

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis menjalani program magang di Mollinic sebagai desainer grafis pada divisi pemasaran. Selama menjalani magang, penulis mendapatkan bimbingan dari seorang *supervisor* yang menjabat sebagai manajer pemasaran di perusahaan. Dengan latar belakang dan pengalaman *supervisor* di bidang pemasaran, penulis dapat bekerja sama dan berkoordinasi dengan baik dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan, khususnya dalam mendukung pembuatan konten visual untuk keperluan promosi dan kegiatan pemasaran perusahaan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis menjabat sebagai karyawan magang di bidang desain grafis pada divisi marketing di Mollinic. Selama menjalani magang, penulis bertugas untuk membantu tim marketing dalam membuat berbagai kebutuhan desain visual, seperti konten media sosial, materi promosi, dan desain pendukung lainnya. Penulis bekerja di bawah bimbingan seorang supervisor yang menjabat sebagai spesialis media sosial dan tergabung dalam tim marketing. Divisi ini berada di bawah pengawasan langsung pemilik perusahaan serta manajer marketing dalam menjalankan seluruh aktivitasnya.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

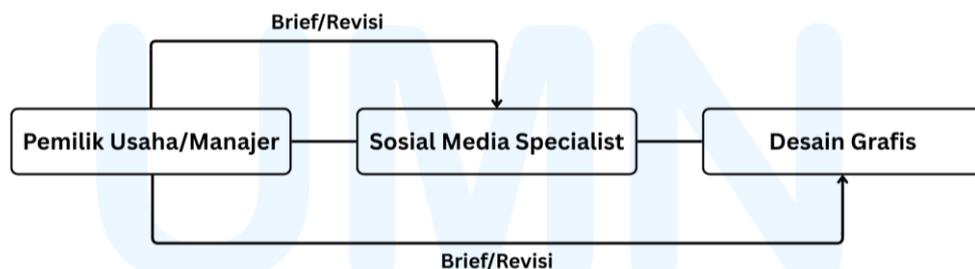
Selama masa magang sebagai karyawan magang di posisi desain grafis, penulis mengikuti alur kerja yang terstruktur dan dilakukan secara kolaboratif dengan seluruh tim marketing melalui beberapa *platform* komunikasi digital.

Hari kerja dimulai pada pukul 08.00 pagi, di mana pada pukul 08.30 penulis pertama-tama membuka aplikasi *WhatsApp* untuk melihat informasi apakah terdapat *brief* baru atau revisi oleh pemilik perusahaan. Setelahnya,

penulis membuka *Google Sheets* yang digunakan sebagai media pembagian tugas harian. Di dalam *sheets* tersebut, penulis mengecek daftar pekerjaan desain yang harus diselesaikan hari itu.

Setelah memahami tugas yang diberikan, penulis membuka aplikasi untuk mendesain. penulis mulai mengerjakan desain menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* dan *Canva*, sesuai dengan arahan dan identitas visual *brand* yang berlaku. Setelah desain awal selesai, penulis mengirimkan desain pertama kepada supervisor melalui *link Canva* melalui pesan pribadi *WhatsApp* atau berbicara langsung untuk mendapatkan masukan. Bila diperlukan revisi, penulis melakukan perbaikan berdasarkan *feedback* yang telah diberikan oleh supervisor.

Setelah mendapatkan persetujuan dari *supervisor*, *Supervisor* akan memasukan desain dalam jadwal. Selanjutnya, penulis melanjutkan untuk membuat desain lain ataupun mencari refrensi yang dapat menjadi acuan untuk desain selanjutnya yang akan dibuat dan diberikan kepada *supervisor* agar dapat ditinjau.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Berikut merupakan bagan alur koordinasi di perusahaan *brand* Mollinic. Dalam struktur ini, penulis menerima tugas maupun revisi dari *social media specialist* selaku supervisor, yang pada dasarnya menjalankan instruksi dari owner. Namun, tidak menutup kemungkinan penulis juga mendapatkan *brief* maupun revisi secara langsung dari owner atau manajer perusahaan, tergantung urgensi dan kebutuhan proyek.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan kegiatan magang yang berlangsung penulis terlibat dalam berbagai proyek yang berkaitan dengan desain promosi *brand* Mollinic, khususnya dalam bidang media sosial dan promosi digital. Seluruh aktivitas yang dilakukan sesuai kebutuhan perusahaan dan diarahkan oleh supervisor agar tetap sejalan dengan identitas visual brand. Tugas-tugas yang dikerjakan dicatat secara berkala melalui laman Merdeka dan dirangkum dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3—7 Februari 2025	Perkenalan, mempelajari alur kerja, dan mempelajari desain sosial media brand	penulis diperkenalkan dengan supervisor dan tim serta dilatih memahami alur kerja dan panduan desain. Penulis mulai mengerjakan tugas seperti <i>editing</i> foto untuk <i>e-commerce</i> dan mencari referensi untuk desain konten.
2	10—14 Februari 2025	Membuat desain untuk kebutuhan sosial media	Penulis membuat desain <i>greeting</i> untuk momen <i>Valentine</i> . Selain itu, beberapa desain guna menyamakan gaya visual dengan identitas <i>brand</i> .
3	17—21 Februari 2025	Membuat desain untuk kebutuhan sosial media dan mengedit foto katalog	Penulis mengerjakan desain untuk kebutuhan media sosial sesuai arahan dari <i>supervisor</i> . Selain itu, penulis membuat desain produk berdasarkan permintaan dari <i>owner</i> .
4	24—28 Februari 2025	Membuat desain untuk sosial media, take content baik video atau foto untuk sosial media	Penulis membuat desain untuk kebutuhan media sosial serta mengambil konten berupa foto dan video di luar kantor guna memperoleh hasil visual yang presisi dan sesuai dengan produk.
5	3—7 Maret 2025	Mencari ide untuk konten, membuat desain sosial media, mengedit foto katalog	Penulis mencari referensi untuk <i>feed</i> dan <i>Instastory</i> agar sesuai dengan gaya visual <i>brand</i> . Penulis juga membuat desain <i>feed Instagram</i> ,

			mendesain produk, serta melakukan revisi sesuai permintaan <i>owner</i> .
6	10—14 Maret 2025	Membuat desain konten untuk sosial media.	Penulis bertanggung jawab dalam pembuatan desain untuk kebutuhan media sosial @mollinic.official agar selaras dengan identitas <i>brand</i> .
7	17—21 Maret 2025	Membuat desain untuk sosial media, Membantu untuk take video konten sosial media	Penulis membuat desain untuk kebutuhan media sosial dan turut membantu dalam pengambilan video konten agar sesuai dengan konsep dan identitas <i>brand</i> .
8	24—28 Maret 2025	Membuat desain untuk keperluan sosial media dan greeting, memotret dan video produk.	Penulis membuat desain untuk mendukung kebutuhan media sosial <i>brand</i> dan greeting untuk hari raya nyepi. Selain itu, penulis juga melakukan pemotretan dan pengambilan video produk untuk keperluan konten.
9	8—11 April 2025	Membuat desain untuk kebutuhan sosial media	Penulis bertanggung jawab dalam pembuatan desain untuk kebutuhan media sosial @mollinic.official agar selaras dengan identitas <i>brand</i> .
10	14—18 April 2025	Membuat desain katalog, melakukan photoshoot katalog produk.	Penulis membuat desain katalog produk untuk kebutuhan sales dan penjualan grosir. Selain itu, penulis melakukan sesi <i>photoshoot</i> untuk mendapatkan gambar produk yang sesuai dengan kebutuhan katalog.
11	21—25 April 2025	Membuat desain katalog produk, membuat desain untuk kebutuhan sosial media	Penulis membuat desain katalog produk untuk kebutuhan sales dan penjualan. Selain itu, penulis juga mengerjakan desain untuk berbagai kebutuhan konten di media sosial.
12	28 April—2 Mei 2025	Foto produk katalog, mendesain katalog produk.	Penulis melakukan pemotretan produk untuk katalog, kemudian melanjutkan dengan mendesain katalog sesuai dengan konsep visual pada <i>brand</i> .

13	5—9 Mei 2025	Menjadi talent untuk content video, mendesain katalog produk, mendesain untuk cover reels	Penulis berperan sebagai <i>talent</i> dalam pembuatan konten video, sekaligus mendesain katalog produk dan <i>cover Reels</i> untuk menunjang tampilan media sosial brand.
14	12—16 April 2025	Menjadi talent untuk content video, mendesain katalog produk, mendesain untuk cover reels	Penulis berperan sebagai <i>talent</i> dalam pembuatan konten video, sekaligus mendesain katalog produk dan <i>cover Reels</i> untuk menunjang tampilan media sosial <i>brand</i> .
15	19—23 April 2025	Menjadi talent untuk content video, mendesain katalog produk, mendesain untuk cover reels. Mendesain feeds greeting	penulis berperan menjadi <i>talent</i> dalam pembuatan konten video untuk media sosial. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam mendesain katalog produk, membuat desain <i>cover</i> untuk <i>Reels</i> Instagram, serta merancang <i>feeds greeting</i> kenaikan Tuhan Yesus, dan Hari Lahir Pancasila.
16	26—30 April 2025	Membuat desain untuk greeting, membuat desain katalog produk	Penulis bertugas membuat desain untuk greeting hari lahir pancasila. Selain itu, penulis juga merancang desain katalog produk untuk kebutuhan <i>sales</i> dan penjualan.

Penulis menjalani program magang selama 5 bulan, sejak tanggal 3 Februari 2025 hingga 30 Juni 2025. Selama melakukan kegiatan magang, penulis bertanggung jawab atas sejumlah tugas yang berkaitan dengan bidang desain, terutama dalam pembuatan konten visual untuk media sosial perusahaan Mollinic. Selain itu, penulis juga berperan dalam menyusun katalog produk yang digunakan untuk keperluan jual beli grosir, guna mendukung aktivitas pemasaran dan distribusi produk secara lebih profesional dan terstruktur.

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis mendapat tanggung jawab untuk membuat desain bagi perusahaan sebagai bagian dari tim Marketing.

Permintaan desain disampaikan oleh Manajer *Marketing/Owner* dan sosial media *specialist* selaku *supervisor*. Melalui *Google Sheets* yang harus ditinjau setiap hari, serta didukung dengan komunikasi melalui *WhatsApp*. *Brief* tersebut menjadi pedoman bagi penulis dalam melaksanakan tugas secara terstruktur.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Dari berbagai desain yang telah dibuat, penulis memilih karya *Size Chart* sebagai salah satu yang paling menonjol. Desain ini merupakan media promosi digital dalam format *unggah Instagram feed*, yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada pelanggan terkait ukuran kaki—meliputi panjang dan lebar—untuk produk sepatu dari brand Mollinic.

Penulis menerima *brief* dari *Supervisor* yang juga berperan sebagai *Social Media Specialist* melalui *Google Sheets*. *Brief* ini berisi arahan untuk membuat konten *feed* Instagram bertema *Size Chart*, dengan status pengerjaan *Process Design*. Berdasarkan isi *brief* tersebut, penulis diminta untuk merancang desain *size chart* yang akan membantu pelanggan dalam memilih ukuran sepatu, sandal, dan *heels* secara tepat.

Selain itu, penulis juga diarahkan untuk menyertakan informasi ukuran produk yang tercantum pada *platform e-commerce* resmi milik Mollinic (seperti Shopee dan Tokopedia), agar isi visual yang dibuat konsisten dan akurat. *Brief* ini menjadi acuan utama dalam proses pembuatan konten visual, mulai dari gaya komunikasi, format unggahan (*Feed - Single Post*), hingga nada caption yang sudah disediakan dan harus selaras dengan desain yang akan dibuat.

Tanggal	Tema/Topik	Status	Konten Pillar	Format	Caption
17 Mar 2025	FEED (Size Chart)	Process Design	Catalogue & Product	Feed - Single Post	Kadang suka bingung pilih size sepatu yang cocok buat kamu? Kadang udah pilih size biasa, tapi malah kekecilan atau kebesaran Tenang tenang! Sini Minmoll kasih guide size chart untuk koleksi sepatu, sandal dan heels kita. Jadi kamu ga perlu salah pilih size saat checkout sepatu deh! #Mollinic #MollinicShoes

Gambar 3.2 *Brief Feeds Size Chart Mollinic*

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Sebelum memulai proses desain, penulis menerima referensi visual dari Supervisor melalui *WhatsApp* sebagai acuan awal. Selain itu, penulis juga melakukan pencarian tambahan untuk menemukan referensi lain yang relevan guna memperkaya ide dan memperkuat konsep desain sebelum mulai dalam pengerjaan desain.



Gambar 3.3 Refrensi untuk Feeds Size Chart
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

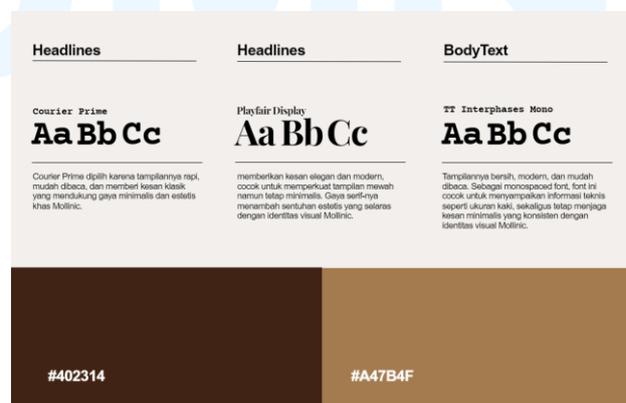
Setelah mendapatkan referensi dan memahami arahan dari *brief*, penulis senantiasa mengikuti gaya visual yang menjadi ciri khas *brand* Mollinic, yaitu desain yang *aesthetic* dan *minimalist*. Karakter visual ini menjadi pedoman utama dalam setiap proses perancangan desain, sehingga keseluruhan tampilan tetap konsisten dan selaras dengan identitas merek. Landa (2014) mengatakan bahwa elemen formal dalam desain dua dimensi yaitu garis, bentuk, warna, dan tekstur (h.16).

Dalam pemilihan *typeface* atau jenis huruf, penulis menyesuaikannya dengan kebutuhan masing-masing konten, namun tetap mengedepankan kesan minimalis, estetik, dan selaras dengan identitas visual brand Mollinic. Pada desain *Size Chart* ini, digunakan kombinasi beberapa jenis *typeface* yang bertujuan untuk membedakan elemen informasi secara visual, namun tetap menjaga harmoni dan konsistensi tampilan.

Untuk bagian judul, penulis memilih *font Courier Prime* dan *Playfair Display*. *Font Courier Prime* dipilih karena memberikan kesan tegas, rapi, dan

klasik. Selain itu digunakan juga font *Playfair Display*, sebagai *font serif* yang lebih dekoratif, memberikan nuansa elegan dan berkelas, untuk memberikan kesan *modern*. Pemilihan *font serif* bukan hanya untuk estetika, tetapi juga untuk menciptakan hierarki visual yang kuat dan sesuai dengan *brand* Mollinic. Sementara itu, pada bagian isi atau informasi tambahan, penulis menggunakan *TT Interphases Mono*, dimana memberikan kesan bersih, modern, dan mudah dibaca. Kombinasi antara *font serif* ini tidak hanya menciptakan kontras yang menarik secara visual, tetapi juga memperkuat kesan profesional dan fungsional dari desain secara keseluruhan.

Dari segi warna, konten Mollinic cenderung menggunakan palet warna natural yang merepresentasikan kehangatan dan kedekatan dengan alam dan minimalis. Oleh karena itu, dalam desain ini penulis memilih warna-warna lembut seperti coklat tua (#402314) dan coklat muda (#A47B4F), serta nuansa *earth tone* lainnya. Warna-warna ini tidak hanya memperkuat identitas visual brand, tetapi juga memberikan kesan tenang, ramah, dan profesional bagi audiens yang melihatnya. Landa (2014) menjelaskan bahwa elemen formal dalam desain dua dimensi terdiri dari garis, bentuk, warna, dan tekstur (h.16). Maka dari itu, pemilihan warna dan tipografi yang tepat menjadi bagian penting dalam membangun tampilan desain yang komunikatif sekaligus merepresentasikan nilai-nilai dari brand Mollinic.



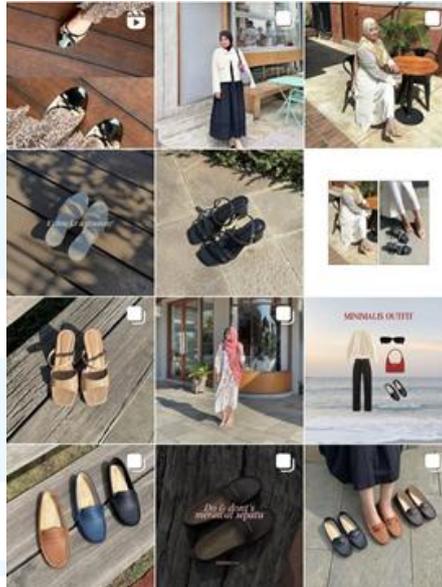
Gambar 3.4 Typeface dan Color Pallette pada Desain Size Chart
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Pada akun media sosial Mollinic, gaya desain yang ditampilkan mengarah pada estetika visual yang natural, minimalis, dan bersih. Pada tampilan *feeds* cenderung lebih banyak penggunaan foto sebagai elemen dominan. Setiap unggahan didesain dengan pencahayaan cerah, lembut, dan memiliki komposisi sederhana, namun tetap menarik secara visual. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kesan elegan, tetapi juga menciptakan suasana yang tenang dan menyenangkan saat dilihat oleh audiens.

Konten sosial media Mollinic disusun dengan memperhatikan keseimbangan antara visual dan informasi. Warna yang digunakan cenderung netral dan lembut. Elemen grafis dibuat sesederhana mungkin, dengan penambahan teks yang minimal agar tidak membebani tampilan dan tetap menjaga estetika. Beberapa konten juga mengangkat gaya hidup dan inspirasi outfit, untuk membangun kedekatan dengan target audiens yang peduli terhadap fashion namun berkelas dan *aesthetic*.

Feed Instagram Mollinic menunjukkan unsur fotografi yang selalu hadir di setiap unggahan, baik berupa tampilan produk secara close-up maupun foto *outfit of the day (fashion lifestyle)* yang memperlihatkan produk saat digunakan. Strategi ini digunakan untuk membangun brand image yang kuat sebagai produk alas kaki yang tidak hanya nyaman digunakan, tetapi juga memiliki nilai estetika tinggi dan selaras dengan gaya hidup modern yang sederhana.

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



Gambar 3.5 Tampilan Akun Instagram Mollinic
 Sumber: [Instagram.com/mollinic.official](https://www.instagram.com/mollinic.official)

Setelah mengumpulkan referensi visual, menentukan tipografi yang sesuai, serta mengamati gaya desain yang konsisten pada media sosial Mollinic, penulis kemudian memasuki tahap eksekusi desain. Langkah awal yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar sebagai panduan awal dalam merancang layout. Sketsa ini dibuat menggunakan aplikasi *Procreate*, yang dipilih karena memberikan fleksibilitas tinggi dalam menggambar secara digital, serta memudahkan penulis untuk menuangkan ide-ide secara spontan dan lebih bebas dalam bentuk visual awal.

Sketsa ini kemudian menjadi dasar dalam mengarahkan proses selanjutnya di aplikasi utama yaitu *Canva*, yang digunakan untuk menyempurnakan tampilan dan estetika desain. Dalam proses ini, penulis juga memperhatikan prinsip-prinsip desain. Sidik (2019) mengatakan bahwa, terdapat empat prinsip utama dalam desain, yaitu keseimbangan, kontras, konsistensi, dan ruang kosong (*white space*). Keseimbangan diperhatikan melalui simetri antara elemen teks dan tabel kontras ditampilkan lewat pemilihan warna dan jenis huruf yang berbeda antara judul dan isi. konsistensi dijaga dengan pemakaian tipografi dan warna yang selaras dengan identitas

Mollinic, dan ruang kosong digunakan secara efektif untuk menjaga tampilan tetap bersih, tidak padat, serta mudah dibaca.

Penerapan prinsip-prinsip desain menjadi panduan agar hasil dari desain tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berfungsi dalam menyampaikan informasi kepada *audiens*. Dengan proses kerja yang terstruktur mulai dari sketsa, digitalisasi, hingga penyempurnaan akhir, penulis mampu menghasilkan desain *Size Chart* yang mendukung citra brand dan dapat digunakan secara efektif di berbagai *platform* media komunikasi Mollinic. Sehingga, desain yang dihasilkan tidak hanya fungsional secara informasi, tetapi juga estetis dan sejalan dengan citra visual yang telah dibangun oleh brand Mollinic.

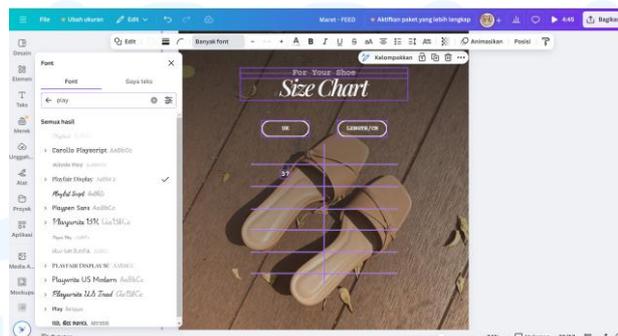
Ukuran	Length/cm
36	22.5 cm
37	23 cm
38	23.5 cm
39	24 cm
40	24.5 cm
41	25 cm

Gambar 3.6 Sketsa Posting *Feeds size chart* Mollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah tahap sketsa selesai, penulis melanjutkan proses desain dengan mengeksekusinya di aplikasi *Canva*. Pada tahap ini, elemen-elemen seperti tipografi, warna, gambar, dan tata letak mulai disusun sesuai dengan konsep awal. *Canva* dipilih karena kemudahannya dalam mendukung pembuatan desain yang cepat dan efektif, terutama untuk konten media sosial. Penulis memastikan agar hasil desain tetap mencerminkan gaya visual Mollinic yang minimalis, estetik, dan bersih.

Dalam proses ini, penulis menyesuaikan setiap elemen agar sesuai dengan visual *brand* Mollinic yang memiliki kesan minimalis, dan *aesthetic*. Misalnya, pemilihan tipografi dilakukan dengan tetap mempertahankan jenis huruf *Playfair Display* untuk judul, karena *font* ini memberikan kesan elegan dan profesional. Seluruh elemen disusun secara seimbang agar mudah dibaca dan seimbang.

Selain itu, warna latar berupa foto produk sandal bernuansa *earth tone* untuk memberikan kesan yang natural dan *aesthetic*. Penulis juga memanfaatkan fitur seperti *layering*, *transparency*, serta *alignment tools* di *Canva* untuk memastikan desain mudah terbaca dan dapat menarik perhatian dari *target audience*. Selain itu, proses desain tidak hanya mengandalkan estetika visual, tetapi juga keterbacaan informasi. Setiap elemen yang dipilih memiliki peran dalam memperjelas pesan yang ingin disampaikan, tanpa mengganggu kesederhanaan tampilan keseluruhan. Hasil akhir dari desain ini diharapkan mampu menyampaikan informasi ukuran secara jelas dan menarik, sekaligus mempertahankan konsistensi visual *brand* Mollinic di berbagai media komunikasi digital.



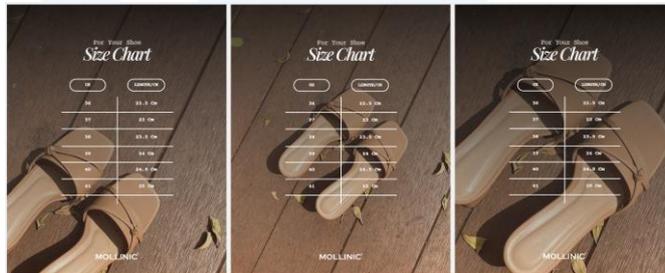
Gambar 3.7 Proses Pembuatan *Desain Feeds Size Chart* Mollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya, penulis merancang tiga alternatif desain yang dibedakan berdasarkan penggunaan latar belakang (*background*) yang berbeda. Masing-masing versi dieksplorasi untuk melihat kombinasi visual yang paling sesuai dengan karakter *brand* Mollinic. Ketiganya menggunakan elemen isi dan tata

letak yang serupa, namun perbedaan terletak pada komposisi foto produk, pencahayaan, serta penempatan elemen desain terhadap latar.

Alternatif pertama menggunakan latar dengan pencahayaan yang terang dan komposisi sepatu yang menyamping, memberi kesan ringan dan minimalis. Alternatif kedua menampilkan latar yang lebih seimbang dengan kontras warna yang cukup, sehingga teks *size chart* terlihat lebih jelas dan harmonis terhadap foto produk. Sementara itu, alternatif ketiga menggunakan latar dengan pencahayaan lebih gelap dan kontras tinggi, memberikan kesan yang lebih *bold* namun berisiko mengurangi keterbacaan informasi.

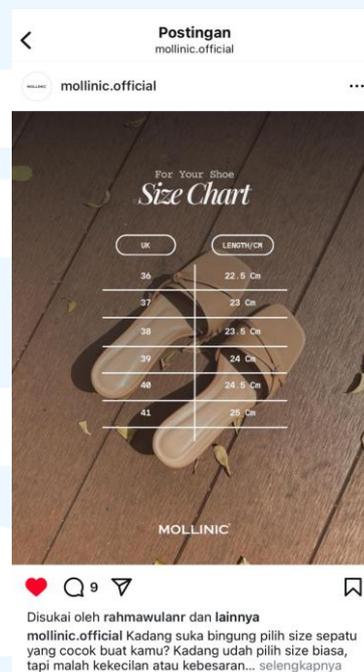
Dari ketiga pilihan tersebut, alternatif kedua dipilih karena dinilai paling selaras dengan identitas visual Mollinic, menjaga keseimbangan antara estetika dan keterbacaan informasi, serta mampu menampilkan produk secara elegan tanpa mengganggu fokus utama pada isi *size chart*.



Gambar 3.8 Alternatif *Desain Feeds Size Chart* Mollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Setelah alternatif desain dipilih, penulis menerima beberapa masukan dari *Supervisor* terkait penyempurnaan desain. Berdasarkan masukan tersebut, penulis melakukan revisi minor untuk meningkatkan kualitas visual dan kesesuaian konten. Setelah revisi selesai dan desain disetujui, hasil akhir pun dipublikasikan melalui akun media sosial resmi Mollinic sebagai bagian dari strategi komunikasi visual *brand*.



Gambar 3.9 Hasil Desain final yang sudah di *Publish*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berikut merupakan hasil desain yang telah disetujui oleh supervisor dan telah dipublikasikan melalui media sosial Instagram resmi perusahaan. Setiap desain dilengkapi dengan caption yang disusun berdasarkan brief yang telah diberikan sebelumnya. Sehingga, memastikan pesan yang disampaikan selaras dengan tujuan komunikasi brand serta menarik perhatian audiens secara efektif.

3.3.2 Cover Reels Video Content CeritaMollinic

Selain mengerjakan desain utama, penulis juga diberikan tanggung jawab tambahan berupa pembuatan *cover Reels* untuk konten video di akun Instagram @CeritaMollinic. Akun ini berada di bawah naungan @mollinic.official dan difokuskan untuk menampilkan sisi lain dari *brand*, khususnya aktivitas dan kehidupan karyawan di kantor.

Dalam pengerjaan desain untuk akun Instagram @CeritaMollinic, penulis menerima *brief* dari Social Media Specialist yang juga bertindak sebagai supervisor. Brief tersebut berisi arahan mengenai visual yang perlu ditampilkan dalam cover reels. Dalam *brief* ini penulis diminta untuk membuat desain dengan tema *Love Language di Kantor*, yang bertujuan mengajak audiens berinteraksi melalui konten yang ringan dan *relatable* dengan suasana kantor. Sehingga, desain harus menyampaikan nuansa hangat, komunikatif, dan bersahabat, selaras dengan pesan utama konten tersebut. Penulis juga diarahkan untuk mempertimbangkan keterbacaan dan kesederhanaan dalam layout, agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif hanya dalam beberapa detik pertama ketika audiens melihat kontennya.

Tanggal	Tema/Topik	Status	Konten Pillar	Format	Caption
19 Apr 2025	FEED (Love Language di Kantor)	Process Design	Engage	Reels	Kantor kalian love languagenya apa ?

Gambar 3.10 Brief Cover Reels Video Content Ceritamollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sebelum memulai proses desain, penulis memperoleh referensi visual dari *Supervisor* melalui *WhatsApp* sebagai panduan awal. Selain itu, penulis juga mencari referensi tambahan secara mandiri untuk menambah wawasan dan memperkuat konsep desain yang akan dikerjakan. Langkah ini dilakukan agar hasil desain lebih variatif, kreatif, dan tetap selaras dengan identitas *brand*.

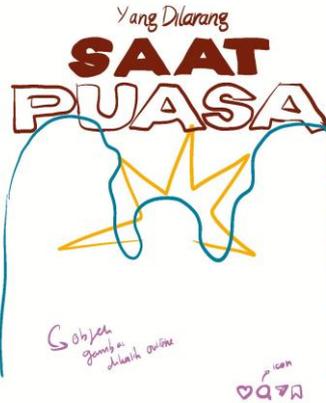
Langkah ini dilakukan untuk, menambah ide, dan memastikan bahwa desain yang dibuat relevan, sesuai *brief*, dan sesuai dengan brand dari Mollinic. Dengan mengkombinasikan arahan dari supervisor dan referensi tambahan, penulis dapat menyusun konsep desain yang selaras dengan identitas visual brand, baik dari segi warna, tipografi, maupun penyampaian pesan visual. Pendekatan ini membantu menjaga konsistensi gaya sekaligus membuka ruang untuk eksplorasi dalam menciptakan desain yang menarik dan komunikatif.



Gambar 3.11 Refrensi *Cover Reels Video Content* Ceritamollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah mengumpulkan berbagai referensi, penulis melanjutkan proses dengan membuat sketsa awal sebagai langkah dalam merancang desain *cover reels*. Sketsa ini berfungsi untuk menyusun tata letak elemen-elemen visual sekaligus menjadi media untuk menuangkan ide-ide yang telah dikembangkan selama proses pencarian referensi. Dengan membuat sketsa terlebih dahulu, penulis dapat lebih mudah mengeksplorasi berbagai kemungkinan komposisi desain sebelum masuk ke tahap digitalisasi, sehingga desain akhir dapat lebih terarah, efektif, dan tetap mencerminkan gaya visual yang diinginkan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



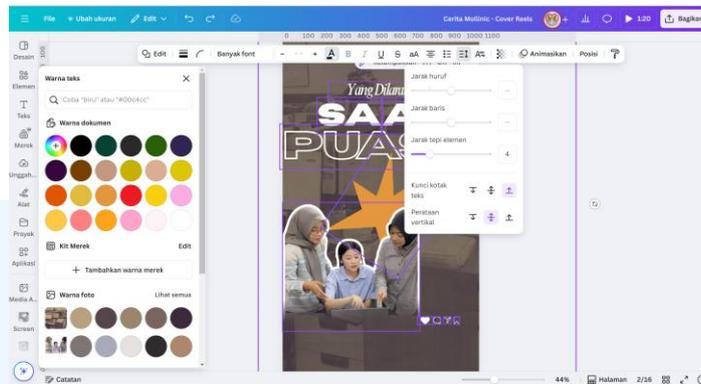
Gambar 3.12 Sketsa *Cover Reels Video Content* Ceritamollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah menyelesaikan sketsa awal, penulis melanjutkan ke tahap pembuatan desain digital untuk *cover reels* berdasarkan arahan yang telah diterima. Dalam proses ini, penulis menggunakan aplikasi *Canva* sebagai alat utama karena kemudahan dan kelengkapan fitur yang ditawarkannya. Pada tahap ini, elemen-elemen seperti tipografi, warna, gambar, dan tata letak mulai disusun secara sistematis sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Pemilihan teks dan elemen visual disesuaikan dengan isi video yang akan ditampilkan, serta tetap memberi ruang untuk eksplorasi agar desain lebih menarik dan komunikatif tanpa menghilangkan kesan minimalis yang menjadi ciri khas *brand*.

Pada tahap pengerjaan, penulis mulai menyusun elemen-elemen penting dengan memanfaatkan sejumlah fitur yang tersedia. Salah satunya Fitur *Text* digunakan untuk menambahkan berbagai jenis tulisan. Dalam desain ini, penulis memilih font yang tegas dan mudah dibaca, kemudian menyesuaikan ukuran, ketebalan huruf, serta warna teks. Fitur lain yang juga digunakan adalah untuk mengatur *line spacing*, *letter spacing*, dan *padding*, sehingga keterbacaan tetap optimal terutama saat dilihat di layar *smartphone*.

Selain itu, penulis memanfaatkan fitur transparansi untuk menyesuaikan kecerahan elemen latar agar teks tetap kontras dan mudah dibaca. Fitur elemen

digunakan untuk menambahkan bentuk-bentuk grafis pendukung, seperti garis pemisah atau ikon estetik yang mendukung tema konten.



Gambar 3.13 Proses Desain Cover Reels Video Content Ceritamollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah menyelesaikan proses desain, penulis menghubungi *Social Media Specialist* selaku *Supervisor* untuk meminta masukan dan persetujuan terhadap hasil desain yang telah dibuat. Proses ini dilakukan guna memastikan bahwa desain sudah sesuai dengan arahan dan standar visual *brand*. Namun, hingga saat ini, desain tersebut masih berstatus *on hold*. Berikut merupakan hasil dari desain *cover reels*:



Gambar 3.14 Hasil Desain Cover Reels Video Content Ceritamollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berikut merupakan hasil desain *cover* untuk konten *Reels* yang ditujukan bagi media sosial @ceritamollinic. Desain ini telah diajukan kepada supervisor untuk ditinjau, namun hingga saat ini masih dalam status pending dan belum mendapatkan persetujuan akhir. Meskipun begitu, desain telah disesuaikan dengan arahan awal dan konsep visual *brand*, sehingga siap untuk direvisi atau disesuaikan lebih lanjut apabila terdapat masukan atau perubahan dari pihak atasan.

3.3.3 Kartu Ucapan Terima Kasih

Dalam salah satu tugas tambahan, penulis diminta untuk membuat desain kartu ucapan (*thank you card*) sebagai bentuk apresiasi kepada para selebgram, *influencer*, *content creator*, atau *Key Opinion Leader (KOL)* yang akan bekerja sama dengan *brand* Mollinic. *Brief* untuk pembuatan kartu ini disampaikan secara langsung dan spontan oleh *Social Media Specialist* selaku *Supervisor*. Meskipun tidak melalui dokumen tertulis seperti biasanya, arahan disampaikan secara lisan dan jelas, sehingga penulis dapat langsung mengeksekusi desain sesuai dengan kebutuhan dan karakter *brand* yang ingin ditampilkan dalam kartu ucapan tersebut.

Setelah menerima *brief* yang jelas dari *Supervisor*, penulis mulai merancang beberapa alternatif sketsa sebagai tahap awal dalam proses desain kartu ucapan. Sketsa ini dibuat untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan *layout*, pemilihan elemen visual, dan gaya desain yang sesuai dengan identitas *brand* Mollinic. Beberapa opsi tersebut kemudian disiapkan untuk ditunjukkan

kepada *Supervisor* guna mendapatkan masukan dan memilih arah desain yang paling tepat sebelum masuk ke tahap digitalisasi



Gambar 3.15 Sketsa Desain *Thank You Card*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Tahap berikutnya adalah proses digitalisasi desain menggunakan aplikasi Canva. Pada bagian latar kartu ucapan, penulis memilih warna merah maroon yang merupakan warna identitas dari *brand* Mollinic. Untuk menambah kedalaman visual dan kesan artistik, ditambahkan elemen tekstur halus pada background. Tekstur ini memberikan nuansa klasik yang elegan, sejalan dengan karakter *brand* yang ingin tampil premium dan berkelas.

Setiap desain memiliki pendekatan visual yang berbeda. Desain pertama menonjolkan tulisan tangan *thank you* yang besar dan ekspresif, menciptakan kesan hangat dan personal. Desain kedua lebih formal dengan tipografi serif dan tata letak simetris, memberikan kesan elegan dan eksklusif. Sementara itu, desain ketiga tampil minimalis dengan fokus pada inisial *brand* yaitu *m* dan susunan teks yang bersih, mencerminkan kesan *modern* dan profesional. Perbedaan ini memungkinkan *brand* untuk menyesuaikan gaya ucapan terima kasih sesuai konteks dan *audiens*.

