlight* pada foto tersebut agar terlihat lebih *real* dan profesional. Pemberian aset grafis dan teks

pendukung dilakukan pada proses ini yang bertujuan untuk menyampaikan komunikasi kepada target audiens. Aset grafis yang digunakan penulis rancang menggunakan aplikasi Adobe Illustrator, memakai *shape & pen tools.*

C. Tahapan *Launching*

Sebelum penulis memberikan hasil perancangan kepada PIC Sosial Media, penulis memberikan *preview* terlebih dahulu kepada *lead design* untuk mendapatkan masukan terhadap desain yang sudah dibuat. Masukan tersebut penulis butuhkan untuk meningkatkan kualitas visual yang dihasilkan. Ketika proses ini terlewati, penulis mengirimkan hasil perancangan kepada PIC Sosial Media menggunakan Aplikasi Lark.



Gambar 3.9 Proses *Launching* Hasil Perancangan

Ketika PIC Sosial Media menerima hasil perancangan tersebut dan hasilnya sudah sesuai dengan yang diinginkan, PIC Sosial Media akan mengunggah hasil perancangan pada Instagram masing-masing

brand. Proses unggahan tergantung pada masing-masing PIC karena menyesuaikan KPI dan tanggal unggahan yang tepat.

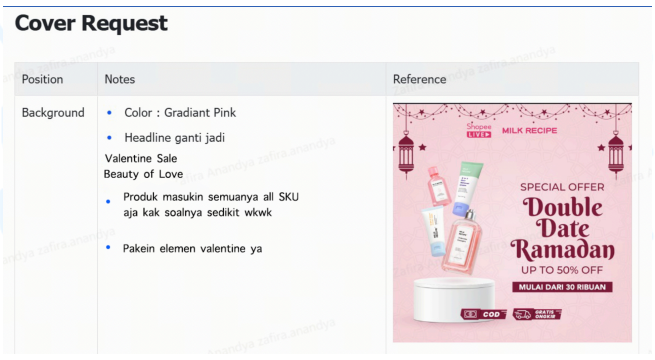
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain bertanggung jawab dalam konten desain *brand* Go Smile, penulis juga mendapatkan tugas tambahan lain di media dan *brand* yang berbeda. Tugas tambahan tersebut yaitu membuat desain *cover livestreaming brand* Milk Recipe*, Front Picture E-commerce brand* Sea Makeup, Konten *Daily brand* Acnaway, dan *Frame Livestreaming brand* Dentific, Setiap tugas tambahan tersebut dibimbing langsung dengan *lead design* dan juga *graphic designer* yang bertanggung jawab terhadap *brand* tersebut.

Metode yang penulis pakai dalam menjalankan tugas tambahan ini menggunakan metode yang sama seperti tugas utama, yaitu tahapan *brief,* tahapan perancangan, dan tahapan *launching.*

3.3.2.1 Proyek Cover Livestreaming Milk Recipe

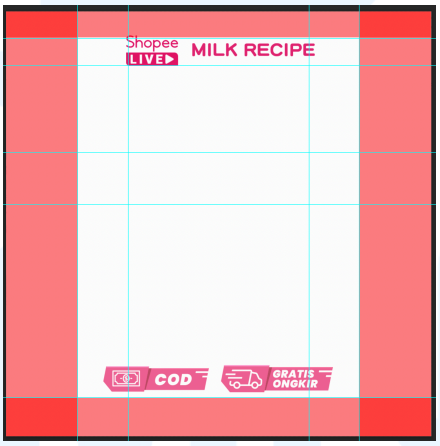
Tugas tambahan pertama yaitu mendesain kebutuhan *cover livestreaming* pada *brand* Milk Recipe. *Cover Livestreaming* ini berfungsi untuk membuat tampilan halaman *livestreaming* di *platform* yang tersedia menjadi lebih menarik dan dapat membuat calon pembeli penasaran, yang bisa berdampak pada pembelian produk. Oleh karena itu, proyek ini diharapkan dapat mencapai tujuan tersebut dengan dukungan *brief* yang diberikan oleh PIC *Livestreaming,* yang berisi arahan visual, elemen penting yang perlu di tampilkan, serta referensi desain sebagai acuan penulis.



