

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama magang di Kalman *Marketing Agency*, penulis ditempatkan di *production department* sebagai *graphic designer intern*. Dalam posisi ini, penulis bekerja di bawah arahan *supervisor* dan berkoordinasi dengan pembimbing lapangan—*senior graphic designer*—untuk mendukung kebutuhan desain promosi perusahaan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

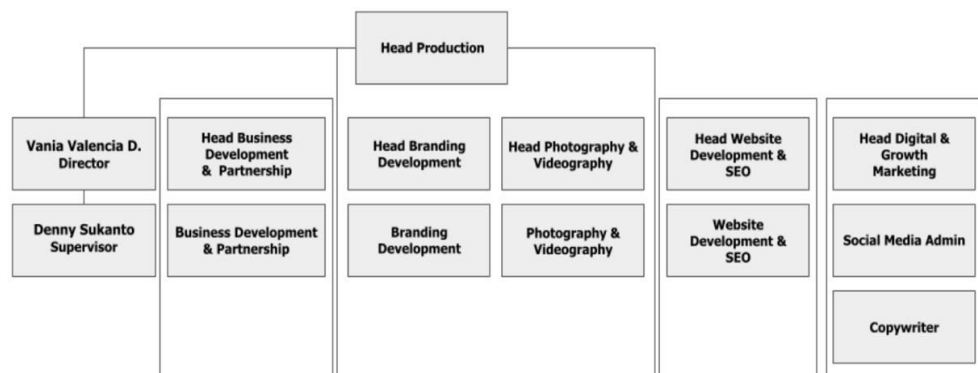
Penulis menjalani program magang di PT Kalman Group Indonesia sebagai *graphic designer intern* dalam *production department*. Tugas utama meliputi pembuatan desain untuk media pemasaran, baik luar ruangan maupun pameran, seperti *tent card*, *voucher*, dan *banner*. Selain itu, penulis bertanggung jawab atas konten media sosial, termasuk *Instagram Feeds* harian atau mingguan, *Instagram Story*, serta konten tematik untuk ucapan hari raya (Ramadhan dan Nyepi). Penulis juga menerima permintaan desain untuk kebutuhan *marketplace*—GoFood, GrabFood, dan Tokopedia—misalnya merancang tampilan foto produk beserta informasi promosi atau membuat *banner* promo pada *event* tertentu.

Dalam melaksanakan tugas desain, penulis berpedoman pada *brief* kerja dan mencari referensi dari berbagai sumber sebagai sumber inspirasi. Penulis menyesuaikan hasil kerja dengan *moodboard* yang diberikan oleh *supervisor* untuk menjaga keseragaman visual merek. Jika terdapat ketidaksesuaian atau hal yang kurang jelas, penulis berdiskusi lebih lanjut dengan *supervisor* untuk memperoleh arahan yang spesifik. Pada beberapa kesempatan, penulis diberi kebebasan berimprovisasi, asalkan masih selaras dengan prinsip desain yang ditetapkan Kalman. Dengan demikian, peran

graphic designer intern dijalankan secara terstruktur, tetap dalam arahan, dan berada di bawah pengawasan *supervisor* sepanjang masa magang.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Koordinasi di setiap perusahaan sangat esensial untuk menjaga alur kerja yang terstruktur dan meminimalisasi kegalalan komunikasi antardivisi. Berikut alur koordinasi yang diterapkan Kalman *Marketing Agency* pada divisi *production*, beserta peran penulis di setiap tahap.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Kalman *Marketing Agency*

Dalam operasional sehari-hari, setiap departemen di Kalman *Marketing Agency* dipimpin oleh kepala divisi masing-masing. Alur koordinasi keseluruhan konten pemasaran dimulai pada *morning briefing* yang dipimpin *head of production*.

Setelah *briefing*, informasi dan penugasan disampaikan kepada masing-masing kepala divisi, lalu dibagikan ke anggota tim di level bawah. Direktur dan *supervisor* turut memantau proses kerja serta hadir dalam pertemuan dengan klien untuk merumuskan kebutuhan pemasaran selanjutnya. Setiap tugas harus mendapat persetujuan kepala divisi sesuai standar Kalman *Marketing Agency*.

Dalam hal ini, penulis menerima tugas dari *supervisor*—yang juga berperan sebagai *senior graphic designer*—melalui *Project Management System*, lengkap dengan *brief* detail. Setelah menyelesaikan tugas, penulis

mengirimkan hasil desain via WhatsApp untuk asistensi. *Supervisor* kemudian menilai pekerjaan, mengarahkan revisi bila diperlukan, dan menyerahkan hasil akhir kepada *head of production*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama empat bulan magang di Kalman *Marketing Agency*, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan desain grafis. Secara umum, tanggung jawab utama penulis adalah merancang materi desain yang mendukung *branding* perusahaan dan klien.

Di samping pembuatan desain, penulis juga mengelola Meta Business—*platform* yang banyak digunakan agensi untuk menunjang aktivitas bisnis digital. Penulis dipercaya mengadministrasi beberapa akun Instagram Infopekerja milik Kalman *Marketing Agency*. Proyek-proyek yang telah dikerjakan penulis selama magang meliputi beberapa kegiatan, sebagaimana tabel berikut ini.

Tabel 3.1 Detail yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	03–07 Februari 2025	- Merek Makanan Pia Bali - Merek Makanan <i>Cafe</i> Resto di Bali - Merek Restoran Makanan <i>Cafe</i> - Merek Restoran Makanan - Merek Minuman	- Membuat Desain 12 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan - Membuat Desain Poster Merek Makanan - Membuat 2 Desain <i>Layout</i> Buku Menu Makanan - Membuat 6 <i>Instagram Feeds</i> Makanan - Membuat 1 Video <i>Reels</i> Merek Makanan
2	10–14 Februari 2025	- Merek Makanan <i>Cafe</i> - Merek Furnitur Perabotan - Merek Bunga - Merek Minuman	- Membuat 4 Video Tiktok Merek Makanan - Membuat <i>Greeting</i> untuk <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan - Membuat 40 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan - Membuat 2 <i>Flyer Tent Card</i> Merek Makanan - Membuat 20 <i>Story Instagram</i> Merek Minuman

3	17–21 Februari 2025	- Merek Restoran Makanan <i>Cafe</i> - Merek <i>Furniture</i> - Stok Foto Pantai	- Membuat Desain 20 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan - Membuat Desain 3 Video Tiktok Merek makanan - Membuat Desain 5 Video Tiktok Merek <i>Furniture</i> - Membuat Desain 1 <i>Instagram Feeds</i> - Membuat Desain 1 Video Tiktok Merek Makanan
4	24–28 Februari 2025	- Merek Makanan <i>Cafe</i> - Merek Bunga - Merek Restoran Makanan - Merek <i>Furniture</i> Perbotan	- Membuat Desain 20 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 20 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 1 Video Tiktok Merek <i>Furniture</i> - Membuat Desain 15 Video <i>Reels</i> Merek <i>Bunga</i> - Membuat Desain 20 <i>Instagram Story</i> Merek <i>Bunga</i> - Membuat Desain 2 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto
5	3–7 Maret 2025	- Merek Makanan <i>Cafe</i> - Merek Makanan <i>Pia</i> Bali - Merek Restoran Makanan - Merek Minuman	- Membuat Desain 2 <i>Banner</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 50 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan - Membuat Desain 2 Video Merek Makanan Resto - Membuat Desain 10 Video Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 10 Video Tiktok Merek <i>Pia</i> Bali - Membuat Desain 3 <i>Banner</i> Merek <i>Pia</i> Bali - Membuat Desain 3 <i>Instagram Story</i> Merek Minuman - Membuat Desain 2 <i>Instagram Story</i> Video Merek Minuman
6	10–14 Maret 2025	- Merek Makanan <i>Cafe</i> - Merek Makanan Resto - Merek Minuman - Merek Bunga	- Membuat Desain 7 Video <i>Instagram Story</i> Merek Makanan - Membuat Desain 12 <i>Greetings</i> Tema Nyepi - Membuat Desain 20 <i>Story</i> Merek Minuman

			- Membuat Desain 12 <i>Instagram Story</i> Tema Nyepi - Membuat Desain 5 Video Tiktok Merek <i>Furniture</i> - Membuat Desain 1 <i>Instagram Feeds</i> Nyepi Bunga - Desain 1 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Nyepi - Membuat Desain 10 Video <i>Instagram Story</i> Merek Minuman - Membuat Desain 3 Video Tiktok Merek Makanan - Membuat 10 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan Cafe - Membuat 5 <i>Instagram Story</i> Video Merek Makanan Resto
7	17–21 Maret 2025	- Merek Makanan Resto - Merek Makanan Resto & Spa - Merek Makanan <i>Cafe</i>	- Membuat 2 <i>Tent Card</i> Merek Makanan - Membuat Desain 1 Video <i>Instagram Story</i> Merek Makanan Dan Spa - Membuat Desain 20 Video <i>Instagram Story</i> Merek Makanan - Membuat Desain 20 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan - Membuat Desain 9 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan - Membuat Desain 2 Video <i>Reels</i> Instagram Merek Makanan - Membuat Desain 20 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan
8	24–27 Maret 2025	- Merek Makanan Resto - Merek Makanan <i>Cafe</i> - Merek Padel	- Membuat Desain 20 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 3 <i>Voucher</i> Merek Padel dan Makanan - Membuat Desain 2 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 2 Video <i>Reels</i> Merek Makanan Resto
9	1–4 April 2025	- <i>Greeting</i> Paskah, Galungan, <i>World Cocktail</i>	- Membuat Desain 30 <i>Instagram Story</i> <i>Greeting</i> Hari Raya