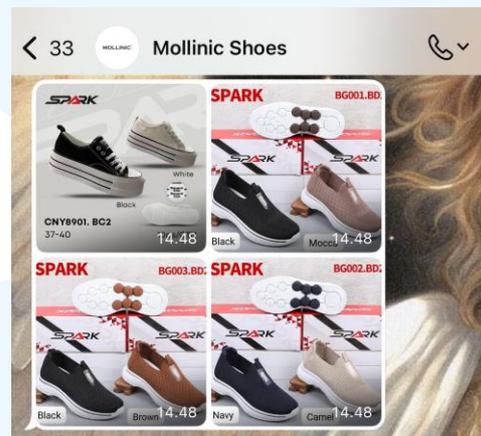


Gambar 3.16 Hasil Final Desain *Thank You Card*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berikut merupakan beberapa alternatif desain untuk kartu ucapan terima kasih (*thank you card*) yang saat ini masih dalam status pending dan menunggu persetujuan dari *supervisor*. Setiap alternatif dirancang dengan pendekatan visual yang berbeda, namun tetap mengacu pada identitas brand Mollinic. Desain-desain ini disiapkan sebagai opsi untuk dipilih atau dikembangkan lebih lanjut sesuai dengan preferensi dan arahan yang akan diberikan oleh pihak terkait. Proses ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa kartu ucapan yang akan digunakan mampu merepresentasikan citra brand secara tepat dan berkesan bagi pelanggan.

3.3.4 Katalog Produk

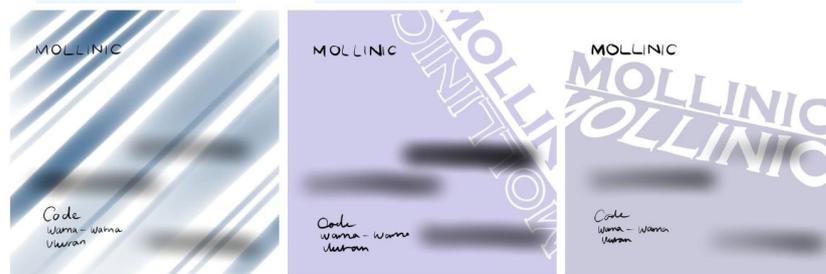
Proyek selanjutnya yang dikerjakan penulis adalah pembuatan katalog produk untuk kebutuhan grosir *brand* Mollinic. *Brief* untuk proyek ini disampaikan secara langsung oleh *Owner* perusahaan secara lisan, kemudian dilanjutkan dengan pengiriman foto-foto produk melalui aplikasi *WhatsApp* sebagai bahan desain. Dalam arahnya, *Owner* meminta agar penulis membuat template katalog yang menampilkan visual produk secara jelas, mencantumkan varian warna, serta dilengkapi dengan informasi penting mengenai produk. Katalog ini dirancang agar dapat digunakan secara fleksibel untuk berbagai jenis produk, dengan tetap menjaga estetika visual yang konsisten dengan karakter *brand*.



Gambar 3.17 Brief Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

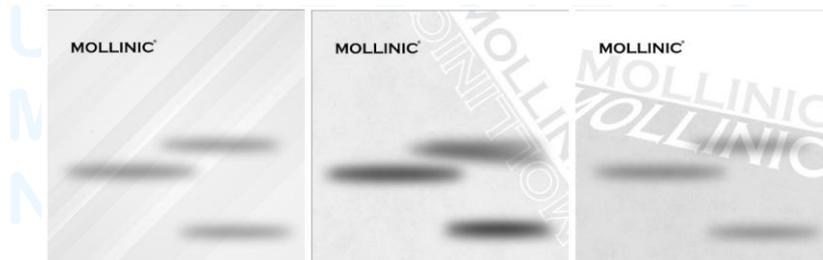
Setelah menerima *brief* dari *Owner*, penulis segera merespons dengan membuat beberapa alternatif desain. Langkah awal yang dilakukan adalah menyusun sketsa beberapa konsep tata letak katalog guna mengeksplorasi berbagai kemungkinan penyajian visual produk. Sketsa dibuat dengan menggunakan aplikasi *Procreate*.

Setiap sketsa menampilkan gaya visual yang berbeda. Sketsa pertama menghadirkan komposisi garis dinamis berwarna biru, menciptakan kesan futuristik dan modern yang sesuai untuk menonjolkan kesan gerak dan energi. Sketsa kedua menggunakan latar ungu pastel dengan elemen gelombang abstrak yang lembut, memberikan nuansa elegan dan feminin. Sementara itu, sketsa ketiga didominasi elemen tipografi besar yang menyusun nama brand Mollinic sebagai latar, memberikan kesan bold dan identitas yang kuat. Perbedaan pendekatan ini bertujuan untuk menguji gaya visual mana yang paling sesuai dengan karakter brand dan dapat menarik perhatian target audiens secara efektif.



Gambar 3.18 Sketsa *Template* Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah konsep dasar ditentukan, penulis melanjutkan ke tahap digitalisasi desain. Proses ini dilakukan menggunakan aplikasi *Adobe - Photoshop*. Aplikasi tersebut dipilih karena kemampuannya dalam mengolah gambar secara detail dan profesional, sehingga mampu menampilkan produk dengan kualitas visual tinggi dan tampilan katalog yang rapi serta menarik.



Gambar 3.19 Digitalisasi Alternatif *Template* Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain pertama menggunakan background garis dari Freepik untuk kesan modern dan dinamis. Desain kedua fokus pada tipografi yang di edit menggunakan fitur *rasterize layer* untuk efek artistik. Desain ketiga memakai *smart object* yang diedit dengan *perspective* dan *distort* agar tampak lebih dinamis dan mencolok.

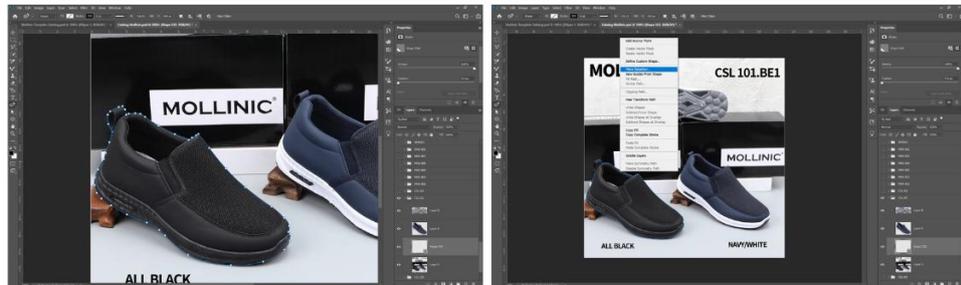
Setelah proses digitalisasi selesai, penulis mengajukan beberapa pilihan *template* katalog kepada *Owner*. Dari beberapa alternatif yang disajikan, *Owner* memilih desain *template* pertama karena dinilai paling minimalis dan estetik. Selain itu, pemilihan warna yang *soft* dan juga netral dianggap sesuai karakter visual brand dan mampu menonjolkan produk.



Gambar 3.20 Pilihan Hasil Desain *Template* Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah *template* katalog disepakati, penulis melanjutkan dengan memasukkan foto-foto produk yang telah diberikan oleh *Owner*. Sebelum dimasukkan ke dalam *template*, penulis terlebih dahulu melakukan proses pemotongan (*cutting*) pada gambar sepatu agar terlihat lebih rapi dan menyatu dengan layout desain, tools yang digunakan pada desain ini adalah *Curvature Pen Tool* untuk menyeleksi area yang akan digunakan. Setelah itu, dilakukan proses *Make Selection* lalu bagian yang terseleksi disalin dengan *Copy* dan ditempelkan menggunakan *Paste*. Pemotongan ini dilakukan secara detail

untuk memastikan setiap produk tampil maksimal dan sesuai dengan estetika katalog yang telah dirancang.



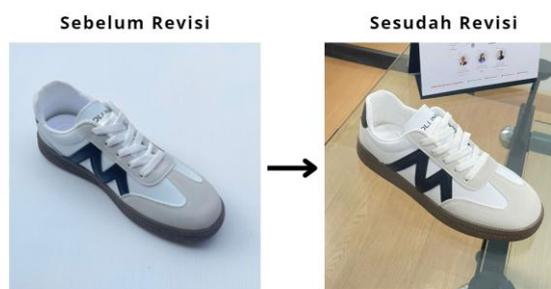
Gambar 3.21 Proses *Editing* Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Ketika terdapat foto produk yang kurang jelas atau kualitasnya tidak memungkinkan untuk diedit, penulis mengambil inisiatif untuk melakukan pemotretan ulang terhadap produk tersebut. Langkah ini dilakukan agar hasil visual yang dimasukkan ke dalam katalog tetap konsisten, tajam, dan sesuai dengan standar kualitas desain yang diharapkan. Pada tahap ini, produk difoto secara presisi dengan memperhatikan sudut dan pencahayaan yang tepat agar bentuk sepatu tidak tampak gepeng, pendek, atau mengalami distorsi visual lainnya. Setelah itu, hasil foto diedit seperlunya untuk penyesuaian warna dan pencahayaan, namun tetap menjaga keaslian bentuk produk. Langkah ini dilakukan agar katalog menampilkan visual produk yang sesuai dengan aslinya dan memberikan gambaran yang akurat kepada calon pelanggan.



Gambar 3.22 Proses Foto Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Ketika foto produk tidak mendapatkan persetujuan atau dinilai tidak sesuai dengan tampilan aslinya, penulis segera melakukan revisi dengan memotret ulang produk tersebut. Pemotretan ulang dilakukan untuk memastikan hasil visual lebih akurat dan sesuai dengan standar yang diharapkan, baik dari segi warna, pencahayaan, maupun bentuk produk. Langkah ini penting agar tampilan produk dalam katalog dapat merepresentasikan kondisi sebenarnya dengan lebih baik.



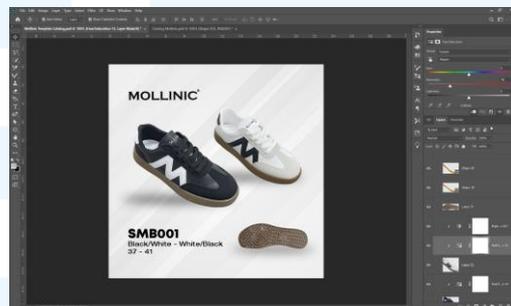
Gambar 3.23 Proses Revisi Foto Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya, gambar produk yang telah dipotong maupun hasil pemotretan ulang yang telah di potong dipindahkan ke dalam *template* katalog yang telah disiapkan. Penulis kemudian mengatur tata letaknya dengan cermat agar tampilan setiap halaman terlihat rapi, seimbang, dan proporsional. Penyesuaian ini dilakukan untuk memastikan setiap produk tampil secara maksimal, mudah dilihat, dan tetap selaras dengan konsep desain yang minimalis serta estetik.



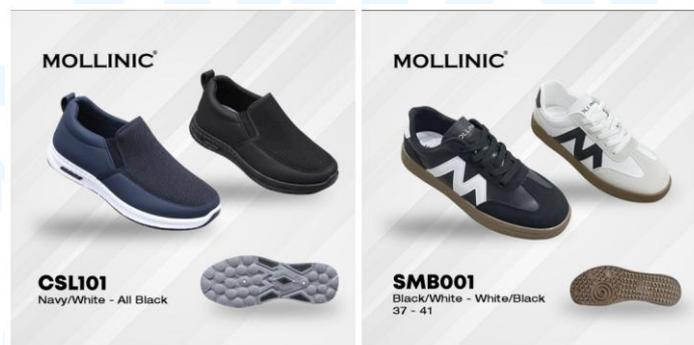
Gambar 3.24 Proses *Editing Layout* Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam proses pengeditan foto *katalog*, ketepatan warna menjadi hal yang sangat penting agar sesuai dengan tampilan produk aslinya. Oleh karena itu, penulis melakukan penyesuaian warna menggunakan berbagai alat dalam Photoshop seperti *hue/saturation*, *brightness/contrast*, dan lainnya. Penyesuaian ini bertujuan untuk memastikan bahwa warna produk yang ditampilkan dalam katalog tetap akurat dan representatif, sehingga pelanggan dapat memperoleh gambaran yang tepat mengenai produk yang ditawarkan.



Gambar 3.25 Proses *Editing* Warna Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain katalog yang telah selesai dikerjakan kemudian disiapkan untuk dikirimkan kepada *Owner* guna mendapatkan persetujuan akhir. Seluruh elemen dalam katalog telah disusun dengan mempertimbangkan keakuratan produk. Berikut ini merupakan hasil akhir dari desain katalog yang telah melalui proses revisi dan penyempurnaan.



Gambar 3.26 Hasil Desain Katalog Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berikut merupakan hasil desain katalog produk yang telah mendapatkan persetujuan langsung dari *owner* dan telah resmi digunakan oleh perusahaan. Katalog ini disusun dengan tampilan visual yang minimalis dan mencakup detail produk secara lengkap untuk mendukung kebutuhan pemasaran, khususnya dalam kegiatan jual beli grosir. Desain katalog produk Mollinic ini juga disesuaikan dengan identitas *brand* Mollinic, sehingga mampu memberikan kesan yang konsisten, menarik, dan mudah dipahami oleh calon mitra maupun pelanggan.

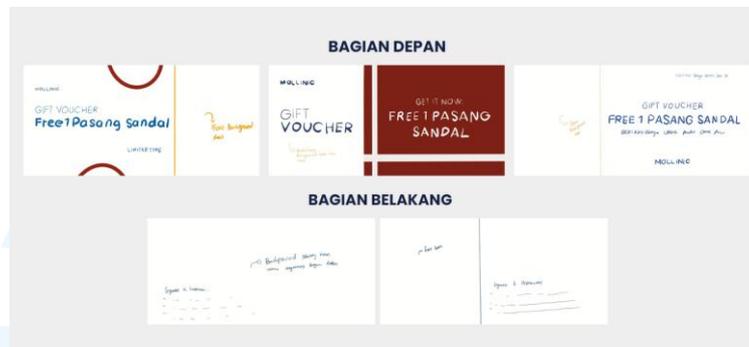
3.3.5 Voucher Belanja Mollinic

Proyek selanjutnya yang dikerjakan oleh penulis adalah pembuatan *voucher* belanja untuk *brand* Mollinic. *Brief* untuk tugas ini disampaikan secara langsung dan lisan oleh *Social Media Specialist* selaku *Supervisor*. *Voucher* ini dirancang sebagai bagian dari konten video bertema tes keberuntungan, yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens melalui media sosial serta menjadi strategi promosi menarik yang dapat mendorong minat berbelanja. Konten video untuk program ini direkam secara langsung di lapangan, tepatnya di dua lokasi yaitu Ramayana Kodim Tangerang dan Ramayana Depok.

Setelah mendapatkan arahan yang jelas dari *Supervisor*, penulis memulai tahap awal perancangan dengan membuat beberapa sketsa ide untuk desain *voucher* belanja. Sketsa ini berfungsi sebagai media eksplorasi konsep visual, sekaligus membantu memetakan elemen-elemen desain yang akan digunakan. Proses ini menjadi langkah penting

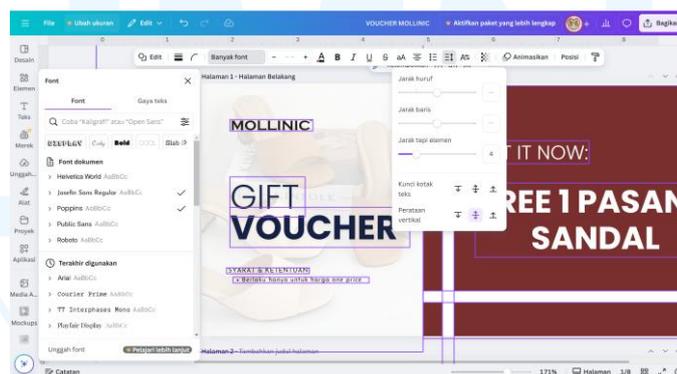
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

sebelum masuk ke tahap eksekusi digital agar hasil desain tetap selaras dengan karakter *brand* Mollinic.



Gambar 3.27 Alternatif Sketsa Voucher Mollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

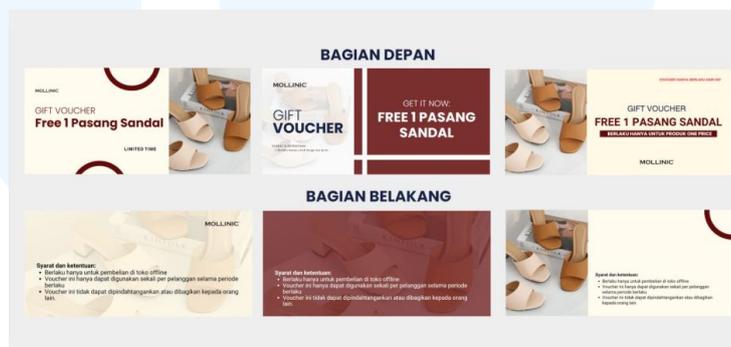
Setelah tahap sketsa selesai, penulis melanjutkan proses desain secara digital menggunakan aplikasi *Canva*. Pada tahap ini, elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, dan ilustrasi mulai disusun dengan lebih rapi sesuai dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya. Penggunaan *Canva* dipilih karena kemudahan dalam pengaturan *layout* serta efektivitasnya untuk menghasilkan desain yang sesuai dengan identitas visual *brand* Mollinic.



Gambar 3.28 Proses Pengerjaan Voucher
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah tahap digitalisasi selesai, penulis menyerahkan beberapa alternatif hasil desain *voucher* kepada *Supervisor* untuk ditinjau. Langkah ini dilakukan guna mendapatkan masukan serta persetujuan terhadap

desain yang paling sesuai. Penulis merancang beberapa alternatif desain *gift voucher* untuk memberikan variasi visual yang tetap sesuai dengan identitas brand. Desain pertama mengusung gaya minimalis dengan warna krem yang lembut, memberi kesan elegan dan bersih. Desain kedua menggunakan pendekatan *modern* dengan elemen garis dan tipografi tegas yang sesuai dengan *brand* Mollinic, menciptakan tampilan yang profesional. Sementara itu, desain ketiga cenderung lebih minimalis dan polos, memberikan kesan yang *simple*. Feedback dari *Supervisor* menjadi acuan bagi penulis untuk melakukan penyempurnaan sebelum desain akhir digunakan dalam konten promosi.



Gambar 3.29 Hasil Final Alternatif *Voucher* Mollinic
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berikut merupakan hasil desain voucher Mollinic yang terdiri dari tiga alternatif tampilan untuk bagian depan dan belakang. Desain ini awalnya dibuat untuk mendukung kebutuhan konten video lapangan dengan tema tes keberuntungan. Masing-masing alternatif dirancang dengan elemen visual yang menarik dan tetap selaras dengan identitas *brand*. Namun, setelah melalui proses evaluasi internal, desain *voucher* ini diputuskan untuk tidak digunakan dalam pelaksanaan konten, sehingga statusnya tetap sebagai arsip.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa magang, penulis mendapatkan berbagai pengalaman yang berharga terkait dunia kerja. Dalam prosesnya, tentu terdapat sejumlah

tantangan yang harus dihadapi. Namun, setiap kendala tersebut menjadi kesempatan untuk belajar dan berkembang secara profesional.

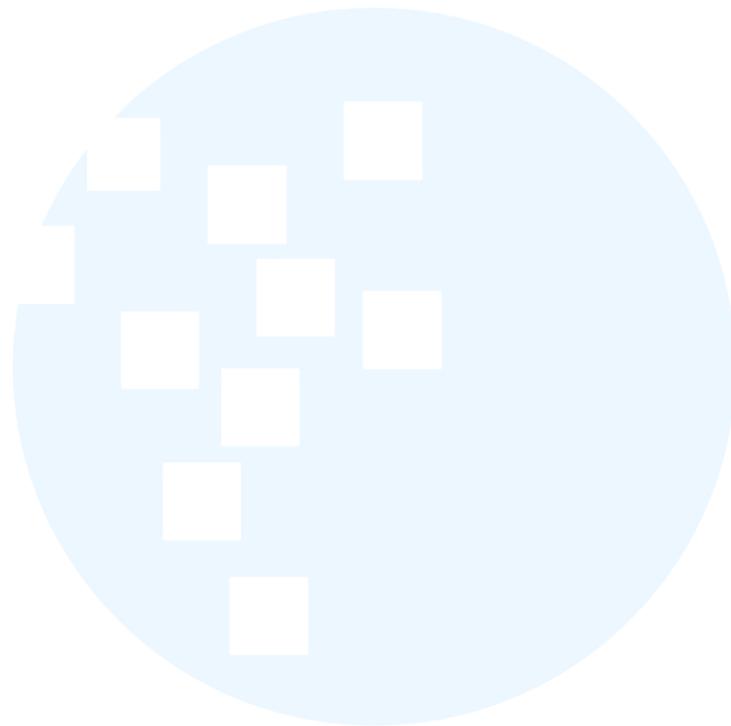
3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang cukup memengaruhi proses adaptasi di awal. Salah satu kendala utama adalah suasana kerja yang cenderung hening dan minim interaksi, sehingga penulis sempat merasa sungkan untuk bertanya atau berdiskusi secara langsung dengan rekan kerja. Kondisi ini membuat komunikasi menjadi terbatas, terutama dalam memahami arahan atau brief yang diberikan secara lisan. Selain itu, penulis juga mengalami tantangan dalam menyesuaikan diri dengan gaya visual *brand* Mollinic yang memiliki karakter desain minimalis dan *aesthetic*. Karena belum terbiasa dengan gaya tersebut, penulis memerlukan waktu untuk mempelajari dan menyesuaikan elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, dan tata letak agar sesuai dengan identitas visual *brand*. Meskipun demikian, seiring berjalannya waktu, penulis berhasil mengatasi kendala tersebut melalui observasi, komunikasi yang lebih aktif, dan *feedback* dari *supervisor*.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk mengatasi suasana kerja yang terlalu hening dan komunikasi yang terbatas, penulis mulai berinisiatif untuk lebih aktif dalam menjalin komunikasi dengan *supervisor* maupun rekan tim, baik melalui pesan pribadi maupun grup diskusi. Dengan bersikap terbuka untuk bertanya dan meminta klarifikasi, proses kerja menjadi lebih lancar dan efisien. Sementara itu, dalam menghadapi tantangan menyesuaikan diri dengan gaya visual *brand* yang belum familiar, penulis secara bertahap mempelajari desain-desain sebelumnya milik Mollinic serta meminta arahan langsung dari *supervisor* agar lebih memahami karakter *brand*. Penulis juga rutin mencari referensi tambahan dan melakukan eksplorasi desain yang tetap berada dalam batasan identitas

visual *brand*. Upaya tersebut membantu penulis untuk beradaptasi dengan lebih cepat dan menghasilkan karya yang sesuai dengan standar perusahaan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA