

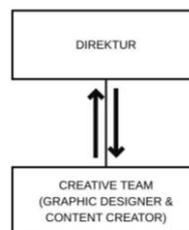
BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani posisi sebagai desainer grafis di Shenelin, penulis bertugas dalam merancang berbagai kebutuhan visual sesuai arahan dari direktur langsung serta beberapa tim lain untuk keperluan terkait. Pengerjaan proyek dilakukan berdasarkan *brief* yang diterima, yang kemudian menjadi dasar dalam pengembangan konsep desain. Setelah proses desain selesai, hasil karya tersebut akan ditinjau dan *eveluasi* langsung oleh Direktur untuk memastikan bahwa kualitas serta tujuan desain sudah sesuai dengan identitas dan nilai *brand* Shenelin.

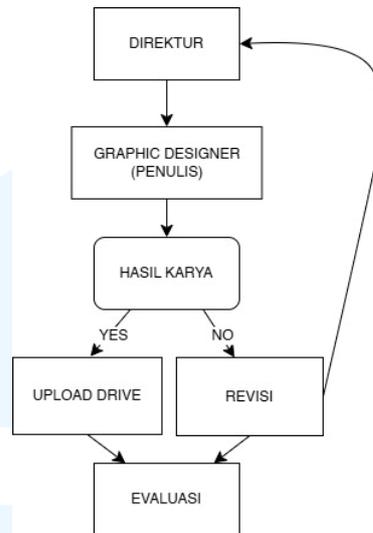
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang



Gambar 3. 1 Bagan Alur Divisi

Anggota tim kreatif di Shenelin terdiri atas dua anggota, Desain grafis dan *Content creator*. Selama masa magang, penulis menempati posisi sebagai desainer grafis di dalam struktur tim kreatif perusahaan. Divisi ini berada langsung di bawah koordinasi Direktur dan berfungsi sebagai pengelola seluruh kebutuhan terkait visual dan komunikasi di Shenelin. Struktur organisasi perusahaan yang sederhana, membuat proses koordinasi dalam tim berjalan lebih efisien dan sangat responsif.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang



Gambar 3. 2 Bagan Alur Koordinasi

Alur koordinasi selama magang, pekerjaan yang penulis jalani dimulai dari penerimaan *brief* yang diberikan langsung oleh Direktur. *Brief* tersebut berisi arahan mengenai konsep desain yang perlu dibuat sesuai kebutuhan perusahaan. Setelah desain selesai dikerjakan, hasil tersebut kemudian diserahkan kembali kepada direktur untuk ditinjau dan dievaluasi. Apabila ada *revisi*, penulis akan menyesuaikan desain sesuai masukan yang telah diberikan sebelum akhirnya disetujui untuk digunakan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Masa kerja penulis dimulai pada 10 Februari 2025. Selama periode tersebut, penulis berperan aktif dalam berbagai proyek desain yang berkaitan dengan strategi visual dan pemasaran di Shenelin. Dalam menjalani peran sebagai desainer grafis, penulis dipercaya untuk menyelesaikan berbagai tugas yang berhubungan dengan kebutuhan visual perusahaan. Setiap pekerjaan dilakukan berdasarkan *brief* yang diterima, dan disesuaikan dengan jadwal kerja harian yang telah ditentukan. Seluruh proses ini menjadi bagian penting dalam pembelajaran serta pengembangan keterampilan penulis di dunia kerja. Berikut ini adalah rincian tugas yang dijalankan penulis selama masa magang berlangsung:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	10-16 Februari 2025	<i>Mom Jeans Ads</i>	Penulis bertugas mengedit video pendek yang ditujukan sebagai materi iklan untuk media sosial, dengan produk utama berupa celana Jeans Mom. Dalam prosesnya, penulis mendapat <i>copywriting</i> yang diarahkan langsung oleh Direktur. Teks promosi tersebut kemudian dipadukan ke dalam video hasil editan dengan tujuan untuk menarik perhatian serta meningkatkan ketertarikan target audiens terhadap iklan yang ditayangkan.
2	17-23 Februari 2025	<i>Exclusive Launch Produk Baru Februari</i>	Penulis merancang desain untuk kebutuhan visual seperti <i>feed</i> dan <i>story</i> Instagram, <i>banner</i> untuk berbagai <i>platform</i> dalam rangka peluncuran produk baru Shenelin pada bulan Februari 2025. Dalam proses desain, penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai perangkat utama.
3	24 Februari – 2 Maret 2025	<i>Event Payday Februari</i>	Penulis merancang poster cover untuk siaran langsung di <i>marketplace</i> Shenelin serta <i>banner</i> untuk Shopee dan Tokopedia. Dalam desain ini, penulis menggunakan Adobe Photoshop sebagai alat utama.
4	3-9 Maret 2025	<i>Photoshoot</i>	Penulis mengubah, mengedit hasil <i>photoshoot</i> yang telah dilakukan sebelumnya. Pengeditan berupa, perubahan rasio foto, pengaturan cahaya serta perubahan format video.
5	10-16 Maret 2025	Selina dan Ankle <i>Ads</i>	Penulis bertugas mengedit video pendek yang ditujukan sebagai materi iklan untuk media sosial, dengan produk utama berupa celana Selina dan Ankle. Dalam prosesnya, penulis mendapat <i>copywriting</i> yang diarahkan langsung oleh Direktur. Teks promosi tersebut kemudian dipadukan ke dalam