		- Merek Padel - Merek Makanan Resto	Paskah, Galungan, dan <i>World Cocktail</i> - Membuat Desain 24 <i>Story: Greeting</i> Hari Raya Paskah, Galungan - Membuat Desain 35 <i>Instagram Story</i> Merek Padel - Membuat Desain 30 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan Resto
10	7–11 April 2025	- Merek Makanan <i>Cafe</i> - Merek Makanan Resto	- Membuat Desain 3 <i>Reels</i> Video Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 12 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 12 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan - Membuat Desain 30 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 2 Gambar Menu Gojek <i>Go-Food</i> Merek Makanan
11	14–17 April 2025	- Merek Makanan <i>Cafe</i> - Merek Makanan Resto	- Membuat Desain 1 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 1 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 8 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan <i>Weekly Promo</i> Resto - Membuat <i>Editing</i> 63 Foto Merek Makanan Resto
12	21–25 April 2025	- Merek Makanan Resto - Merek Makanan <i>Cafe</i> - Merek Spa	- Membuat <i>Editing</i> 87 Foto Merek Spa - Membuat Desain 2 Video <i>Motion</i> Merek Makanan - Membuat Desain 2 Video <i>Motion</i> Merek Makanan - Membuat Desain 27 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan - Membuat Desain <i>Cover</i> Video <i>Motion</i> Merek Makanan
13	28 April–2 Mei 2025	- Merek Makanan Resto - Merek Makanan <i>Cafe</i>	- Membuat Desain <i>Instagram Feeds & Story</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain Video untuk <i>Reels</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 2 Video Merek Makanan <i>Cafe</i>

			- Membuat <i>Editing</i> 77 Foto Makanan Resto - Membuat Desain 2 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 2 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 1 Video <i>Motion</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 1 <i>Cover</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 2 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 2 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 2 Video <i>Motion</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 2 Video Merek Makanan Resto - Membuat Desain 3 <i>Instagram Story</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 4 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 3 Video <i>Motion</i> Merek Makanan <i>Cafe</i>
14	5–9 Mei 2025	- Merek Makanan Resto - Merek Makanan <i>Cafe</i>	- Membuat Desain 2 Video <i>Instagram Feeds</i> Makanan <i>Cafe</i> - Membuat <i>Editing</i> 2 <i>Cover Reels</i> Makanan Resto - Membuat Desain 2 <i>Instagram Feeds</i> Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 2 Poster Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 20 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat <i>Editing</i> 20 Foto Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 3 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 2 Video <i>Reels</i> Merek Makanan <i>Cafe</i> - Membuat Desain 8 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 5 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan <i>Cafe</i>

15	13–15 Mei 2025	- <i>Greeting</i> Hari Kenaikan Isa Almasih - Merek Makanan Resto	- Membuat Desain 12 <i>Feeds Instagram</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 4 <i>Instagram Feeds: Greeting</i> Kenaikan Isa Almasih - Membuat Desain 5 <i>Instagram Story Greeting</i> Kenaikan Isa Al Masih - Membuat Desain 2 <i>Instagram Feeds: Greeting</i> - Membuat Desain 5 <i>Instagram Story: Greeting</i> - Membuat Desain 2 <i>Instagram Feeds: Greeting</i> Merek Makanan <i>Motion Graphic</i> Resto
16	19–23 Mei 2025	Merek Makanan Resto	- Membuat Desain 3 Video <i>Reels</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 2 Video <i>Reels</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 12 <i>Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 2 Video <i>Reels</i> Merek Makanan Resto
17	26–30 Mei 2025	Merek Makanan Resto	- Membuat Desain 15 <i>Instagram Feeds</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 2 <i>Tent Card</i> Merek Makanan Resto - Membuat Desain 3 <i>Tent Card</i> Merek Makanan Resto

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Di bagian ini, penulis menjelaskan berbagai pekerjaan dan proyek selama magang di Kalman *Marketing Agency*. Penulis bertanggung jawab merancang kebutuhan desain visual untuk aktivitas pemasaran—baik media cetak maupun digital—meliputi materi acara klien dan *customer* serta konten promosi media sosial. Beberapa contoh pekerjaan penulis adalah membuat *profile picture* GoFood, *tent card*, *plan post*, *voucher*, dan video animasi, lalu mengadaptasi konten tersebut ke kanal seperti *Instagram Feeds* dan *Instagram Story*.

Dalam setiap tugas, penulis berpegang pada *brief* yang diterima dari tim terkait dan aktif mencari referensi desain—misalnya melalui aplikasi Pinterest—agar kualitas visual sesuai *brand guideline*. Komunikasi intens dalam *production department* menjadi kunci agar hasil akhir selaras dengan permintaan klien.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Proses magang penulis di *production department* diawali dengan pembagian tugas berdasarkan kebutuhan divisi. Seluruh pekerjaan desain dikawal oleh *senior graphic designer*, yang memberikan arahan dan evaluasi. Langkah-langkah utamanya, sebagaimana berikut ini.

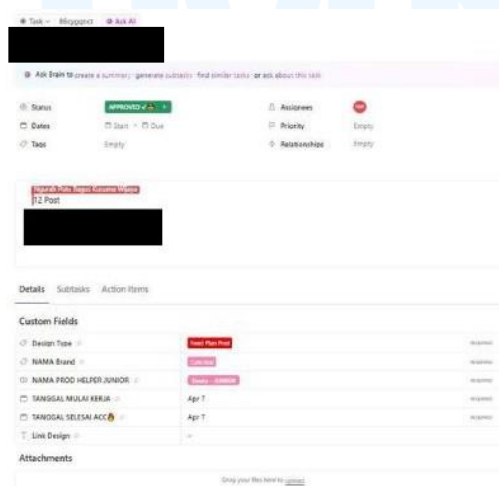
1. Penerimaan *brief*—dikirim via *WhatsApp Group Production Team* atau disampaikan langsung—berisi tujuan desain, target *audience*, media, dan ketentuan visual.
2. Riset referensi visual—dari sumber internal maupun eksternal—untuk mengumpulkan inspirasi konsep.
3. Penyusunan konsep dan eksekusi—menggunakan perangkat lunak desain grafis—disertai diskusi berkala dengan *supervisor* guna memastikan keselarasan standar visual Kalman.
4. Revisi—apabila diperlukan, berdasarkan masukan tim pemberi *brief* atau *supervisor*.
5. Unggah hasil—file asli (*raw*) dan versi pratinjau di folder *Storage System* milik perusahaan.
6. Evaluasi dan persetujuan akhir—tim terkait memeriksa desain, kemudian *head of production* memberikan persetujuan sebelum materi dipublikasikan atau digunakan resmi.

Dalam hal ini, setiap proyek mengikuti siklus ini secara berulang, menekankan pentingnya koordinasi, ketelitian, dan pemahaman strategi komunikasi visual dalam mendukung kebutuhan pemasaran perusahaan.

1. Planpost Instagram Brand Cafe

Dalam proyek utama ini, penulis diberi tanggung jawab untuk merancang konten desain Instagram bagi Cafe. Tujuan utama dari proyek ini adalah memperkuat nilai merek. Setelah penulis dipercaya untuk menangani proyek ini, terdapat sejumlah langkah yang dilakukan guna menyelesaikan pekerjaan tersebut. Penulis juga mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan di semester-semester sebelumnya, yang sangat membantu dalam proses desain. Langkah awal yang dilakukan adalah menerima *brief* dari *supervisor* terkait pembuatan *template* baru dan pengeditan foto *brand* Cafe untuk konten Instagram. *Brief* biasanya disampaikan melalui *Project Management System* yang digunakan tim produksi untuk membagikan tugas dan informasi proyek.

Desain konten Instagram untuk *brand* Cafe ini bertujuan untuk memperkuat *brand value* serta memberikan jaminan kualitas kepada konsumen bahwa makanan di *brand* Cafe ini memang lezat dan menggugah selera. *Planpost* ini juga berfungsi sebagai sarana informasi untuk memperkenalkan menu makanan yang disajikan. Penulis menerima *brief* proyek ini secara daring melalui *Project Management System*.



