# BAB III

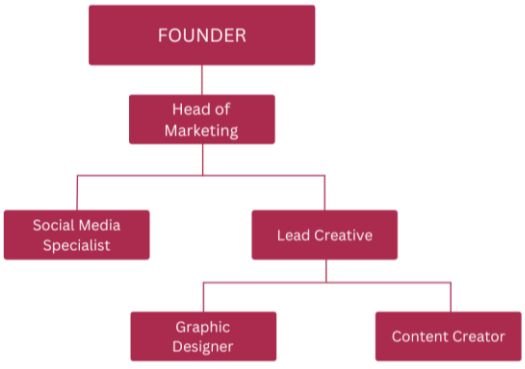
# PELAKSANAAN MAGANG

## 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama magang, penulis menjalankan *jobdesk* sebagai *Graphic Designer* pada *Creative Department* 2000s Market. Untuk menghasilkan suatu karya visual, penulis mendapatkan *creative brief* dan *moodboard* dari supervisor yang bertanggung jawab atas *brand image* perusahaan 2000s Market. Selain itu, penulis juga mendapatkan *creative brief* dari tim sosial media untuk keperluan *feed filler* atau konten *collab* yang ingin diunggah melalui Instagram 2000s Market. Tugas yang diberikan kepada penulis selama magang berfokus kepada promosi untuk meningkatkan *engagement* perusahaan. Promosi ini dilakukan pada Instagram, Tiktok, dan kebutuhan kolateral pada saat bazaar berlangsung.

### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis menerima arahan dari tim yang berasal dari *Creative Department*, yaitu *supervisor* dan *sosial media specialist.* Melalui brief yang telah diberikan, penulis menjalankan tugasnya sebagai mendesain keperluan 2000s Market, baik *online* maupun *offline*.




Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan 2000s Market

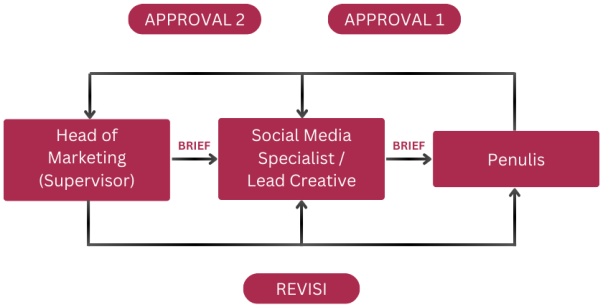
Posisi yang paling atas berdasarkan struktur ini terdapat pada posisi *Founder* yang berfungsi sebagai pemberi arahan terhadap visi misi perusahaan dan memonitor *progress* yang dikerjakan sebelum acara berlangsung. Pada barisan bawah *Founder*, terdapat *Head of Marketing* yang

mengurusi sponsor untuk bazaar, mencari tempat yang strategis untuk melaksanakan bazaar, menarik komunitas yang sesuai dengan target audiens 2000s Market, dan menyusun strategi untuk meningkatkan *engagement* pada sosial media. Setelah itu, terdapat *Social Media Specialist* yang bertanggung jawab dalam mengurusi *content plan* sampai saat acara berlangsung, penyusunan strategi untuk menarik perhatian target audiens bersama *Head of Marketing,* dan membuat konten interaktif untuk sosial media 2000s Market.

Kemudian, *Lead Creative* bertanggung jawab dalam memberikan arahan kepada *Graphic Designer* dan *Content Creator* selama melakukan diskusi pembuatan konten selanjutnya, menyediakan ide-ide kreatif yang dapat menarik perhatian Gen Z, dan bekerja sama dengan *Head of Marketing* dan *Social Media Specialist* dalam mengumpulkan *moodboard* visualisasi konsep bazaar selama setiap pergantian volume. *Content Creator* berperan sebagai merancang *content plan* yang akan di shoot, melakukan *brainstorm* terhadap video Tiktok yang sedang *trendy,* dan bertugas selama *shooting berlangsung.* Selain itu, terdapat *Graphic Designer* yang menjalankan tugasnya dari *brief* yang telah diberikan oleh *Lead Creative* dan melakukan visualisasi secara nyata untuk dipromosikan melalui media sosial dan pada saat bazaar berlangsung.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

2000s Market berfokus kepada pemasaran dengan audiens yang tepat. Oleh karena itu, 2000s Market menjalankan konten yang berisi tentang pengenalan bazaar, *tenant* yang akan berjualan pada saat bazaar, konten interaktif yang mendukung ketertarikan Gen Z, dan mempromosikan tentang bazaar yang akan berlangsung. Selama pelaksanaan magang, tim kreatif 2000s Market menggunakan struktur alur koordinasi yang mendukung alur kerja penulis selama magang.




Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Perusahaan 2000s Market

Alur pertama yang diterapkan 2000s Market adalah penyampaian *brief* dari *Supervisor* (*Head of Marketing)* kepada *Social Media Specialist* dan *Lead Creative.* Kemudian setelah mendalami *brief* mengenai *content plan, moodboard,* dan kebutuhan kolateral untuk bazaar. *Lead Creative* meneruskan *brief* ini kepada *Graphic Designer* dan *Content Creator,* diberikan *timeline,* isi konten yang akan diposting, desain untuk keperluan cetak, dan *moodboard* untuk 2000s Market Vol. 6. Setelah menjalani tugas yang diberikan, penulis menunjukan hasil karya visual kepada *Lead Creative* untuk mendapatkan *approval* pertama sebelum diajukan ke *Supervisor*. Jika karya visual diberikan *approval, Lead Creative* akan meneruskan hasil karya visual kepada *Supervisor* untuk mendapatkan *approval* kedua. Jika diberikan *approve, Supervisor* akan meneruskan hasil karya visual untuk dicetak atau diberikan kepada *Social Media Specialist* agar dapat diunggah melalui sosial media 2000s Market. Apabila terjadi revisi, *Supervisor* menyampaikan poin yang harus direvisi kepada *Lead Creative,* yang kemudian disampaikan kepada penulis agar segera dapat dilakukan perbaikan dan kembali meminta *approval* dari *Supervisor.*

## 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama penulis melaksanakan magang di 2000s Market sebagai *Graphic Designer,* penulis bertugas dalam merancang media promosi untuk kebutuhan 2000s Market Vol. 6 seperti *entrance gate, hanging banner, backdrop, poster,* dan konten media sosial. Selama proses persiapan bazaar, penulis mengerjakan konten media promosi yang telah di *brief* oleh *supervisor.* Penulis juga ditugaskan untuk

melakukan *brainstorm* gaya desain yang sesuai dengan konsep dan tema 2000s Market agar meningkatkan *engagement* dalam sosial media.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

| Minggu | Tanggal | Proyek | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | 3-7 Februari 2025 | - *Instagram Feeds Special Brand*<br>- *Map Event*<br>- *Instagram Feeds Outfit According to Your Zodiac*<br>- *Instagram Feeds Calling All Jastipers*<br>- *Instagram Feeds Brief History of Education* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk 2000s Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Desain *Map Event* di *Grand Indonesia* dengan kerangka map yang sudah disediakan selama *brief* |
| 2 | 10-14 Februari 2025 | - *Instagram Feeds Report Card*<br>- *Content Video 2000s Market is Coming Back*<br>- *Instagram Feeds Happy Valentines Day*<br>- *Hanging Banner*<br>- *Entrance Gate* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk 2000s Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Membantu proses *shooting* bersama *content creator* di studio<br>- Mengerjakan *hanging banner* yang akan digantung pada saat bazaar berlangsung di Grand Indonesia dan *entrance gate* yang akan dijadikan sebagai gerbang masuk ke dalam 2000s Market |
| 3 | 17-21 Februari 2025 | - *Instagram Feeds KOL Influencers (The Popular Students)*<br>- *Instagram Feeds School Related Movie List* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk 2000s Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Retouch foto poster-poster film, menambahkan tekstur, dan warna yang mencolok |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | - *Sticker untuk PR Package Influencer*<br>- *Photospot Backdrop*<br>- *Finalisasi Entrance Gate* | - Mengumpulkan foto-foto *influencer* melalui data *KOL influencer* 2000s Market<br>- Mendesain stiker "*Fragile"* untuk ditempelkan pada *PR package influencer* menggunakan *Adobe Illustrator*<br>- Mengerjakan *backdrop* yang akan dijadikan sebagai sebagai *photospot* untuk pengunjung |
| 4 | 24-28 Februari 2025 | - *Instagram Feeds Big Giveaway from Local Brands*<br>- *Instagram Feeds Ramadhan Kareem*<br>- *Gambar Kerja* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk 2000s Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Mengunduh foto-foto *giveaway* yang dikirim oleh *tenants* untuk *big giveaway*<br>- Membuat desain PPT gambar kerja dalam bentuk 3D untuk dikirim ke pihak mall Grand Indonesia |
| 5 | 3-7 Maret 2025 | - *Instagram Feeds Opening Hours*<br>- *Desain Photostrip*<br>- *Qr Code Instagram 2000s Market*<br>- *Berpartisipasi selama event berlangsung* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk 2000s Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Melakukan pengecekan ulang kualitas sebelum dicetak<br>- Berpartisipasi pada saat hari h event |
| 6 | 10-14 Maret 2025 | - *Instagram Feeds Vol. 6 Rewind* | - Mengerjakan *thank you* post berisi foto-foto pengunjung, *influencers*, dan *tenants* yang berpartisipasi selama event berlangsung untuk 2000s Market |
| 7 | 17-21 Maret 2025 | - *Poster Pre event Tochaku Market* | - Mengerjakan poster pre event yang berisi tentang tanggal dan tempat Tochaku Market berlangsung |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 24-28 Maret 2025 | - *Instagram Feeds Poster Collab Giveaway* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk Tochaku Market menggunakan *Adobe Photoshop* |
| 8 | 31 Maret - 4 April 2025 | - *Instagram Feeds untuk Workshop Journaling*<br>- *Instagram Feeds Happy Eid Mubarak* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk Tochaku Market menggunakan *Adobe Photoshop* |
| 9 | 7-11 April 2025 | - *Instagram Story Invitation Letter Pre Event Tochaku Market*<br>- *Entrance Gate Tochaku Market*<br>- *Template Logo Tenant Lineup* | - Mengerjakan desain *Instagram Story* untuk Tochaku Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Melakukan *digital imaging* pada foto background *invitation letter* untuk disesuaikan dengan *color palette* Tochaku Market<br>- Mengerjakan *entrance gate* Tochaku Market menggunakan *Adobe Illustrator* |
| 10 | 14-18 April 2025 | - *Input Logo Tenants dalam Template Tenant Lineup*<br>- *Content Video Tochaku Market Trinkets*<br>- *Membership Card dan Instagram Feeds Membership Card* | - Memasuki logo-logo tenant yang berpartisipasi di pre event Tochaku Market<br>- Membantu proses *shooting* bersama *content creator* di studio<br>- Membuat *membership card* berdasarkan ukuran yang telah di *brief* oleh *Lead Creative* |
| 11 | 21-25 April 2025 | - *Content Video Tochaku Market Trinkets* | - Membantu proses *shooting* bersama *content creator* di studio |
| 12 | 28 April – 2 May 2025 | - *Finalisasi Entrance Gate*<br>- *Instagram Story Invitation Letter* | - Mengerjakan *entrance gate* Tochaku Market menggunakan *Adobe Illustrator*<br>- Melakukan *digital imaging* pada foto background *invitation* |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | *Main Event Tochaku Market* | *letter* untuk disesuaikan dengan *color palette* Tochaku Market |
| 13 | 5 – 9 May 2025 | - *Revisi Entrance Gate*<br>- *Instagram Feeds Calling All Jastipers*<br>- *Instagram Feeds Workshop* | - Melakukan revisi *entrance gate* menggunakan *Adobe Illustrator*<br>- Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk Tochaku Market menggunakan *Adobe Photoshop* |
| 14 | 12-16 May 2025 | - *Instagram Feeds How to get to Chillax Sudirman*<br>- *Lanyard Tochaku Market* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk Tochaku Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Melakukan *digital imaging* terhadap aset foto background lanyard<br>- Desain lanyard untuk brands, FnB, dan team |
| 15 | 19-25 May 2025 | - *Instagram Feeds List Promo Membership*<br>- *D-day Main Event Tochaku Market* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk Tochaku Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Bekerja sama dengan *Supervisor* untuk mengetahui list brands yang menyediakan promo membership<br>- Berpartisipasi selama main event Tochaku Market berlangsung |
| 16 | 26 May – 3 Juni 2025 | - *Instagram Feeds Thank You Post* | - Mengerjakan desain *Instagram Feeds* untuk Tochaku Market menggunakan *Adobe Photoshop*<br>- Memasuki foto-foto selama event Tochaku Market vol.3 dari event fotografer |

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama magang di 2000s Market diawali dengan *briefing* konsep dari *supervisor* dan *sosial media specialist.*

Kemudian, penulis diarahkan untuk membuat konten tertentu dengan *moodboard* yang sudah ditentukan dan penulis dibebaskan untuk menyampaikan ide-ide kreatif dalam bentuk karya visual. Penulis mengerjakan hasil karya visual sampai mendapatkan persetujuan untuk diunggah ke media sosial oleh *supervisor*.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang: Perancangan *Entrance Gate, Hanging Banner,* dan *Instagram Post* 2000s Market Vol. 6

Salah satu karya utama yang dipilih penulis sebagai media promosi selama magang di 2000s Market adalah membuat *entrance gate*. Penulis memilih *entrance gate* karena karya dipajang pada depan pintu masuk bazaar untuk menandakan lokasi, memiliki *detailing* yang unik, dan mencakupi tema 2000s Market vol. 6 dalam segi visual. Selain itu, pengerjaan *entrance gate* menjadi salah satu karya yang memberikan pengalaman terhadap penulis karena mempunyai tanggung jawab dalam menyalurkan identitas perusahaan dalam bentuk kolateral yang dijadikan sebagai strategi promosi.

Penulis mengerjakan *entrance gate* menggunakan tahapan dari sketsa, *moodboard,* sampai elemen-elemen desain yang digunakan sebagai asset. Penulis juga diwajibkan untuk berkreatifitas sehingga membutuhkan *brainstorming* yang luas.

1. **Entrance Gate 2000s Market Vol. 6**

Untuk kebutuhan bazaar 2000s Market vol. 6, penulis diberikan *brief* oleh *Lead Creative* tentang *entrance gate. Lead Creative* kemudian memberikan gambar *entrance gate* pada volume sebelumnya sebagai referensi untuk keperluan penulis. *Supervisor* memberikan arahan dalam gambaran *entrance gate* yang diinginkan agar penulis dapat melakukan *brainstorming* lebih dalam.

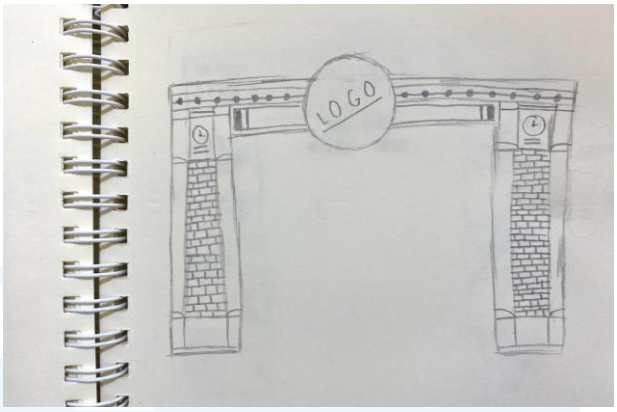
Oleh karena 2000s Market memiliki konsep "*dark academia", Lead Creative* menekankan bahwa gambaran yang diinginkan untuk *entrance gate* berupa tembok pagar yang digunakan pada universitas luar negeri dengan nuansa warna merah *maroon*.

Gambar 3.3 Brief Entrance Gate 2000s Market Vol. 6
Sumber: Pinterest

Melalui gambaran *brief entrance gate* dari *Supervisor* yang kemudian disampaikan kepada *Lead Creative*, penulis akan merancang *entrance gate* berdasarkan hasil dari *brief* dan menambahkan *detailing* yang membuat *entrance gate* terlihat lebih mencolok untuk ditampilkan pada depan pintu masuk bazaar.

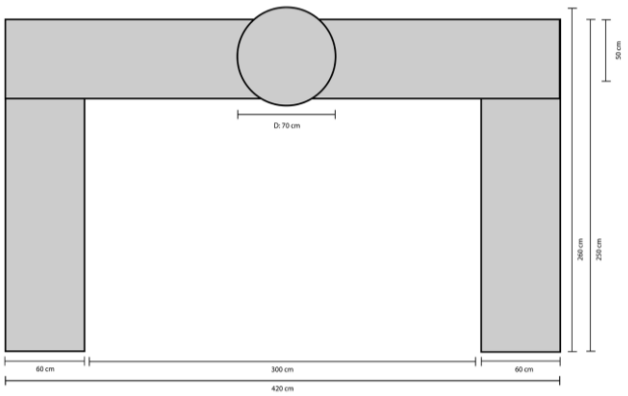
Gambar 3.4 Moodboard Entrance Gate 2000s Market Vol. 6
Sumber: Pinterest

Setelah penulis menerima hasil *brief* yang telah di diskusikan bersama *Supervisor* dan *Lead Creative,* penulis kemudian membuat hasil moodboard yang berisi gambaran *brief* dan warna yang diberikan, serta mencari inspirasi lainnya yang akan mendukung penambahan detail dalam *entrance gate* 2000s Market vol. 6. Pembuatan hasil *moodboard* ini kemudian diajukan oleh penulis ke *Lead Creative* untuk diajukan lagi kepada *Supervisor* untuk menyesuaikan dengan *brief* yang diberikan. Setelah disetujui oleh *Supervisor,* penulis kemudian melakukan tahapan selanjutnya, yaitu sketsa berdasarkan ukuran yang telah diberikan.




Gambar 3.5 Sketsa Entrance Gate 2000s Market Vol. 6

Melalui hasil sketsa ini, penulis kemudian minta *approval Lead Creative* dan *Supervisor* untuk lanjut ke tahapan digitalisasi. Setelah dilakukan *approval*, penulis kemudian diberikan opsi ukuran *entrance gate* yang cocok untuk ditaruh di *Exhibition Hall* serta diminta untuk mempertimbangkan *crowd* yang akan lalu lalang. Penulis lalu menyarankan ukuran *entrance gate* yang melebar kesamping dan disetujui oleh *Lead Creative*.




Gambar 3.6 Kerangka Entrance Gate 2000s Market Vol. 6

Berdasarkan hasil kerangka *entrance gate* yang telah dibuat, penulis kemudian masuk ke dalam tahapan digitalisasi. Setelah itu, penulis mencari aset yang mendukung tema 2000s Market melalui internet untuk digunakan dalam *entrance gate* dan membuat key visual sebagai acuan dalam pembuatan *entrance gate.*

Gambar 3.7 Key Visual Entrance Gate 2000s Market Vol. 6

Setelah penulis menemukan aset yang akan mendukung selama tahapan *detailing*, penulis kemudian lanjut ke tahapan berikutnya, yaitu tahapan digitalisasi berdasarkan hasil *moodboard*, sketsa, dan aset yang telah diperoleh. Oleh karena ukuran *entrance gate* yang besar, penulis memperhatikan kualitas setiap aset yang diperolah agar tidak buram ketika dicetak.

Selanjutnya dalam tahapan digitalisasi, penulis menggunakan software *Adobe Illustrator* dalam proses pembuatan *entrance gate.* Proses penulis dalam melakukan tahapan digitalisasi yaitu memasukan hasil aset yang telah diperoleh dan menggunakan *pen tool* dan *shape tool* dalam penyempurnaan hasil sketsa secara digital. Penulis mengikuti ukuran yang telah disetujui pada saat *brief* oleh *Lead Creative* untuk mencapai hasil yang maksimal sambil menyesuaikan desain dengan canvas.

Gambar 3.8 Proses Pengerjaan Entrance Gate 2000s Market Vol. 6

Melalui proses ini, penulis menunjukan hasil akhir kepada *Lead Creative* dari pengerjaan *entrance gate* untuk mendapatkan *approval* pertama. Setelah mendapatkan *approval* pertama, *Lead Creative* meneruskan desain *entrance gate* yang dibuat oleh penulis kepada *Supervisor*. Setelah mendapatkan *approval* kedua, penulis diminta untuk *export* hasil karya dalam bentuk PDF yang berisi ukuran dan kerangka desain *entrance gate* agar dapat dikirim ke *vendor* untuk dicetak.

Gambar 3.9 Digitalisasi Entrance Gate 2000s Market Vol. 6

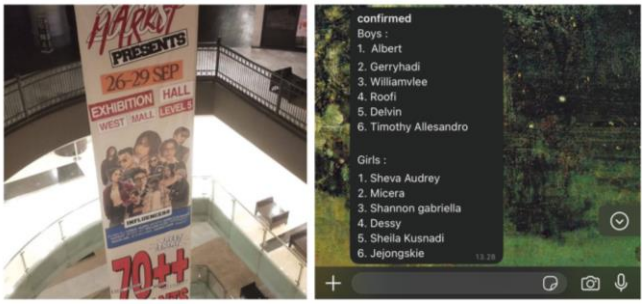
Setelah disetujui untuk dicetak oleh *vendor*, *Founder* melanjutkan ke proses selanjutnya, yaitu proses percetakan untuk digunakan pada saat bazaar. Pada saat pemasangan, penulis memastikan tidak ada desain yang terpotong oleh *vendor* agar sisi kiri dan kanan *entrance gate* terlihat sama.

Gambar 3.10 Hasil Entrance Gate 2000s Market Vol. 6

Setelah selesai pengurusan hasil cetak *Entrance Gate,* kolateral ini kemudian ditaruh pada depan pintu masuk bazaar sebagai strategi promosi dan identifikasi lokasi 2000s Market vol. 6 berlangsung.

**2. Hanging Banner 2000s Market Vol. 6**

Untuk kebutuhan perusahaan, penulis ditugaskan untuk membuat *hanging banner* yang akan dipajang dalam mall *Grand Indonesia* samping tempat *Foodprint* di lantai 5, bersebelahan dengan tempat event 2000s Market vol. 6 berlangsung. Penulis diberikan *brief* oleh *Lead Creative* dengan memberikan hasil *hanging banner* pada volume sebelumnya dan diminta untuk membuat *hanging banner* dengan layout yang serupa, namun dimodifikasi sesuai dengan tema volume 6, yaitu *dark academia. Lead Creative* juga memberikan foto-foto influencer yang akan digunakan untuk *hanging banner.*




Gambar 3.11 Brief Hanging Banner

Melalui *brief* yang diberikan oleh *Lead Creative*, penulis kemudian membuat moodboard untuk mengetahui gambaran besar hasil karya visual yang akan dirancang untuk *hanging banner* 2000s Market vol. 6. Hasil dari moodboard dibuat berdasarkan tema 2000s Market dan warna merah *maroon* dari aset logo yang dijadikan sebagai patokan dalam menghasilkan suatu karya desain.

Gambar 3.12 Moodboard Hanging Banner

Setelah penulis membuat moodboard, penulis meneruskan kepada *Lead Creative* untuk persetujuan dalam melanjuti proses digitalisasi. Setelah mendapatkan *approval* pertama, *Lead Creative* meneruskan hasil moodboard kepada *Supervisor* untuk mendapatkan *approval* kedua. Setelah mendapatkan *approval* dari keduanya, penulis melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu proses digitalisasi. Dalam proses ini, penulis mempertimbangkan layout untuk teks, gambar, dan logo karena *hanging banner* akan terlihat dari lantai 3 sampai lantai 5 di Grand Indonesia.

Penulis diminta untuk *highlight* deskripsi *event* seperti “80+ tenants”, “Influencers”, dan logo 2000s Market untuk menandakan identitas bazaar.

Gambar 3. 13 Proses Pembuatan Hanging Banner

Melalui proses yang dikerjakan dengan software *Adobe Illustrator* yang akan dicetak ke dalam ukuran 2 x 9m sesuai dengan brief dari perwakilan Grand Indonesia kepada *founder*, penulis kemudian *export* hasil karya *hanging banner* untuk dikirim ke *founder* dengan kualitas yang HD agar tidak pecah ketika dicetak.

Gambar 3.14 Digitalisasi Hanging Banner

Kemudian, penulis menyerahkan hasil *hanging banner* kepada *Supervisor* untuk diberikan kepada *Founder* agar dapat melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu mendapatkan *approval* dari pihak *Grand Indonesia.* Setelah mengirimkan hasil *hanging banner*, terdapat beberapa revisi yang disampaikan oleh pihak *Grand Indonesia* kepada *founder*,

yaitu jarak antara *influencer* terlalu mepet dan padat, dan untuk tulisan "Exhibition Hall" tidak boleh dipisah. Maka dari itu, penulis melakukan revisi sesuai dengan *feedback* yang diterima. Penulis melakukan *adjusting* dan perubahan *layout* pada foto influencer, serta mengubah bentuk podium menjadi datar agar lebih mudah untuk dibaca.

Gambar 3.15 Hasil Revisi Hanging Banner

Penulis mengirimkan hasil revisi kepada *founder* untuk mendapatkan persetujuan pihak *Grand Indonesia* kembali. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak *Grand Indonesia,* hasil dari *hanging banner* kemudian dicetak dan digunakan selama acara 2000s Market Vol. 6 berlangsung.

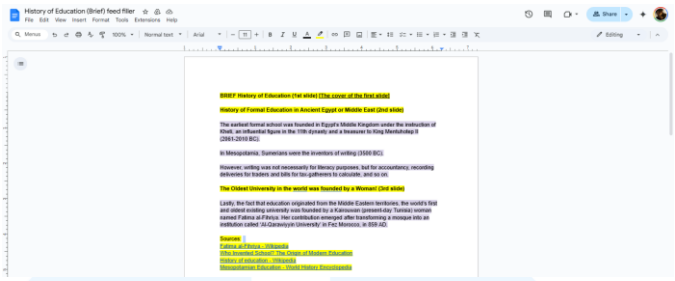
Gambar 3.16 Hasil Hanging Banner 2000s Market Vol. 6

Hasil dari *hanging banner* digunakan sebagai strategi promosi untuk menarik pengunjung yang sedang mengunjungi *Grand Indonesia* dan memberikan petunjuk letak lokasi bagi yang sudah mengetahui terhadap keberadaan bazaar.

### 3. Instagram Post "*History of Education"* 2000s Market Vol. 6

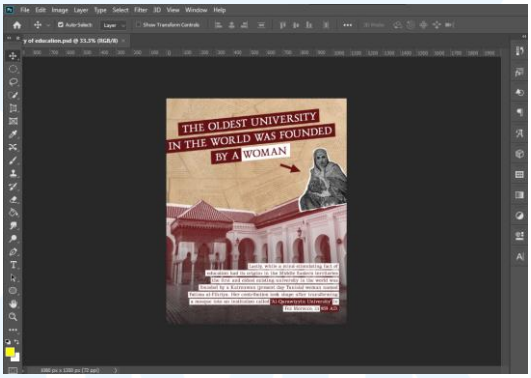
Setelah mengerjakan *hanging banner*, penulis juga ditugaskan untuk mendesain *Instagram Post* 2000s Market untuk menaikkan *engagement* dan memposting konten yang berhubungan dengan 2000s Market atau *dark academia.* Setelah *Supervisor* melakukan pembahasan bersama *Lead Creative*, penulis ditugaskan untuk mengerjakan *Brief History of Education* yang berisi tentang informasi terkait dengan fakta-fakta universitas di luar negeri. Penulis mendapatkan *copywriting* yang diberikan oleh *Content Creator* melalui google docs.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



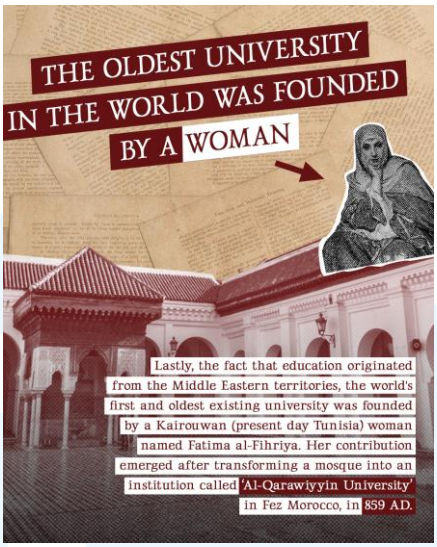
Gambar 3.17 Brief Copywriting History of Education

Setelah penulis mendapatkan brief, penulis kemudian mengumpulkan key visual dari desain kolateral sebelumnya untuk dijadikan sebagai aset. Melalui brief yang diberikan, penulis dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu tahapan digitalisasi. Penulis ditugaskan untuk membuat karya visual infografis dalam bentuk *Instagram Post* yang mencakupi informasi yang ingin disampaikan kepada audiens terkait tema yang berhubungan dengan 2000s Market Vol. 6.




Gambar 3.18 Proses Pembuatan Instagram Post Brief History of Education

Penulis mengerjakan *Instagram Post* berdasarkan *copywriting* yang diberikan oleh *Content Creator* dan meminta *approval Lead Creative* agar dapat diposting. Penulis menggunakan warna *maroon* dari logo 2000s Market sebagai warna dalam desain Instagram Feeds, serta menggali lebih dalam terhadap informasi yang ingin disampaikan untuk mendapatkan aset foto yang berhubungan dengan informasi dalam teks. Dalam proses pengerjaan, penulis menggunakan tekstur *halftone* dan penambahan *stroke* dibelakang tokoh sebagai *highlight* dengan suasana *vintage* atau jadul.




Gambar 3.19 Digitalisasi Instagram Post Brief History of Education

Setelah mendapatkan hasil *approval* dari *Lead Creative,* penulis *export* hasil karya tersebut dan mengirimkan kepada *Content Creator* dalam bentuk file agar dapat diposting ke Instagram 2000s Market. Oleh karena konten berisi tentang informasi, teks diberikan garis besar atau *highlight* agar mempermudah audiens dalam membaca informasi yang ingin disampaikan.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain penulis ditugaskan untuk merancang karya visual sebagai tugas utama, penulis juga diberikan tugas lainnya selama magang. Penulis juga dialihkan untuk mengerjakan keperluan promosi desain Tochaku Market, yaitu bazaar yang berfokus kepada menjual *trinkets.* Kebutuhan desain tidak jauh dari *Entrance Gate, Instagram Feeds, Instagram Story,* dan *Poster.*

#### 3.3.2.1 Entrance Gate Main Event Tochaku Market Vol. 3

Setelah membuat *entrance gate* untuk keperluan 2000s Market vol. 6, penulis ditugaskan kembali untuk membuat *entrance gate* untuk Tochaku Market vol. 3 dengan tema yang berbeda, yaitu "*Pink summer beach".* Dengan adanya perubahan konsep dari yang sebelumnya, penulis diberikan *moodboard,* asset, dan referensi dari *entrance gate* volume sebelumnya oleh *Lead*

*Creative*. Penulis diminta untuk membuat 2 konsep dalam satu *entrance gate*, yaitu konsep Tochaku Market dengan konsep 2000z Bazaar dikarenakan adanya kolaborasi diantara kedua bazaar tersebut.

Gambar 3.20 Moodboard Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3

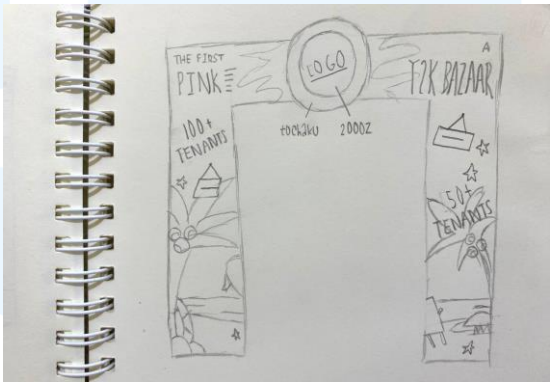
Tochaku Market vol. 3 memiliki konsep *pink summer* yang menggambarkan pantai, sedangkan 2000z Bazaar memiliki konsep Y2K dengan ciri khas *leopard printnya*. Melalui hasil *moodboard* yang diberikan oleh *Lead Creative,* penulis juga diberikan asset Tochaku Market Vol. 3 untuk menghiasi *entrance gate*

Gambar 3.21 Asset Tochaku Market Vol. 3

Selain itu, penulis juga diberikan *copywriting* oleh *Content Creator* untuk dimasukkan ke dalam *entrance gate,* yaitu “The First Pink Art Trinket Market in Jakarta”, “A Y2K Bazaar”, “100+ Tenants”, “50+ Tenants”. Setelah diberikan *copywriting,* penulis diminta untuk menggabungkan logo Tochaku Market dengan 2000z bazaar agar dapat diletakkan di tengah *entrance gate.* Penulis memanfaatkan aset logo yang ada dan membuat penggabungan bersama dengan foto laut untuk menandakan pantai.

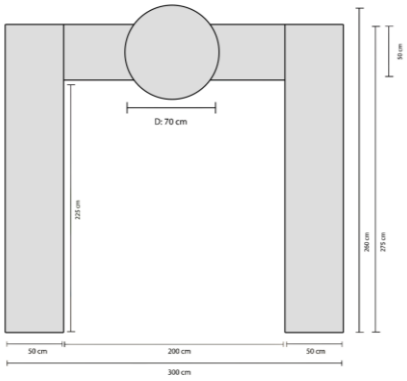
Gambar 3.22 Penggabungan Logo Tochaku Market dan 2000z Bazaar

Melalui penggabungan logo yang telah dikerjakan, penulis menggabungkan hasil dari logo Tochaku Market dengan 2000z Bazaar ke dalam pertimbangan dalam melakukan sketsa. Penulis kemudian melakukan sketsa terhadap *entrance gate* untuk diajukan ke *Supervisor* yang kemudian akan diajukan juga ke pihak 2000z bazaar.



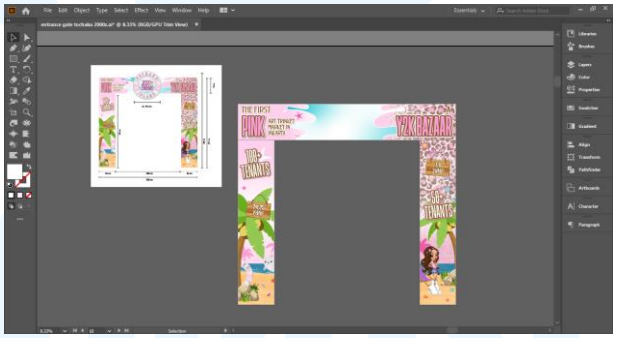

Gambar 3.23 Sketsa Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3

Setelah mendapatkan *approval* dari *Supervisor* dan pihak 2000z Bazaar, penulis memasuki ke tahapan digitalisasi. *Lead Creative* memberikan ukuran yang telah didiskusikan oleh vendor kepada penulis sebelum memasuki tahapan digitalisasi dan menggunakan sketsa penulis sebagai pertimbangan dalam memilih ukuran *entrance gate*.




Gambar 3.24 Kerangka Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3

Melalui hasil kerangka ini, penulis memasuki tahapan digitalisasi. Kemudian, penulis juga menambahkan asset Tochaku Market Vol. 3 yang telah diberikan oleh *Lead Creative* untuk mengisi *entrance gate* dengan desain berdasarkan hasil sketsa. Penulis mengerjakan *entrance gate* dengan software *Adobe Illustrator*.



Gambar 3.25 Proses Pengerjaan Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3

Penulis memanfaatkan aset dari Tochaku Market dan 2000z Bazaar dalam menggambarkan "Pink Summer Beach" dengan cara menambahkan di setiap sisi *entrance gate*. Kemudian, penulis menambahkan illustrasi yang berhubungan dengan pantai seperti laut, pohon kelapa, batu dan rumput, pasir, bintang laut, dan kerang. Dari hasil proses pengerjaan *entrance gate* ini, penulis mengajukan hasil digitalisasi kepada *Lead Creative* untuk mendapatkan *approval* pertama. Kemudian, *Lead Creative* akan meneruskan hasil desain *entrance gate* kepada *Supervisor* dan

pihak 2000z Bazaar untuk mendapatkan *approval kedua.* Setelah mendapatkan *approval* dari keduanya, penulis melakukan *export* hasil karya akhir dan dikirim ke *Founder* untuk lanjut ke tahapan percetakan *entrance gate* ke *vendor*.

Gambar 3.26 Digitalisasi Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3

Setelah mendapatkan *approval* dari keduanya, penulis melakukan *export* hasil karya akhir dan dikirim ke *Founder* untuk lanjut ke tahapan percetakan *entrance gate*. Penulis menyertakan PDF yang berisi ukuran kerangka *entrance gate* dan desain masing-masing sisi *entrance gate* untuk dikirim ke *vendor*.

Gambar 3.27 Hasil Entrance Gate Tochaku Market Vol. 3

Hasil dari proses percetakan *entrance gate* kemudian dibawa ke Chillax Sudirman, tempat dimana acara bazaar tersebut diselenggarakan. *Entrance gate* ini diletakkan pada depan pintu

masuk bazaar Tochaku Market Vol. 3 untuk menandakan pintu masuk dan mengidentifikasi lokasi Tochaku Market Vol. 3 berlangsung.

#### 3.3.2.2 Poster Pre Event Tochaku Market Vol. 3

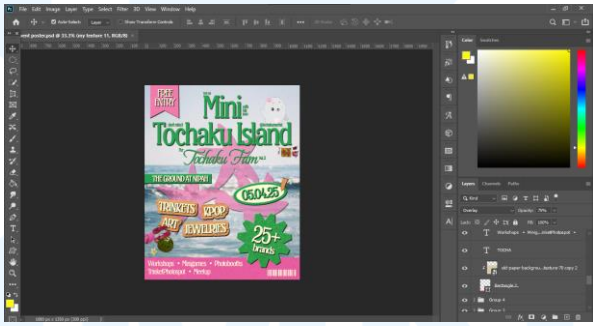
Penulis ditugaskan untuk membuat poster pre event Tochaku Market Vol. 3 untuk *Instagram Feeds* dan cetak untuk keperluan pada saat pre event berlangsung. Melalui tema bazaar yang telah diberikan oleh *Lead Creative* yaitu "Pink Summer Beach*",* penulis kemudian membuat *moodboard* untuk diajukan kepada *Lead Creative* untuk memastikan gambaran besar visual dalam pre event poster sudah sesuai dengan keinginan.

Gambar 3.28 Moodboard Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3

Setelah *moodboard* disetujui oleh *Lead Creative,* penulis diberikan *copywriting* untuk pre event poster Tochaku Market Vol. 3, yaitu "*Tochaku Mini Island*", "*The Ground At Nipah*", "*05.04.25*", "*25+ Brands*", "*Trinkets, KPOP, Art, Jewelries, Workshops, Minigames, Photobooths, Trinket Photospot, Meetup*" dan selebihnya penulis menambahkan sendiri sesuai dengan kebutuhan. Setelah mendapatkan *copywriting,* penulis membuat sketsa untuk poster pre event dengan menambahkan asset Tochaku Market Vol. 3.

Gambar 3.29 Sketsa Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3

Penulis mengajukan hasil sketsa ini kepada *Lead Creative* untuk mendapatkan *approval* untuk melanjutkan ke tahapan digitalisasi. Penulis menambahkan aset yang berhubungan dengan pantai, seperti laut dan bintang laut. Setelah diberikan *approval*, penulis membuat pre event poster dengan software *Adobe Photoshop*.




Gambar 3.30 Proses Pengerjaan Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3

Setelah menyelesaikan proses pembuatan pre event poster, penulis mengajukan hasil keseluruhan visual kepada *Lead Creative* untuk mendapatkan *approval* pertama. Setelah mendapatkan *approval* pertama, *Lead Creative* mengajukan hasil kepada *Supervisor* untuk mendapatkan *approval* kedua. Penulis memastikan kembali aset foto maupun PNG agar tetap HD dan mudah untuk dibaca.

Gambar 3.31 Digitalisasi Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3

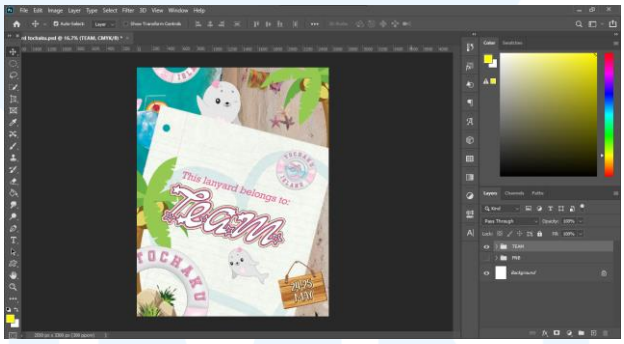
Melalui hasil ini, *Supervisor* akan melanjutkan ke tahapan selanjutnya, yaitu percetakan. Hasil dari pre event poster ini dicetak dengan ukuran A3 dan digunakan selama acara pre event poster berlangsung sebagai media kolateral. Penulis melakukan penyesuaian ke ukuran A3 dan memastikan tidak ada desain yang terpotong.

Gambar 3.32 Hasil Pre Event Poster Tochaku Market Vol. 3

Pre Event Poster ini ditempel di sisi tembok The Ground At Nipah selama acara Pre Event Tochaku Market Vol. 3 untuk menghiasi dekorasi bazaar dan menandakan adanya event yang sedang berlangsung.

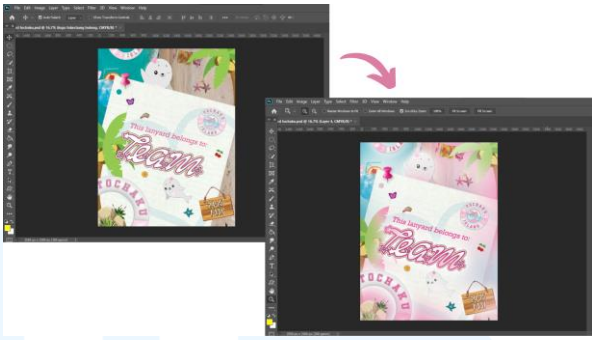
### 3.3.2.3 Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3

Salah satu keperluan dalam suatu *event* adalah lanyard. Penulis ditugaskan untuk membuat lanyard untuk *Brands, FnB,* dan *team* Tochaku Market Vol. 3 yang akan berpartisipasi selama 2 hari. Sebelumnya, penulis diminta untuk membuat lanyard menggunakan desain *entrance gate* yang telah dibuat sebagai key visual. *Lead Creative* memberikan usulan ukuran untuk desain lanyard, yaitu 11 x 8,5cm. Penulis kemudian menggunakan software *Adobe Photoshop* dalam mendesain lanyard. Oleh karena penulis telah membuat *feed filler* dan desain cetak Tochaku Market yang berhubungan dengan konsep "Pink Summer Beach" secara rutin, penulis menggunakan *moodboard* yang sama dalam proses pembuatan desain *lanyard.*




Gambar 3.33 Proses Pengerjaan Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3

Selama proses pengerjaan lanyard, penulis melakukan *retouch* foto agar terlihat lebih nyata dan berwarna. Penulis menggunakan *brush* dalam *Adobe Photoshop* terhadap sisi yang terlihat kosong maupun *flat.*



Gambar 3. 34 Proses Retouch Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3

Kemudian, penulis mengajukan hasil dari desain lanyard kepada *Lead Creative* untuk diajukan lagi ke *Supervisor* agar dapat segera dicetak. Setelah disetujui desain *lanyard*, penulis diminta untuk membuat mockup desain lanyard untuk dikirim sebagai gambaran saat melakukan percetakan.

Gambar 3.35 Mockup Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3

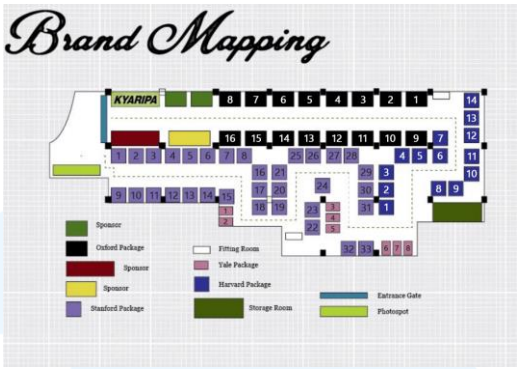
Setelah proses mockup, lanyard kemudian dicetak untuk dibagikan ke *tenants* dan tim inti Tochaku Market Vol. 3. Lanyard ini hanya dibagikan 2 untuk masing-masing tenant dan jika ada ingin melakukan *add on* lanyard, akan dikenakan biaya tambahan. Penulis menggunakan desain yang sama untuk lanyard *brands*, *fnb*, dan *team*, hanya mengubah teks untuk setiap jenis lanyard.

Gambar 3.36 Hasil Lanyard Main Event Tochaku Market Vol. 3

Selama event berlangsung, *tenant* dan tim dihimbau untuk menggunakan lanyard untuk mendapatkan akses dalam melakukan proses *loading in* dan *loading out.*

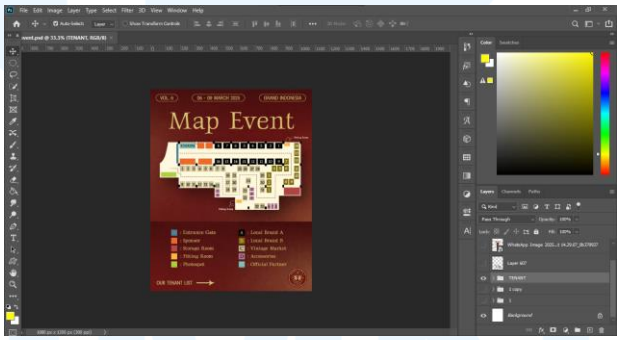
### 3.3.2.4 Map Event 2000s Market Vol. 6

Untuk memudahkan pengunjung dalam mengetahui letak *tenant* yang diincar, penulis ditugaskan untuk membuat *map event* untuk keperluan pengunjung dan Grand Indonesia. Penulis diberikan briefing terhadap sistem pengerjaan *map event.* Untuk pemetaan *exhibition hall* Grand Indonesia, *founder* telah mendapatkan kerangka dan peletakkan dari pihak Grand Indonesia. Kemudian, *Founder* melakukan diskusi bersama *Supervisor* untuk menentukan *flow* selama berada dalam bazaar beserta dengan letak masing-masing *tenant* yang berpartisipasi di 2000s Market vol. 6. Setelah itu, *Supervisor* meneruskan gambaran *mapping* kepada penulis untuk diperbagus dan akan digunakan di Instagram Feeds dan gambar kerja.



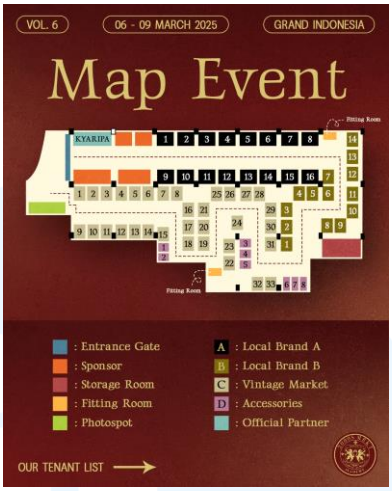

Gambar 3.37 Brief Mapping 2000s Market Vol. 6

Setelah mendapatkan gambaran *mapping* untuk venue yang terletak di Grand Indonesia, penulis memasuki tahapan digitalisasi menggunakan software *Adobe Photoshop* untuk mendapatkan *approval* pertama dari *Lead Creative* dan memperbagus hasil *mapping* yang kemudian akan di posting ke Instagram menggunakan warna 2000s Market Vol. 6.




Gambar 3.38 Proses Digitalisasi Mapping 2000s Market Vol. 6

Melalui proses ini, penulis mengajukan hasil dari proses digitalisasi *mapping* 2000s Market Vol. 6 kepada *Lead Creative* dan *Supervisor.* Penulis mengerjakan *map event* sesuai dengan kerangka letak booth *tenant* yang telah diberikan oleh *Supervisor* dan memastikan setiap letak booth bersama dengan nomor yang sesuai.




Gambar 3.39 Digitalisasi Mapping 2000s Market Vol. 6

Selain mengerjakan *map event*, penulis diminta oleh *Supervisor* untuk memasuki list tenant yang akan berpartisipasi selama acara berlangsung. Penulis kemudian menerima list tenant dari google sheets oleh *Social Media Specialist.* List yang telah didapatkan oleh penulis kemudian dipindahkan ke dalam bentuk digital menggunakan software *Adobe Photoshop.* Konsep dari desain list tenant lineup dibuat serupa dengan *map event* karena akan diposting dalam bentuk *slide.*

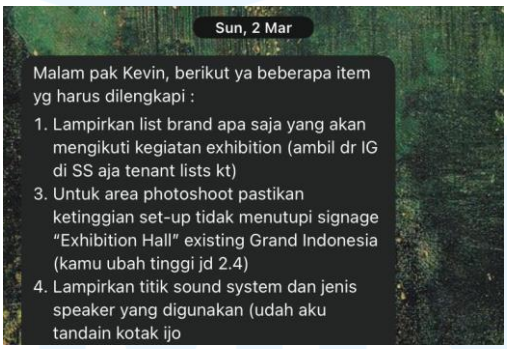
Gambar 3.40 Digitalisasi List Tenant Lineup 2000s Market Vol. 6

Kemudian, penulis meneruskan hasil digitalisasi list tenant lineup kepada *Lead Creative* agar dapat diteruskan ke *supervisor*. Setelah di *approve*, penulis ditugaskan untuk memasuki hasil

*mapping* yang telah dibuat ke dalam gambar kerja 2000s Market vol. 6 untuk dikirimkan ke pihak Grand Indonesia. Penulis melakukan *export* dalam file png untuk memindahkan kerangka mapping ke dalam canvas yang berbeda.

Gambar 3.41 Gambar Kerja Mapping 2000s Market Vol. 6

Setelah menyelesaikan gambar kerja mapping untuk 2000s Market, penulis meneruskan ke *founder* agar dapat di *approve* dan diteruskan ke pihak Grand Indonesia. Kemudian, penulis dikabarkan ada revisi dari pihak Grand Indonesia dan diminta untuk menambahkan beberapa detail terkait kekurangan informasi.




Gambar 3.42 Revisi Gambar Kerja Mapping 2000s Market Vol. 6

Setelah mendapatkan hasil revisi dari *forward message* pihak Grand Indonesia oleh *founder*, penulis kemudian melakukan perbaikan dalam gambar kerja mapping untuk 2000s Market dan di diskusikan bersama *founder* terkait penambahan informasi. Penulis menambahkan keterangan ukuran booth *tenant* dan peletakkan speaker sesuai dengan keinginan dari pihak Grand Indonesia.

Gambar 3.43 Hasil Revisi Gambar Kerja Mapping 2000s Market Vol. 6

Dari hasil revisi gambar kerja mapping 2000s Market yang telah dikerjakan, penulis meneruskan ke *founder* untuk diajukan kembali ke pihak Grand Indonesia. Setelah di *approve* oleh pihak Grand Indonesia, 2000s Market diizinkan untuk melaksanakan bazaar di *exhibition hall* dan melakukan *loading in*.

## 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama penulis melaksanakan magang di 2000s Market sebagai *graphic designer*, tentunya penulis mengalami kendala dalam beberapa aspek. Berikut adalah kendala yang dialami oleh penulis selama magang.

### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

1. Kendala pertama yang dialami oleh penulis selama magang adalah kesulitan dalam berbaur di lingkungan kerja yang baru. Selama menjalankan magang di minggu awal, penulis mengalami kesulitan dalam beradaptasi karena penulis bergabung dalam tim secara baru, dan beberapa pekerja di 2000s Market sudah bekerja sejak lama sehingga lebih kenal satu sama lain.

2. Kendala kedua yang dialami oleh penulis selama magang adalah kesulitan dalam memahami *brief* dan konsep yang dituju. Pada awalnya, penulis merasa bahwa hasil akhir karya sudah sesuai dengan brief. Namun karena penulis mempunyai *artstyle* tersendiri, penulis mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan *brief* yang diberikan.

3. Kendala ketiga yang dialami oleh penulis selama magang adalah kesulitan dalam menentukan ukuran canvas yang sesuai untuk dicetak secara

HD. Penulis memiliki pengalaman yang sedikit untuk mencetak desain berukuran besar seperti *entrance gate*, *backdrop,* dan *hanging banner* sehingga tidak dapat menentukan ukuran yang sesuai secara mudah.

4. Kendala keempat yang dialami oleh penulis selama magang adalah kesulitan dalam menentukan warna dan *moodboard* untuk setiap desain karena penulis diberikan kebebasan untuk berkreasi. Permasalahan ini terjadi ketika penulis mencoba untuk menggabungkan *brief* dengan ide penulis yang bertolak belakang.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Dengan kendala yang dihadapi oleh penulis selama magang, penulis mencarikan solusi yang dapat mengatasi kendala yang dialami. Solusi ini dapat berguna untuk meningkatkan kinerja penulis dan mempelajari hal-hal baru selama melaksanakan magang. Berikut adalah solusi yang dilaksanakan penulis selama magang berlangsung.

1. Solusi pertama yang dilaksanakan penulis ketika mengalami kesulitan dalam berbaur di lingkungan kerja yang baru adalah beradaptasi dengan cara berkomunikasi dan berbaur. Penulis dapat bergaul dengan rekan kerja seiring magang berlangsung dan memastikan bahwa hasil kerja selama magang selesai tepat waktu sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap rekan kerja.

2. Solusi kedua yang dilaksanakan penulis ketika mengalami kesulitan dalam memahami *brief* dan konsep yang dituju adalah melakukan riset secara mendalam terhadap keinginan perusahaan dan bertanya apabila *brief* yang diberikan kurang jelas. Penulis juga dapat menanyakan *progress* karya visual sebelum final agar revisi tidak bersifat keseluruhan.

3. Solusi ketiga yang dilaksanakan penulis ketika mengalami kesulitan dalam menentukan ukuran canvas yang sesuai untuk dicetak secara HD adalah berdiskusi dengan *supervisor* atau melakukan pencarian di internet.

4. Solusi keempat yang dilaksanakan penulis ketika mengalami kesulitan dalam menentukan warna dan *moodboard* untuk setiap desain adalah melakukan riset secara mendalam terhadap tema masing-masing bazaar dan review kembali hasil desain yang pernah dilakukan sebelumnya dan dijadikan sebagai insiprasi.