			video hasil editan dengan tujuan untuk menarik perhatian serta meningkatkan ketertarikan target audiens terhadap iklan yang ditayangkan.
6	17-23 Maret 2025	<i>Sticker Frame</i>	Penulis membuat <i>frame</i> untuk keperluan <i>special live</i> yang digunakan pada saat-saat tertentu. Berbagai asset dibuat penulis sesuai dengan citra <i>brand</i> Shenelin.
7	24-30 Maret 2025	<i>Milan Ads</i>	Penulis bertugas mengedit video pendek yang ditujukan sebagai materi iklan untuk media sosial, dengan satu set produk baru, yaitu Milan.
8	31 Maret – 6 April 2025	Edit Hasil <i>Photoshoot</i>	Penulis bertugas untuk mengedit hasil <i>photoshoot</i> , pengeditan ini berupa perubahan rasio dan format video.
9	7-13 April 2025	<i>Size Chart Produk Baru</i>	Penulis membuat tabel panduan ukuran yang menunjukkan detail ukuran berbagai produk baru yang Shenelin keluarkan. Untuk tugas ini penulis menggunakan <i>template</i> yang sudah ada sebelumnya menggunakan adobe photoshop
10	14-20 April 2025	<i>Banner Flash Sale</i>	Penulis membuat desain <i>banner</i> untuk marketplace Shenelin, yang ditujukan untuk menginformasikan adanya promo penjualan dengan diskon besar yang berlangsung dalam waktu sangat terbatas.
11	21-27 April 2025	<i>Photoshoot</i>	Penulis melaksanakan kegiatan pemotretan yang ditujukan untuk membuat konten, media sosial, serta menambahkan asset-asset Shenelin.
11	28 April – 4 Mei 2025	<i>Storytelling Video</i>	Penulis mengedit video dengan konsep <i>storytelling</i> untuk membangun <i>brand awerness</i> Shenelin secara emosional dan naratif. Video ini bertujuan membangun kedekatan melalui alur cerita yang relevan, serta memperkuat citra <i>brand</i> dengan menonjolkan nilai, manfaat, dan suasana penggunaan produk dalam kehidupan sehari-hari.

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa magang di Shenelin, penulis berperan sebagai *intern* di bidang desain grafis, dengan tanggung jawab utama mengolah *brief* yang diterima menjadi visual yang tepat. Penulis terlibat dalam berbagai proyek desain untuk Shenelin, termasuk pembuatan aset visual perusahaan hingga pembuatan konten. Setiap proyek yang diselesaikan melibatkan rangkaian proses kreatif, dimulai dari penerimaan *brief*, pengembangan konsep awal, hingga penyelesaian desain akhir.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

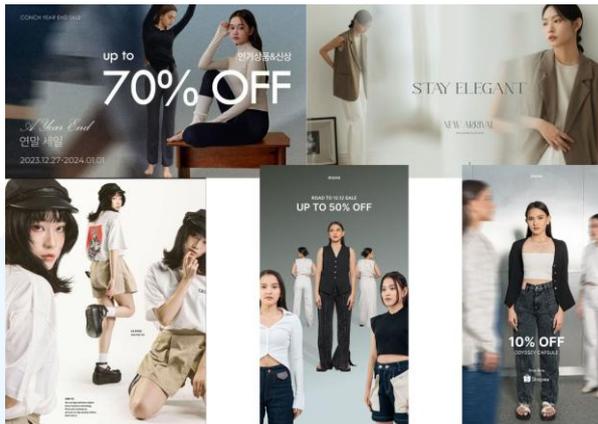
Penulis memilih proyek pembuatan *banner* promosi *Payday* sebagai tugas utama selama magang di Shenelin. Tujuan utama dari poster ini adalah menginformasikan mengenai promosi kepada para *customer* Shenelin. Dalam merancang poster, penulis menekankan visual yang menarik dan sekaligus informatif guna menarik perhatian konsumen. *banner* tersebut memuat beberapa informasi yang disusun secara estetik dan mudah dipahami.

1. *Brief*

Tugas ini diawali dengan sesi *briefing* dari Direktur dan juga Tim *Customer Service*, yang menyampaikan arahan terkait konsep visual yang perlu diterapkan dalam desain. Penulis diarahkan untuk merancang *banner* yang mencerminkan visual *brand* Shenelin. Visual *brand* Shenelin yang dimaksud adalah *Lively, Sophisticated, Charming, Contemporary, Chic, Delicate, Relaxed*. Dalam sesi ini, tim *customer service* meminta penulis untuk membuat *banner payday*, yang menginformasikan besar potongan harga, periode, dan hadiah yang akan didapatkan oleh *customer*.

2. Referensi

Setelah menerima *brief*, penulis mencari referensi sebagai acuan dalam merancang desain *banner*. Pencarian referensi dilakukan dengan menggunakan kata kunci, *lively, minimalist, chic, dan clean*.



Gambar 3. 3 Referensi Banner
Sumber: Pinterest (2025)

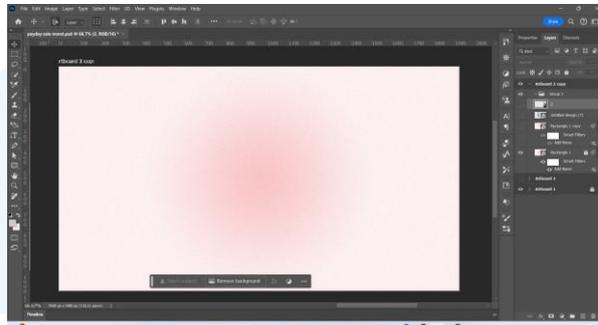
Dalam referensi ini, elemen *lively* tercermin dari efek *motion* pada banner, serta *layering* pada penempatan figur-figur, yang memberikan kesan dinamis serta efek kedalaman visual. Unsur *minimalist* dan *clean* tampak melalui penggunaan latar belakang polos serta minimnya element-element tambahan, sehingga tampilan keseluruhan terlihat sederhana dan rapi. Kesan *chic* diciptakan melalui pemilihan tipografi modern dan komposisi yang seimbang, menciptakan estetika yang *stylish* namun tetap elegan. Shenelin juga mempunyai font utama yaitu font Tamil Mn dan Ridley Grotesk. Selain itu, penulis juga melihat beberapa koleksi *banner* yang pernah dibuat sebelumnya oleh desainer grafis Shenelin.

3. Perancangan

Langkah selanjutnya adalah menyusun berbagai komponen dan asset-asset visual yang diperlukan. Proses ini meliputi tata letak, pengaturan elemen visual seperti foto produk, teks, warna, dan elemen dekoratif lainnya. Dalam tahap ini, penulis merancang desain agar menciptakan tampilan harmonis dan mudah dipahami.

Penulis mengambil aset foto produk dari drive Shenelin yang digunakan sebagai komponen utama, produk-produk yang diambil adalah produk-produk yang memiliki stok terbanyak.

Hal pertama yang dilakukan, penulis membuat segi empat menggunakan *rectangle tool* di Photoshop, penulis juga menambahkan *smart filters* berupa *noise* untuk memberikan variasi.



Gambar 3. 4 Proses Perancangan pada Photoshop

Color palette disesuaikan dengan warna utama Shenelin, yang merujuk kepada feminisme. Warna dasar pink muda gradasi dipilih sebagai latar belakang utama untuk menciptakan nuansa yang lembut, modern, dan tetap atraktif. Selain itu, warna pink sendiri merupakan warna identitas utama Shenelin, yang sekaligus memperkuat karakter sebagai *brand fashion* wanita yang elegan dan relevan dengan target pasar utamanya, yaitu wanita muda dewasa.



Gambar 3. 5 Proses Penempatan Aset Gambar pada *Banner*

Setelah menentukan latar belakang *banner*, penulis mulai menyusun foto-foto produk yang sedang dipakai oleh model. Dalam tahap ini, penulis juga menghapus latar belakang pada setiap foto produk yang digunakan untuk menciptakan tampilan yang *clean* karena setiap foto, memiliki *background* yang berbeda-beda. Penulis

juga menambahkan efek blur pada foto bagian depan untuk menciptakan kesan dinamis pada *banner*.



Gambar 3. 6 Penempatan Informasi pada Banner

Selanjutnya penulis mulai memasukkan semua informasi yang berkaitan dengan *banner*. Seperti keterangan *Payday*, tanggal berlaku, dan logo. Tipografi yang digunakan terdiri dari kombinasi font Ridley Grotesk dan Tamil Mn, yang memberikan tampilan bersih namun tetap berkelas. Tamil Mn digunakan untuk bagian informasi utama seperti "PAYDAY" untuk menambah sentuhan elegan pada desain. Sedangkan Ridley grotesk digunakan dalam teks promosi tanggal promo, dan teks promosi seperti "up to 50% OFF" agar mudah dibaca oleh para audiens.

Visual utama dari banner ini menampilkan empat model dengan gaya outfit berbeda dari koleksi Shenelin, yang menunjukkan variasi celana *highwaist* dengan potongan feminin dan kasual. Penempatan foto model disusun secara bertingkat dan *overlapping* untuk menciptakan kedalaman visual serta dinamika layout tanpa mengganggu fokus utama pada teks promosi.

Elemen tambahan yang memperkuat daya tarik visual adalah penawaran khusus yang ditampilkan dalam teks kecil yaitu, "*free belt for Ramadhan collection*". Penambahan ini memperkaya informasi tanpa membuat visual menjadi terlalu padat.

Penulis juga menambahkan penempatan *icon brand* dengan *platform ecommerce* yang menginformasikan bahwa promo itu

diselenggarakan di *platform-platform* tersebut. Pada perancangan ini, hasil langsung disetujui dan karya tidak mendapatkan revisi.

4. Finalisasi

Setelah proses selesai, dan atas persetujuan Direktur, poster disiapkan untuk tahap publikasi. Sehingga pada tahap ini, penulis mengunggah hasil perancangan ke dalam drive yang sudah disediakan, yang nantinya poster tersebut akan dipublikasikan di toko online Shenelin oleh tim *customer service*. Selama proses perancangan, penulis berupaya menyeimbangkan aspek kreativitas dan ketelitian, agar desain yang dihasilkan tidak hanya informatif namun juga menarik bagi para audiens.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama menjalani program magang di Shenelin, selain mengerjakan tugas utama sebagai desainer grafis. Penulis juga turut melaksanakan sejumlah tugas tambahan yang mendukung aktivitas operasional dan promosi perusahaan. Tugas-tugas tersebut mencakup perancangan berbagai materi visual seperti banner, konten media sosial, dan berbagai media lainnya untuk kebutuhan pemasaran. Seluruh perancangan ini berfungsi untuk memperkuat strategi *branding* perusahaan, mendukung pelaksanaan promosi, serta menarik target audiens dalam berbagai aktivitas pemasaran.

3.3.2.1 Proyek *Instagram Feed Exclusive Launch New Edition*

Penulis diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan proyek desain *banner* koleksi terbaru Shenelin yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai peluncuran produk terbaru.

1. Brief

Pengerjaan proyek diawali dengan sesi *briefing* langsung dari Direktur dan tim *customer service* yang menjelaskan konsep visual yang harus diwujudkan dalam desain. *Customer service* menyampaikan bahwa terdapat delapan produk baru yang akan diluncurkan. Dan penulis diarahkan untuk

merancang visual yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mampu menyampaikan informasi mengenai produk secara jelas. Tujuan dari proyek ini adalah memperkenalkan koleksi terbaru, sekaligus meningkatkan *engagement* melalui penawaran voucher ekstra yang berlaku.

2. Referensi

Untuk mendukung kelancaran proses perancangan, penulis mengamati berbagai referensi berupa desain *feed* yang relevan dan telah dibuat sebelumnya. Referensi ini memberikan gambaran kepada penulis mengenai tata letak, struktur, dan gaya visual yang diharapkan. Dari arsip desain milik Shenelin, penulis melihat desain yang digunakan cenderung mengarah pada pendekatan *collect style* atau gaya kolase. Selain mencari referensi internal melalui folder drive Shenelin, penulis juga mengeksplorasi *platform* Pinterest dengan kata kunci pencarian “*New collection design*” untuk memperluas inspirasi.



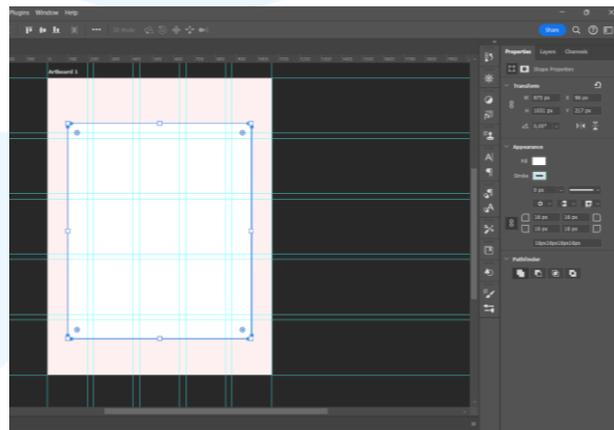
Gambar 3. 7 Referensi Perancangan *New Collection*

Setelah melihat berbagai referensi yang ada, penulis mulai memikirkan bagaimana menampilkan delapan produk baru dalam satu *feed* instagram secara efektif. Berdasarkan pertimbangan ini, penulis memutuskan untuk mengadptasi

pendekatan yang sama, yaitu dengan menggunakan gaya desain kolase agar informasi produk tetap tersampaikan secara efisien.

3. Perancangan

Dalam tahap ini, diawali dengan penulis membuat *layout* lalu penulis mulai memproses dengan menyusun elemen-elemen visual secara digital. Tahapan ini mencakup pemilihan tipografi, palet warna yang digunakan, serta elemen dekoratif lainnya. Penulis menggunakan *rectangle tool* untuk membentuk latar belakang dengan warna *soft pink* Shenelin. Setiap sudut penulis buat membulat, hal ini penulis gunakan agar memperkuat kesan feminim, lembut, *modern* serta agar desain terasa lebih *approachable*, yang selaras dengan kepribadian *brand* Shenelin. Pada proyek ini, warna dasar pink pastel tetap dipertahankan sebagai elemen utama dalam desain untuk menjaga konsistensi visual dengan identitas *brand* Shenelin yang feminin dan elegan.



Gambar 3. 8 Screenshoot proses perancangan

Struktur layout menggunakan sistem kotak 3x3 untuk menampilkan delapan *look* utama dari koleksi Shenelin, dilengkapi nama masing-masing model produk yang ditulis dengan tipografi berwarna putih dengan font yang digunakan adalah font Tamil Mn dan Monsterrat. Pilihan ini ditujukan

agar tampilan produk menjadi fokus utama sekaligus tetap memberikan informasi identitas produk secara estetik.

Dalam penempatan gambar, penulis menggunakan *rectangle tool* yang kemudian diubah menjadi *smart object* untuk memudahkan proses penyesuaian gambar sesuai kebutuhan. Penempatan setiap produk juga penulis pertimbangkan agar komposisi visual dapat seimbang, mengingat produk yang ditampilkan tidak hanya terdiri dari satu jenis, melainkan mencakup atasan, bawahan, dan *dress*. Oleh karena itu, susunanya dirancang agar tetap proporsional dan harmonis secara keseluruhan desain.



Gambar 3. 9 Instagram Feed Exclusive Launch

Bagian atas penulis tuliskan judul utama “*EXCLUSIVE LAUNCH*” dengan menggunakan font Tamil Mn kapital yang mencerminkan kesan premium, sementara subjudul “*Special New Edition*” menggunakan huruf Montserrat kecil untuk menciptakan keseimbangan visual.

Untuk elemen dekoratif, penulis menggunakan aset ilustrasi *body shape* milik Shenelin. Penulis menggunakan dua ilustrasi yang berbeda, hal ini digunakan sebagai penyeimbang elemen visual agar desain tetap terasa manis dan dapat mengundang perhatian target audiens. Warna-warna ini juga

menciptakan kesan hangat dan menyenangkan tanpa mengurangi profesionalitas desain.

Pada bagian bawah, penulis menyisipkan informasi promosi berupa teks: “*Get Extra Voucher*” disertai periode waktunya. Tanda panah kursor hitam ditambahkan sebagai aksesoris kecil untuk mengilustrasikan bahwa banner ini dirancang untuk keperluan digital, terutama dalam konteks *ecommerce*.

4. Asistensi

Tahap asistensi penulis lakukan untuk mendapatkan *feedback* mengenai perancangan tersebut. Direktur kemudian meninjau desain dan memberikan berbagai masukan untuk perbaikan yang harus dilakukan.



Gambar 3. 10 *Instagram Feeds Exclusive Launch* Sebelum Revisi

Perbaikan itu berupa perubahan foto produk yang digunakan. Direktur menginstruksikan agar foto produk “Ivy” menggunakan warna yang berbeda dari warna teks, karena teks tidak terlihat jelas. Setelah itu, penulis melakukan revisi agar desain *feed* sesuai dengan yang diinginkan.



Gambar 3. 11 Instagram Feeds Exclusive Launch Setelah Revisi

Pada perubahan ini, penulis mengganti produk “Ivy” yang sebelumnya menggunakan warna putih menjadi warna merah maroon. Penggantian ini dilakukan untuk menciptakan kontras yang lebih kuat antara gambar dengan teks, sehingga teks yang sebelumnya kurang terbaca kini dapat terlihat dengan jelas.

5. Finalisasi

Seluruh elemen desain dirancang untuk mencapai keseimbangan visual serta kemampuan desain dalam menyampaikan pesan secara efektif. Dalam tahap ini, penulis juga memastikan keterpaduan antar elemen visual agar saling melengkapi dan menciptakan harmoni desain tanpa mengurangi kekuatan pesan yang ingin disampaikan. Dengan pendekatan visual yang sederhana, desain ini bertujuan untuk membangun *awareness* dan mendorong aksi dari konsumen untuk mengeksplor lebih lanjut produk yang baru diluncurkan di *platform* Shenelin. Desain ini penulis serahkan kepada Direktur untuk di *upload* di Instagram Shenelin.

3.3.2.2 Proyek Video Ads Produk Bianca

Penulis merancang iklan produk “Bianca”. Desain iklan ini dirancang untuk menunjukkan keunggulan produk tersebut. Iklan ini berdurasi 23 detik yang diunggah ke *reels* Instagram Shenelin. *Videoshoot* yang sudah ada digunakan penulis sebagai aset utama pembuatan video.

1. *Brief*

Dalam proyek ini, penulis diberikan *brief* untuk membuat video *ads* yang mencakup *review* di dalamnya. Penulis juga diminta untuk menggunakan teknik editing yang berbeda daripada biasanya. Direktur memberikan arahan untuk menggunakan *hook* yang menarik dan juga teknik rotoscoping. Penulis diberikan link konten untuk gambaran *ads* yang dimaksud. Pada proyek ini, *brief* diberikan secara langsung pada saat *daily meeting* berlangsung.

2. Referensi

Pada tahap ini penulis melakukan pencarian video referensi yang sesuai dengan permintaan. Selain menggunakan konten yang dikirimkan sebagai referensi, penulis juga mencari referensi lebih secara mandiri.



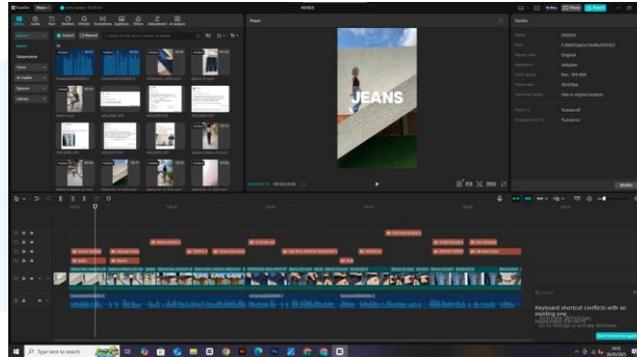
Gambar 3. 12 Referensi *Ads* Bianca
Sumber: Instagram (2025)

Selain gambaran visual, penulis juga mencari penyusunan *copywriting* yang cocok untuk dipadupadankan dengan susunan klip dan juga *review* nyata dari pelanggan Shenelin.

3. Perancangan

Dalam proyek ini, penulis menggunakan aplikasi Capcut sebagai perangkat utama dalam proses penyuntingan video. Aplikasi ini dipilih karena memiliki kompatibilitas yang tinggi dengan perangkat yang digunakan serta menyediakan berbagai fitur editing yang cukup lengkap untuk kebutuhan produksi video. Perancangan pertama, penulis menyusun berbagai

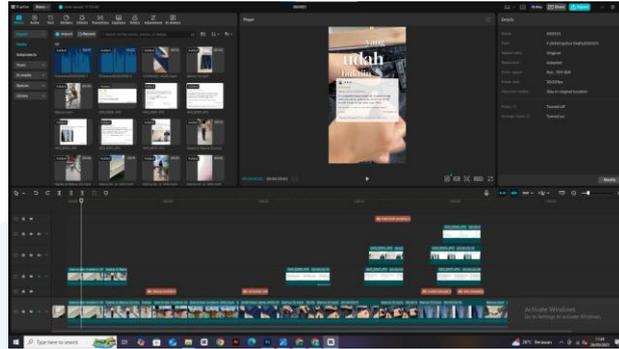
potongan klip video produk Bianca baik yang digunakan oleh *talent* maupun video detail produk, menjadi satu kesatuan visual yang utuh.



Gambar 3. 13 Screenshot Progres Ads Bianca

Tahap selanjutnya penulis mulai memikirkan *copywriting* untuk mengisi video *ads*. *Copywriting* disesuaikan dengan urutan dan jenis *footage* yang digunakan agar selaras secara visual dan naratif. Setelah itu, penulis merekam *voice over* untuk mengisi video tersebut. *Caption* pada video dihasilkan secara otomatis menggunakan fitur *auto generate caption* dalam aplikasi Capcut, dengan mengacu pada hasil *voice over* yang telah direkam.

Untuk menciptakan variasi dan penekanan pada teks dalam video, penulis menggunakan dua jenis font yaitu, Prata regular dan System sebagai font utama. Prata dipilih karena font ini memberikan kesan elegan dan feminim, yang sesuai dengan karakter *brand* Shenelin. Sedangkan font System dipilih untuk memberikan kesan modern, bersih, dan mudah dibaca, terutama pada informasi yang bersifat penjelasan.



Gambar 3. 14 *Screenshoot* penambahan element pada Bianca ads

Selanjutnya, penulis menyusun foto-foto *review* pelanggan Shenelin dengan memanfaatkan fitur *Overlay* pada aplikasi CapCut. Sebagai tahap terakhir, penulis menerapkan teknik rotoscoping, yaitu dengan menduplikasi berbagai klip yang dibutuhkan dan menghapus latar belakangnya untuk menciptakan efek visual yang lebih menarik dan sesuai *brief*.

4. Asistensi

Setelah perancangan dilakukan, penulis mengirimkan *preview* kepada Direktur untuk melihat kesesuaian konten dengan *brief* yang disampaikan. Pada tahap ini, Direktur menanyakan maksud dari teks dalam video yang dinilai agak ambigu. Setelah penulis memberikan penjelasan, Direktur tidak keberatan dan tetap ingin mencoba mengunggah konten tersebut. Selain teks, direktur juga meminta untuk memotong bagian belakang video karena pada akhir video terdapat klip hitam yang tidak diperlukan.

5. Finalisasi

Setelah mendapatkan *feedback*, penulis melanjutkan pada tahap finalisasi. Proses *revisi* dilakukan menyeluruh dan berkelanjutan hingga hasil rancangan mencapai kualitas yang diinginkan oleh pemberi *brief*.



Gambar 3. 15 Ads Bianca

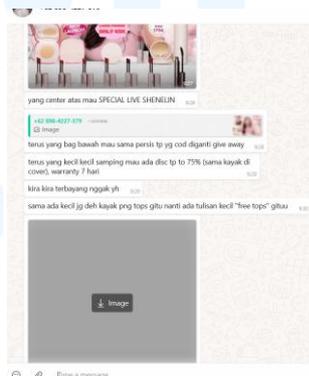
Dalam tahap ini, penulis tidak hanya fokus pada kesempurnaan visual, tetapi mempertimbangkan bagaimana perancangan dapat efektif dalam mendukung tujuan perusahaan. Karya ini penulis unggah ke dalam folder drive milik Shenelin dan diupload pada *platform* Instagram milik Shenelin.

3.3.2.3 Proyek *Sticker Frame Live*

Proyek ketiga adalah pembuatan *frame* dan *stiker* yang akan digunakan pada berbagai kesempatan *live* spesial shenelin.

1. *Brief*

Proses desain dalam proyek ini dimulai dengan penyampaian *brief* oleh tim *customer service*. Penulis diberi tugas untuk membuat berbagai element yang diperlukan. Elemen-elemen visual tersebut berupa *icon discount*, *warranty*, *COD*, *free delivery*, *free item*, dan *giveaway*.



Gambar 3. 16 Screenshoot Brief Frame Live

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan informasi promosi secara visual tanpa mengganggu fokus utama pada produk yang sedang ditampilkan dalam *live*. Desain ini digunakan khusus pada platform *e-commerce*.

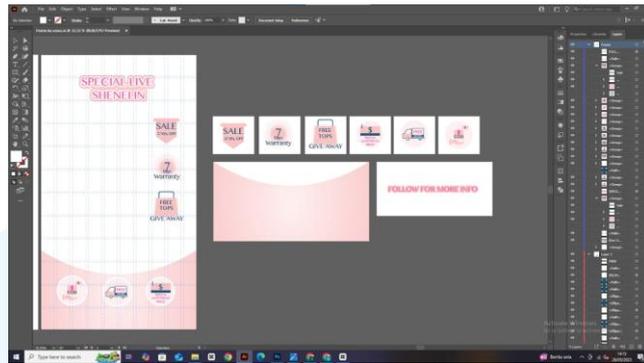
2. Referensi

Referensi diberikan langsung oleh tim *customer service*. Sehingga penulis bisa mendapatkan gambaran, memahami struktur, dan gaya visual yang jelas. Penulis juga memanfaatkan referensi ini untuk memastikan bahwa elemen desain yang digunakan tetap konsisten dengan materi pemasaran tersebut.

3. Perancangan

Berdasarkan referensi yang diberikan, penulis memulai proses kreatif dengan membuat *layout* awal untuk menempatkan elemen-elemen visual yang dibutuhkan. Warna yang digunakan dalam desain juga disesuaikan dengan identitas *brand* Shenelin. Desain mengusung tema feminin minimalis dengan dominasi warna pink pastel, yang merupakan identitas visual konsisten dari *brand* Shenelin. Desain ini dibagi ke dalam beberapa area fungsional, dengan ruang tengah transparan sebagai tempat utama menampilkan host atau model saat *live*.

Tahap awal, penulis menggunakan aset *icon* yang sudah ada sebelumnya, dan penulis lakukan beberapa penyesuaian agar visual lebih sesuai dengan citra *brand* Shenelin. Lalu penulis menempatkan teks-teks yang diperlukan menggunakan *type tool* pada *software*.



Gambar 3. 17 Proses Perancangan *Frame Live*

Setelah masing-masing *icon* dibuat, tahap selanjutnya penulis mulai menyusun *icon-icon* tersebut menjadi sebuah *frame*. Penulis memulai dengan *artboard* yang diberi judul utama “*Special Live Shenelin*” di bagian atas dengan efek bayangan untuk menciptakan kesan menonjol namun tetap lembut. Semua *icon* dirancang dalam gaya ilustrasi *flat* yang bersih dengan *outline* yang halus. Elemen-elemen yang ada disusun secara melingkar agar tampak menyatu dengan keseluruhan desain yang penulis rancang.



Gambar 3. 18 *Frame live*

Penggunaan transparansi di area tengah menjadi kunci utama dalam desain ini, agar *host* dan produk yang ditampilkan tidak terhalang oleh elemen visual yang ada. Tata letak elemen juga

diatur agar tidak mengganggu visual produk selama siaran, namun tetap menyampaikan informasi promosi secara efektif. Penulis memberikan gradasi latar bawah untuk memberikan aksent yang membingkai konten *live* secara lembut, menjaga keseimbangan visual serta memberikan kesan profesional dan manis dalam waktu yang bersamaan.

4. Finalisasi

Dalam tahap ini, penulis menggunggah langsung desain yang telah dibuat ke dalam folder yang sudah disediakan, karena desain yang dibuat langsung disetujui oleh pihak terkait. Hasil desain ini diharapkan dapat efektif dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan, dan juga dapat memenuhi ekspektasi estetika yang diperlukan.

3.3.2.4 Proyek Video *Storytelling*

Penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat video dengan konsep *storytelling* yang sebelumnya tidak pernah ada. Video ini bertujuan untuk membangun *brand awerness* dengan konsep yang berbeda daripada biasanya. Perusahaan ini membangun hal tersebut secara emosional dan naratif, melalui alur cerita yang relevan.

1. Brief

Brief diberikan langsung oleh direktur kepada tim kreatif yang terdiri dari desain grafis serta konten kreator. Dalam proyek ini, direktur meminta agar kualitas konten diutamakan. Sehingga perusahaan menyewa studio untuk pengambilan aset, serta persiapan yang matang sebelum hari pengambilang video dilakukan. Persiapan ini meliputi pengecekan naskah, latihan intonasi, pengambilan gambar, dan presentasi peragaan yang dilakukan oleh *content creator* di hadapan Direktur.

2. Referensi

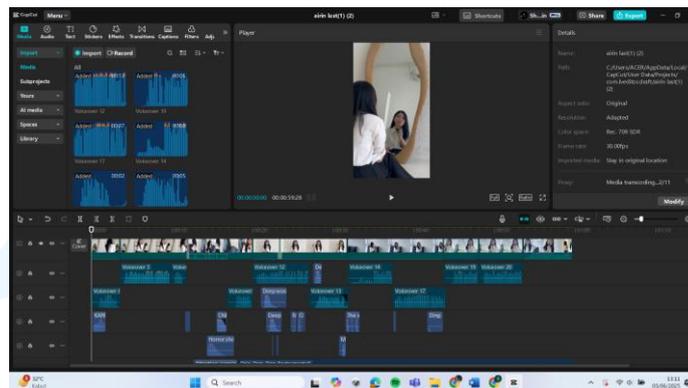


Gambar 3. 19 Referensi Video *Storytelling*
Sumber: Instagram (2025)

Direktur juga memberikan beberapa referensi video untuk proyek ini. Referensi tersebut penulis manfaatkan sebagai acuan dari perancangan visual. Selain itu, penulis juga mencari referensi tersendiri guna mendalami konsep yang diinginkan.

3. Perancangan

Perancangan dimulai dari *content planning* yang dibuat oleh konten kreator, lalu dilanjutkan dengan pengambilan aset video yang dilakukan di studio. Dalam hal ini, penulis juga membantu perbaikan beberapa *script*. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk merekam berbagai *footage* yang diperlukan untuk keperluan konten tersebut.



Gambar 3. 20 Screenshoot *Rough Cut Storytelling video*

Setelah pengambilan video, penulis ditugaskan untuk mengedit video sampai selesai. Tahap awal penulis menyusun berbagai *clip video* yang diambil sebelumnya sesuai dengan *script* yang sebelumnya dibuat. Setelah menggabungkan video-video tersebut menjadi satu, penulis mulai memasukkan *voice over*

yang telah diisi oleh *content creator*. Selain *voice over* yang berisi narasi, penulis memanfaatkan berbagai efek audio, dan visual yang ada pada Capcut guna memperkaya tampilan video.



Gambar 3. 21 Screenshot Penambahan Teks pada Video *Storytelling*

Dengan mengacu pada hasil *voice over* yang telah direkam, *caption* pada video dihasilkan secara otomatis menggunakan fitur *auto generate caption* yang ada pada aplikasi Capcut.

Teknik rotoscoping juga penulis terapkan pada proyek ini, sejalan dengan keinginan Direktur untuk mengaplikasikan teknik tersebut ke dalam berbagai media promosi.

Perancangan video ini mengusung narasi visual yang memadukan isu yang relevan dengan elemen promosi dalam satu rangkaian cerita pendek berdurasi singkat. Tujuannya adalah untuk membangkitkan rasa penasaran, memperkuat *brand awareness*, dan mendorong audiens agar lebih tertarik.

4. Finalisasi

Video promosi ini telah melalui proses perancangan visual yang mempertimbangkan kebutuhan komunikasi brand Shenelin secara menyeluruh. Setiap elemen grafis, warna, dan animasi disusun secara harmonis untuk menyampaikan pesan promosi dengan jelas dan menarik.



Gambar 3. 22 Hasil Video *Storytelling*

Dengan format vertikal serta gaya penyampaian yang ringan namun informatif, video ini siap digunakan sebagai materi promosi untuk mendukung Shenelin di kanal digital. Harapannya, media ini mampu meningkatkan interaksi konsumen, serta memperluas jangkauan audiens.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di Shenelin, tentunya penulis menghadapi berbagai kendala dan berbagai tantangan yang muncul. Kendala ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman yang didapatkan dalam proses magang. Secara langsung hal ini menguji kemampuan penulis dalam menghadapi berbagai tantangan dan situasi yang tidak terduga. Dibalik itu, hal ini melatih kemampuan penulis dalam mengembangkan sikap profesional, meningkatkan keterampilan penyelesaian masalah sekaligus kesempatan untuk belajar.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang penulis menghadapi beberapa kendala. Terkadang *brief* yang diberikan ataupun *style* desain yang diinginkan tidak selaras dengan identitas visual perusahaan, Selain *brief* yang tidak selaras, sering kali *brief* berubah-ubah seiring berjalannya waktu. Hal ini membuat penulis sedikit khawatir adanya pergeseran dalam hasil desain yang dihasilkan serta kebingungan dalam membuat suatu proyek. Selain itu, penulis juga menghadapi tantangan dalam mengatur waktu. Penulis kesulitan dalam menentukan waktu antara menyelesaikan laporan dan kinerja magang itu

sendiri, penulis sering kali kesulitan dalam membagi fokus dan waktu secara efektif. Selama menjalani magang, penulis juga mendapatkan tugas untuk mengikuti sesi *photoshoot* dan mengedit berbagai konten video sesuai arahan direktur. Namun, sebelumnya penulis tidak banyak memiliki pengalaman dalam kedua hal tersebut dan hanya mengetahui sebagian kecil *tools* yang terdapat pada aplikasi editing.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, penulis mencari lebih banyak referensi, walau *brief* yang diberikan tidak sesuai dengan *tone* visual yang Shenelin miliki, dengan melakukan adaptasi setidaknya desain yang dihasilkan tidak terlalu jauh dari yang semestinya. Pembuatan jadwal yang teratur juga penulis lakukan, dengan menyusun tugas berdasarkan prioritas serta pembagian waktu antara menyelesaikan tugas magang dengan mengerjakan laporan magang. Tugas magang diselesaikan pada jam kerja yaitu, pukul 08.00-17.00 WIB dan pengerjaan laporan bisa dimulai saat jam kerja selesai. Selain itu, penulis juga mencari media pembelajaran dari berbagai platform untuk mengatasi kesulitan yang dialami terkait pengalaman *photoshoot* dan edit video. Penulis secara rutin mencari video tutorial yang relevan dengan setiap kebutuhan tersebut.