Gambar 3.2 Briefing Planpost Brand Cafe

Dalam *briefing* tersebut, penulis diminta merancang *template* baru yang menyesuaikan dengan *moodboard* Instagram *brand* Cafe. Tujuannya agar tampilan Instagram menjadi lebih menarik, tidak monoton, dan tetap mencerminkan identitas merek. Setelah menerima *brief* dari *supervisor*, penulis melanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu *brainstorming* dan pencarian referensi desain. Penulis secara mandiri mencari inspirasi melalui beberapa *platform*, salah satunya Pinterest, untuk menemukan ide yang sesuai dengan karakter merek Cafe tersebut.

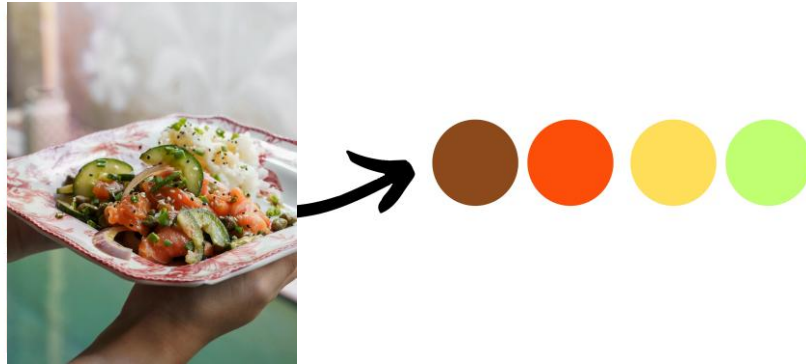
Pada tahap ini, penulis sempat mengalami kebingungan dalam menentukan desain yang paling sesuai. Oleh karena itu, dalam mengatasinya, penulis berkonsultasi dengan *supervisor* dan meminta saran terkait referensi desain bertema makanan. *Supervisor* memberikan beberapa masukan berdasarkan referensi yang telah dikumpulkan penulis, yang membantu memperjelas konsep dan mengarahkan proses desain agar lebih terstruktur.



Gambar 3.3 Referensi Desain Awal
Sumber: Pinterest

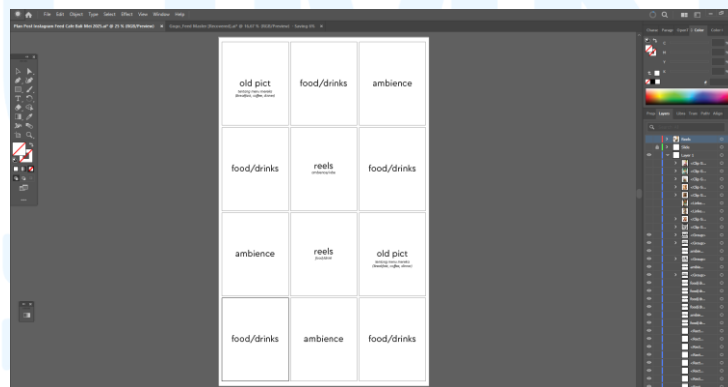
Konsep yang digunakan penulis dalam pembuatan *feed template* disesuaikan dengan *moodboard* Instagram merek dan karakteristik makanan yang menjadi fokus utama konten. Secara keseluruhan, penulis memilih foto makanan dengan warna cerah dan nuansa *orange* sebagai identitas utama *brand* Cafe tersebut. Selain itu, penulis juga menciptakan variasi desain yang tidak hanya menampilkan makanan, tetapi juga mencakup konten promosi

dan suasana yang dapat dinikmati pelanggan saat berkunjung ke Cafe tersebut.



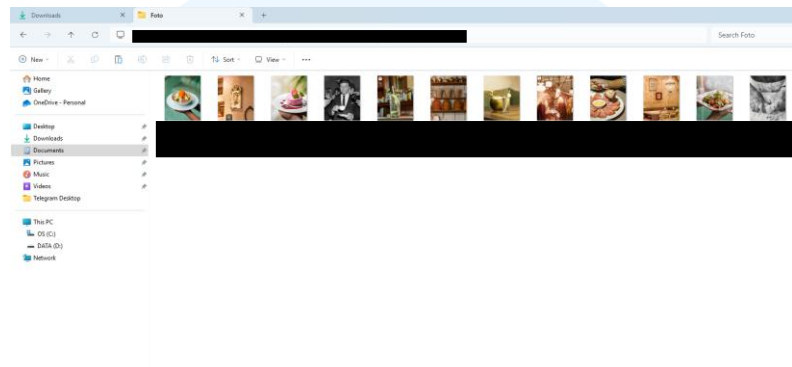
Gambar 3.4 Pemilihan *Color Palette*

Dalam pemilihan warna, penulis menggunakan dominasi warna *orange* dan warna-warna cerah lainnya. Hal ini dilakukan agar tampilan menu terlihat jelas dengan warna yang menonjolkan keunikan makanan. Warna *orange* dipilih karena mampu mewakili kelezatan sebuah hidangan. Oleh karena itu, warna ini menjadi dominan dalam visualisasi gambar menu makanan. Proses selanjutnya dalam perancangan desain dimulai dengan pembuatan *planpost template*. Penulis memulainya dengan menyusun desain yang mencantumkan rincian visual yang akan ditampilkan dalam *planpost* tersebut.



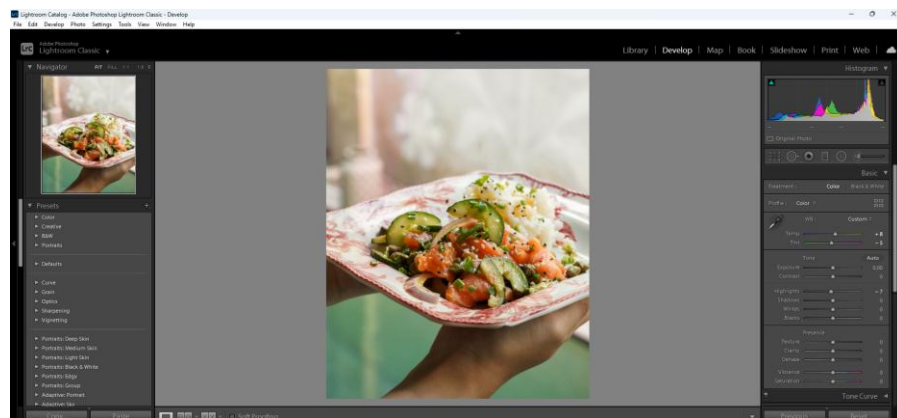
Gambar 3.5 *Planpost Template Brand Cafe*

Setelah membuat *template* desain untuk *planpost brand* Cafe, penulis mulai mencari aset foto yang tersedia di *Storage System* milik perusahaan. Penulis menyeleksi sejumlah foto yang relevan dan akhirnya memilih 12 foto sebagai materi utama untuk *planpost*.



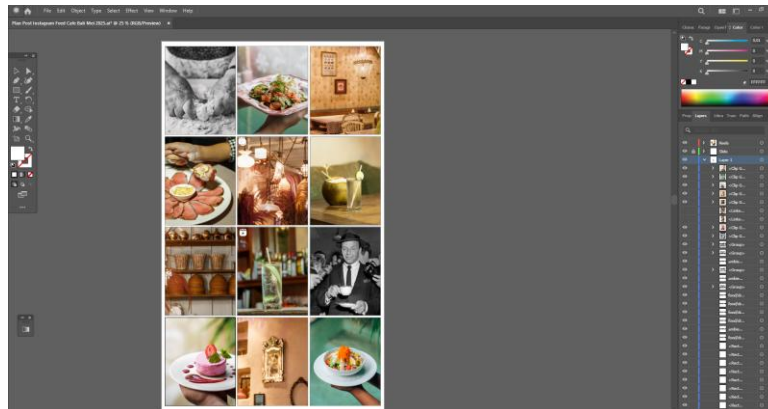
Gambar 3.6 Foto Terpilih *Planpost Brand* Cafe

Setelah memilih 12 foto yang akan digunakan dalam *planpost brand* Cafe, penulis mulai melakukan proses *editing* menggunakan aplikasi Adobe Lightroom. Pada tahap ini, penulis mengatur warna agar setiap makanan tampak cerah dan bernuansa *orange* sehingga mencerminkan kelezatan makanan khas *brand* Cafe tersebut.



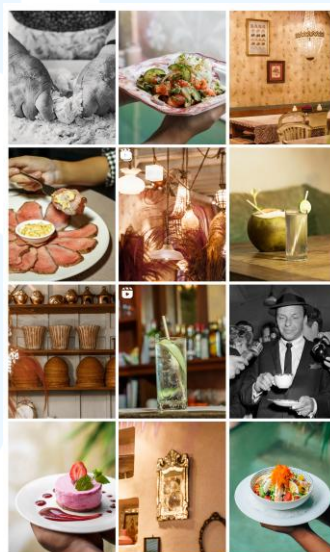
Gambar 3.7 Foto *Planpost Brand* Cafe Proses Editing

Setelah selesai mengedit warna untuk ke-12 foto tersebut, penulis mulai memasukkan seluruh gambar ke dalam aplikasi Adobe Illustrator. Di tahap ini, penulis menggunakan fitur *Mask* agar foto sesuai dengan ukuran kanvas yang telah dirancang sebelumnya.



Gambar 3.8 Desain *Planpost Brand Cafe* dalam *Template*

Setelah semua foto dimasukkan ke dalam *template*, penulis menyerahkan hasil desain tersebut kepada *senior graphic designer*. *Senior graphic designer* kemudian memberikan konfirmasi bahwa pemilihan dan *editing* foto sudah tepat. Selanjutnya, penulis mendapat tugas tambahan untuk membuat *mockup* dari *planpost* yang telah disusun.



Gambar 3.9 *Mockup Planpost Brand Cafe*

Setelah penulis menyelesaikan *mockup* untuk *planpost brand Cafe*, penulis melaporkan hasil tersebut kepada *supervisor*. *Supervisor* kemudian mulai mengunggah seluruh konten *planpost* ke akun Instagram *brand Cafe* tersebut.



Gambar 3.10 *Feeds* Instagram *Brand Cafe*

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

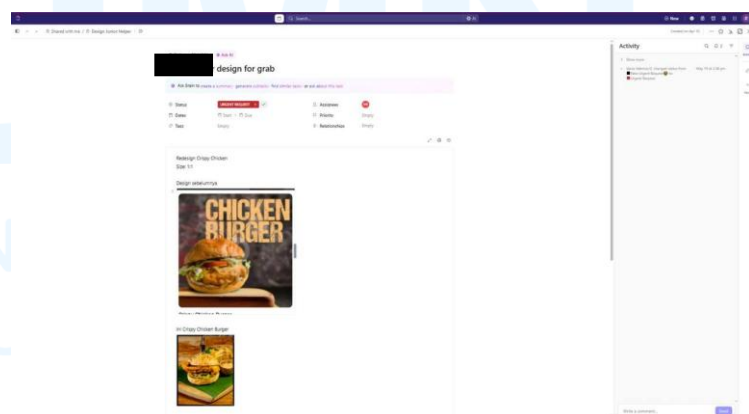
Selama menjalani masa magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk terlibat dalam berbagai proyek perusahaan. Salah satu tugas tersebut adalah pembuatan *profile picture*, *voucher*, *tent card*, dan video animasi untuk beberapa merek, seperti restoran di Bali, restoran ayam, dan tempat olahraga di Bali.

Penulis juga dipercaya untuk mengambil bagian dalam kegiatan *phototaking* di tim *production*. Tugas penulis mencakup pengambilan foto, video, *editing*, hingga pembuatan konsep pemasaran dan pekerjaan dokumentasi lainnya. Dalam pelaksanaan tugas tambahan ini, penulis memilih untuk menampilkan hasil proyek; penulis memiliki kontribusi signifikan, dan hasil akhirnya sesuai dengan konsep *moodboard* yang telah dirancang.

3.3.2.1 Brand Burger Bali

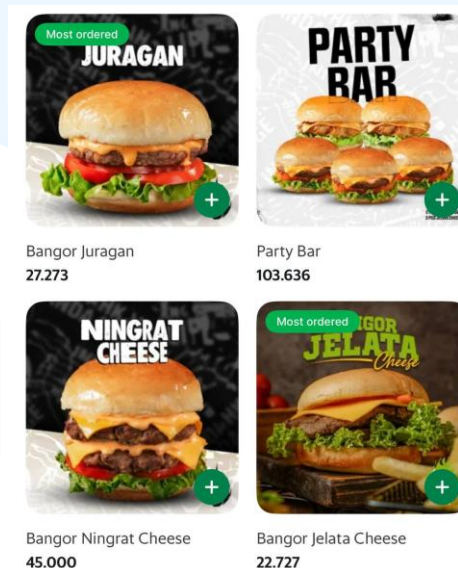
Pada proyek ini, penulis dipercaya untuk merancang *profile picture* dari GrabFood untuk merek burger tersebut. Merek ini telah berdiri sejak tahun 2024 dan kini memiliki dua cabang serta terdapat beberapa varian rasa dari merek ini. Produk dari Burger Bali dapat dibeli secara luring di restoran maupun secara daring. Selama keterlibatan dalam proyek ini, penulis diberi tugas untuk mendesain profil menu makanan GoFood karena gambar sebelumnya dinilai kurang estetik dan tidak merepresentasikan identitas merek. Oleh karena itu, penulis diberi tanggung jawab untuk membuat *profile picture* yang bergaya simpel dan bertema *night modern*.

Brief proyek ini diterima melalui *Project Management System*, platform yang biasa digunakan kantor untuk mempermudah koordinasi dan pemantauan proyek antar tim. Dalam tugas kali ini, *brief* dikirim oleh Tim CSM melalui tautan WhatsApp. Setelah menerima *brief* tersebut, penulis membacanya secara saksama agar tidak ada informasi yang terlewat. Dalam *Project Management System*, penulis diminta membuat desain *profile* untuk merek Burger Bali yang selaras dengan citra merek, sebagaimana *brief* proyek berikut.



Gambar 3.11 Briefing Profile Picture Brand Burger

Dalam *brief* yang dikirim via *Project Management System*, disertakan pula contoh desain terdahulu. *Brief* ini kembali dikirim oleh Tim CSM melalui tautan WhatsApp. Setelah menerima dan mempelajari *brief* beserta contohnya, penulis melakukan *brainstorming* dan mencari referensi desain profil GrabFood yang sesuai dengan identitas Burger Bali. Mengingat permintaan desain adalah gaya simpel namun tetap menggambarkan produk, penulis berdiskusi dengan *supervisor* untuk memperoleh arahan yang tepat. Penulis memutuskan menggunakan tipografi tebal untuk memberi kesan simpel, praktis, dan padat. Terkait dengan pemilihan warna (*color palette*), oleh karena temanya adalah *night modern*, penulis dominan menggunakan warna hitam dan *orange*. Masukan dari *supervisor* dijadikan acuan penting dalam menyusun konsep desain.

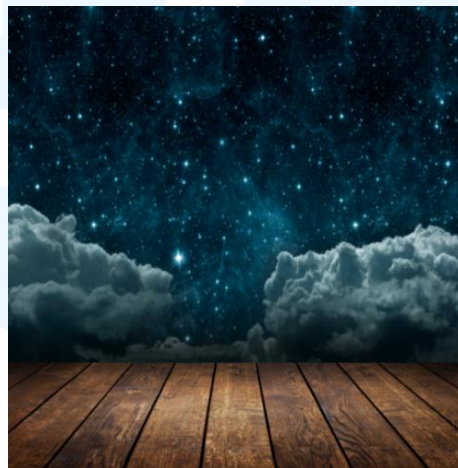


Gambar 3. 12 Referensi Desain
Sumber: Grab Food

Konsep yang dikembangkan disesuaikan dengan tema konten. Penulis mengikuti arahan *supervisor* untuk menampilkan desain yang sederhana, namun padat. Oleh karena itu, konsep yang dibuat disesuaikan dengan karakteristik merek, mulai dari latar hingga elemen visual lainnya. Setiap desain diupayakan dapat merepresentasikan Burger Bali secara visual dan selaras dengan citra

merek. Desain dikembangkan untuk mencerminkan identitas merek secara konsisten dengan gaya visual dalam *moodboard* Burger Bali.

Setelah tahap konseptual, penulis melanjutkan proses digitalisasi menggunakan Adobe Illustrator. Penulis menggunakan ukuran kanvas 1080px x 1080px agar sesuai dengan permintaan merek. Tahap awal dimulai dengan pencarian latar belakang melalui aplikasi Freepik. Oleh karena temanya adalah *night modern*, penulis memilih latar bergambar malam hari dengan aksen kayu berwarna coklat tua.



Gambar 3.13 *Background Desain Profile Picture*
Sumber: Freepik

Setelah menetapkan latar malam hari dengan kayu coklat, penulis menambahkan elemen bulan di sudut kiri atas sebagai simbol visual malam hari. Gambar bulan ini dipilih untuk memperkuat suasana malam secara estetika.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.14 Penambahan Gambar Bulan
Sumber: Freepik

Setelah bulan ditempatkan, penulis melanjutkan dengan menambahkan gambar burger dari folder *Storage System* Kalman untuk digunakan dalam *profile picture* pada GrabFood. Gambar burger yang digunakan berformat PNG dan langsung dimasukkan ke dalam desain.



Gambar 3.15 Penambahan Gambar Burger

Setelah gambar burger dimasukkan, penulis menambahkan efek bayangan (*drop shadow*) di bawahnya untuk memberikan kesan realistis dan mendalam pada visual burger.



Gambar 3.16 Penambahan Efek *Drop Shadow*

Setelah efek bayangan diterapkan, penulis menambahkan logo merek Burger ke dalam gambar sebagai elemen identitas. Logo ini diperoleh dari aset Kalman di *Storage System* dan ditempatkan di atas elemen bulan agar selaras dengan *brand guidelines* yang ada.



Gambar 3.17 Penambahan Burger dengan Logo

Tahap selanjutnya, penulis menambahkan tipografi di sisi kanan gambar burger, tepat di atas latar belakang. Teks yang digunakan adalah "Crispy Chicken Burger" dengan *font* DCC-Ash *Regular*, yang memiliki bentuk tebal dan simpel, sesuai dengan karakter merek.



Gambar 3.18 Desain Gambar *Profile Picture Brand* Burger Final

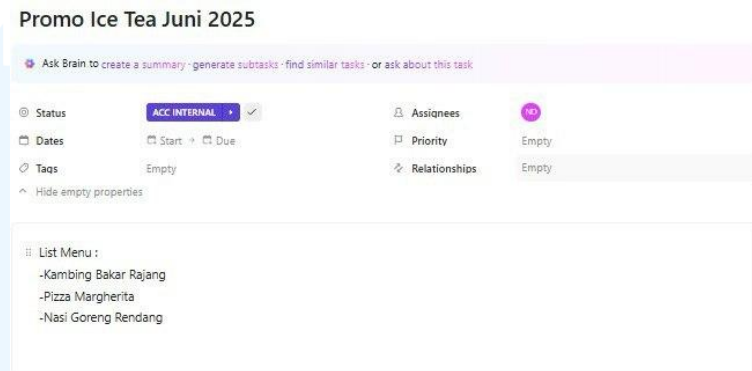
Desain final kemudian diserahkan kepada *supervisor*. Setelah ditinjau, *supervisor* menyatakan bahwa desain tersebut telah sesuai dengan *brief*. Penulis kemudian diberikan izin untuk mengunggah hasil desain ke folder *Kalman Storage System*, termasuk *file* master desainnya.

3.3.2.2 Brand Restoran Makanan di Bali

Dalam rangka mendukung strategi pemasaran digital, penulis diberikan tugas untuk membuat *tent card* bertema promo bulan Juni 2025. Tugas ini diberikan langsung oleh *supervisor design* dari *divisi production* sebagai bagian dari upaya promosi menu makanan selama bulan tersebut. Tujuan dari pembuatan *tent card* ini adalah untuk menarik minat konsumen agar membeli makanan di restoran tersebut. Dengan adanya *tent card*, perusahaan berharap dapat

meningkatkan eksposur produk sekaligus mendorong konversi penjualan secara efektif.

Penulis mendapatkan arahan untuk merancang *tent card* berukuran 14,8 x 21 cm yang akan ditampilkan sebagai materi visual promosi restoran. Berikut adalah *brief* yang diterima penulis.



Gambar 3.19 *Brief* Proyek Desain *Tent Card*

Penulis menerima *brief* melalui aplikasi *Project Management System* dari *supervisor*, yang digunakan oleh perusahaan untuk mempermudah tim dalam menerima dan memantau tugas desain. Dalam aplikasi tersebut, penulis diminta merancang satu *tent card* yang memuat daftar menu makanan favorit dan mencantumkan promo *ice tea*, yang direncanakan berlaku selama satu bulan penuh.

Penulis kemudian melakukan *brainstorming* dan mencari berbagai referensi desain *tent card* yang sesuai dengan identitas merek restoran di Bali. Oleh karena desain yang diminta mengusung tema simpel dan elegan, penulis mencari referensi dengan ragam gaya visual yang mendukung kesan tersebut. Seluruh konsep tetap disesuaikan dengan *moodboard* merek restoran Bali yang menampilkan visual bersih dan menarik.

Dalam proses *brainstorming*, penulis berdiskusi dan meminta saran dari *supervisor* untuk memperoleh masukan terkait arah desain yang harus dikembangkan. Penulis memilih menggunakan tipografi serif yang sederhana dan menonjolkan kesan

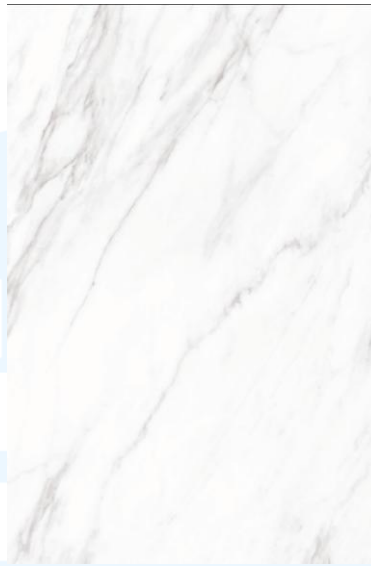
elegan. Pada *color palette*, penulis menggunakan kombinasi warna putih dan *orange* agar memberikan kesan cerah, bersih, dan profesional. *Supervisor* juga memberikan referensi desain sebagai panduan, seperti terlihat pada gambar berikut.



Gambar 3.20 Referensi Proyek *Tent Card*
Sumber : Pinterest

Konsep yang dikembangkan disesuaikan dengan tema konten yang diminta. Penulis mengacu pada *moodboard* merek restoran Bali yang ingin menonjolkan kesan simpel dan elegan. *Tent card* ini akan digunakan selama satu bulan untuk menampilkan menu favorit dan promo *ice tea*. Oleh karena itu, penulis merancang konsep desain yang sesuai dengan karakteristik merek, baik dari segi latar belakang, elemen visual, maupun penambahan ornamen pendukung agar menarik perhatian audiens.

Setiap desain diupayakan untuk mencerminkan restoran Bali ini melalui visual yang selaras dengan citra merek. Hasil desain dikembangkan secara konsisten mengikuti gaya visual dalam *moodboard* merek. Penulis kemudian memutuskan untuk menetapkan *color palette* dominan putih dan *orange*. Setelah proses perencanaan, penulis melanjutkan ke tahap digitalisasi menggunakan Adobe Illustrator.



Gambar 3.21 *Background Tent Card*

Pada tahap awal perancangan visual *tent card*, penulis menggunakan kanvas berukuran 14,8 x 21 cm, yang merupakan ukuran standar *tent card*. Penulis memulai desain dengan menerapkan latar belakang putih dengan tekstur hitam yang diambil dari situs Freepik, untuk mendukung identitas visual restoran.



Gambar 3.22 Desain *Background Tent Card* Putih & Orange

Sebagai upaya untuk memperkuat nuansa sesuai tema restoran, penulis menambahkan ornamen berupa kuas berwarna *orange*. Ornamen ini diperoleh melalui Freepik. *Font* yang

digunakan adalah Belgiano, dengan judul "Specials June" menggunakan *Roustel Regular font*, disertai informasi batas akhir promo. Pemilihan *font* bertujuan agar desain terlihat simpel dan tetap menarik.

Belgiano
Serif

Roustel

Gambar 3.23 *Belgiano & Roustel Font*

Penulis kemudian menambahkan foto produk makanan dengan tata letak *zig-zag* sebagai elemen dinamis dalam visualisasi. Dalam proses digitalisasi, penulis menyusun *layout* tiap elemen desain agar transisi antara gambar dan latar terasa halus. Oleh karena itu, penulis menggunakan fitur *eraser tool* guna menghindari kesan kaku pada foto di atas latar belakang.



Gambar 3.24 Penambahan Foto Makanan pada *Tent Card*

Setelah menentukan posisi makanan, penulis menambahkan *headline* menggunakan *Roustel font* dan menempatkannya di pojok kanan atas *tent card*.



Gambar 3.25 Penambahan *Headline* pada *Tent Card*

Setelah desain *headline* "Specials June" ditambahkan, penulis melanjutkan dengan mencantumkan informasi waktu berakhirnya promo. Dalam bagian ini, penulis menggunakan *Belgiano Serif font*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.26 Penambahan Tulisan Promo pada *Tent Card*

Selanjutnya, penulis menambahkan nama-nama menu yang sesuai dengan gambar makanan pada *tent card* tersebut. Proses ini tetap menggunakan *Belgiano Serif font*.



Gambar 3.27 Penambahan Tulisan Menu Makanan

Selain mencantumkan nama menu, penulis juga menambahkan logo restoran pada bagian kanan atas *tent card* sebagai identitas merek.



Gambar 3.28 Penambahan Logo pada *Tent Card* Hasil Final

Setelah desain *tent card* selesai, penulis menyerahkan hasil tersebut kepada *supervisor*. *Supervisor* melakukan tinjauan terhadap desain yang dibuat penulis. Setelah melalui proses *review*, *supervisor* menyetujui desain tersebut dan menginstruksikan agar penulis segera mengunggah *file* master (termasuk *file* Adobe Illustrator) ke folder Kalman di *Storage System*. Setelah proses revisi dan persetujuan akhir dilakukan, desain diserahkan kepada tim *production* untuk dicetak dan didistribusikan kepada calon pelanggan merek restoran makanan tersebut.

3.3.2.3 Desain Animasi Restoran Ayam Goreng

Pada tugas ini, penulis dipercaya untuk merancang video animasi untuk merek Restoran Ayam Goreng di Bali. Restoran ini telah berdiri sejak tahun 2016 dan kini menjadi salah satu merek restoran paling populer di Bali. Merek ini memiliki berbagai varian menu ayam goreng dan berlokasi di Denpasar Utara. Desain dari

merek ini cenderung ramai namun simpel, dengan dominasi warna kuning ke *orange* serta penggunaan warna merah.

Dalam pembuatan desain video animasi untuk konten merek ini, penulis menggunakan aplikasi Adobe Illustrator dan Adobe After Effects. Seluruh hasil desain diperiksa dan dikoreksi oleh *supervisor*.

Penulis menerima *brief* desain melalui aplikasi *Project Management System* dari *supervisor*. Selain itu, *brief* juga dikirim melalui tautan di WhatsApp. Setelah menerima *brief*, penulis membacanya dengan saksama dan memastikan tidak ada detail yang terlewat. Dalam *brief* tersebut, penulis diminta untuk membuat video animasi berisi daftar nama menu minuman dari Restoran Ayam Goreng ini, yang disertai ajakan bagi pelanggan untuk menikmati minuman tersebut. Desain video harus mencerminkan identitas merek yang simpel, ramai, serta menggunakan dominasi warna kuning dan merah. Penulis diberi waktu tiga hari untuk menyelesaikan proyek ini.

Penulis kemudian melakukan *brainstorming* dan mencari referensi video animasi makanan yang sesuai dengan karakter merek. Mengingat permintaan *supervisor* adalah desain yang simpel dan ramai, penulis menjelajahi beragam gaya visual dan menyesuaikannya dengan *moodboard brand*.

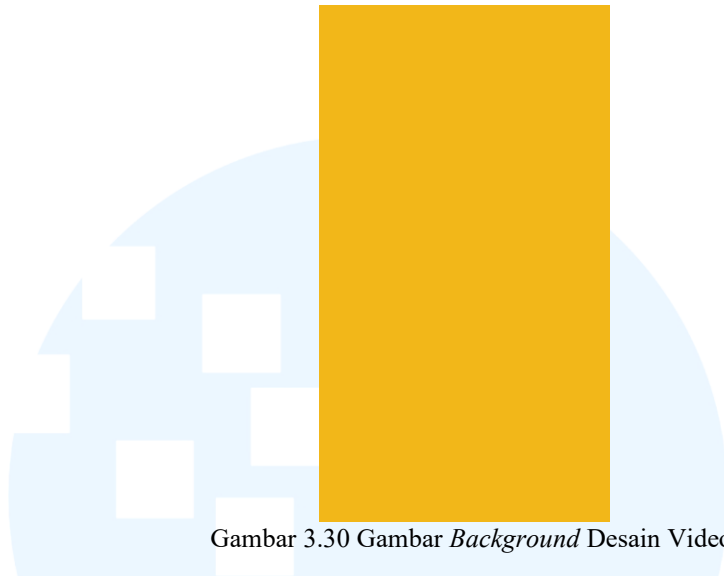
Dalam proses *brainstorming*, penulis juga berdiskusi dan meminta saran dari *supervisor* untuk memperoleh masukan terkait arah desain yang akan dikembangkan. Penulis memilih tipografi tebal yang mencerminkan kesan ramai. Pada *color palette*, penulis fokus pada warna kuning dan merah karena kombinasi ini dianggap mampu membangkitkan kesan menggugah selera dan menarik perhatian visual. *Supervisor* memberikan beberapa referensi desain seperti ditampilkan berikut.



Gambar 3.29 Referensi Proyek Desain Video Animasi
Sumber: Pinterest

Konsep desain dikembangkan mengikuti tema konten yang telah ditentukan. Pada tahap ini, penulis menyesuaikan desain dengan *moodboard brand* yang ingin menampilkan kesan simpel, ramai, dan menggugah selera. Video animasi dari merek ini direncanakan tayang selama satu bulan, menampilkan promosi menu minuman. Oleh karena itu, penulis merancang konsep desain yang merepresentasikan karakter merek secara visual, termasuk dalam pemilihan latar belakang dan elemen pendukung lainnya. Seluruh desain dikembangkan agar mencerminkan identitas visual merek secara konsisten.

Setelah tahap perencanaan, penulis mulai proses digitalisasi menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe After Effects. *Template* yang digunakan berukuran 1080 x 1920 px, sesuai permintaan merek. Dalam hal ini, beberapa referensi dari Pinterest digunakan untuk memperkaya variasi desain. Tahap awal dimulai dengan pembuatan latar belakang berwarna *orange*, sebagai representasi kelezatan menu yang ditawarkan.



Gambar 3.30 Gambar *Background* Desain Video

Setelah latar polos dibuat, penulis menambahkan elemen *outline* ayam sebagai latar visual. *Outline* ini diambil dari situs Freepik. Tujuannya adalah untuk memperkuat visualisasi produk utama merek. Penulis menggunakan fitur *mask* di Adobe Illustrator agar *outline* ayam dapat masuk ke dalam latar sebagai elemen pelengkap.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.31 Penambahan *Outline* untuk *Background*

Setelah *outline* ayam ditambahkan, penulis memasukkan gambar minuman yang tersedia di *Storage System* Kalman. Gambar minuman diletakkan di bagian tengah desain sebagai fokus utama dalam video.



Gambar 3.32 Penambahan Gambar Minuman *Background*

Setelah gambar minuman ditempatkan, penulis melanjutkan dengan menambahkan logo merek. Dalam proses ini, *layout* disesuaikan agar logo terlihat jelas sehingga audiensi dapat langsung mengenali identitas merek yang ditampilkan.



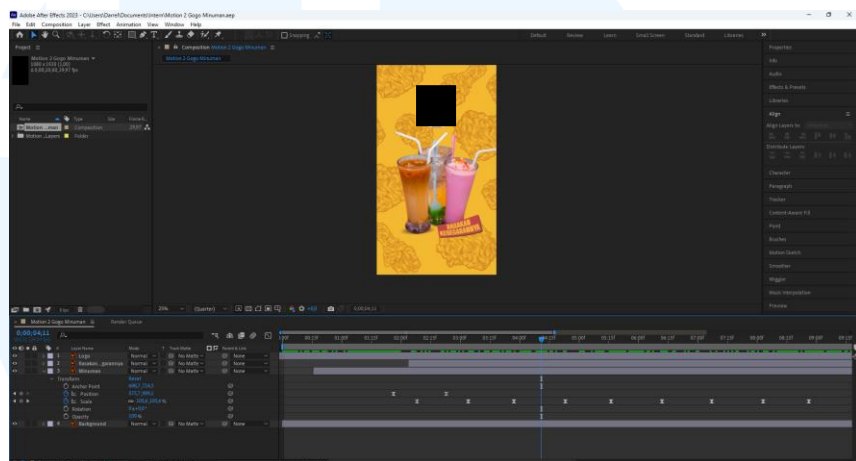
Gambar 3.33 Penambahan Gambar Logo

Penulis kemudian menggunakan *Big Shoulder Display font* untuk teks ajakan yang diletakkan di bawah gambar minuman, bertuliskan “RASAKAN KESEGARANNYA” dalam huruf kapital. Tulisan tersebut ditempatkan di atas latar merah agar sesuai dengan identitas visual merek.



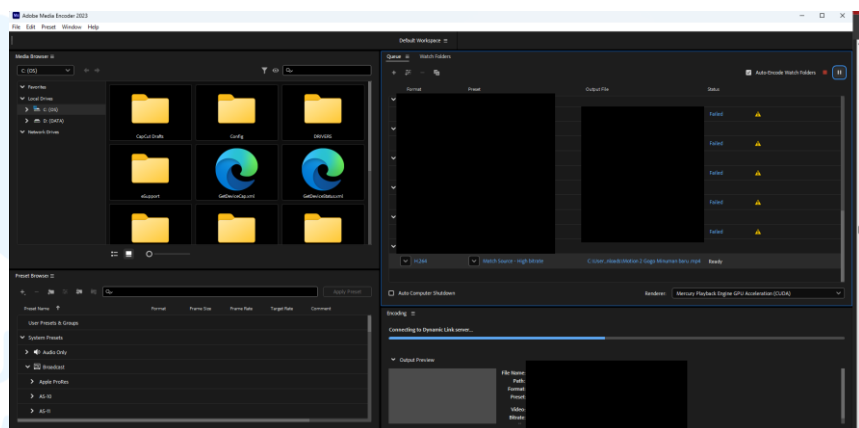
Gambar 3.34 Penambahan Tulisan

Setelah mendesain visual utama, penulis meminta pendapat *supervisor*. *Supervisor* menyatakan bahwa desain sudah sesuai dengan karakter merek yang ingin menampilkan kesan sederhana, namun tetap ramai. Penulis kemudian diminta untuk melanjutkan ke tahap pembuatan video animasi menggunakan Adobe After Effects.



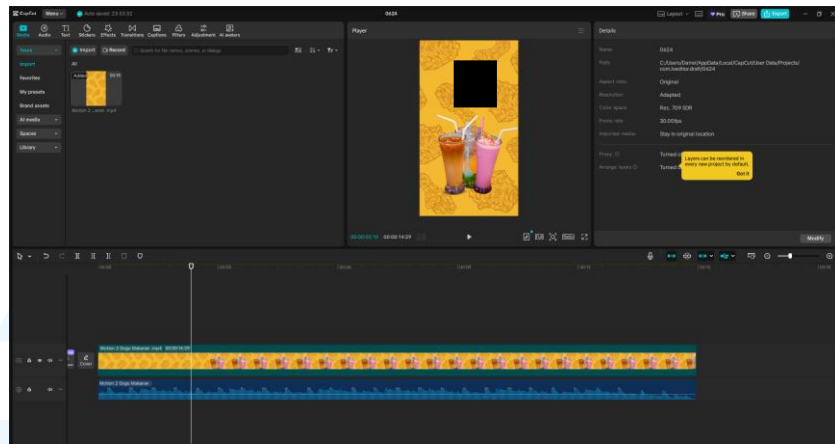
Gambar 3.35 Animasi pada Adobe *After Effects*

Setelah video selesai dibuat di Adobe After Effects, penulis melanjutkan proses *rendering* menggunakan Adobe Media Encoder.



Gambar 3.36 Render pada Adobe Media Encoder

Setelah proses *rendering* selesai, penulis menambahkan musik latar menggunakan aplikasi CapCut. Musik yang dipilih bernuansa ceria untuk mendukung pesan visual dalam video promosi.



Gambar 3.37 Menambahkan Latar lagu pada *Capcut*

Selanjutnya, penulis menyerahkan video yang telah dilengkapi dengan musik kepada *supervisor*. *Supervisor* menyatakan bahwa hasilnya sudah sesuai, namun perlu diunduh dalam resolusi lebih tinggi agar kualitas gambar lebih tajam dan jernih.



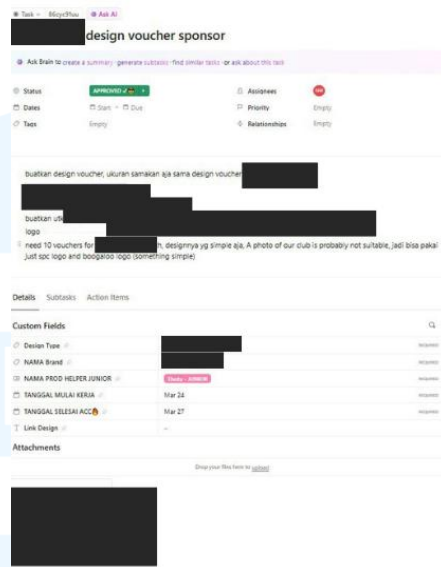
Gambar 3.38 Hasil Final *Motion Graphic*

Setelah proses akhir selesai, penulis mengunggah seluruh *file* master, baik Adobe Illustrator maupun After Effects, serta file video akhir ke dalam folder Kalman di *Storage System*. Video animasi berdurasi 15 detik ini siap digunakan sebagai materi promosi oleh restoran ayam goreng tersebut.

3.3.2.4 Desain *Voucher Brand Padel*

Pada tugas ini, penulis dipercaya untuk merancang *voucher* untuk merek olahraga Padel di Bali. Merek ini telah berdiri sejak tahun 2023 dan kini menjadi salah satu merek olahraga paling ramai di Bali. Beberapa restoran turut menjalin kerja sama dengan Padel. Lokasi utama Padel berada di Sanur. Desain merek ini tergolong sederhana, dengan dominasi warna hijau tua, hijau muda, dan putih. Dalam pembuatan *voucher* ini, penulis menggunakan aplikasi Adobe Illustrator.

Penulis menerima *brief* desain melalui *Project Management System* dari *supervisor*. Setelah menerima *brief*, penulis membacanya dengan saksama dan memastikan semua informasi dipahami dengan baik. Melalui *Project Management System*, penulis diminta untuk merancang *gift voucher* senilai Rp300.000 yang berlaku selama satu tahun. *Voucher* tersebut harus menampilkan logo Padel serta mencerminkan kerja sama antara Padel dan restoran. Desain yang dihasilkan juga harus selaras dengan identitas merek Padel, yang mengusung gaya sederhana dan warna dominan hijau. Penulis diberikan waktu dua hari untuk menyelesaikan desain *voucher* ini.



Gambar 3.39 Brief Proyek Voucher

Penulis kemudian melakukan *brainstorming* dan mencari berbagai referensi *voucher* yang sesuai dengan identitas merek Padel di Bali. Mengingat arahan *supervisor* adalah desain yang simpel dan unik, penulis menyesuaikan referensi desain dengan *brand guideline* yang berlaku.

Dalam proses *brainstorming*, penulis berdiskusi dengan *supervisor* untuk memperoleh masukan mengenai arah desain yang tepat. Penulis memilih tipografi tebal untuk menciptakan kesan menarik. Pada *color palette*, penulis menggunakan kombinasi hijau tua, hijau muda, dan putih. Dominasi warna hijau tua dan putih dipilih agar desain terlihat sederhana, namun tetap menonjol. *Supervisor* juga memberikan beberapa referensi desain seperti pada gambar berikut ini.



Gambar 3.40 Referensi Proyek *Voucher*

Konsep desain dikembangkan berdasarkan tema merek. Pada tahap ini, penulis mengikuti *moodboard brand* Padel yang ingin menampilkan kesan simpel dan menarik. *Voucher* ini ditujukan untuk member setia sehingga desain yang dibuat menyesuaikan karakteristik merek Padel, baik dari segi pemilihan latar maupun elemen visual pendukung lainnya.

Dalam desain tersebut, penulis menambahkan gambar yang mewakili identitas merek. Seluruh elemen visual dikembangkan agar mampu mencerminkan merek secara konsisten dengan *moodboard* awal. Setelah melalui tahap konseptual, penulis melanjutkan ke tahap digitalisasi menggunakan Adobe Illustrator. Beberapa referensi tambahan juga diambil dari Pinterest untuk menambah variasi desain yang sesuai dengan permintaan merek. Penulis mengikuti arahan *supervisor* dengan membuat ukuran *voucher* 15 x 7 cm dan memvariasikan warna latar belakang untuk meningkatkan daya tarik visual.

Penulis memulai proses digitalisasi dengan membuat latar belakang berupa kotak hijau tua polos, yang sesuai dengan warna dasar merek Padel.



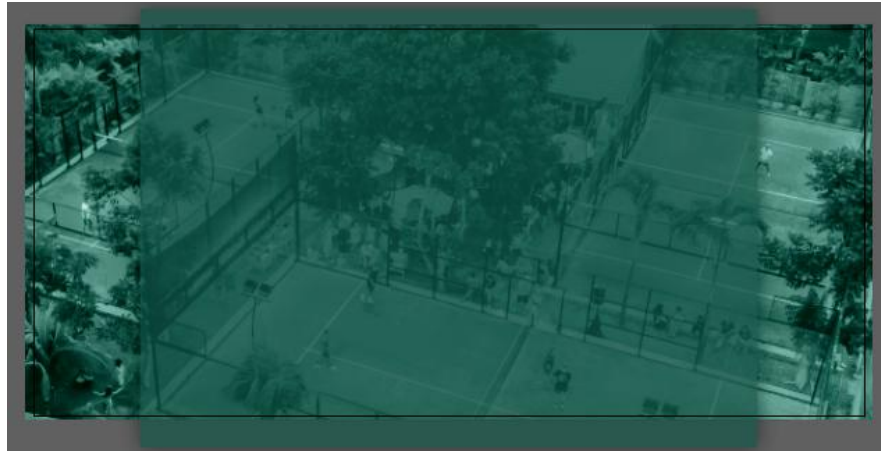
Gambar 3.41 Gambar *Background Voucher*

Setelah membuat latar belakang, penulis memasukkan gambar yang telah di-*masking*. Gambar-gambar aset merek Padel diambil dari folder Kalman melalui *Storage System*. Penulis juga memasukkan gambar lokasi Padel dari hasil *drone*, yang diambil dari folder yang sama. Pada latar hijau tua tersebut, penulis memberikan *opacity* sebesar 50% agar gambar lokasi terlihat jelas dengan nuansa hijau.



Gambar 3.42 Penambahan Gambar Lokasi Padel

Setelah itu, penulis membuat kotak tengah sebagai *layout* untuk tulisan. Kotak ini diletakkan secara *centered* menggunakan fitur *align center*, dengan *opacity* sebesar 50% untuk menjaga keselarasan visual.



Gambar 3.43 Penambahan Kotak pada *Voucher Padel*

Selanjutnya, penulis meletakkan tulisan “300k” di tengah menggunakan *Roboto Bold font*.



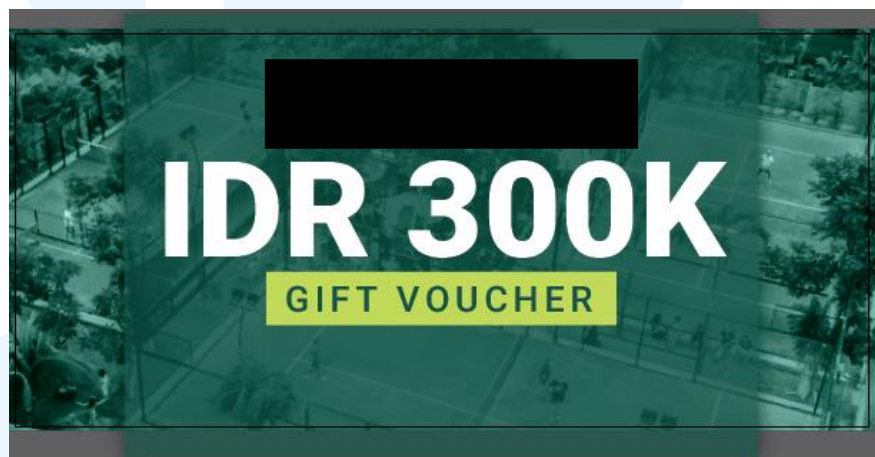
Gambar 3.44 Penambahan Tulisan “300k” pada *Voucher Padel*

Setelah tulisan “300k” selesai ditempatkan, penulis menambahkan kotak hijau muda berisi teks “GIFT VOUCHER” berwarna hijau tua menggunakan *Roboto Medium font*. Warna hijau muda digunakan karena identik dengan identitas visual merek Padel.



Gambar 3.45 Penambahan Tulisan *Gift Voucher*

Penulis kemudian menambahkan logo Padel dan logo restoran mitra di atas tulisan “300k”. Tujuannya adalah untuk memperkuat identitas kedua merek yang berkolaborasi.



Gambar 3.46 Penambahan Logo pada *Voucher*

Setelah logo ditempatkan, penulis menambahkan bagian *terms & conditions* di bawah tulisan “GIFT VOUCHER” menggunakan *Roboto Regular font* agar tetap sesuai dengan *brand guidelines* yang berlaku.



Gambar 3.47 Penambahan Tulisan *Terms & Condition*

Setelah desain selesai, penulis menyerahkannya kepada *supervisor* untuk ditinjau. *Supervisor* menyatakan bahwa desain sudah baik, namun menyarankan untuk mempertimbangkan risiko pemotongan bagian bawah saat proses pencetakan. Setelah dilakukan pengukuran ulang, ditemukan bahwa bagian bawah *voucher* terpotong akibat batas potong pada ukuran 15 x 7 cm. Hal ini menyebabkan sebagian desain bagian bawah tidak tercetak sempurna.



Gambar 3.48 Hasil Final *Voucher Brand Padel*

Hasil akhir desain *voucher* menunjukkan adanya pemotongan pada bagian bawah, namun elemen visual utama tetap tampil utuh karena sebelumnya telah dirancang untuk mengantisipasi area tersebut.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan kegiatan magang di Kalman *Marketing Agency* (tepatnya di divisi *production*), penulis menghadapi berbagai kendala dan tantangan yang muncul dalam proses adaptasi lingkungan kerja, pelaksanaan tugas rutin, maupun proyek tambahan yang diberikan. Namun demikian, setiap hambatan tersebut menjadi bagian dari proses pembelajaran yang berharga dalam meningkatkan kemampuan profesional dan teknis penulis di bidang desain grafis.

Sebagai upaya dalam mengatasi kendala yang dihadapi, penulis secara aktif menjalin komunikasi, baik dengan *supervisor* maupun rekan kerja. Penulis juga berinisiatif mencari referensi yang relevan dan mengeksplorasi solusi secara mandiri sesuai dengan standar perusahaan. Dengan demikian, pemahaman terhadap sudut pandang rekan satu tim dan *supervisor* menjadi penting agar hasil desain tidak menyimpang dari *brief* yang diterima. Melalui proses tersebut, penulis mampu menyelesaikan setiap tugas yang diberikan dengan baik serta memperoleh pengalaman nyata dalam menghadapi dinamika dunia kerja di industri agensi kreatif.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa magang selama empat bulan di Kalman *Marketing Agency*, penulis menghadapi sejumlah kendala yang menjadi tantangan sekaligus sarana pembelajaran. Meskipun demikian, penulis berupaya terus beradaptasi dengan lingkungan kerja dan meningkatkan kemampuan secara bertahap. Berikut ini adalah beberapa kendala yang dihadapi oleh penulis.

Penulis mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan alur kerja cepat yang menjadi karakteristik lingkungan kerja di agensi. Penulis harus memahami ritme kerja yang dinamis, termasuk menangani permintaan revisi dari klien dan menyesuaikan desain dengan karakteristik merek yang sedang ditangani. Pada awal masa magang, penulis sempat mengalami kesulitan dalam merancang desain untuk beberapa merek karena belum terbiasa dengan gaya visual serta standar desain yang digunakan.

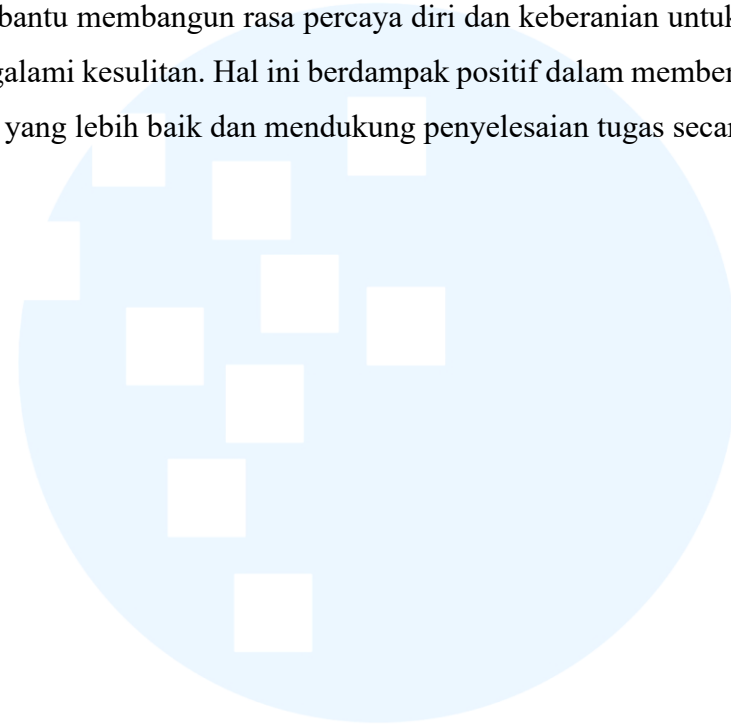
Selain itu, penyesuaian terhadap lingkungan kerja juga menjadi tantangan tersendiri. Lingkungan kerja di Kalman cenderung memiliki suasana yang tenang dan rekan kerja yang bersifat *introvert*, sementara penulis memiliki kepribadian yang cenderung *ekstrovert*. Perbedaan membuat penulis tidak bisa bergaul dengan rekan tim yang lain. Mengingat suasana kerja di Kalman *Marketing Agency* yang cenderung sepi.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Meskipun menghadapi berbagai kendala, penulis tetap berkomitmen untuk menjalankan tanggung jawab dengan baik dan menyelesaikan seluruh tugas yang diberikan selama lebih dari empat bulan masa praktik kerja di Kalman *Marketing Agency*. Penulis terus berproses dan berusaha menghadapi setiap tantangan yang muncul.

Salah satu solusi yang ditemukan adalah beradaptasi secara bertahap terhadap ritme kerja di agensi. Seiring berjalannya waktu, penulis mulai memahami alur kerja dan beban tugas yang biasa terjadi di lingkungan agensi. Penulis juga menjadi lebih terbiasa dalam merespon permintaan desain dan revisi dari klien. Hal ini tidak terlepas dari dukungan rekan kerja yang memberikan motivasi dan membantu penulis menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Adaptasi yang berhasil membuat penulis dapat bekerja lebih efisien dan efektif.

Penulis juga mulai memahami bahwa suasana kerja yang tenang hanya terjadi saat jam kerja berlangsung. Di luar jam kerja atau saat waktu istirahat, komunikasi antar tim tetap berjalan hangat. Kesadaran ini membantu membangun rasa percaya diri dan keberanian untuk bertanya jika mengalami kesulitan. Hal ini berdampak positif dalam membentuk hubungan kerja yang lebih baik dan mendukung penyelesaian tugas secara optimal.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA