

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang**

Dalam menjalankan program magang di Rhapsodie.co, penulis menempati posisi sebagai intern graphic designer yang tergabung dalam tim kreatif perusahaan. Posisi ini memberikan penulis kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai proses produksi visual, khususnya dalam mendukung kebutuhan desain untuk promosi dan komunikasi brand. Penulis bekerja bersama dengan tim yang terdiri dari Project Manager, Copywriter, Senior Graphic Designer, dan tim media sosial untuk memastikan setiap konten visual yang dihasilkan relevan, komunikatif, dan sesuai dengan tujuan pemasaran. Peran ini menjadi pengalaman penting bagi penulis dalam memahami alur kerja profesional dalam industri kreatif, khususnya di bidang desain grafis yang berorientasi pada branding dan promosi.

Dalam alur kerja harian, Project Manager menjadi pihak pertama yang menerima permintaan desain dari berbagai pihak, baik dari internal Rhapsodie.co maupun dari lini bisnis turunannya. Permintaan ini bisa berasal dari kebutuhan promosi media sosial, event, kampanye musiman, maupun kebutuhan komunikasi internal brand. Setelah menerima permintaan tersebut, Project Manager akan mengarahkan tim copywriter untuk menyusun brief yang menjelaskan secara lengkap mengenai konsep visual, pesan utama, dan target audiens. Brief ini menjadi dasar acuan utama bagi tim desain dalam mengembangkan konsep visual yang sesuai. Setelah brief selesai disusun, Project Manager kemudian mengalokasikan tugas tersebut kepada desainer yang sesuai, baik intern maupun senior, berdasarkan kompleksitas pekerjaan dan ketersediaan waktu.

Sebagai intern graphic designer, penulis bertugas mengerjakan desain berdasarkan brief yang telah diberikan. Setelah desain awal selesai dikerjakan, penulis akan melakukan asistensi kepada Senior Graphic Designer untuk mendapatkan masukan, saran perbaikan, maupun revisi yang diperlukan. Keduanya

memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa hasil desain memenuhi standar kualitas perusahaan dan selaras dengan identitas visual brand Rhapsodie.co. Proses ini tidak hanya membantu menjaga kualitas hasil akhir, tetapi juga membentuk komunikasi tim yang solid serta kolaboratif. Dengan koordinasi yang terstruktur antara Project Manager, Copywriter, Designer, dan tim lainnya, alur produksi desain dapat berjalan dengan lancar dan hasilnya pun lebih optimal dalam mendukung strategi komunikasi visual perusahaan.

### **3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang**

Penulis berkesempatan untuk melaksanakan program magang di perusahaan Rhapsodie sebagai seorang *graphic design intern*. Kesempatan ini menjadi pengalaman berharga dalam mengasah keterampilan desain grafis secara langsung di dunia kerja profesional. Selama masa magang, penulis tidak hanya belajar mengenai teknis desain, tetapi juga memahami bagaimana alur kerja dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang musik dan pemasaran kreatif. Tanggung jawab yang diberikan mencakup pembuatan materi promosi seperti desain media sosial, poster, banner, hingga visual untuk event atau campaign tertentu.

Dalam menjalankan tugasnya, penulis kerap kali bekerja sama dengan tim marketing untuk memastikan bahwa desain yang dibuat sesuai dengan strategi komunikasi dan promosi yang sedang dijalankan. Selain itu, penulis juga berinteraksi dan berkolaborasi dengan tim desain lain di divisi yang berbeda, termasuk senior graphic designer yang bertanggung jawab atas marketing di head office Rhapsodie. Kolaborasi lintas divisi ini memberikan wawasan tambahan mengenai standar desain perusahaan, proses revisi, serta pentingnya konsistensi visual dalam membangun identitas brand. Pengalaman ini turut meningkatkan kemampuan penulis dalam berkomunikasi secara profesional dan beradaptasi dengan lingkungan kerja yang dinamis.

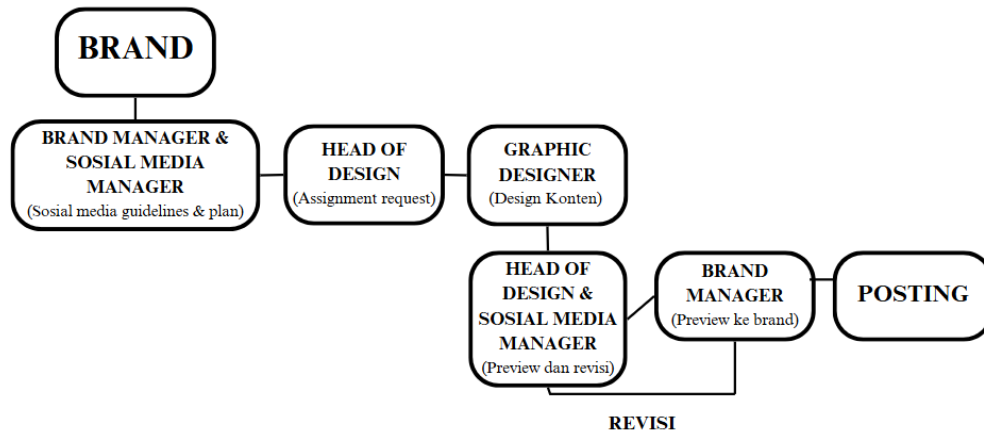
### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam alur kerja sehari-hari di Rhapsodie.co, Project Manager memegang peranan penting sebagai titik awal dalam proses pengelolaan permintaan desain. Project Manager menjadi pihak pertama yang menerima berbagai permintaan desain, baik yang berasal dari internal Rhapsodie.co maupun dari brand-brand turunannya. Permintaan ini dapat mencakup berbagai kebutuhan, mulai dari materi promosi untuk media sosial, desain poster event, hingga materi visual untuk kampanye khusus. Setelah permintaan diterima, Project Manager akan melakukan analisis awal untuk memahami kebutuhan proyek dan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterjemahkan dengan jelas dalam bentuk visual.

Langkah berikutnya adalah mendistribusikan informasi tersebut kepada tim copywriter untuk disusun menjadi brief yang lengkap dan jelas. Brief ini biasanya mencakup berbagai elemen penting seperti latar belakang proyek, tujuan komunikasi, audiens target, referensi visual, hingga elemen-elemen yang wajib dicantumkan dalam desain. Dengan adanya brief yang terstruktur, tim desain akan memiliki panduan yang jelas dalam mengerjakan tugasnya. Setelah brief selesai, Project Manager kemudian mengalokasikan tugas kepada desainer yang tersedia, baik itu intern graphic designer maupun senior graphic designer, tergantung pada kompleksitas proyek dan urgensi waktu penyelesaian.

Sebagai intern graphic designer, penulis akan mulai mengerjakan tugas yang telah dialokasikan berdasarkan brief yang diberikan. Setelah desain awal selesai dikerjakan, penulis akan melakukan proses asistensi terlebih dahulu kepada senior graphic designer untuk mendapatkan masukan dan revisi. Terkadang, asistensi juga dilakukan kepada Project Manager atau Head Creative untuk evaluasi tambahan. Proses revisi ini menjadi bagian penting dari alur kerja karena memastikan hasil akhir sesuai dengan ekspektasi tim dan tetap dalam koridor identitas visual brand. Agar alur kerja ini dapat dipahami secara menyeluruh, biasanya juga dilengkapi dengan bagan visual yang menggambarkan jalannya proses dari permintaan desain

hingga publikasi akhir, sehingga memudahkan semua pihak untuk menjalankan peran dan tanggung jawabnya masing-masing.



Gambar 2. 7 Gambar Alur Bagan

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani magang di Rhapsodie.co, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam berbagai aktivitas yang berkaitan langsung dengan bidang desain grafis. Keterlibatan ini mencakup proses kreatif dari awal hingga akhir, mulai dari menerima brief, melakukan riset visual, hingga menghasilkan desain akhir yang siap digunakan. Pengalaman ini menjadi langkah awal yang penting bagi penulis dalam menerapkan ilmu desain yang telah dipelajari ke dalam konteks kerja profesional, khususnya di lingkungan sekolah musik yang dinamis.

Pekerjaan yang dilakukan selama magang meliputi pembuatan berbagai materi promosi seperti poster, konten media sosial, banner digital, serta desain untuk kebutuhan operasional internal perusahaan. Selain itu, penulis juga turut membantu dalam proses produksi seperti mendukung sesi photoshoot dan pengambilan video untuk keperluan promosi brand alat musik yang bekerja sama dengan Rhapsodie.co. Kegiatan ini memberikan wawasan tambahan tentang pentingnya visual branding serta bagaimana desain berperan dalam memperkuat identitas dan pesan dari sebuah produk atau layanan.

Setiap tugas yang dijalani selama masa magang memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam memahami alur kerja industri kreatif. Penulis belajar bagaimana berkomunikasi dengan tim lintas divisi, mengikuti arahan dengan detail, serta menyelesaikan pekerjaan sesuai deadline. Selain mengasah kemampuan teknis dalam desain grafis, penulis juga memperoleh pengetahuan baru mengenai industri musik dan bagaimana strategi visual digunakan untuk mendukung pertumbuhan dan visibilitas sekolah musik seperti Rhapsodie.co.

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

| Minggu | Tanggal             | Proyek                                        | Keterangan                                                                                                                                                                                                 |
|--------|---------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | 6- 14 Februari 2025 | Design untuk promosi                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat carousell</li> <li>- Membuat feed isntagram</li> <li>- Membuat story instagram</li> </ul>                                                                 |
| 2      | 17-21 Februari 2025 | Design promosi untuk sewa alat musik          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat carousell</li> <li>- Membuat feed isntagram</li> <li>- Membuat story instagram</li> </ul>                                                                 |
| 3      | 24-28Februari       | Design untuk promosi music store rahpsodie.co | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat carousell</li> <li>- Membuat feed isntagram</li> <li>- Membuat story instagram</li> </ul>                                                                 |
| 4      | 3-7 maret 2025      | Design untuk rahpsodie Teacher                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat carousell</li> <li>- Membuat feed isntagram</li> <li>- Membuat story Instagram</li> <li>- Membuat poster</li> </ul>                                       |
| 5      | 10-14 Maret 2025    | Design untuk rahpsodie <i>music space</i>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat carousell</li> <li>- Membuat feed isntagram</li> <li>- Membuat story Instagram</li> <li>- Membuat poster</li> </ul>                                       |
| 6      | 17-21 Maret 2025    | Design untuk rahpsodie.co                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting untuk sebuah expo yang akan dilaksanakan di ICE BSD</li> </ul>                                                                                            |
| 7      | 24-27 Maret 2025    | Make Expo                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meeting untuk kebutuhan apa saja yang dibutuhkan</li> <li>- Melakukan desain yang dibutuhkan untuk mensupport aktivitas yang nantinya akan di lakukan.</li> </ul> |

|    |                |                                           |                                                                                                                             |
|----|----------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8  | 8-17 April     | Make expo                                 | - Melakukan design yang akan dibutuhkan di Make expo, yang akan di letakkan pada keliling ICE BSD.                          |
| 9  | 21-30          | Make expo                                 | - Membuat design yang dilakukan untuk mempromosikan acara Make expo yang akan di lakukan pada tanggal 4 mei 2025            |
| 10 | 5-9 Mei 2025   | Sunter                                    | - Membuat poster dari brand music untuk ditampilkan atau di tempel di dinding Rhapsodie Cantata Music yang berada di sunter |
| 11 | 13-23 Mei 2025 | Rhapsodie.co                              | - Membuat poster dan kebuthan untuk grand opening rhapsodie Cantata Music.                                                  |
| 12 | 19-23 Mei 2025 | Design untuk rhapsodie Teacher            | - Membuat design daily untuk di upload di social media rhapsodie.co dan lain lainnya                                        |
| 13 | 26-30 Mei 2025 | Design untuk rhapsodie <i>music store</i> | - Membuat design daily untuk di upload di social media rhapsodie.co dan lain lainnya                                        |

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang di Rhapsodie.co, penulis berkesempatan untuk terlibat secara aktif dalam berbagai kegiatan pemasaran yang mencakup seluruh 12 turunan brand dari Rhapsodie.co. Kegiatan ini melibatkan pengerjaan berbagai proyek khusus yang dirancang untuk mendukung strategi promosi perusahaan. Beberapa proyek yang dikerjakan antara lain adalah kampanye Ramadan, promosi program sekolah musik, serta promosi tempat sewa alat musik. Selain itu, penulis juga turut ambil bagian dalam pembuatan materi promosi lainnya yang ditujukan untuk memperkuat branding dan meningkatkan awareness dari masing-masing brand turunan.

Dalam menjalankan tugas-tugas tersebut, penulis bertanggung jawab untuk membuat materi visual seperti konten media sosial, poster promosi, banner digital, dan elemen grafis lainnya yang dibutuhkan oleh tim pemasaran. Setiap desain yang dibuat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing brand dan audiens targetnya. Fokus utama dalam komunikasi visual Rhapsodie.co adalah menjangkau segmen anak-anak, sehingga gaya desain yang digunakan cenderung ceria, edukatif, dan mudah dipahami. Penulis belajar untuk menyesuaikan konsep desain dengan pendekatan visual yang sesuai, baik dari sisi warna, ilustrasi, maupun tata letak.

Dalam setiap proses desain, penulis secara rutin melakukan asistensi dan diskusi dengan Senior Designer serta Chief Marketing Officer (CMO). Kolaborasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa hasil desain yang dikerjakan tetap konsisten dengan standar visual brand yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu, proses review ini juga menjadi momen penting bagi penulis untuk mendapatkan masukan konstruktif, memperbaiki detail teknis, serta memahami strategi komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada target audiens. Melalui pengalaman ini, penulis tidak hanya mengembangkan kemampuan teknis desain, tetapi juga meningkatkan pemahaman terhadap branding dan peran penting visual dalam pemasaran.

### **3.3.1 Proses Pembuatan Konten Media Sosial**

Selama proses pelaksanaan magang di Rhapsodie.co, penulis diberikan kesempatan untuk mengerjakan berbagai proyek yang memberikan pengalaman berharga dalam menghadapi tantangan di lingkungan kerja profesional. Setiap proyek memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda, sehingga penulis dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat serta memahami konteks dan tujuan dari desain yang dikerjakan. Melalui pengalaman ini, penulis tidak hanya mengembangkan keterampilan teknis dalam desain grafis, tetapi juga belajar bagaimana mengelola waktu, menerima umpan balik, dan bekerja secara kolaboratif dengan berbagai pihak di dalam tim.

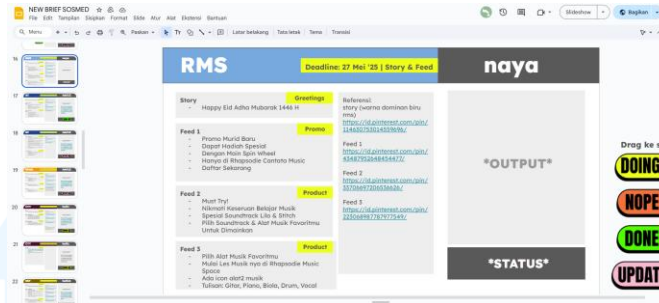
Salah satu proyek yang memberikan pengalaman paling berkesan bagi penulis adalah pengerjaan desain untuk piala penghargaan dan acara Make Expo. Proyek ini berlangsung cukup panjang dan melalui banyak tahap revisi, karena setiap elemen desain perlu disesuaikan agar selaras dengan konsep acara dan nilai visual brand yang ingin disampaikan. Proses diskusi intensif dan pengembangan ide secara bertahap membuat penulis belajar tentang pentingnya ketelitian dan kesabaran dalam menyempurnakan hasil akhir. Proyek ini juga menjadi bukti bahwa setiap detail visual harus dirancang secara informatif dan menarik agar mampu menyampaikan pesan dengan efektif kepada audiens yang dituju.

### **1. Brief Graphic Design**

Dalam setiap pengerjaan proyek desain selama magang di Rhapsodie.co, penulis selalu memulai proses dengan melihat dan memahami brief yang diberikan oleh tim. Brief ini berisi informasi penting mengenai tujuan desain, konten yang harus dimuat, serta referensi visual yang diinginkan. Dengan memahami brief secara menyeluruh, penulis dapat mengetahui arah desain yang diharapkan dan memastikan bahwa hasil akhir selaras dengan identitas visual brand. Selain itu, brief juga membantu penulis mengatur alur kerja, mulai dari brainstorming ide hingga proses eksekusi desain.

Referensi yang diberikan oleh tim media sosial menjadi panduan penting dalam menentukan gaya visual yang tepat. Penulis belajar bagaimana menganalisis referensi tersebut agar dapat menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga sesuai dengan karakter target audiens, khususnya anak-anak dan remaja. Penyesuaian ini meliputi pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, hingga penempatan elemen visual lainnya. Dengan pendekatan ini, penulis berusaha memastikan bahwa setiap desain yang dihasilkan mampu

menyampaikan pesan dengan efektif dan mendukung tujuan pemasaran yang telah ditentukan oleh tim.

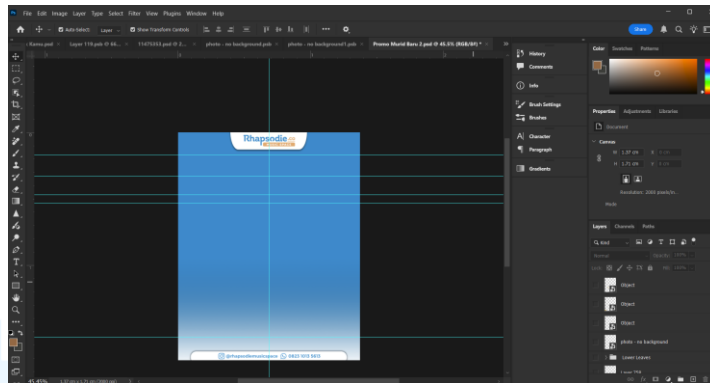


Gambar 2. 8 Brief Kerjaan

## 2. Design Template

Pada tahap awal pengerjaan desain, penulis biasanya memulai dari halaman kosong tanpa template yang sudah jadi. Pendekatan ini dilakukan agar penulis memiliki keleluasaan penuh dalam menata elemen visual sesuai dengan kebutuhan dan konsep desain yang telah dirancang sebelumnya. Dengan memulai dari halaman kosong, penulis dapat lebih bebas mengeksplorasi berbagai kemungkinan tata letak, pemilihan warna, hingga komposisi visual yang paling tepat untuk menciptakan desain feed Instagram yang menarik dan komunikatif.

Pendekatan ini juga mempermudah penulis dalam menyesuaikan desain dengan referensi yang diberikan oleh tim media sosial, sekaligus mempertimbangkan karakteristik audiens yang dituju. Halaman kosong memberi ruang kreatif yang luas untuk menyesuaikan setiap elemen baik teks, gambar, maupun ilustrasi—dengan pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, proses ini melatih penulis untuk berpikir secara konseptual dan teknis secara bersamaan, sehingga setiap hasil desain tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berfungsi secara strategis dalam mendukung kampanye pemasaran yang sedang dijalankan oleh Rhapsodie.co.



Gambar 2. 9 Template Rhapsodie

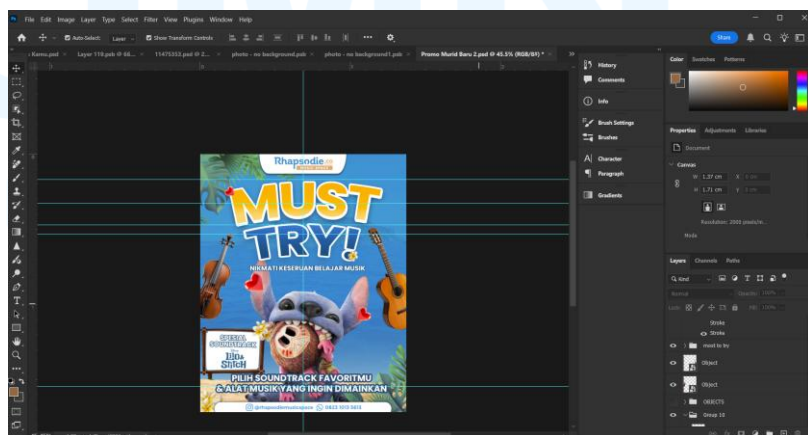
### 3. Proses Desain

Setelah penulis memilih template yang sesuai dengan identitas brand yang akan dikerjakan, langkah selanjutnya adalah mempelajari referensi visual yang biasanya diberikan oleh tim media sosial (anak sosmed). Referensi tersebut berperan sebagai panduan awal untuk menentukan elemen-elemen desain yang perlu digunakan, serta menyesuaikan gaya visual dengan karakteristik masing-masing brand. Dengan adanya referensi ini, penulis dapat memahami arah desain yang diinginkan, seperti tone warna, jenis tipografi, komposisi elemen, hingga gaya ilustrasi atau foto yang perlu ditampilkan dalam konten.

Selama proses mendesain, penulis secara konsisten merujuk pada referensi yang telah disediakan untuk memastikan hasil desain tetap relevan dan sesuai dengan arahan brand. Referensi tersebut sangat membantu dalam menyusun layout yang rapi, efektif, dan menarik secara visual. Dengan begitu, proses desain menjadi lebih terarah dan efisien, serta mengurangi risiko revisi karena hasilnya telah disesuaikan sejak awal dengan ekspektasi tim. Pendekatan ini juga memperkuat kemampuan penulis dalam membaca dan menerjemahkan brief visual ke dalam karya desain yang komunikatif dan estetik.

Dalam proses pembuatan desain, penulis juga memanfaatkan berbagai aset grafis yang diambil dari platform Freepik. Platform ini menyediakan beragam elemen visual seperti ikon, ilustrasi, vektor, dan foto yang sangat membantu dalam mempercepat proses desain. Aset-aset tersebut digunakan untuk melengkapi tampilan visual agar lebih menarik dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya. Penggunaan aset dari Freepik juga memudahkan penulis dalam menyesuaikan desain dengan standar profesional, tanpa harus membuat semua elemen dari awal.

Hal ini juga sejalan dengan kebiasaan para desainer di Rhapsodie.co, di mana Freepik menjadi salah satu sumber utama untuk mendapatkan aset visual. Mayoritas desainer di tim menggunakan Freepik karena kelengkapan koleksinya serta kemudahannya dalam menemukan aset yang relevan dengan kebutuhan desain. Dengan pemanfaatan sumber daya ini, proses kerja menjadi lebih efisien dan hasil desain tetap berkualitas tinggi. Selain itu, penggunaan Freepik juga memungkinkan desainer untuk lebih fokus pada aspek kreatif dan penyesuaian konten, tanpa terbebani oleh pembuatan aset grafis dari nol.



*Gambar 2. 10 Tahap Finalisasi*

#### 4. Tahapan Pengecekan atau Revisi

Pada tahap ini setelah penulis membuat desain, penulis kirim ke divisi sosmed biasanya penulis, asistensi dulu kepada head creative, apakah ada yang harus di ganti atau di revisi. Setelah pada tahap ini tidak ada revisi atau ubahan, dimana saya langsung kirim ke tim sosmed untuk mereka upload sesuai tanggal yang telah di tentukan di brief.



Gambar 2. 11 Tahap Pengecekan

#### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain proyek utama, penulis juga mengerjakan beberapa tugas tambahan selama masa magang. Proyek-proyek tersebut meliputi desain video untuk vendor yang berkerja sama peluncuran menu brand baru alat musik. Seluruh proyek ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk terlibat dalam berbagai aspek desain dan pemasaran, serta memperluas pemahaman terhadap kebutuhan komunikasi visual dalam konteks industri musik.

##### 3.3.2.1 Proyek Video Brand Vendor

Selama menjalani program magang di Rhapsodie.co, penulis dipercaya untuk mengerjakan berbagai tugas yang berhubungan dengan desain grafis dan konten visual lainnya. Tugas-tugas tersebut diberikan langsung oleh supervisor magang dan dikoordinasikan dalam lingkup tim desain serta pemasaran. Lingkup kerja penulis meliputi pembuatan konten visual untuk berbagai

kebutuhan promosi, mulai dari media sosial seperti Instagram dan TikTok, hingga materi promosi cetak dan digital lainnya yang digunakan untuk mendukung kampanye pemasaran Rhapsodie.co dan brand-brand turunannya.

Selain mengerjakan desain statis, penulis juga turut berperan dalam proses editing video yang digunakan sebagai media promosi untuk produk-produk dari brand yang bekerja sama dengan Rhapsodie.co. Video-video ini dirancang secara khusus untuk menonjolkan keunggulan dari setiap produk, baik dari segi fitur, kualitas suara, hingga tampilan visualnya. Dalam proses editing, penulis berusaha menghadirkan alur visual yang informatif namun tetap dinamis, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audiens. Setiap video yang dihasilkan tidak hanya menampilkan produk secara detail, tetapi juga mengangkat nilai estetika serta kesan profesional yang sesuai dengan karakter brand.

Melalui keterlibatan dalam proyek video promosi ini, penulis memperoleh pengalaman praktis dalam menerapkan strategi komunikasi visual yang efektif di ranah pemasaran digital. Penulis belajar bagaimana menciptakan konten visual yang mampu menarik perhatian, mudah dipahami, dan mendorong minat beli dari calon pelanggan. Selain itu, penulis juga semakin memahami pentingnya konsistensi visual dan storytelling dalam membangun branding produk, khususnya dalam platform digital seperti media sosial dan website. Proses ini menjadi bekal berharga bagi penulis dalam mengembangkan kemampuan kreatif dan teknis di bidang desain dan pemasaran visual.

### **1. Brief Edir Video**

Dalam proses pengerjaan desain selama masa magang di Rhapsodie.co, langkah pertama yang penulis lakukan adalah membaca dan memahami brief yang diberikan oleh tim. Brief ini berisi informasi penting mengenai tujuan konten, pesan yang ingin disampaikan, serta jenis desain yang harus dibuat. Melalui brief tersebut, penulis dapat mengetahui arah desain secara umum dan memahami konteks dari setiap proyek yang

dikerjakan. Ini menjadi fondasi awal dalam proses kreatif agar desain yang dihasilkan tidak melenceng dari kebutuhan tim maupun brand.

Selain memahami isi brief, penulis juga diberikan referensi visual oleh tim media sosial sebagai acuan gaya desain. Referensi ini sangat membantu dalam menentukan tone warna, ilustrasi, tipografi, serta komposisi yang sesuai dengan karakter brand dan segmentasi audiens, khususnya anak-anak dan remaja. Dengan adanya referensi tersebut, penulis dapat menyesuaikan ide-ide kreatif agar tetap berada dalam koridor estetika yang telah ditetapkan, sekaligus menjaga konsistensi visual antar konten.

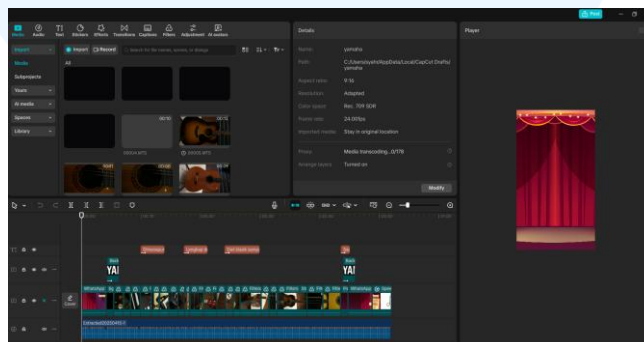
Proses ini sangat penting karena desain yang dihasilkan bukan hanya sekedar menarik secara visual, tetapi juga harus efektif dalam menyampaikan pesan kepada target audiens. Oleh karena itu, penulis tidak hanya berperan sebagai desainer, tetapi juga sebagai komunikator visual yang bertanggung jawab terhadap kejelasan pesan dan daya tarik desain. Dengan mengikuti arahan brief dan referensi yang diberikan, penulis belajar bagaimana menciptakan desain yang strategis, terarah, dan berkontribusi langsung terhadap pencapaian tujuan pemasaran Rhapsodie.co.

## **2. Proses Edit Video**

Setelah penulis memilih template yang sesuai dengan identitas visual brand yang akan dikerjakan, tahap berikutnya adalah melakukan penyesuaian terhadap elemen desain yang ada. Pemilihan template ini dilakukan berdasarkan karakter masing-masing turunan brand dari Rhapsodie.co, seperti tone warna, jenis font, dan struktur layout yang sudah ditentukan sebelumnya. Template berfungsi sebagai kerangka awal yang

mempermudah proses desain, namun tetap memberi ruang untuk eksplorasi dan kreativitas agar hasilnya tidak monoton dan tetap relevan dengan pesan yang ingin disampaikan.

Selanjutnya, penulis akan melihat dan mempelajari referensi visual yang diberikan oleh tim media sosial. Referensi ini umumnya berisi contoh-contoh desain dari platform lain atau desain terdahulu yang dianggap berhasil dalam menjangkau target audiens. Dengan memperhatikan referensi tersebut, penulis dapat menentukan elemen visual mana yang sebaiknya dipertahankan, ditambahkan, atau bahkan dihindari. Hal ini penting untuk memastikan bahwa desain yang dibuat tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga sesuai dengan strategi komunikasi brand.



*Gambar 2. 12 Tahap Awal Pengeditan Video*

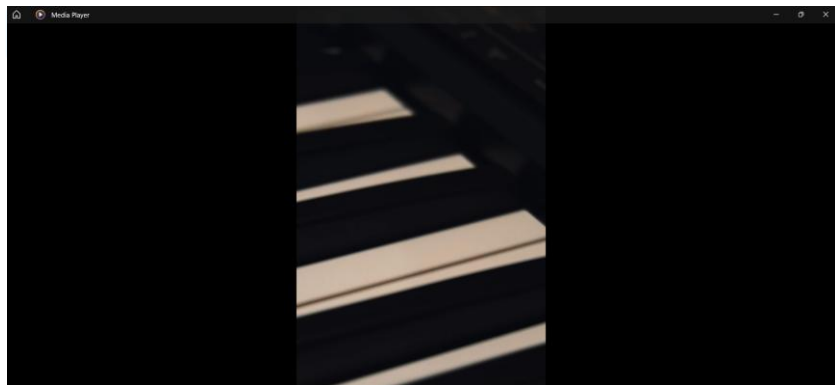
### **3. Tahap Pengecekan atau Revisi**

Pada tahap ini, setelah penulis menyelesaikan desain berdasarkan brief dan referensi yang telah diberikan, langkah selanjutnya adalah mengirim hasil desain tersebut kepada tim media sosial. Namun, sebelum desain dikirim secara final, penulis terlebih dahulu melakukan asistensi atau review internal bersama Head Creative. Proses ini sangat penting untuk memastikan bahwa desain yang dibuat sudah sesuai dengan standar kualitas visual, nilai estetika, dan pesan yang ingin disampaikan oleh brand. Asistensi ini juga menjadi momen

evaluasi untuk melihat apakah desain sudah tepat sasaran dan memenuhi kebutuhan komunikasi yang diinginkan.

Selama sesi asistensi, Head Creative biasanya memberikan masukan atau koreksi terhadap beberapa elemen desain seperti tata letak, pemilihan warna, konsistensi tipografi, serta kejelasan pesan visual. Penulis mencatat setiap masukan yang diberikan dan melakukan revisi sesuai arahan yang diterima. Proses revisi ini tidak hanya meningkatkan kualitas desain, tetapi juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk belajar langsung dari profesional berpengalaman tentang bagaimana menyempurnakan karya visual agar sesuai dengan standar industri. Tahap ini juga melatih kepekaan terhadap detail dan pentingnya ketelitian dalam setiap proyek desain.

Jika setelah proses asistensi tidak ditemukan kesalahan atau revisi lebih lanjut, maka desain dinyatakan siap untuk digunakan. Penulis kemudian mengirimkan file final tersebut kepada tim media sosial untuk selanjutnya dijadwalkan sesuai dengan timeline yang telah ditentukan di dalam brief. Penyerahan ini menandai selesainya satu siklus kerja desain, dari proses kreatif hingga siap dipublikasikan. Melalui pengalaman ini, penulis memahami pentingnya alur kerja yang terstruktur, komunikasi antar tim yang efektif, serta tanggung jawab dalam menjaga kualitas dan ketepatan waktu dalam produksi konten visual di lingkungan profesional seperti Rhapsodie.co.



### **3.3.2.2 Proyek Piala INPF 2025**

Penulis telah mengerjakan berbagai tugas selama menjalani program magang di Rhapsodie.co. Seluruh tugas tersebut dikoordinasikan dan diawasi langsung oleh supervisor magang penulis. Selama masa magang, penulis mendapat kepercayaan dari supervisor untuk memegang tanggung jawab dalam pembuatan desain untuk media sosial, serta beberapa media pemasaran lainnya.

Penulis juga mendapat tugas untuk merancang desain piala untuk event INPF tahun 2025. Piala ini merupakan elemen penting dalam acara tersebut, karena menjadi simbol penghargaan bagi para peserta yang berprestasi. Penulis bertanggung jawab dalam menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga merepresentasikan identitas dan semangat kompetisi dari event INPF itu sendiri. Dalam proses perancangannya, penulis mempertimbangkan aspek estetika, keunikan bentuk, serta kesesuaian tema dengan karakteristik event yang bersifat kreatif dan inspiratif.

Menariknya, piala event INPF ini tidak dibuat dengan satu desain saja, melainkan diperbarui setiap dua bulan sekali. Hal ini dilakukan agar tampilan piala tidak terlihat monoton dan selalu menghadirkan kesan segar serta berbeda di setiap perhelatan. Dengan begitu, peserta juga akan merasa lebih dihargai karena mendapatkan piala yang eksklusif dan berbeda dari periode sebelumnya. Penulis dituntut untuk terus menghadirkan ide-ide baru dan inovatif dalam mendesain piala ini, sehingga tetap konsisten menciptakan desain yang relevan, estetik, dan berkarakter.

#### **1. Brief Piala INPF 2025**

Dalam proses pengerjaan desain selama masa magang di Rhapsodie.co, penulis memulai setiap tugas dengan membaca dan memahami brief yang diberikan. Brief ini berfungsi sebagai pedoman awal yang menjelaskan secara detail mengenai kebutuhan desain, target audiens, serta tujuan komunikasi dari proyek yang akan dikerjakan. Dengan memahami isi brief secara

menyeluruh, penulis dapat mengetahui arah visual yang harus dibangun, sekaligus membantu merancang desain yang lebih fokus dan terarah. Hal ini sangat penting agar hasil akhir sesuai dengan harapan tim maupun brand yang bersangkutan.

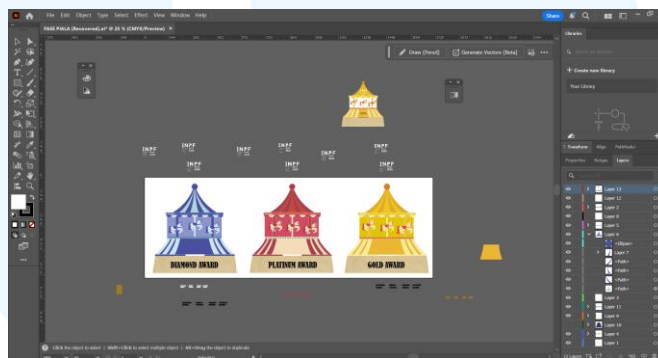
Selain brief dari internal Rhapsodie.co, penulis juga kerap menerima referensi visual dari pihak eksternal seperti tim Fase, yang bertindak sebagai vendor. Referensi tersebut diberikan untuk memastikan bahwa desain yang dibuat selaras dengan standar dan gaya visual yang diinginkan oleh pihak vendor. Dalam hal ini, penulis memiliki tanggung jawab untuk menyesuaikan gaya desain yang sudah disusun dengan panduan yang diberikan, sehingga tercipta harmoni antara kebutuhan visual Rhapsodie.co dan ekspektasi dari vendor. Proses ini mengasah kemampuan adaptasi penulis dalam menerapkan arahan dari berbagai pihak dengan tetap mempertahankan identitas visual utama brand.

## 2. Proses Pembuatan Piala

Setelah penulis dan tim Fase melakukan diskusi terkait bentuk piala yang paling sesuai untuk acara **Indonesia National Piano Festival (INPF)** tahun 2025, tahap berikutnya adalah melakukan riset dan studi referensi. Dalam diskusi tersebut, tim Fase memberikan berbagai masukan mengenai konsep visual piala yang ingin ditonjolkan, termasuk nilai estetika, elemen khas dari festival, serta target audiens yang akan menerima penghargaan. Penulis secara aktif mendengarkan dan mencatat berbagai detail yang dibahas, agar nantinya dapat diterjemahkan secara visual ke dalam desain piala yang tepat dan representatif.

Setelah diskusi awal tersebut, tim Fase memberikan beberapa referensi visual yang dapat dijadikan acuan. Referensi tersebut berupa gambar desain piala dari acara serupa, elemen

grafis yang menarik, serta inspirasi bentuk dan material yang dinilai sesuai dengan tema INPF 2025. Penulis kemudian menganalisis setiap referensi secara mendalam untuk melihat gaya mana yang paling sesuai dan relevan untuk acara ini. Dalam proses ini, penulis juga mempertimbangkan keunikan bentuk, kejelasan identitas festival, serta daya tarik visual yang dapat meninggalkan kesan mendalam bagi para peserta dan pemenang.



*Gambar 2. 14 Tahap Membuat Design Piala INPF 2025*

### **3. Tahap Pengecekan atau Revisi**

Pada tahap ini, setelah penulis menyelesaikan desain piala berdasarkan arahan dan referensi yang telah disepakati sebelumnya, langkah selanjutnya adalah mengirimkan hasil desain tersebut kepada tim Fase selaku vendor untuk dilakukan pengecekan awal. Proses ini penting untuk memastikan bahwa desain yang dibuat sudah sesuai dengan konsep yang telah dibicarakan dan memenuhi kebutuhan teknis produksi. Tim Fase kemudian memberikan masukan atau revisi jika terdapat elemen visual yang perlu diperbaiki, baik dari segi bentuk, proporsi, maupun kejelasan detail yang akan mempengaruhi proses cetak dan hasil akhir produk fisik.

Setelah revisi dari tim Fase selesai dilakukan, penulis melanjutkan proses asistensi kepada Head Creative dari internal tim Rhapsodie.co. Tahapan ini dilakukan untuk memastikan

bahwa desain akhir tidak hanya sesuai dengan keinginan vendor, tetapi juga tetap selaras dengan identitas visual dan standar kualitas brand Rhapsodie.co secara keseluruhan. Dalam sesi asistensi ini, penulis menerima masukan tambahan jika masih ada bagian dari desain yang perlu disesuaikan, baik dalam segi estetika maupun kejelasan konsep. Asistensi ini menjadi tahap akhir validasi internal sebelum desain dinyatakan siap diproduksi.



*Gambar 2. 15 Tahap Pengecekan Untuk Revisi*

### **3.3.2.3 Proyek Poster JBL**

Penulis telah mengerjakan berbagai tugas selama menjalani program magang di Rhapsodie.co. Seluruh tugas tersebut dikoordinasikan dan diawasi langsung oleh supervisor magang penulis. Selama masa magang, penulis mendapat kepercayaan dari supervisor untuk memegang tanggung jawab dalam pembuatan desain untuk media sosial, serta beberapa media pemasaran lainnya.

Penulis juga dipercaya untuk membuat poster promosi dari brand JBL, yang dirancang khusus untuk dipasang di toko musik Cantata x Rhapsodie Music Store yang berlokasi di Sunter. Dalam proses pembuatan poster ini, penulis menyesuaikan desain visual dengan karakteristik brand JBL yang modern dan dinamis. Pemilihan warna, layout, serta elemen grafis lainnya dirancang agar poster tampil mencolok dan mudah menarik perhatian pelanggan yang datang ke toko. Poster ini menjadi salah satu media promosi visual yang penting untuk menginformasikan program diskon kepada pelanggan secara langsung di lokasi penjualan.

Isi dari poster tersebut menyoroti program diskon khusus dari JBL yang berlangsung pada bulan itu, ditujukan bagi para pelanggan yang ingin membeli produk JBL di Cantata x Rhapsodie. Informasi disampaikan secara jelas dan ringkas, dengan tujuan agar pesan promosi dapat langsung dipahami oleh pengunjung toko. Melalui poster ini, diharapkan brand JBL mampu menarik minat beli dari pelanggan serta meningkatkan jumlah transaksi selama periode promo berlangsung. Poster juga menjadi bagian dari upaya kolaboratif antara JBL dan Cantata x Rhapsodie untuk memperkuat strategi pemasaran di tingkat retail.

### **1. Brief Poster JBL**

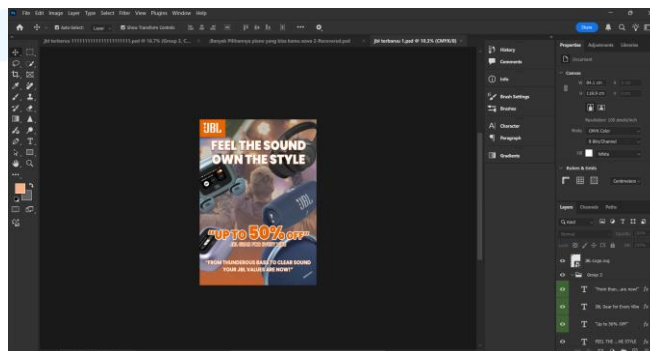
Dalam proses pembuatan materi promosi untuk brand JBL, penulis memulai dengan mempelajari brief yang diberikan oleh tim pemasaran. Brief ini berisi informasi penting mengenai produk-produk apa saja yang sedang mendapatkan potongan harga, serta strategi komunikasi visual yang perlu diterapkan. Informasi ini sangat krusial karena tidak semua produk JBL yang dimiliki oleh Rhapsodie.co atau rekanan brand-nya sedang dalam masa promosi. Oleh karena itu, pemahaman yang tepat terhadap brief menjadi langkah awal untuk memastikan bahwa materi promosi yang dibuat benar-benar relevan dan akurat.

Setelah memahami isi brief, penulis melakukan pencatatan dan pengecekan secara detail terhadap daftar produk JBL yang termasuk dalam program diskon. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahan informasi yang dapat membingungkan audiens atau merugikan pihak perusahaan. Penulis juga harus memastikan bahwa produk-produk yang ditampilkan dalam desain, seperti speaker, headphone, atau soundbar, memang termasuk dalam daftar diskon yang berlaku. Proses ini menjadi bagian penting dari validasi konten sebelum desain dibuat dan dipublikasikan.

## 2. Proses Pembuatan Piala

Setelah penulis menentukan referensi yang dirasa paling sesuai dengan karakter brand JBL, langkah selanjutnya adalah meninjau lebih lanjut referensi tambahan yang diberikan oleh tim media sosial. Referensi ini biasanya berupa contoh visual dari kampanye sebelumnya, desain kompetitor, ataupun tren desain terkini yang relevan dengan audiens target JBL. Melalui tahap ini, penulis dapat memahami dengan lebih jelas arah visual seperti apa yang diinginkan dan bagaimana desain tersebut bisa tetap mencerminkan identitas brand JBL yang dinamis, modern, dan energik.

Referensi yang diberikan oleh tim media sosial berperan sebagai acuan utama dalam proses pengambilan keputusan visual. Dari referensi tersebut, penulis dapat memilah elemen-elemen desain apa saja yang cocok untuk digunakan, seperti tone warna, komposisi, gaya tipografi, hingga tata letak produk. Sebaliknya, elemen yang dinilai kurang sesuai dengan karakter brand atau tidak efektif dalam menyampaikan pesan promosi akan dieliminasi atau disesuaikan. Proses ini mengharuskan penulis untuk berpikir kritis dan selektif, agar desain yang dihasilkan tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memiliki kejelasan pesan dan relevansi dengan produk yang dipromosikan.



### **3. Tahap Pengecekan atau Revisi**

Pada tahap ini, setelah penulis menyelesaikan desain berdasarkan brief dan referensi yang telah ditentukan sebelumnya, langkah selanjutnya adalah mengirimkan hasil desain tersebut kepada tim media sosial untuk tahap awal pengecekan. Namun sebelum sampai ke tahap publikasi, penulis terlebih dahulu melakukan asistensi kepada Head Creative untuk mendapatkan evaluasi dari segi visual, komposisi, hingga kesesuaian dengan identitas brand. Proses asistensi ini penting sebagai bentuk validasi internal agar desain yang telah dibuat benar-benar sesuai dengan standar kualitas dan arah kreatif yang diinginkan oleh tim.

Dalam sesi asistensi bersama Head Creative, penulis menerima berbagai masukan terkait detail desain seperti pemilihan warna, keseimbangan layout, ukuran teks, hingga penempatan logo atau elemen visual lainnya. Jika terdapat bagian dari desain yang perlu disempurnakan, penulis akan segera melakukan revisi berdasarkan arahan tersebut. Proses ini mengasah kemampuan penulis untuk bersikap terbuka terhadap kritik dan menyempurnakan karya secara profesional. Selain itu, tahap ini juga menjadi kesempatan untuk belajar lebih dalam tentang

standar kreatif dalam dunia kerja sebenarnya dan pentingnya menjaga konsistensi brand dalam setiap output visual.



Gambar 2. 17 Tahap Pengecekan Revisi

#### 3.3.2.4 Proyek Banner Brand Aries

Penulis telah mengerjakan berbagai tugas selama menjalani program magang di Rhapsodie.co. Seluruh tugas tersebut dikoordinasikan dan diawasi langsung oleh supervisor magang penulis. Selama masa magang, penulis mendapat kepercayaan dari supervisor untuk memegang tanggung jawab dalam pembuatan desain untuk media sosial, serta beberapa media pemasaran lainnya.

Penulis juga turut membuat banner untuk brand Aries, yang ditampilkan dalam event Make Expo yang diselenggarakan di ICE BSD. Proses pembuatan banner ini melibatkan pemilihan elemen visual yang sesuai dengan identitas brand Aries, agar tampil menarik dan mampu menarik perhatian para pengunjung pameran. Desain banner dirancang dengan mempertimbangkan komposisi warna, tipografi, dan tata letak yang elegan serta profesional, mencerminkan kualitas dari produk piano yang ditawarkan oleh Aries. Event Make Expo sendiri menjadi momentum yang tepat untuk brand-brand alat musik mempromosikan produknya secara langsung kepada calon pelanggan.

Isi dari banner tersebut menonjolkan tujuan utama brand Aries dalam memperkenalkan merek dan produknya kepada masyarakat luas, khususnya

kepada para pengunjung yang memiliki minat di bidang musik. Selain memperkenalkan brand, banner juga memuat informasi mengenai promo diskon khusus yang diberikan kepada pengunjung yang tertarik membeli piano Aries selama acara berlangsung. Dengan adanya banner ini, diharapkan brand Aries dapat membangun awareness serta meningkatkan penjualan melalui daya tarik visual dan penawaran eksklusif yang ditampilkan secara strategis di acara Make Expo.

### **1. Brief Banner Piano Aries**

Dalam proses pengerjaan desain promosi untuk brand Aries, penulis memulai dengan mempelajari brief yang diberikan oleh tim marketing. Brief tersebut berisi arahan mengenai tujuan utama dari proyek, yaitu memperkenalkan produk terbaru dari brand piano Aries kepada pengunjung Make Expo. Informasi yang diberikan mencakup keunggulan produk, fitur-fitur unggulan, serta pesan utama yang ingin disampaikan melalui materi promosi visual. Dengan memahami isi brief secara menyeluruh, penulis dapat menentukan arah desain yang tepat agar promosi berjalan efektif dan sesuai dengan target audiens.

Penulis kemudian merancang desain visual yang bertujuan menarik perhatian pengunjung Make Expo agar mereka tertarik mengunjungi booth Aries. Desain tersebut mencakup elemen-elemen visual seperti gambar produk, headline yang informatif, dan tata letak yang menarik namun tetap mudah dipahami. Selain itu, penulis juga menyesuaikan tone warna, font, dan ilustrasi agar mencerminkan karakter brand Aries yang elegan dan berkualitas tinggi. Tujuannya adalah untuk menciptakan tampilan visual yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu mewakili citra premium dari produk piano Aries.

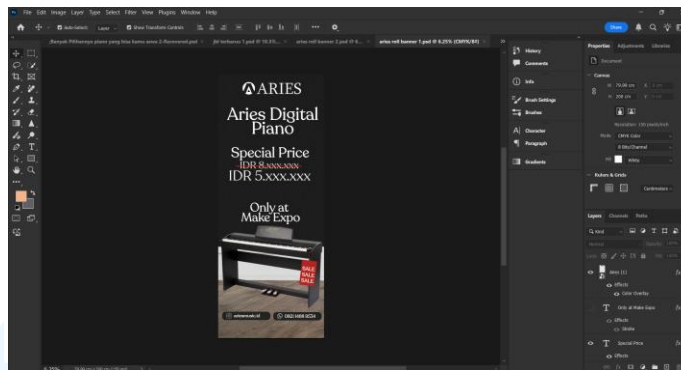
## 2. Proses Pembuatan Banner Piano Aries

Setelah penulis memilih referensi visual yang dirasa sesuai dengan karakter brand Aries, langkah selanjutnya adalah mendalami referensi tambahan yang diberikan langsung oleh pihak brand. Referensi ini biasanya berupa contoh-contoh desain sebelumnya, elemen visual yang menjadi ciri khas brand, hingga arahan khusus mengenai gaya komunikasi yang ingin ditampilkan. Dengan menggabungkan referensi pribadi dan referensi resmi dari brand, penulis dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang gaya visual yang diinginkan dan pesan yang ingin disampaikan.

Referensi dari pihak brand sangat membantu dalam proses penyusunan desain karena berfungsi sebagai pedoman untuk menjaga konsistensi identitas visual. Dari referensi tersebut, penulis dapat menilai elemen-elemen apa saja yang perlu digunakan, seperti tone warna khas Aries, jenis tipografi, layout produk, dan ilustrasi pendukung. Sebaliknya, elemen yang dinilai kurang relevan atau tidak sesuai dengan konteks desain untuk Make Expo akan disesuaikan atau dihilangkan. Proses ini tidak hanya meningkatkan akurasi visual, tetapi juga membantu penulis dalam menghasilkan desain yang tetap otentik namun tetap selaras dengan arahan brand.



Gambar 2. 18 Pembuatan Roll Banner Aries



Gambar 2. 19 Pembuatan Roll Banner Aries 2

### 3. Tahap Pengecekan atau Revisi

Pada tahap ini, setelah penulis menyelesaikan desain yang telah dirancang berdasarkan brief dan referensi dari brand, langkah awal yang dilakukan adalah mengirimkan hasil desain tersebut kepada tim media sosial untuk tahap review awal. Namun sebelum sampai ke tahap final, penulis terlebih dahulu melakukan asistensi dengan Head Creative untuk memastikan bahwa desain telah sesuai dengan standar visual dan arah brand yang telah ditetapkan. Asistensi ini sangat penting untuk mengevaluasi kualitas desain secara menyeluruh, mulai dari komposisi, pemilihan warna, hingga kesesuaian dengan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Dalam proses asistensi tersebut, Head Creative memberikan masukan atau catatan jika terdapat elemen desain yang kurang tepat atau perlu disempurnakan. Penulis akan menyesuaikan dan merevisi desain sesuai arahan yang diberikan untuk memastikan bahwa hasil akhir benar-benar sesuai ekspektasi tim kreatif dan mendukung strategi komunikasi yang telah dirancang. Revisi yang dilakukan bisa mencakup penyesuaian visual, penguatan pesan utama, hingga pengaturan ulang layout agar lebih komunikatif. Tahapan ini juga menjadi kesempatan penting bagi penulis untuk belajar langsung dari pengalaman profesional dan memahami pentingnya presisi dalam dunia desain.



Gambar 2. 20 Tahap Pengecekan Revisi

### 3.3.2.5 Proyek Banner Brand Fineste

Penulis telah mengerjakan berbagai tugas selama menjalani program magang di Rhapsodie.co. Seluruh tugas tersebut dikoordinasikan dan diawasi langsung oleh supervisor magang penulis. Selama masa magang, penulis mendapat kepercayaan dari supervisor untuk memegang tanggung jawab dalam pembuatan desain untuk media sosial, serta beberapa media pemasaran lainnya.

Penulis juga berkontribusi dalam pembuatan banner untuk brand Fineste, yang digunakan pada salah satu event besar bernama Make Expo. Event ini diselenggarakan di ICE BSD dan menjadi ajang promosi bagi berbagai brand untuk memperkenalkan produk mereka kepada publik. Dalam proses desain banner, penulis berfokus pada tampilan visual yang menarik serta mampu merepresentasikan identitas Fineste sebagai brand alat musik, khususnya biola. Elemen desain yang digunakan menyesuaikan dengan karakter brand agar tetap terlihat profesional dan menarik perhatian pengunjung pameran.

Banner tersebut memiliki tujuan utama untuk memperkenalkan brand Fineste kepada audiens yang lebih luas, terutama para pengunjung Make Expo. Selain itu, banner ini juga menginformasikan adanya penawaran menarik berupa diskon khusus bagi pengunjung yang berminat membeli biola Fineste selama acara berlangsung. Melalui media promosi ini, diharapkan brand Fineste dapat membangun kesan positif serta meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan terhadap produk-produk yang ditawarkan.

### **1. Brief Banner Biola Fineste**

Dalam proses pembuatan materi promosi untuk brand Aries, penulis memulai dengan mempelajari brief yang diberikan oleh tim pemasaran. Brief tersebut berisi arahan mengenai tujuan utama dari proyek, yaitu memperkenalkan produk terbaru berupa biola dari brand Fineste kepada pengunjung Make Expo. Informasi dalam brief mencakup keunggulan produk, fitur spesifik dari biola Fineste, serta pesan utama yang ingin disampaikan melalui desain visual. Pemahaman terhadap brief ini sangat penting agar penulis dapat menghasilkan karya yang relevan, tepat sasaran, dan sesuai dengan identitas brand.

Setelah memahami isi brief, penulis mulai merancang desain visual yang menarik dan komunikatif untuk digunakan dalam materi promosi di event Make Expo. Fokus utama dari desain ini adalah menampilkan keindahan dan kualitas tinggi dari biola Fineste, yang menjadi salah satu produk unggulan dari brand Aries. Penulis menonjolkan elemen visual seperti foto produk berkualitas tinggi, headline informatif, serta tata letak yang rapi dan elegan. Pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis juga disesuaikan dengan karakter brand Fineste yang dikenal memiliki kesan premium dan artistik.

## 2. Proses Pembuatan Banner Biola Fineste

Setelah penulis memilih referensi visual yang sesuai untuk brand Fineste, tahap selanjutnya adalah memperdalam pemahaman terhadap referensi tambahan yang secara langsung diberikan oleh pihak brand. Referensi ini biasanya mencakup berbagai contoh desain terdahulu, elemen visual khas dari Fineste, serta arahan gaya desain yang diinginkan dalam materi promosi. Penulis mempelajari referensi ini dengan seksama untuk memastikan bahwa desain yang dibuat dapat mencerminkan identitas brand secara akurat, sekaligus tetap menarik dan relevan bagi audiens Make Expo yang menjadi target utama promosi.

Referensi dari pihak brand menjadi pedoman penting dalam proses kreatif, karena di dalamnya terdapat detail-detail yang harus diperhatikan secara teknis maupun estetis. Misalnya, pemilihan tone warna yang mencerminkan kesan elegan, jenis huruf yang sesuai dengan nuansa klasik dari biola Fineste, serta komposisi layout yang mendukung kesan premium. Penulis menganalisis referensi tersebut untuk menentukan elemen mana yang perlu dipertahankan sebagai ciri khas brand, dan mana yang sebaiknya diadaptasi atau ditinggalkan agar tetap sesuai dengan konteks promosi di event Make Expo.



Gambar 2. 21 Pembuatan Roll Banner Fineste

### **3. Tahap Pengecekan atau Revisi**

Pada tahap ini, setelah penulis menyelesaikan desain promosi untuk brand Fineste, langkah pertama yang dilakukan adalah mengirimkan hasil desain tersebut kepada tim media sosial untuk dilakukan pengecekan awal. Namun sebelum desain benar-benar siap dipublikasikan, penulis terlebih dahulu melakukan asistensi kepada Head Creative untuk mendapatkan masukan dan evaluasi terhadap desain yang telah dibuat. Proses asistensi ini penting untuk memastikan bahwa seluruh elemen visual sudah sesuai dengan standar brand, pesan yang ingin disampaikan sudah tersampaikan dengan jelas, dan keseluruhan tampilan desain sudah menarik serta layak untuk dipublikasikan kepada audiens.

Dalam sesi asistensi, Head Creative biasanya akan memberikan beberapa catatan, seperti perbaikan pada tata letak, penyesuaian warna agar lebih konsisten dengan identitas brand Fineste, atau penyempurnaan pada detail visual lainnya. Jika ada revisi yang perlu dilakukan, penulis akan segera melakukan perbaikan berdasarkan arahan tersebut. Proses ini membantu penulis untuk lebih teliti, serta memberikan pengalaman berharga dalam menghadapi proses revisi profesional yang umum terjadi di industri kreatif. Revisi bukan hanya tentang memperbaiki kesalahan, tetapi juga menyempurnakan desain agar hasil akhirnya benar-benar optimal dari segi estetika maupun komunikasi visual.



Gambar 2. 22 Tahap Pengecekan Revisi

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam setiap pekerjaan, tidak terlepas dari berbagai kendala yang muncul selama proses pelaksanaannya, dan hal ini juga dialami oleh penulis selama menjalani kegiatan magang di Rhapsodie.co. Tantangan yang dihadapi muncul dari berbagai aspek, mulai dari tekanan deadline yang ketat, keterbatasan waktu dalam mengerjakan beberapa proyek secara bersamaan, hingga proses adaptasi dengan alur kerja profesional yang berbeda dari dunia akademik. Penulis juga perlu menyesuaikan diri dengan standar visual dan gaya komunikasi setiap brand turunan, yang masing-masing memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda-beda.

Selain kendala teknis, hambatan juga datang dari aspek komunikasi, terutama saat melakukan koordinasi lintas tim. Misalnya, terdapat perbedaan pemahaman antara penulis dan tim lain mengenai ekspektasi visual dalam sebuah proyek, atau keterlambatan dalam memberikan feedback yang berdampak pada waktu produksi desain. Untuk mengatasi kendala ini, penulis berusaha membangun komunikasi yang lebih aktif, seperti melakukan klarifikasi secara langsung kepada tim terkait, menyusun daftar pertanyaan sebelum asistensi, dan rutin melakukan follow-up untuk memastikan setiap proses berjalan lancar. Hal ini membantu penulis lebih terorganisir dan efisien dalam menghadapi dinamika kerja tim.

Setiap kendala yang dihadapi selama masa magang dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pembelajaran oleh penulis. Penulis mulai menerapkan strategi kerja

yang lebih terstruktur, seperti membuat to-do list harian, memprioritaskan pekerjaan berdasarkan urgensi, serta mencatat setiap masukan dari atasan untuk referensi di proyek berikutnya. Melalui tantangan-tantangan tersebut, penulis tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam desain grafis, tetapi juga mengembangkan soft skill penting seperti manajemen waktu, komunikasi profesional, dan ketahanan dalam menghadapi tekanan kerja. Pengalaman ini menjadi bekal berharga bagi penulis dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Salah satu kendala yang cukup signifikan selama pelaksanaan magang di Rhapsodie.co adalah terjadinya pergantian Project Manager pada bulan kedua masa magang. Pergantian ini menimbulkan sejumlah penyesuaian dalam alur kerja dan struktur komunikasi tim. Sebelumnya, penulis sudah mulai terbiasa dengan sistem koordinasi dan gaya manajemen dari Project Manager pertama. Namun, perubahan ini mengharuskan seluruh tim, termasuk penulis, untuk kembali menyesuaikan diri dengan arahan dan cara kerja manajerial yang baru. Hal ini berdampak langsung pada efisiensi kerja dan kestabilan komunikasi dalam menangani berbagai proyek desain.

Kendala semakin terasa ketika penulis harus menghadapi banyak permintaan desain dadakan dari tim graphic designer lain, yang disebabkan oleh kedekatan waktu dengan penyelenggaraan sebuah expo musik besar di ICE BSD. Dalam situasi tersebut, penulis sering kali menerima revisi mendadak, perubahan brief yang belum terkomunikasikan dengan jelas, serta deadline yang cukup sempit. Hal ini membuat alur kerja menjadi kurang optimal dan menimbulkan tekanan dalam proses produksi desain. Koordinasi antar tim pun sempat mengalami ketidakseimbangan, terutama dalam hal pengambilan keputusan dan kejelasan instruksi kerja.

Namun, kendala tersebut mulai teratasi setelah hadirnya Head Creative baru yang mampu mengembalikan struktur kerja tim ke arah yang lebih

terorganisir. Head Creative yang baru memperbaiki sistem koordinasi antar anggota tim, memberikan instruksi yang lebih jelas dan terarah, serta menerapkan standar yang konsisten dalam setiap proyek. Dengan adanya struktur baru ini, penulis merasa lebih terbantu dalam menyelesaikan tugas dengan lebih fokus dan efisien. Pengalaman ini memberikan pelajaran penting bagi penulis tentang pentingnya kepemimpinan yang solid, sistem kerja yang terstruktur, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan di lingkungan kerja profesional.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Dengan hadirnya Head Creative yang baru, sistem kerja tim menjadi jauh lebih terstruktur dan profesional. Tidak ada lagi brief yang berantakan atau pekerjaan yang diberikan secara tiba-tiba tanpa perencanaan yang jelas. Setiap permintaan desain kini disampaikan dengan alur komunikasi yang lebih tertib, lengkap dengan penjelasan tujuan, target audiens, dan waktu deadline yang realistis. Perubahan ini menciptakan suasana kerja yang lebih kondusif dan produktif, karena setiap anggota tim memiliki kejelasan dalam perannya masing-masing serta memahami prioritas dalam setiap proyek yang sedang dikerjakan.

Sebelumnya, penulis sering menerima permintaan desain secara mendadak, terutama untuk keperluan promosi yang harus segera diunggah di media sosial. Namun, setelah adanya pembaruan struktur kerja dari Head Creative, permintaan-permintaan tersebut mulai dikelola dengan lebih baik. Proses perencanaan konten kini disusun secara mingguan bahkan bulanan, dan penjadwalan konten dilakukan secara teratur sesuai dengan kalender promosi. Hal ini memudahkan penulis untuk mengatur waktu pengerjaan, menghindari tumpang tindih tugas, serta meningkatkan kualitas desain yang dihasilkan karena tidak harus selalu dikerjakan dalam waktu yang terburu-buru.

Situasi ini juga berdampak positif terhadap perkembangan pribadi dan profesional penulis. Dengan alur kerja yang lebih tertib, penulis belajar

bagaimana mengelola waktu dengan lebih efektif, serta meningkatkan kemampuan komunikasi dalam menyampaikan dan menerima arahan secara jelas dan tepat. Selain itu, tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan menjadi lebih terarah, karena setiap tugas kini dilandasi oleh sistem yang terencana, bukan sekadar permintaan mendadak. Lingkungan kerja yang dinamis namun terstruktur ini memberikan penulis kesempatan untuk tumbuh, tidak hanya dalam hal teknis desain, tetapi juga dalam aspek kedewasaan dalam bersikap profesional.