Gambar 3.10 *Brief Cover Livestreaming* Milk Recipe

Kebutuhan desain pada Cover Livestreaming ini bertepatan dengan hari *Valentine,* dimana elemen yang dibutuhkan mengandung unsur kasih sayang, warna-warna cerah, dan menggunakan jenis *typeface* yang *feminine.* Semua produk yang dimiliki *brand* Milk Recipe juga harus diperlihatkan dalam desain tersebut. Oleh karena itu, penulis perlu mengumpulkan dan menyesuaikan aset visual yang dibutuhkan sebelum memasuki tahapan perancangan.

Setelah penulis menerima *brief* desain, penulis melakukan pencarian aset dan referensi desain lain agar mendapatkan *insight* tambahan yang mampu memaksimalkan desain yang dihasilkan. Tema *Valentine* mempermudah penulis dalam pencarian tersebut, karena penulis dapat mengerucutkan pencarian lebih *detail.* Pada akhirnya, penulis memilih jenis visual semi-3D dan warna-warna cerah yang tetap menggambarkan *brand* Milk Recipe.



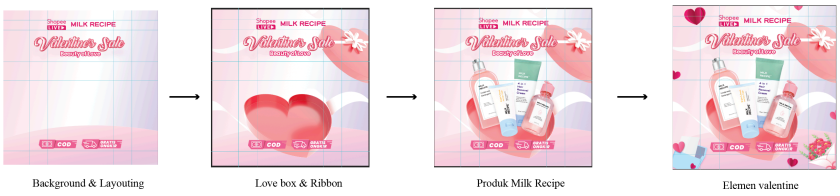
Gambar 3.11 *Safe Area Cover Livestreaming* Milk Recipe

Selanjutnya, penulis memulai tahapan perancangan dengan memberikan warna latar yang sesuai dengan *mood* yang ingin diangkat, dilanjutkan dengan menggabungkan aset-aset yang sudah penulis siapkan sebelumnya. Proses penggabungan dan peletakkan tidak dilakukan sembarangan, karena penulis harus memperhatikan keseimbangan dan keharmonisan visual serta *save area cover livestreaming* yang sudah ditentukan. Hal ini membuat penulis

meletakkan elemen yang perlu di *highlight* pada area yang tidak akan terpotong, seperti elemen teks *headline,* dan produk *brand* Milk Recipe.

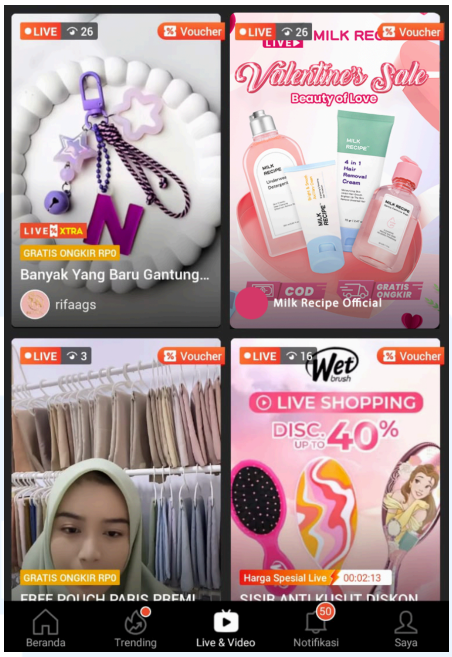
Gambar 3.12 Perancangan Teks *Headline Cover Livestreaming*

Teks *Headline "Valentine Sale"* penulis rancang menggunakan jenis *style handwriting* agar kesan *feminine* terlihat. Selain itu, penulis menambahkan efek yang membuat teks tersebut seolah-olah terbuat dari kaca menggunakan efek *Bevel & Emboss*, *Gradient & Color Overlay,* dan *Stroke.* yang terdapat di Aplikasi Adobe Photoshop. Pemilihan efek ini bertujuan untuk memberikan tampilan yang menarik dan *eye-catching,* sehingga mampu menarik perhatian calon konsumen saat pertama kali melihat *cover livestreaming brand* Milk Recipe.



Gambar 3.13 Proses Perancangan *Cover Livestreaming* Milk Recipe

Penulis melanjutkan perancangan dengan melakukan *layouting* yang sesuai untuk menciptakan keseimbangan visual. Elemen *love box* dan produk, penulis letakkan pada bagian tengah canvas untuk menjadi highlight pada desain ini. Kedua jenis elemen ini ingin memperlihatkan produk *brand* Milk Recipe sebagai kado di hari kasih sayang. Selanjutnya, agar tidak terlalu penuh pada bagian *safe area,* penulis letakkan tutup *love box,* surat, dan *bucket* bunga di bagian yang belum terdapat elemen visual. Elemen pemanis seperti bentuk *love* yang berterbangan dan pita juga penulis tambahkan.

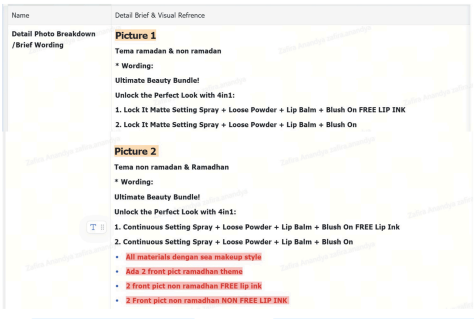


Gambar 3.14 *Launching Cover Livestreaming*

Ketika proses perancangan sudah selesai, penulis serahkan hasil *preview* desain kepada *lead* dan PIC untuk mendapatkan *feedback* yang membangun. Setelah proses tersebut terlewati dan sudah tidak ada yang perlu diperbaiki, penulis langsung mengirimkan hasil final desain pada Aplikasi Lark untuk diserahkan kepada PIC sebagai bentuk bukti penyerahan dan penyelesaian desain, agar dapat langsung di impelementasikan pada media yang dipakai.

3.3.2.2 Proyek Front Picture Sea Makeup

Tugas tambahan yang kedua adalah mendesain kebutuhan *front picture E-commerce* dari *brand* Sea Makeup. *Front picture* memiliki peran yang penting dalam menarik konsumen, karena memiliki fungsi sebagai daya Tarik visual pertama untuk merepresentasikan produk yang dijual. Oleh karena itu, desain yang dihasilkan harus mampu merepresentasikan karakter dari *brand* Sea Makeup sekaligus menyesuaikan dengan momentum kampanye yang sedang berlangsung.

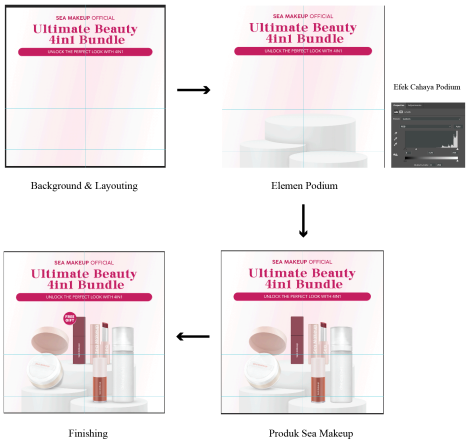


Gambar 3.15 *Brief Front Picture* Sea Makeup

Pada proyek ini, penulis membuat desain *front picture* yang memiliki tema Ramadhan serta menampilkan produk *bundling.* Produk yang perlu ditampilkan yaitu produk Loose Powder, Liquid Blush, Setting Spray, Lip Balm, dan Lip Ink. Untuk mendapatkan aset produk tersebut, penulis mendapatkannya dari aplikasi Synology. Sedangkan untuk aset tema Ramadhan, penulis mendapatkannya dari *graphic designer* yang sebelumnya sudah mengerjakan *banner e-commerce* menggunakan kampanye Ramadhan yang sama. Namun, penulis melakukan penyesuaian kembali terhadap aset yang diberikan. Selain permintaan dari PIC, hal ini juga dilakukan agar desain dari *Ecommerce brand* Sea Makeup tetap satu tema.

