

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan program magang pada Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind) dengan kedudukan sebagai *Graphic Design Internship*. Bertanggung jawab dalam pembuatan materi visual yang diperlukan untuk kegiatan promosi dan kebutuhan acara, baik media digital maupun media cetak. Materi visual yang dibutuhkan dibuat berdasarkan *briefing Head Graphic Design* dan *Head Social Media*, kordinasi dan permintaan dari Direktur Social Chic.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Berdasarkan penjelasan singkat di atas, penulis melakukan program kerja magang pada Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind) sebagai *Graphic Design Internship*. Penulis berkedudukan langsung dibawah Supervisi atau *Head Graphic Design* yang mengkordinasi dan bertanggung jawab atas semua materi visual yang dikerjakan. Struktur organisasi ini berfungsi memastikan bahwa penulis tidak hanya menyelesaikan pekerjaan, namun juga memahami nilai kerjasama antar divisi dan delegasi tugas yang baik dalam menjalankan pekerjaan.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Divisi Creative

Setelah melalui festival Social Chic Bandung 2025, penulis juga sempat membantu dalam penggeraan materi visual berbasis motion graphic untuk kebutuhan acara. Supervisi dan Direktur Social Chic mengetahui

bahwa penulis mempunyai skill pada bidang *Motion Graphic* dan *3D Animation*, kemudian menambahkan kedudukan dan tanggung jawab penulis sebagai *Graphic Design* dan *Motion Graphic Internship*. Namun, penulis diperintahkan untuk fokus pada pembuatan materi visual berupa animasi. Untuk memenuhi kebutuhan berbagai *output* pada festival Social Chic Jakarta 2025, hingga akhir kontrak program kerja magang habis.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama pelaksanaan program kerja magang pada Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind), penulis diwajibkan untuk mengikuti alur kerja yang sudah ditetapkan dan terbentuk dalam perusahaan. Proses alur koordinasi bersifat variatif, bisa dilakukan secara langsung atau verbal maupun melalui daring (*platform chatting*). Dengan adanya alur koordinasi, dapat menjaga efektifitas dan hierarki antar masing-masing kedudukan atau divisi lainnya. Berdasarkan pengalaman penulis, terdapat beberapa alur koordinasi dalam delegasi tugas ketika menjalankan pekerjaan.



Gambar 3.2 Alur Koordinasi Materi Visual Digital

Berdasarkan gambar alur koordinasi untuk pekerjaan berupa materi visual digital, direktur diposisikan pada alur pertama karena beliau memberikan perintah atau permintaan terkait materi visual. Perintah tersebut disampaikan langsung kepada tim *Creative* yaitu, *Head Graphic Design* dan *Head Social Media*. Setelah perintah tersampaikan, mereka berdiskusi terkait konsep, pesan dan waktu unggahan materi visual. Kemudian, penulis melihat

bagan atau tabel *to-do list* yang disediakan oleh Supervisi atau *Head Graphic Design*, untuk mengetahui *deadline* dan plottingan yang akan mengerjakan materi tersebut. Selain tabel *to-do list*, penulis juga harus melihat bagan Social Media Plan untuk melihat brief atau konten materi yang lebih detail. Ketika materi visual sudah dibuat, materi diserahkan kepada Supervisi untuk proses review bersama direktur. Apabila terdapat revisi, Direktur atau Supervisi akan langsung memberi informasi kepada penulis untuk segera dikerjakan. Setelah materi visual sudah masuk pada tahap *approved*, materi tersebut diunggah pada Google Drive khusus *social media* yang nantinya akan diunggah oleh *Head Social Media*.



Gambar 3.3 Alur Koordinasi Materi Visual Instalasi

Alur koordinasi kedua merupakan alur yang berkaitan dengan materi visual instalasi atau printing. Bagan alur di atas tidak ada perbedaan signifikasi dari alur sebelumnya, yang membedakan hanyalah keterlibatan divisi. Divisi Produksi bertugas sebagai penyelenggaraan barang atau instalasi besar kebutuhan acara. Selain itu, mereka berperan sebagai penerima perintah atau permintaan Direktur yang berkaitan dengan instalasi dan printing. Apabila terdapat permintaan untuk membuat instalasi yang menggunakan materi visual, mereka menentukan ukurannya dengan skala 1:1. Kemudian ukuran tersebut diserahkan kepada Supervisi yang nantinya akan dibuatkan *brief* serta plottingan untuk dikerjakan penulis. Setelah materi visual sudah diselesaikan dibuat, akan memasuki tahap review dan diberikan kepada divisi produksi untuk dicetak.



Gambar 3.4 Alur Koordinasi Materi Visual Animasi

Terakhir adalah alur koordinasi pekerjaan materi visual berupa *motion* atau animasi. Sama halnya dengan alur koordinasi yang kedua, namun vendor terletak pada alur pertama. Karena vendor yang memberikan regulasi serta ukuran yang sesuai berdasarkan permintaan Direktur dan kebutuhan acara. Biasanya Direktur memiliki brief tersendiri dalam pembuatan materi visual berupa animasi. Nantinya brief ini akan disampaikan ke Supervisi untuk berdiskusikan bersama penulis, kemudian masuk kedalam penggerakan *rough animation* dan review ke Direktur. Setelah mendapatkan persetujuan terkait materi animasi, penulis mengembangkan animasi tersebut hingga ke tahap finalisasi. Nantinya materi tersebut akan diserahkan langsung kepada vendor untuk proses pengecekan visual di LED Screen atau FoH.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama penulis melakukan program kerja magang pada perusahaan Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind), bermacam banyak tugas telah diberikan dan diselesaikan. Sebagian besar perkerjaan berupa materi *motion graphic*, namun tidak terlepas dengan materi visual digital serta printing atau instalasi. Berikut uraian pekerjaan yang sudah diselesaikan penulis.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	26 Mei - 30 Juni 2025	Social Chic Bandung 2025	<ul style="list-style-type: none"> Pengenalan kantor, divisi, alur kerja Penyerahan akun dan aset visual perusahaan Design ID Card semua kategori Design Template Advertising Car

			<ul style="list-style-type: none"> • Animasi Design Advertising Car (2 format) • Design Announce All Talent (feeds instagram)
2	2 - 6 Juni 2025	Social Chic Bandung 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Design Jastiper Lounge (instalasi) • Design Backdrop Penukaran Tiket (instalasi) • Animasi Announce Full Line Up Talent & Brand • Input data ID card volunteers
3	9 - 13 Juni 2025	Social Chic Bandung 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Design Expo Map (feeds Instagram) • Design template untuk logo (fashion, fnb, sponsor) • Design Header Stage (instalasi)
4	16 – 22 Juni 2025	Social Chic Bandung 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Input logo ke design template logo (fashion, fnb, sponsor) • Input dan update data brand ke design ID card exhibitor • Design Totem Sign Gangway Venue 1, 2, 3, 4 (instalasi) • Design hotel recommendation (feeds instagram) • Briefing animasi announce playlist • Animasi announce plasylist • Design meet influencer (feeds instagram)
5	23 – 29 Juni 2025	Social Chic Bandung 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Berangkat ke venue (Bandung Convention Centre) • Membantu divisi ticketing • Revisi design thanks to • Animasi template sponsor, fashion brand, fnb, media partner dan strategic partner. • Design dan animasi bumper intro video recap day 1, 2, 3 • Animasi logo looping (LED stage) • Design dan animasi template see you at Jakarta (LED stage) • Membantu divisi social media sebagai videographer selama 3 hari

6	2 – 4 Juli 2025	Social Chic Jakarta 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi divisi kreatif • Briefing style visual baru • Animasi logo looping 3D (reels instagram) • Design calling all volunteers • Design ticket available • Design dan animasi template tutorial pembelian tiket (reels instagram)
7	7 – 11 Juli 2025	Social Chic Jakarta 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Design dan animasi base template line up talent all day, template sponsorship. • Design ID card internal beekind • Pembuatan expo map (3D) • Design informasi expo map (feeds instagram)
8	14 – 19 Juli 2025	Social Chic Jakarta 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Menerima kedudukan baru sebagai motion graphic dan 3D animator • Briefing kebutuhan dan format LED stage Jakarta • Pembuatan aset 3D piala social chic awards 2025 • Animasi video intro social chic awards 2025 (animasi 3D) • Final progres animasi line up talent day 1, 2, 3 (reels instagram) • Animasi tutorial voting brand social chic awards 2025 • Technical meeting all brand di Urban Forest, Cipete
9	21 – 25 Juli 2025	Social Chic Jakarta 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Briefing format size baru untuk semua LED screen • Revisi semua animasi yang sudah jadi sebelumnya untuk LED screen ke format size baru • Animasi 3D LED header stage • Animasi logo loop LED main stage dan mini stage • Animasi 3D LED main gate • Animasi final full line up talent, fashion brand dan fnb

			<ul style="list-style-type: none"> • Animasi announce sponsorship untuk LED stage dan reels (13 brand) • Animasi coming up next LED stage (21 artis/talent) • Animasi nominasi dan pemenang social chic awards 2025 LED stage (7 kategori)
10	28 Juli – 3 Agustus 2025	Social Chic Jakarta 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Berangkat ke venue (Stadium Madya, GBK) • Menginap di hotel Best Western Senayan, Jakarta • Memantau semua animasi atau visual yang tampil pada LED screen di ruangan FoH • Social Chic Jakarta 2025 day 1-3 • Membantu divisi ticketing • Design dan animasi bumper intro video recap day 1-3 • Membantu divisi social media sebagai videographer
11	6 - 8 Agustus 2025	Arah Running Festival 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi divisi kreatif • Briefing rencana social chic • Acara perayaan Social Chic • Briefing konsep design Arah Running Fest • Pembuatan key visual Arah Running Fest • penyerahan file logo dan pembuatan desain template sponsor
12	11 - 15 Agustus 2025	Arah Running Festival 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Animasi template sponsor Arah Running Fest opsi 1 dan 2 (LED screen) • Finalisasi animasi template sponsor opsi 2 • Penyerahan file logo supported by • Design dan animasi template supported Arah Running Fest • Design dan animasi logo looping Arah Running Fest

13	18 - 22 Agustus 2025	Arah Running Festival 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Design dan animasi template gabungan sponsor, foto event dan logo looping • Briefing perubahan size format pada LED screen • Resize semua animasi sponsor, supported, logo loop dan gabungan ke format size baru • Design TnC penitipan barang (feeds instagram) • Design penukaran racepack (feeds instagram)
14	25 - 29 Agustus 2025	Beekind	<ul style="list-style-type: none"> • Briefing konsep Social Chic 2026 • Brainstrom dan progres pembuatan key visul social chic 2026 • Briefing proyek Danantara Indonesia by Beekind • Persiapan aset visual dan animasi
15	1 – 5 September 2025	Danantara Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Design dan animasi template bumper intro Danantara Indonesia (LED screen) • Design dan animasi welcoming Danantara Indonesia (LED screen) • Design dan animasi bumper intro untuk CEO, COO dan CIO Danantara Indonesia



16	8 – 17 September 2025	Danantara Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Design cover QR code Town Hall Survey Danantara Indonesia (LED screen) • Design cover QR code QnA Danantara Indonesia (print) • Animasi bumper intro versi pendek untuk CEO, COO dan CIO Danantara Indonesia • Visit site Gedung Wisma Danantara Indonesia (Gatot Subroto, Jakarta Pusat) • Memantau semua animasi atau visual yang tampil pada LED screen di ruangan FoH • Akhir dari kontrak program kerja magang di Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind) • Farewell dengan divisi dan kantor
----	--------------------------	------------------------	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Uraian pekerjaan yang penulis kerjakan selama program kerja magang pada perusahaan Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind) adalah pembuatan materi visual sebagai cara penyampaian pesan dan promosi kepada audiens, serta berbagai kebutuhan festival. Tanggung jawab dari kedudukan penulis, sebagian besar mengerjakan materi visual berupa animasi atau *motion graphic*. Terdapat proses pelaksanaan tugas utama pada masa program magang yaitu, pengembangan *visual branding* berbasis *motion graphic* pada festival Social Chic Jakarta 2025 untuk kebutuhan LED *main stage*, *mini stage* dan *main gate*. Selain itu, penulis memiliki tugas tambahan kerja seperti, desainer grafis Social Chic Bandung dan Jakarta 2025, *motion graphic* Arah Running Fest serta Danantara Indonesia.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Pengembangan *visual branding* berbasis *motion graphic* Social Chic Awards pada Social Chic Jakarta 2025 merupakan tugas utama yang dipilih berdasarkan hasil kerja penulis. Materi visual ini luarannya sangat besar dan

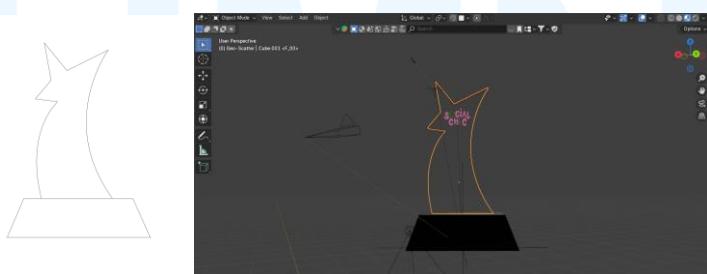
berarti bagi penulis, karena karya yang dibuat ditampilkan di sebuah LED screen skala besar pada setiap sisi panggung dan *main gate*.

Perancangan tugas utama ini berawal dari diskusi antar direktur dan divisi kreatif, perihal konsep, bentuk piala dan ukuran (*format*). Pencarian bentuk ini dimulai dari melihat banyak referensi pada website (Pinterest), kemudian dilakukan pemilihan suara terkait bentuk piala untuk diterapkan.



Gambar 3.5 Pemilihan Bentuk Piala

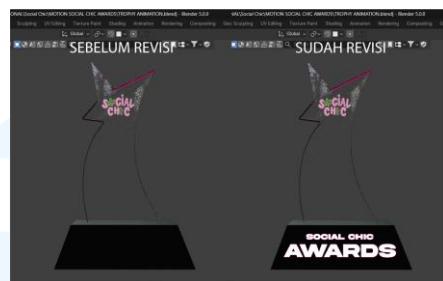
Setelah mendapatkan gaya atau bentuk piala, supervisi membuat sketsa berdasarkan referensi untuk piala Social Chic Awards. Sketsa yang diciptakan berdasarkan hasil diskusi supervisi dengan direktur, yang nantinya menjadi dasar untuk proses pembuatan aset. Setelah sketsa piala selesai dibuat, sketsa tersebut diserahkan kepada penulis untuk dibuatkan aset tiga dimensi.



Gambar 3.6 Proses Pembuatan Aset Tiga Dimensi

Setelah perancangan aset tiga dimensi selesai dibuat, penulis memberikan gambar yang sudah dirender kepada supervisi dan direktur untuk melakukan ulasan (*review*). Penulis menerima masukan terkait penambahan tulisan yang akan digunakan pada piala tersebut, kemudian masuk ke tahap

revisi dan ulasan ulang. Selanjutnya, aset yang sebelumnya sudah diberi ulasan, mendapatkan persetujuan untuk dilakukannya tahap *modeling* latar.



Gambar 3.7 Revisi Penambahan Tulisan

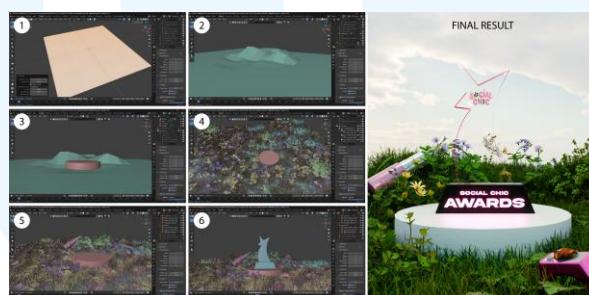
Berdasarkan hasil diskusi sebelumnya, penulis diberikan sebuah gambar referensi dari supervisi terkait konsep latar. Konsep tersebut seperti podium yang berada di sebuah taman bunga dengan langit yang cerah. Dengan konsep seperti ini, masih relevan dengan *tone and manner* yang dimiliki Social Chic. Maka dari itu, supervisi menugaskan penulis untuk membuat latar yang sama konsepnya dengan gambar referensi.



Gambar 3.8 Referensi Pembuatan Latar

Setelah menerima gambar referensi, penulis langsung melakukan perancangan terkait latar menggunakan aplikasi Blender. Tahap pertama, penulis melakukan *modeling* terhadap *ground*-nya dengan menggunakan *plane*. Kemudian, penulis membagi (*subdivide*) *plane* tersebut dibentuk menyerupai seperti tanah yang memiliki gundukan agar terlihat *natural*. Selanjutnya, penulis menambahkan podium di tengah gundukan menggunakan *cylinder*. Setelah itu, penulis menambahkan aset rumput dan bunga yang menyelimuti seluruh *plane* dan podium menggunakan *add-ons* Blender bernama Biome-

Rearder. Aset rumput dan bunga yang digunakan, dipilih karena menyerupai salah satu aset *key visual* Social Chic. Tapahan Terkahir meletakan aset tiga dimensi yang sebelumnya sudah disediakan ke dalam latar yang penulis buat. Penulis memilih aset *lipstick*, karena bisa diletakan dibelakang seperti berbaring di tanah. Selain itu, terdapat aset cincin yang diletakan di bagian depan. Dengan peletakan aset sebagai berikut, tetap memberikan empasis pada piala. Setelah selesai dengan modeling latar, penulis tinggal memasukan aset piala yang sudah dibuat dan diletakan di atas podium. Bagian terakhir, penulis menambahkan langit (HDRI) dari Add-ons Blenderkit sebagai background dan sumber cahaya.



Gambar 3.9 Proses Perancangan Latar

Setelah mendapatkan persetujuan terkait aset tiga dimensi dan latarnya, penulis melanjutkan proses animasi. Supervisi dan penulis melakukan *brainstorm* terkait setiap *scene* dan *camera movement* yang berbeda. Karena animasi tersebut ingin mencapai kesan yang elegan dan dramatis. Sehingga brief tersebut diberikan secara detail melalui diskusi bersama dengan divisi kreatif, guna sebagai acuan dalam proses animasi. Penulis menggunakan metode simulasi dengan benda disekitar seakan-akan itu piala dan kamera yang bergerak, guna untuk mempermudah dan menghemat waktu penggeraan.



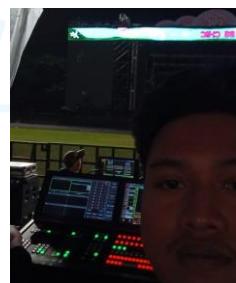
Gambar 3.10 Proses Briefing Animasi

Setelah proses briefing dengan supervisi terkait gerakan animasi dan kamera, penulis melanjutkan proses animasi menggunakan aplikasi Blender. Tahapan pertama penulis menganimasikan piala yang seakan terbang dan mendarat di podium. Dengan peletakan kamera di atas piala menghadap kebawah memperlihatkan bagian atas piala dan latar secara singkat. Hal ini dilakukan untuk memberikan kesan penasaran dan misteri terhadap audiens. Tahap kedua, penulis mengubah *angle* kamera menjadi sejajar dengan piala dan meng-*highlight* bagian bentuk bintang dan logo Social Chic. Guna untuk menampilkan bagian dari piala secara perlahan. Terakhir, penulis mengubah *angle* kamera menjadi *frog eye* untuk memberikan empasis pada piala. Serta membuat kamera menjauh dari piala dan memperlihatkan latar secara detail, diiringi dengan piala mendarat pada podium.



Gambar 3.11 Proses Animasi

Penulis mendapatkan persetujuan dari direktur dan supervisi terkait penggeraan animasi, dan diperbolehkan masuk ke tahap final seperti *render* dan *post editing*. Guna memasukan *sound effect*, *voice over* dan *background music*. Setelah materi visual animasi sudah melalui tahap final, materinya akan dikirimkan kepada pihak vendor yang bertanggung jawab atas LED screen. Ketika sudah menjelang festival penulis melakukan check visual pada ruangan FoH, untuk memastikan tidak adanya kesalahan pada materi visual.



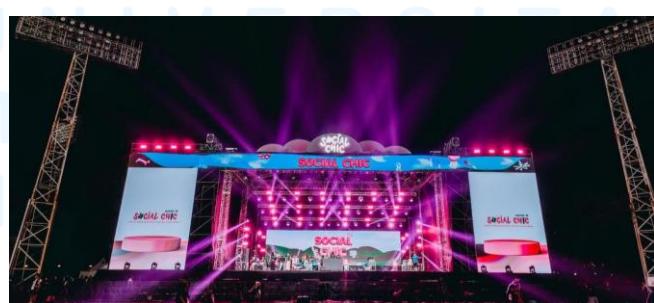
Gambar 3.12 Pengecekan Animasi di Ruangan FoH

Setelah melalui berbagai proses perancangan dan pengembangan *visual branding* berbasis *motion graphic*, karya yang sudah diciptakan siap untuk tayang selama festival berlangsung. Animasi Social Chic Awards 2025 ditampilkan pada waktu pertengahan festival berlangsung. Segmen ini bertujuan sebagai bentuk apresiasi untuk *brand* yang berpartisipasi dan ditampilkan pada LED screen center dan wing main stage.



Gambar 3.13 Hasil Animasi Ketika Festival

Selain animasi Social Chic Awards, *motion graphic* atau animasi yang diciptakan penulis diantara lain adalah *logo looping* (animasi 3D) yang berfungsi untuk menampilkan identitas ketika jam kosong dan ditampilkan pada LED screen center main stage & mini stage. Kemudian terdapat animasi *template* untuk tiga belas *brand sponsorship*, yang berfokus sebagai wadah menampilkan video iklan dari masing-masing brand dan ditampilkan pada LED screen wing main stage. Setelah itu terdapat animasi asset *visual looping* (animasi 3D), untuk kebutuhan LED screen header main stage. Menampilkan asset visual dan logo Social Chic berterbangan, ditampilkan dari mulainya festival hingga akhir. Serta animasi *coming up next talent* sebanyak dua puluh satu penyanyi, yang berguna sebagai infomasi kepada audiens atau penyambung antar talent dan ditampilkan pada LED screen wing main stage.



Gambar 3.14 Materi Visual Animasi Main Stage

Gambar di atas merupakan beberapa hasil kerja penulis berdasarkan uraian atau penjelasan sebelumnya. Selain pada LED screen main stage dan mini stage, penulis juga mengerjakan animasi untuk LED main gate. Berguna sebagai penyambut dan pemberi kesan baru, bagi para audiens yang baru tiba di venue. Animasi tersebut berisikan logo, asset visual dan slogan Social Chic yang bergerak secara dinamis, karena untuk memberikan kesan ceria dan semangat untuk menikmati festival.



Gambar 3.15 Materi Visual Animasi Main Gate

Dalam perancangan materi visual di atas, penulis bekerja sendiri dalam merancang desain dan animasi. Penulis diberikan kepercayaan sepenuhnya oleh direktur dan divisi kreatif dalam berkreasi untuk kebutuhan di semua LED screen. Materi visual tersebut dibuat berlandaskan permintaan direktur, kemudian diadakan briefing antar direktur dan divisi kreatif terkait konsep serta gaya untuk menjadi tiang utama perancangan.

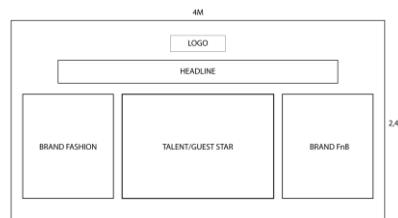
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selama program kerja magang pada perusahaan Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind), penulis tidak hanya menjalani tugas utama yang diperintahkan. Terdapat berbagai pekerjaan tambahan seperti menjadi *graphic designer* dan *videographer* divisi social media untuk Social Chic. Serta proyek agensi Beekind berbentuk *motion graphic* untuk kebutuhan acara Arah Running Fest dan Danantara Indonesia.

3.3.2.1 Project Backdrop Penukaran Tiket Social Chic

Pada pekerjaan atau proyek tambahan ini, penulis diberikan tanggung jawab untuk berpartisipasi dalam merancang konten visual berbasis media cetak untuk kebutuhan festival Social Chic Bandung 2025. Penulis diperintahkan untuk membuat dekorasi pada area penukaran tiket di sebuah tempat hiburan umum bernama 10th Avenue Mall.

Dalam melaksanakan tugas tambahan ini, proses perancangan yang dilalui kurang lebih sama dengan pelaksanaan tugas utama. Supervisi mendapatkan perintah atau permintaan dari Direktur untuk dibuatkan konten visual media cetak berupa *backdrop*. Kemudian Supervisi melakukan kordinasi dengan divisi produksi (cetak) untuk membahas terkait isi konten, *copywriting* atau ukuran. Setelah mendapatkan brief kasar, Supervisi membuat referensi sebagai acuan perancangan konten visual. Kemudian brief dan referensi yang sudah ada, dicantumkan pada Google Sheet To-Do List dan Social Media Plan.



Gambar 3.16 Referensi Layout Backdrop

Dalam proses perancangan konten visual *backdrop* penukaran tiket, penulis memulai dengan memasukan *background* yang sudah disediakan oleh Social Chic sebagai *mandatory* di setiap konten visual. *Background* terdiri atas warna gradasi antar merah muda terang dengan putih. Hal ini ditujukan sebagai perwakilan atau simbol target audiens yang merupakan kaum wanita. Selain *background* gradasi, Social Chic juga memberikan *mandatory* untuk menggunakan aset rumput (*moss ground*). Guna sebagai penghias dan mematuhi *key visual* yang sudah ditetapkan oleh supervisi dan direktur.



Gambar 3.17 Proses Perancangan Background

Setelah selesai merancang *background* sesuai *mandatory* Social Chic, penulis melihat referensi kembali untuk melakukan proses merancang tata letak konten visual. Dimulai dengan logo Social Chic yang sudah disediakan, penulis meletakan logo di paling atas tengah mengikuti arahan referensi. Hal ini bertujuan untuk memberikan *highlight* atau sebagai perwakilan sebuah perusahaan yang menyelenggarakan festival. Setelah itu, penulis melanjutkan proses perancangan ke tahap memasukan *headline* atau judul. Peletakan *headline* berada di tengah bagian atas area visual, posisi ini sangat cocok untuk dijadikan pesan atau informasi utama, karena terkesan tegas, informatif dan menarik. Dalam penulisan *headline*, diberikan dua opsi *font* yang sudah menjadi *mandatory key visual* yaitu, Akira Expanded dan Proxima Nova. Penulis memilih font Akira karena lebih tepat untuk dijadikan sebagai *headline*, font tersebut memiliki karakteristik yang lebih tebal dan solid. Setelah memilih font, dilanjutkan ke proses pemilihan warna *headline*. Terdapat banyak warna yang sudah disediakan, namun penulis memilih warna merah muda yang sedikit gelap. Karena warna ini lebih terbaca dan senada dengan *background* diantara warna lainnya.



Gambar 3.18 Proses Perancangan Headline

Kemudian masuk ke tahap memasukan foto *talent* atau penyanyi yang Social Chic hadirkan. Penulis mendapat saran dari supervisi untuk meletakan foto penyanyi didalam sebuah lingkaran seperti gelembung, dengan menambahkan border dibawahnya sebagai tempat diletakan nama dari penyanyi tersebut. Setelah *template* gelembungnya sudah diaplikasikan pada semua penyanyi, penulis melakukan proses tata letak seperti yang ada di referensi. Supervisi meminta untuk gelembungnya saling timpa tindih, agar lebih terkesan natural dan menarik. Untuk peletakan penyanyinya dibuat dari atas ke bawah berdasarkan tingkat popularitas penyanyi tersebut.



Gambar 3.19 Proses Perancangan Talent

Selanjutnya masuk ke tahap finalisasi untuk memasukan informasi terkait tempat dan waktu diselenggarakan festival Social Chic Bandung 2025, serta logo *brand* busana, kecantikan & Fnb. Peletakan informasi diposisikan pada bawah *headline*, agar terbaca dengan jelas. Peletakan logo *brand* yang berpartisipasi di bagi menjadi dua *border*. Di sisi kanan terdapat Fnb dan sisi kiri terdapat busana atau kecantikan. *Border* dibuat dengan menggunakan warna putih dengan *outline* gradasi merah muda. Karena warna tersebut lebih netral untuk digunakan kebanyak warna. Kemudian diletakan *sub-headline* pada *border brand* untuk memperjelas informasi terkait golongan *brand* tersebut. Logo disusun berdasarkan tingkat popularitas dan besar nilai hak dan kewajiban yang dibayarkan dalam berpartisipasi pada festival Social Chic.



Gambar 3.20 Proses Finalisasi Backdrop

Pada proses perancangan selanjutnya, penulis menyerahkan hasil dari konten visual yang sudah dibuat kepada supervisi dan direktur untuk dilakukannya tahap review. Apabila terdapat revisi, penulis langsung mengerjakan revisinya. Lain halnya jika tidak ada revisi, Supervisi akan langsung menyerahkan konten visual kepada divisi produksi untuk dilakukannya pencetakan dan instalasi.



Gambar 3.21 Hasil Instalasi Backdrop

Selain pengerjaan backdrop penukaran tiket, pekerjaan yang diberikan sangat beragam mulai dari unggahan *social media* seperti, rekomendasi hotel, penukaran tiket, pemberitahuan *line up talent*, pembukaan *volunteers*, informasi peta expo, *meet influencer* dan lainnya. Selain permintaan pada media digital.



Gambar 3.22 Karya Desain Konten Visual Digital

Penulis juga mengerjakan berbagai konten visual untuk media cetak. Berguna sebagai informasi, dekorasi dan kebutuhan festival lainnya. Pekerjaan yang diberikan antara lain, *header stage*, *jastiper lounge*, *ID card* (Beekind, Talent, Volunteers), *signage talent*, *sign gangway* dan lainnya.



Gambar 3.23 Karya Desain Konten Visual Cetak

Secara keseluruhan, penulis memperoleh pengalaman berharga dalam menerapkan kemampuan desain grafis. Proses kerja yang melibatkan koordinasi antar divisi, pemahaman brief, hingga tahap revisi dan finalisasi, memberikan wawasan mendalam mengenai alur produksi konten visual dalam skala festival besar.

3.3.2.2 Project Video Festival Social Chic

Pekerjaan atau tugas tambahan ini diberikan secara mendadak ketika festival Social Chic Bandung 2025 hendak berlangsung. Penulis diberikan kepercayaan sebagai *videographer* untuk membantu divisi *social media* ketika berlangsungnya acara. Penulis dipilih karena direktur tidak mempercayai orang luar atau *volunteers* untuk mengoperasikan kamera (DJI Osmo Pocket 3). Penulis banyak meliput kegiatan terkait kebutuhan social media seperti video informasi, kondisi sekitar, wawancara audiens, KOL, *influencer* dan talent (penyanyi).

Penulis bekerjasama dengan presenter dari divisi social media, untuk meliput semua kegiatan di atas. Liputan terkait video informasi yaitu, tata cara penukaran tiket, cara masuk venue, nama-nama lokasi dan sebagainya. Kemudian liputan kondisi sekitar, hanya memvideokan keadaan yang sedang berlangsung untuk kebutuhan informasi pada *social media* secara langsung. Selanjutnya, terdapat wawancara dengan berbagai audiens, KOL, *influencer* dan *talent* berdasarkan segmen atau jenis pertanyaan yang berbeda. Seperti, kesan, pesan dan keuntungan datang pada festival Social Chic.



Gambar 3.24 Hasil Video Rekaman Penulis

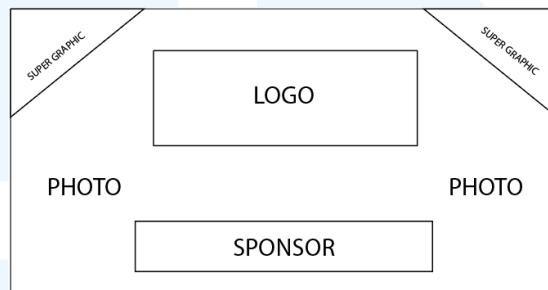
Melalui pengalaman tambahan sebagai *videographer* pada festival Social Chic, penulis memperoleh wawasan baru mengenai proses peliputan khususnya dengan divisi *social media*. Tugas ini tidak hanya memperluas kemampuan teknis penulis dalam pengoperasian alat kamera, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi dan adaptasi di lapangan.

3.3.2.3 Project Motion Bumper Arah Running Fest

Setelah selesai dari festival Social Chic 2025, penulis diberikan pekerjaan tambahan untuk membuat materi visual *motion graphic*. Untuk kebutuhan festival olahraga dan apresiasi bagi para sponsor. Materi visual nantinya akan ditampilkan pada LED Screen Stage utama.

Pada proses perancangan animasi *bumper* ini, penulis diberikan sebuah brief dari direktur dan supervisi terkait pembuatan desain *key visual* yang akan dianimasikan. Brief tersebut berisi *mandatory* seperti logo, font (Base Neue), *super graphic* dan aset foto festival. Kemudian penulis melakukan brainstrom dengan supervisi, terkait gaya visual dan

layouting untuk desain *key visual*. Arah Running Fest memiliki *style* dinamis, elegan dan minimalis. Sehingga untuk pergerakan animasinya nantinya dibuat sederhana namun terlihat menarik dan dinamis. Selain itu, tata letak aset visual dibuat tertata dan memiliki *white space* yang banyak. Karena akan menggunakan foto dari festival untuk mengisi *white space*.



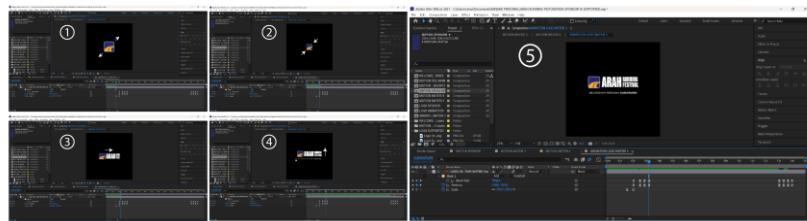
Gambar 3.25 Sketsa Key Visual Bumper

Setelah pembuatan sketsa kasar, penulis menyerahkan sketsa tersebut kepada supervisi untuk proses persetujuan. Sesudah mendapatkan persetujuan supervisi, penulis melanjutkan proses *layouting* dengan *mandatory* yang sudah diberikan oleh *brand*. Hal yang pertama dilakukan penulis adalah memasukan latar foto festival dan aset *texture*. Kemudian, penulis memasukan logo dan sponsor yang diletakan pada tengah *canvas*. Peletakan ini, bertujuan untuk memberikan empasis untuk penyelenggara. Terakhir, peletakan *super graphic* yang berada di pojok dari *canvas* guna sebagai dekorasi dan pemanis. Penulis memberikan warna putih pada *super graphic*, dengan tujuan menyelaraskan dengan aset visual lainnya dan agar tidak bertabrakan dengan *background* foto dibelakangnya.



Gambar 3.26 Proses Perancangan Key Visual

Setelah selesai dengan proses perancangan *key visual*, penulis melanjutkan ke tahap animasi menggunakan aplikasi Adobe After Effect. Pertama-tama penulis menganimasikan logo terlebih dahulu, karena animasi logo bisa menjadi patokan untuk gerakan animasi aset lainnya. Gerakan animasi dibuat berdasarkan *style* yang sudah dijelaskan.



Gambar 3.27 Proses Animasi Logo Arah Running Fest

Setelah itu, penulis melanjutkan untuk menganimasikan aset visual lainnya dan menjadikannya dalam satu komposisi berdurasi 15 detik. Logo animasi yang sudah dibuat di letakan pada posisi seperti sketsa. Kemudian animasi pada foto *background* dibuat *zoom in* secara perlahan, agar terlihat natural dan elegan. Aset *super graphic* dianimasikan seperti garis yang bergerak ke atas, agar terkesan dinamis dan cepat bersamaan dengan animasi logo ketika naik pada gambar di atas (nomor 4). Untuk *border* dan logo sponsor dianimasikan seperti tirai yang terbuka secara perlahan.



Gambar 3.28 Proses Animasi Bumper Arah Running Fest

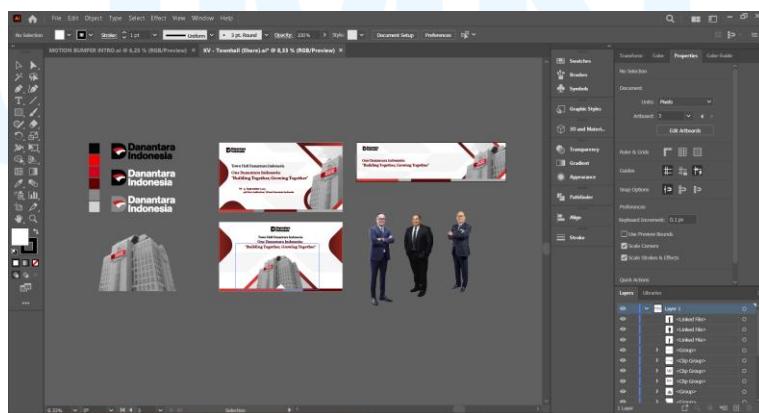
Melalui seluruh proses perancangan *key visual* hingga animasi, penulis berusaha memastikan bahwa setiap elemen visual tidak hanya

memenuhi kebutuhan *brand*, tetapi juga mampu menghadirkan pengalaman visual yang menarik dan *immersive* bagi audiens festival.

3.3.2.4 Project Motion Bumper Pejabat Danantara Indonesia

Pekerjaan tambahan ini merupakan permintaan dari direktur ketika sedang melakukan kerjasama dengan Danantara Indonesia, untuk seminar dan acara yang bersifat tertutup. Penulis diberikan tanggung jawab untuk menganimasikan video bumper CEO, CIO dan COO Danantara Indonesia. Video tersebut ditampilkan pada LED Screen dan beberapa televisi *internal*, pada saat sambutan pejabat tersebut naik ke atas panggung untuk memberikan pidato singkat.

Penulis menerima brief dari direktur dan supervisi, terkait *style* gerakan atau animasi yang akan digunakan pada video bumper. Animasi akan dibuat secara elegan dan minimalis, karena sesuai dengan *tone and manner* yang dirancang oleh tim kreatif Danantara Indonesia. Setelah mendapatkan brief tersebut, penulis diberikan beberapa file yang berisikan logo Danantara Indonesia, foto pejabat, foto gedung, *super graphic*, font (RST Thermal) dan beberapa file Adobe Illustrator dari desainer Danantara Indonesia untuk menjadi referensi.



Gambar 3.29 Aset Visual Danantara Indonesia

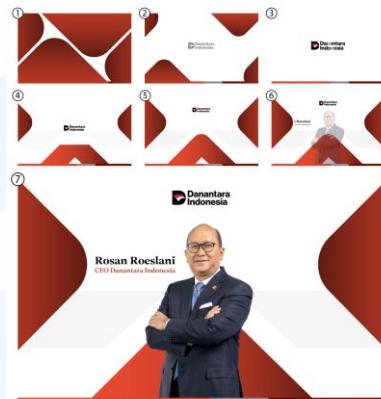
Setelah mendapatkan aset dan brief, penulis diberikan kebebasan untuk melakukan *layouting* pada desain bumper pejabat sebelum masuk ke tahap animasi. Namun, desain yang dibuat harus relevan dan sejalan dengan *tone and manner* yang sudah dirancang sebelumnya. Proses pertama dalam memasukan logo Danantara dan aset gedung ke dalam *canvas*, peletakannya dibuat dibagian tengah atas dan bawah. Karena dapat memberikan hierarki antara instansi dan aset lainnya. Kemudian, penulis memberikan *super graphic* kerucut dibagian kanan dan kiri. Agar terkesan memiliki *guideline* untuk memusatkan penglihatan ketengah, yang nantinya akan ada foto dari masing-masing pejabat. Untuk pewarnaan, penulis hanya mengikuti *mandatory* yang sudah diberikan.



Gambar 3.30 Desain Template Bumper Pejabat

Setelah *template* bumper sudah dibuat, penulis masuk ke dalam tahap animasi dengan menggunakan aplikasi yang sama dengan sebelumnya. Penulis banyak menggunakan *super graphic* untuk bergerak secara minimalis dan elegan seperti brief yang diberikan. Untuk bagian *opening* penulis menggunakan kerucut yang disusun menutupi seluruh bagian video, kemudian dibuat terbuka seperti ditarik keluar. Hal ini digunakan sebagai transisi *opening* dan *closing* antar video yang lain. Setelah ditarik keluar, penulis memasukan logo yang animasinya dari kecil menjadi besar dan berada ditengah video seiring dengan kerucut yang ditarik. Kemudian, pada bagian logo di buat seperti ada efek cahaya untuk menambahkan kesan elegan. Setelah itu, dibuat mengecil dan memposisikanya pada bagian atas seperti di *template*. Animasi ini diiringi oleh aset *super graphic* dan foto pejabat yang masuk atau muncul ke

dalam video. Selanjutnya, memasukan tulisan yang berisi nama dan jabatan dengan efek gerakan slide ke samping dari balik kerucut.



Gambar 3.31 Proses Motion Bumper Pejabat

Setelah satu template sudah selesai dan disetujui oleh pihak danantara, penulis mengaplikasikan animasi tersebut ke dua pejabat lainnya. Selain membuat animasi *motion graphic* bumper pejabat, penulis juga membuat animasi bumper *welcoming* untuk audiens dan animasi QR *code* untuk survei gedung. Selanjutnya penulis melakukan *check visual* di ruangan FoH pada Gedung Wisma Danantara Indonesia beberapa hari sebelum seminarnya berlangsung.



Gambar 3.32 Check Visual Danantara Indonesia

Melalui tugas tambahan ini, penulis memperoleh pengalaman berharga dalam mengembangkan animasi *motion graphic* yang tidak hanya memenuhi standar profesional, tetapi juga selaras dengan identitas visual Danantara Indonesia. Perancangan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai *workflow* produksi visual dalam

lingkungan korporat. Selain itu, kesempatan untuk melakukan pengecekan visual langsung di ruang FoH turut memperkaya pemahaman penulis terhadap implementasi karya di lapangan.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Bekerja di industri kreatif tidak selalu merasakan mulusnya melakukan perancangan. Namun, penulis juga merasakan adanya kendala pada saat perancangan konten visual. Selama program kerja magang pada perusahaan Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind), penulis melakukan adaptasi dan memberikan solusi terhadap kendala yang terjadi pada saat proses perancangan.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Penulis mendapatkan kendala ketika melaksanakan program kerja magang pada perusahaan Social Chic. Kendala yang paling sering di alami dan termasuk kategori yang berat adalah perubahan *format size*. Hal ini sering terjadi dipenghujung atau beberapa hari sebelum festival dimulai. *Format size* dapat berubah-ubah dikarenakan kesalahan vendor LED Screen, permintaan direktur dan kondisi tempat pemasangan.

Kendala tersebut bisa dikategorikan sebagai kendala berat, karena penulis sudah mengerjakan serangkaian atau beberapa animasi *motion graphic* dengan format size yang sudah diberikan. Namun, dirubah lagi untuk menyesuaikan *format size (pixel)* terbaru yang diberikan. Hal ini membuat penulis melakukan pengulangan pada proses perancangan layout dan animasi. Selain itu, pengulangan ini memakan waktu yang sangat banyak. Apabila perubahan format menjadi lebih besar, akan memakan waktu lebih banyak lagi pada proses *render*. Akan tetapi, *output* animasi diminta untuk segera diselesaikan karena festival hendak berlangsung.

Sehingga, penulis mengejar *deadline* semua animasi yang berubah *format size*-nya, dengan mengorbankan waktu istirahat dan jam kosong.

Namun, hal ini sudah menjadi bagian dari risiko dan tanggung jawab ketika sudah masuk ke dunia profesional, terutama pada industri kreatif.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Berdasarkan kendala yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya, penulis harus melakukan adaptasi pada kendala tersebut. Hal ini berguna untuk memudahkan penulis menghadapi kendala yang sama dikemudian hari. Selain itu, dapat mengefesiensikan waktu perancangan animasi.

Solusi yang ditemukan oleh penulis ialah, melakukan animasi terpisah antar asset visual ke beberapa kategori. Dengan contoh membuat template animasi opening logo, background, text dan lainnya secara terpisah (Pre-Compose). Dengan hal ini, semua asset visual memiliki template animasi sendiri. Dapat diibaratkan seperti layer ketika proses desain. Sehingga, penulis hanya melakukan proses layouting, pada kategori asset visual teranimasi ke dalam format size yang mengalami perubahan. Apabila solusi tersebut tidak bisa digunakan, penulis tetap melakukan pengulangan pada perancangan animasi asset visual kategori tertentu.

Sebagian besar kendala yang dialami, dapat diselesaikan dengan solusi tersebut. Hal ini sangat berpengaruh bagi penulis, ketika menghadapi masalah lapangan dan teknis dengan waktu yang singkat. Penulis juga mendapatkan pelajaran dan pengembangan diri melalui adaptasi dari kendala yang ada.