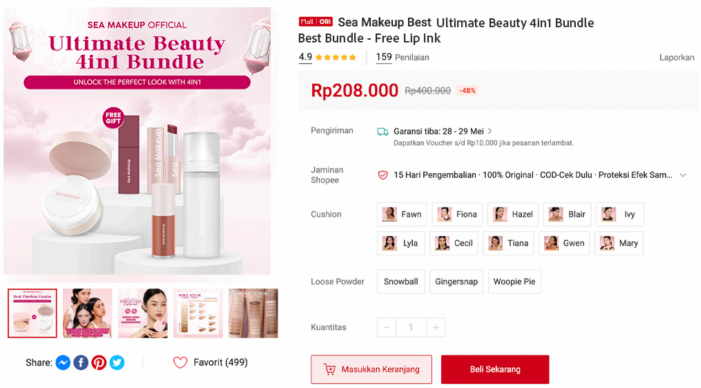
Gambar 3.16 *Layout Guide Front Picture* Sea Makeup

Penulis memulai perancangan dengan menyesuaikan aset visual dengan *guide* yang sudah ditentukan. Peletakkan logo dan *style* dari teks tidak diperbolehkan untuk berubah agar semua desain memiliki keselarasan dan desain yang konsisten. Penulis mengganti teks *headline* dan *subheadline* dengan teks yang tertera di *brief.* Teks tersebut menggunakan efek *bevel & emboss* yang sudah ada pengaturannya.



Gambar 3.17 Perancangan *Front Picture* Sea Makeup

Penulis memberikan podium untuk peletakkan produk yang ingin ditampilkan. Berbagai konfigurasi *layout* penulis coba hingga menemukan keseimbangan yang baik. Selain itu, penambahan *shadow & highlight* penulis lakukan agar produk lebih terlihat asli dan natural. Pada *brief* yang tertera, tim PIC *Marketplace* menginginkan produk Lip Ink lebih menonjol karena produk tersebut yang menjadi "hadiah" pada *bundle* tersebut. Oleh karena itu, penulis memberikan *shape* lingkaran dengan efek yang sama seperti teks dan terdapat tulisan "*free gift"* untuk bisa membedakan dengan produk yang lainnya tanpa merusak estetika yang sudah dibangun.

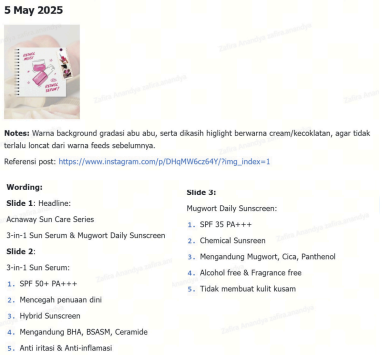


Gambar 3.18 *Launching Front Picture* Sea Makeup

Setelah penulis menyelesaikan proses desain, tahapan *preview* dan revisi dengan *lead* berserta PIC dilakukan. Terdapat perubahan minor pada peletakkan produk yang ada. Sehingga, setelah penyesuaian tersebut, penulis langsung memberikan hasil desain pada aplikasi Lark agar PIC dapat memasang pada *e-commerce* yang tersedia seperti Shopee dan TikTok Shop.

3.3.2.3 Proyek Sosial Media Acnaway

Tugas tambahan selanjutnya adalah penulis bertanggung jawab untuk mendesain kebutuhan konten sosial media *brand* Acnaway. Pada konten *daily* ini menggunakan jenis *caraosel* 3 *slide* yang bertujuan memiliki tipe konten *product knowledge.* Produk yang ingin diangkat adalah *sunscreen*, dimana *brand* Acnaway ini memiliki 2 jenis sunscreen yang berbeda, sehingga dapat menimbulkan kebingungan di kalangan audiens. Oleh karena itu, pada konten ini ingin memperlihatkan perbedaan kedua jenis *sunscreen* tersebut.



Gambar 3.19 Brief Konten *Daily* Acnaway

Pada *brief* yang tertera, terdapat permintaan desain yang tidak pernah ditemukan dan dipakai sebelumnya oleh *brand* Acnaway itu sendiri, yaitu jenis desain *sketch.* Sehingga hal ini merupakan sesuatu yang baru dalam desain *brand* tersebut. Selain itu, desain yang ingin diangkat juga seolah-olah desain ini ada di dalam sebuah *notes. Brief* yang diberikan pada penulis ini sangat memudahkan penulis dalam mencari referensi untuk di impelementasikan pada perancangan kali ini.

Gambar 3.20 Perancangan *Sketch Sunscreen*

Proses perancangan dimulai dari pembuatan aset *sketch* nya terlebih dahulu menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dengan menggunakan *brush tool. Sketch* tersebut menggambarkan kedua produk sunscreen. Yang membedakan diantara keduanya adalah warna pada elemen matahari dan tulisan SPF. Penulis melakukan *tracing* pada produk aslinya untuk memudahkan proses perancangan.

Gambar 3.21 Proses Perancangan *Slide* 1 Acnaway

Setelah aset *sketch* sudah dibuat, penulis mengerjakan *slide* 1 terlebih dahulu yang menjadi *cover* pada konten ini, sehingga memilii peran yang cukup krusial terhadap *performance* KPI. Hal pertama yang penulis lakukan adalah meletakkan aset *notes* dan memberikan tekstur kertas agar terlihat lebih *real.* Selanjutnya, penulis meletakkan aset

sketch tersebut kedalam *notes* dengan memberikan label produk yang sudah di dapatkan sebelumnya dari Synology. Hal terakhir yang penulis lakukan pada slide 1 adalah memberikan aset grafis teks untuk menginformasikan konten tersebut dan aset *doodle* yang dibutuhkan.

Gambar 3.22 Proses Perancangan *Slide* 2-3 Acnaway

Penulis melanjutkan perancangan pada *slide 2.* Perancangan dimulai dari menyesuaikan peletakkan aset *sketch,* label produk, dan produk menggunakan berbagai jenis *tool* yang ada di Aplikasi Adobe Photoshop. Bentuk matahari menjadi acuan penulis untuk meletakkan masing-masing aset. Hal ini membutuhkan hasil yang presisi agar tidak ada distorsi satu sama lain. Setelah ketiga aset tersebut sudah presisi, penulis melakukan teknik *masking* untuk membuat aset *sketch* dan produk terbagi menjadi dua.

Selanjutnya, penulis menambahkan aset grafis lain seperti tanda panah dan coretan *stroke* yang penulis buat menggunakan Aplikasi Adobe Illustrator dan teks-teks pendukung menyesuaikan *brief* yang sudah diberikan. Proses yang dilakukan pada konten di *slide* 2 juga dipakai kembali pada konten *slide* 3.

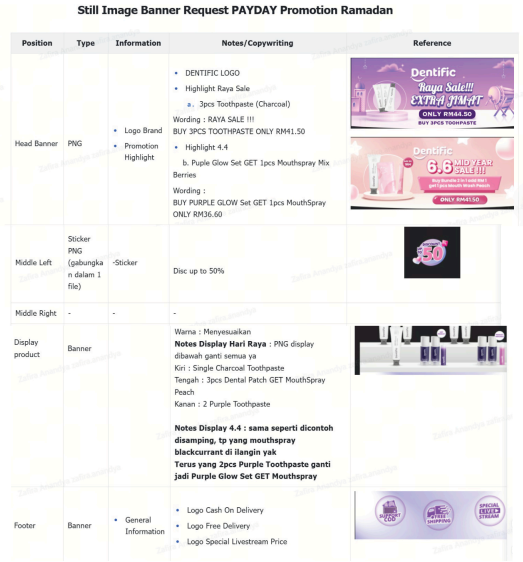
Gambar 3.23 *Launching* Konten *Daily* Acnaway

Semua proses perancangan sudah dilalui, hal yang biasa penulis lakukan adalah memberikan *preview* kepada *lead* dan PIC Sosial Media terhadap desain yang sudah dihasilkan. Proses *feedback* dan diskusi terjadi pada tahap ini. Setelah dirasa sudah tidak ada yang perlu diperbaiki, tahapan selanjutnya penulis memberikan hasil desain kepada PIC pada aplikasi Lark. Hasil desain tersebut selanjutnya di unggah ke *platform* Instagram milik *brand* Acnaway.

3.3.2.4 Proyek Frame Livestreaming Dentific

Proyek tambahan terakhir adalah mendesain *frame* yang digunakan untuk keperluan *livestreaming brand* Dentific. *Livestreaming* bertujuan untuk mempromosikan produk yang ada dengan kampanye tertentu yang ingin diangkat. Seperti contohnya pada proyek ini penulis bertanggung jawab untuk mendesain *frame livestreaming* yang bertemakan Ramadhan dengan kampanye diskon produk yang *best seller,* yaitu *charcoal toothpaste*. Dengan *frame*

livestreaming yang mampu menarik perhatian konsumen, maka kesempatan untuk menjualkan produk menjadi lebih tinggi.



Still Image Banner Request PAYDAY Promotion Ramadan

Position	Type	Information	Notes/Copywriting	Reference
Head Banner	PNG	• Logo Brand • Promotion Highlight	• DENTIFIC LOGO • Highlight Raya Sale a. 3pcs Toothpaste (Charcoal) Wording : RAYA SALE !!! BUY 3PCS TOOTHPASTE ONLY RM41.50 • Highlight 4.4 b. Puple Glow Set GET 1pcs Mouthspray Mix Berries Wording : BUY PURPLE GLOW Set GET 1pcs MouthSpray ONLY RM36.60	
Middle Left	Sticker PNG (gabungkan dalam 1 file)	-Sticker	Disc up to 50%	
Middle Right	-	-	-	
Display product	Banner		Warna : Menyesuaikan **Notes Display Hari Raya** : PNG display dibawah ganti semua ya Kiri : Single Charcoal Toothpaste Tengah : 3pcs Dental Patch GET MouthSpray Peach Kanan : 2 Purple Toothpaste **Notes Display 4.4 : sama seperti dicontoh disamping, tp yang mouthspray blackcurrant di ilangin yak** **Terus yang 2pcs Purple Toothpaste ganti jadi Purple Glow Set GET Mouthspray**	
Footer	Banner	• General Information	• Logo Cash On Delivery • Logo Free Delivery • Logo Special Livestream Price	

Gambar 3.24 *Brief Frame Livestreaming* Dentific

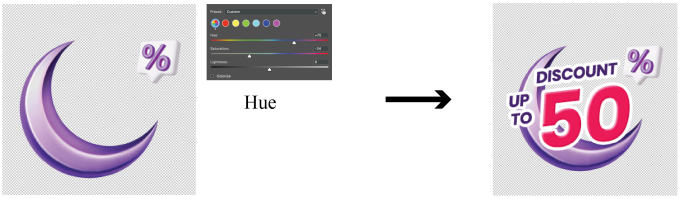
Brief yang diberikan oleh PIC *livestreaming* berisikan informasi *copywriting,* tema, referensi desain, dan penempatan elemen. Semua elemen yang harus di tampilkan tertulis jelas pada masing-masing *section,* yaitu atas, samping kanan & kiri, dan bawah. *Section* diberlakukan khusus untuk tipe desain *livestreaming,* karena, elemen yang ada harus mengikuti *guide* dan *safe area* yang sudah di tentukan oleh *brand* yang sudah disesuaikan di setiap *platform* yang digunakan.

Selain mencari referensi desain, proses selanjutnya yaitu tahapan perancangan juga dimulai dari mengumpulkan aset-aset yang bertemakan Ramadhan, terutama lampion dan bulan sabit. Penulis memilih jenis desain yang lebih minimalis dengan sentuhan *gradient* untuk latar belakang pada *section* atas dan bawah.

Background Podium & Produk Elemen Teks

Gambar 3.25 Perancangan *section* atas *Frame Livestreaming* Dentific

Pada *section* atas terdapat elemen-elemen Ramadhan, teks headline, teks kampanye, dan produk yang ingin di tonjolkan. Penulis menggunakan *style* desain yang minimalis pada background agar teks dan produk dapat menonjol dengan baik. Di dukung dengan efek *Bevel & Emboss* pada teks, juga dengan podium dibawah produk ini menambah fokus audiens pada elemen tersebut. Pemberian *shadow* dan *highlight* pada produk bertujuan untuk menambah kesan *real.*



Elemen 3D Elemen Teks

Gambar 3.26 Perancangan *section* kiri *Frame Livestreaming* Dentific

Di *section* kiri berisikan informasi diskon yang ditawarkan pada *livestreaming* tersebut. Penulis menggunakan *style* desain 3D untuk menyeimbangkan visual dari teks yang ada pada *section* atas. Warna pada tulisan "50" juga dirancang berbeda dari warna lain karena ingin menjadikan elemen tersebut *eye-catching* untuk para calon konsumen.

Elemen grafis Efek

Gambar 3.27 Perancangan *section* bawah *Frame Livestreaming* Dentific

Pada *section* bawah, terdapat *icon-icon* pendukung seperti, COD (*Cash On Delivery), Free Shipping,* dan *Special Livestream. Icon* tersebut berfungsi sebagai informasi dan daya Tarik kepada para calon konsumen untuk membeli produk yang sedang di promosikan. Dalam

section ini, penulis tidak merancang *icon* dari awal karena *icon* tersebut sudah menjadi ketentuan untuk digunakan pada *livestreaming brand* Dentific. Namun, penulis melakukan penyesuaian warna agar tetap harmonis dengan elemen lainnya.

Gambar 3.28 *Launching Frame Livestreaming* Dentific

Seperti tugas-tugas yang lainnya, penulis melakukan tahap *preview* dan revisi sebelum akhirnya desain akhir dikirim melalui aplikasi Lark. Setelah semua proses terlewati hasil desain di implementasikan pada media yang dituju.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di PT Good Sale Tech, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam bidang kreatif. Pengalaman ini membuka wawasan baru mengenai proses kerja secara profesional dan kolaborasi tim dalam industri yang dinamis. Namun dalam beberapa waktu pelaksanaan, penulis juga menemukan berbagai tantangan yang muncul, baik dari faktor internal maupun eksternal. Hal tersebut menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran selama program magang berlangsung.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Terdapat beberapa kendala yang penulis alami dalam menjalankan program magang. Kendala ini berkaitan dengan proses kreatif dan beban kerja yang diberikan. Berikut adalah kendala dan tantangan yang di hadapi penulis dalam pelaksanaan magang:

1. Keterbatasan pengetahuan dalam mengoprasikan *software* Adobe Photoshop menjadi kendala yang paling dirasakan oleh penulis. Sebelumnya, pada proyek kampus atau pengalaman yang sudah dilalui, penulis lebih banyak menggunakan *software* Adobe Illustrator. Sehingga pada awal pelaksanaan membutuhkan waktu lebih banyak dalam menyelesaikan proyek-proyek yang diberikan.
2. Beban kerja yang diberikan kepada penulis jumlahnya cukup banyak dan tenggat waktu yang sempit, terutama pada awal dan akhir bulan yang membuat penulis kesulitan untuk memprioritaskan pekerjaan.
3. Keterbatasan media komunikasi pada beberapa divisi PIC yang mengharuskan berkomunikasi lewat aplikasi membuat beberapa pekerjaan terganggu. Seperti ketika ada proyek yang memiliki tenggat waktu sedikit, namun terhalang oleh ketersediaan membalas chat untuk *preview* atau *double check.*

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk mengatasi kendala dan tantangan yang dialami, penulis menemukan beberapa solusi efektif yang mampu meringankan pekerjaan. Setiap kendala dan solusi membuat penulis belajar dalam menyelesaikan tanggung jawab dengan baik. Berikut adalah solusi efektif yang penulis terapkan dalam. Menangani kendala program magang:

1. Kendala keterbatasan pengetahuan *software* Adobe Photoshop dapat diringankan dengan keinginan penulis untuk bertanya kepada *lead* ataupun rekan *graphic designer* lain dalam menggunakan beberapa *tools.* Selain itu, diluar jam kerja penulis juga mencari informasi tutorial di mesin pencarian.

2. Dalam mengatasi jumlah beban kerja yang diberikan, penulis membuat satu Sheets yang berisikan *to-do list* dengan diurutkan dari yang paling singkat waktunya. Hal tersebut juga dibantu oleh *lead* untuk mengatur prioritas pekerjaan dan mengkomunikasikan dengan PIC terkait.
3. Dalam beberapa kasus tertentu, keterbatasan media komunikasi menjadi penghalang dalam menyelesaikan proyek yang diberikan. Namun, ketika hal tersebut berulang kali terjadi dan tidak ada konsekuensi, penulis belajar bahwa hal tersebut bisa saja terjadi. Untuk mengatasi hal ini, penulis tetap profesional dan melakukan serta mengerjakan tanggung jawab yang sesuai dengan permintaan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA