

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

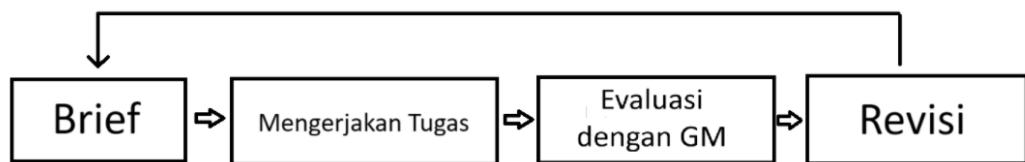
Selama program magang, penulis berkedudukan sebagai *graphic designer intern* dari IndoWedding. Penulis bekerja secara daring atau *work from home*. Tugas yang dilakukan untuk IndoWedding bervariasi untuk setiap minggunya mulai dari membuat *brand guideline* sampai *template* promosi media sosial, iklan, dan *email header*.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Penulis berkedudukan sebagai *graphic design intern*. Penulis bertanggung jawab atas tugas-tugas yang dikasih mulai dari *brand guideline*, mencari dan membuat aset visual, dan mendesain untuk keperluan promosi baik untuk media sosial maupun *website*.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Alur koordinasi yang dilaksanakan oleh Penulis dimulai dari *brief* yang dikasih oleh GM di hari Senin minggu pertama di dalam Drive. *Brief* tersebut dikerjakan selama seminggu dari hari Senin sampai hari Sabtu. Evaluasi yang dilakukan pada umumnya dilakukan dalam bentuk tatap muka dan ketemuan di restoran daerah Gading Serpong. Evaluasi dan masukan untuk revisi juga diberikan di waktu tersebut dan revisi dikerjakan di minggu depan.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Di IndoWedding secara umum tugas yang dikasih mulai bertahap dan diawali oleh perkenalan mengenai *brand* dan *look & feel* sehingga desainnya konsisten. Tugas yang dikasih memiliki *pace* yang lebih cepat seiring berjalannya waktu dan memiliki banyak variasi namun yang terutama tugas mengenai desain media sosial dan periklanan secara *digital*. Berikut merupakan tugas yang dibuat selama proses magang berlangsung:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	8-13 September 2025	<i>Foundation on Brand</i>	Membuat <i>brand guideline</i> untuk IndoWedding dan mengenal <i>look and feel</i> dari merek tersebut.
2	15-20 September 2025	<i>Foundation, Experimenting, and Template</i>	Melakukan eksperimen untuk <i>typography</i> dan <i>color palette</i> . Lalu membuat <i>template</i> desain untuk media sosial.
3	22-27 September 2025	<i>Update template for Vendor and Making Favicon</i>	Membuat <i>favicon</i> dan <i>template</i> untuk setiap kategori vendor yang akan gabung ke dalam grup IndoWedding.
4	29 September – 04 Oktober 2025	<i>Pitch Deck, Marketing Kit, and Template update</i>	Membuat <i>pitch deck</i> dan <i>marketing kit</i> dalam bentuk <i>presentation</i> . Lalu membuat <i>update template</i> yang sudah dibuat.
5	6-11 Oktober 2025	Pembuatan konten untuk media sosial dan blog	Membuat berbagai konten berdasarkan brief mulai dari <i>story</i> , <i>reels</i> , dan <i>post</i> . Selain itu membuat <i>blog header image</i> untuk <i>blog</i> .
6	13-18 Oktober 2025	Pembuatan konten untuk media sosial dan blog	Membuat berbagai konten berdasarkan brief mulai dari <i>story</i> , <i>reels</i> , dan <i>post</i> . Selain itu membuat <i>blog header image</i> untuk <i>blog</i> .
7	20-25 Oktober 2025	Pembuatan konten untuk media sosial dan blog	Membuat berbagai konten berdasarkan brief mulai dari <i>story</i> , <i>reels</i> , dan <i>post</i> . Selain itu membuat <i>blog header image</i> untuk <i>blog</i> .

8	27 Oktober – 1 November 2025	Pembuatan konten untuk media sosial	Membuat berbagai konten harian berdasarkan brief mulai dari <i>story</i> , <i>reels</i> , dan <i>post</i> .
9	3-8 November 2025	Pembuatan konten untuk media sosial	Membuat berbagai konten harian berdasarkan brief mulai dari <i>story</i> , <i>reels</i> , dan <i>post</i> . Terdapat tugas tambahan untuk membuat <i>pitchdeck</i> dan <i>mockup website</i> .
10	10-15 November 2025	Pembuatan konten untuk media sosial	Membuat berbagai konten harian berdasarkan brief mulai dari <i>story</i> , <i>reels</i> , dan <i>post</i> .
11	17-22 November 2025	Pembuatan konten untuk media sosial dan <i>landing page website</i>	Membuat <i>landing page</i> dan berbagai konten harian secara bebas menggunakan gaya desain yang baru.
12	24-29 November 2025	Pembuatan konten untuk media sosial dengan desain baru	Membuat berbagai konten harian berdasarkan brief mulai dari <i>story</i> , <i>reels</i> , dan <i>post</i> dengan tema desain baru.
13	1-6 Desember 2025	Pembuatan konten untuk media sosial dengan desain baru	Membuat berbagai konten harian berdasarkan brief mulai dari <i>story</i> , <i>reels</i> , dan <i>post</i> dengan tema desain baru.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Pengalaman penulis magang sebagai *Graphic Design Intern* menghadapi berbagai proyek. Penulis memulai dari minggu pertama untuk pengenalan mengenai *brand* IndoWedding. Dari IndoWedding sendiri memberikan logo dan warna pilihan mereka. Dari situ dibuatlah *brand guideline* yang lebih spesifik. Selain itu penulis juga membuat *template* dan melakukan eksperimen terhadap desain dari *sub logo* untuk di-update. Penulis juga membuat *favicon* dan *template* desain media sosial dan *website* dari setiap kategori pernikahan. Pada akhirnya penulis dibuat untuk lebih fokus pada pembuatan konten media sosial yaitu Instagram dalam bentuk *post*, *story*, dan *reels*. Penulis juga sempat membuat konten

*pitch deck* dan *marketing kit* untuk perusahaan, berikut merupakan pembahasan yang lebih rinci mengenai proyek yang dibuat oleh penulis selama magang di IndoWedding.

### **3.3.1 Proyek Pembuatan Desain Konten Instagram IndoWedding**

Proyek ini merupakan proyek utama yang akan diaplikasikan ke dalam platform media sosial Instagram IndoWedding yang sudah lama tidak aktif. *Supervisor* memiliki rencana untuk mengaktifkannya kembali untuk meningkatkan *engagement* dan untuk mengaktifkan kembali vendor-vendor yang sebelumnya gabung yang sudah lupa mereka sudah gabung di IndoWedding. Penulis mendapatkan *brief* yang dibuat dari anggota magang lain dalam bentuk Excel. Di dalam *brief* tersebut sudah dibuat sampai akhir bulan Desember dan setiap hari ada konten yang harus dikerjakan. Penulis akan memberikan salah satu contohnya agar tidak terlalu kebanyakan. Berikut merupakan proses penulis untuk membuat proyek desain konten Instagram IndoWedding dari *brief* hingga desain terakhir.

			💡 5 Tren Pernikahan 2025 yang Lagi Naik Daun!	
10/15/2025	Carousel	Clean minimalist layout. Beige background. Each slide shows 1 trend with photo + title overlay. Final slide: "Which one is your favorite?"	<ul style="list-style-type: none"> <li>💡 Intimate Outdoor Weddings</li> <li>💡 Cultural Fusion (Sanggul + Akad) ❤️</li> <li>💡 Natural Floral Aesthetics</li> <li>💡 Personalized Vows 📜</li> <li>💡 Sustainable Decor 🌱</li> </ul> <p>Kira-kira kamu suka yang mana?</p>	<span style="color: #0072bc;">"Simpan ide ini buat planning kamu!"</span> <a href="#">#WeddingTrends2025</a> <a href="#">#IntimateWedding</a> <a href="#">#PernikahanModern</a> <a href="#">#SanggulIndonesia</a>
			⌘ Before & After Dekorasi Outdoor 🌸	<span style="color: #0072bc;">"Tag pasanganmu buat ide dekorasi ini!"</span> <a href="#">#DekorasiPernikahan</a> <a href="#">#OutdoorWedding</a> <a href="#">#IndoWeddingInspo</a>
10/16/2025	Reel	"Before & After" transformation reel — venue empty — fully decorated. Use trending mellow music.	Lihat gimana sebuah taman bisa berasih jadi venue impian cuma dalam hitungan jam!	<span style="color: #0072bc;">"Tag pasanganmu buat ide dekorasi ini!"</span> <a href="#">#DekorasiPernikahan</a> <a href="#">#OutdoorWedding</a> <a href="#">#IndoWeddingInspo</a>
10/17/2025	Story Harian	Polling background in neutral blush tone. Icons of flowers vs chandeliers. Add 2 stickers.	<p>Polling: "Lebih suka konsep rustic atau glam?"</p> <p>➡️ Opsi bawah: "Kenapa pilih itu?"</p>	<span style="color: #0072bc;">"Encourage engagement — no CTAs needed. Use simple stickers."</span> <a href="#">#DoubleTapKamuJuga</a> <a href="#">#MomenKamuKayaGini</a>
10/18/2025	Reel	Emotional clip (8-12s) showing bride crying after seeing decor / family moment. Add slow background music.	Ketika semua kerja keras akhirnya jadi nyata — priceless!	<span style="color: #0072bc;">"Double tap kalau kamu juga mau momen kayak gini!"</span> <a href="#">#BrideReaction</a> <a href="#">#WeddingEmotions</a> <a href="#">#IndoWeddingMoments</a>
10/19/2025	Feed Photo + Story	High-quality vendor image (if available) with simple beige border + logo. Story version: report off with vendor tag.	<span style="color: #0072bc;">💡 Vendor of the Week: @baliweddingdecor</span> <p>From topical themes to elegant outdoor setups, dekorasi mereka selalu bikin jatuh cintaku!</p>	<span style="color: #0072bc;">"Cek vendor ini buat inspirasi dekorasi kamu!"</span> <a href="#">#VendorOfTheWeek</a> <a href="#">#WeddingPernikahan</a> <a href="#">#IndoWeddingFeature</a> <a href="#">#BaliWedding</a>

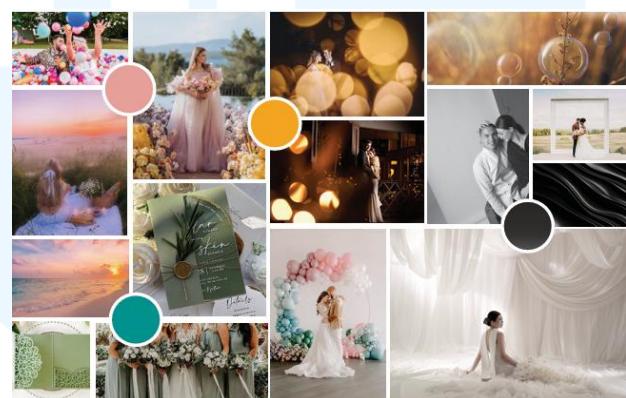
Gambar 3.2 Brief yang Diberikan Penulis Dalam Bentuk Excel

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### **3.3.1.1 Referensi dan *Moodboard***

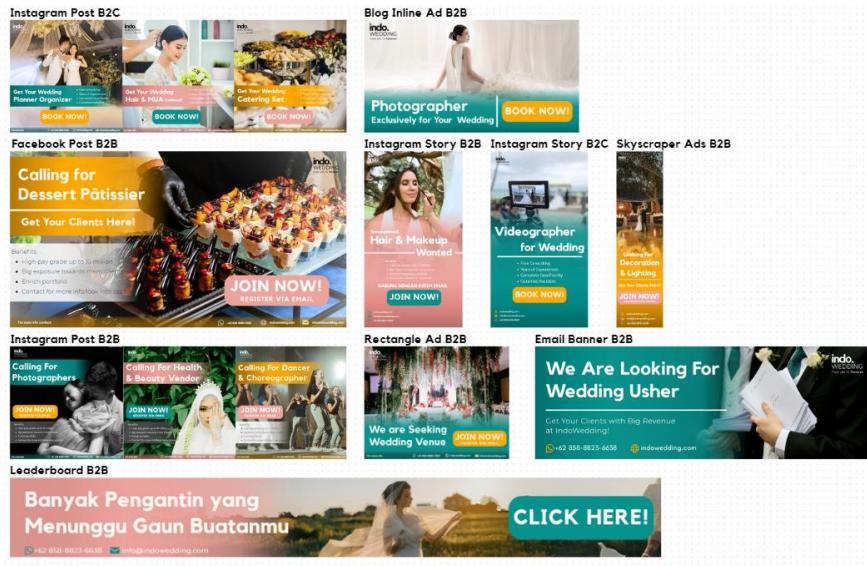
Penulis membuat *moodboard* diambil dari *brand guideline* yang penulis buat sebelumnya. Namun karena sifatnya konfidensial

dan tidak diizinkan *supervisor* maka penulis hanya menampilkan *moodboard* dengan gambar yang penulis ambil di *internet* terutama Pinterest. Gambar-gambar yang diambil disesuaikan dengan *brand guideline* seperti dari *look and feel* dan warna-warna dominan. Warna didominasi dengan nuansa hijau, kuning, merah muda, dan hitam dengan gambar yang memiliki *look and feel* elegan ala pernikahan, *dreamy*, *modern* seperti pernikahan ala Eropa pada umumnya, dan gambar yang minimalis terutama di *background* gambar. Berikut merupakan gambarnya.



Gambar 3.3 *Moodboard* Desain yang Penulis Buat  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis mengambil referensi dari *template* yang penulis sempat buat untuk menjadi acuan desain pada media sosial yang penulis akan jelaskan di bab berikutnya. Penulis membuat *template* agar desain kedepannya bisa didesain dengan cepat dan bisa dipakai terus menerus di berbagai *platform* dengan mengganti gambarnya saja tanpa mendesain ulang formatnya. Meskipun kedepannya penulis akan fokus ke dalam bentuk media sosial, dalam *template* tersebut terdapat berbagai ukuran yang penulis sudah buat yaitu bentuk format Instagram *post* (1080 x 1080 px), Instagram *story* (1920 x 1080 px) Facebook *post* (1200 x 630 px), *leaderboard ads* (728 x 90 px), *skyscraper ads* (90 x 728 px), *rectangle ads* (300 x 250 px), *blog inline ads* (720 x 300 px), dan *email banner* (600 x 700 px). Berikut merupakan gambar *template* yang penulis buat.

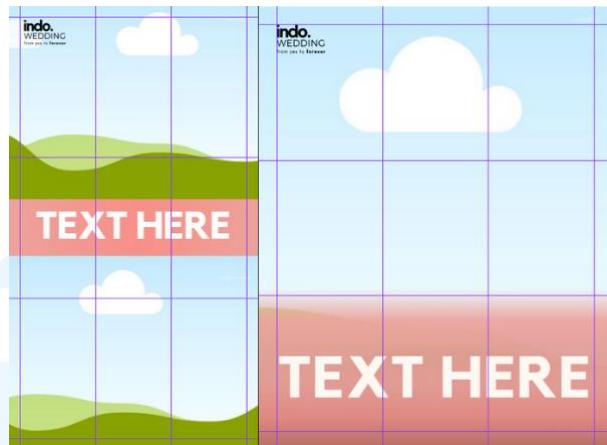


Gambar 3.4 Referensi Desain dari *Template*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3.1.2 Sketsa dan Hasil Pertama

Meskipun sudah ada *template* secara umum, penulis membuatnya lebih sederhana karena tergantung *brief* apa yang penulis akan terima. Secara umum penulis membuat sketsa seperti ini untuk desain yang bisa dipakai dan disesuaikan dengan *brief* yang penulis akan terima secara umumnya. Contoh *briefnya* adalah “Buatlah 5 Tren Pernikahan 2026 yang lagi naik daun dengan tema *Intimate Outdoor Weddings, Cultural Fusion (Sangjit + Akad), Natural Floral Aesthetics, Personalized Vows, Sustainable Decor.*”

Penulis membuat *grid* 3 x 3 dengan margin 60 px baik di Instagram *post* dengan ukuran (1350 x 1080 px) dan Instagram *story* (1920 x 1080 px) untuk membuat batasan penempatan logo dan tulisan agar tidak terlalu mepet ke pojok. Selain itu tulisan yang berada di dalam kotak terlihat lebih rapih dan mudah dibaca. Berikut merupakan sketsanya.



Gambar 3.5 Sketsa Umum Desain Media Sosial  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis membuat beberapa desain berdasarkan referensi dan sketsa yang penulis buat. Desain yang diusung adalah desain yang *versatile* sehingga saat *brief*-nya berubah hanya perlu gambarnya saja yang berubah sementara formatnya tidak jauh berbeda. Desain juga mudah dibaca dengan tulisan teks yang besar dengan *font* Kollektif dan latar tulisan dengan warna hijau (#08928e), jingga (#ffa900), dan merah muda (#eda49e) sesuai dengan *brand guideline* yang penulis sudah buat. Gambar aset yang penulis ambil berasal dari akun Instagram dengan izin yang bersangkutan seperti dari maeeradecoration, lightsjournal, janji.co, dan ur.sto.ry. Penulis juga mencari sumber foto lainnya seperti di Freepik, Pexels, dan Unsplash. Berikut merupakan desain hasil pertama.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.6 Sketsa Umum Desain Media Sosial  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3.1.3 Revisi

Saat penulis kasih tunjuk mengenai desain yang diberikan, menurut *supervisor* merasa tidak cocok dengan *look and feel* yang seharusnya dimiliki IndoWedding. Oleh sebab itu terdapat *brand guideline* baru sebagai referensi baru. Penulis tidak bisa menampilkan *brand guideline* baru karena bersifat konfidensial sehingga penulis hanya bisa menampilkan gambar yang berkaitan dengan *brand guideline* yang penulis ambil dari Pinterest untuk memperlihatkan *look and feel*. Penulis diharapkan untuk membuat desain dengan warna yang lebih mencolok dan lebih berani dengan foto-foto yang elegan sesuai dengan *brand guideline*. *Brand guideline* baru ini memiliki warna yang berbeda dan menambah warna seperti *hot pink* (#fb3fb9), *jingga* (#ff6e13), *biru muda* (#a1cdf4), dan *kuning* (#ffa900). Untuk *font* tidak ada perubahan signifikan yang awalnya berupa *Kollektif* dan *Glacial Indifference Regular*, kecuali untuk *font tertiary* yang jarang dipakai yaitu *font Barlow*. Berikut adalah gambar yang terinspirasi dari *brand guideline* baru.



Gambar 3.7 Referensi terinspirasi dari *Brand Guideline* Baru IndoWedding  
Sumber: Pinterest

### 3.3.1.4 Hasil Akhir

Akhirnya penulis membuatnya dengan format yang mirip namun dibuat dengan warna yang lebih mencolok dan tidak meminimalisir *box* yang ada di teks sehingga terlihat lebih banyak ruang kosong. Selain itu foto-foto yang dipakai oleh penulis memiliki lebih banyak *white space* sehingga terdapat banyak area untuk ditulis dan terlihat lebih luas, fokus ke subjek utamanya, dan elegan. Penulis masih mempertahankan penempatan logo yang ada di pojok kiri dan *margin* 60 px, lalu tulisan dibuat lebih banyak variasinya yang awalnya hanya menggunakan *font* Kollektif sekarang dipadukan dengan Glacial Indifference Regular. Selain itu terdapat tulisan “indowedding.com” di tengah bawah dan tulisan “swipe” di pojok kanan.

Penulis juga menambahkan nomor dengan latar seperempat lingkaran yang disesuaikan dengan *supergraphic* IndoWedding yang memiliki banyak elemen lingkaran seperti setengah lingkaran yang ditarik menjadi pola. Foto-foto yang penulis ambil penulis edit yang pada umumnya penulis menggunakan *auto-adjust* dan menambahkan *brightness*. Penulis juga “memotong” subjek utamanya yaitu manusia untuk menonjolkan dengan meningkatkan *brightness*, *contrast*, dan *highlight*. Hasil desain belum ada *approval* karena desain tersebut dikerjakan dalam waktu yang dekat dengan pengumpulan laporan. Berikut merupakan salah satu contoh dari desain baru yang dibuat penulis.



Gambar 3.8 Hasil Akhir  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Penulis tidak hanya mengerjakan berbagai projek selama program magang. Beberapa proyek yang membantu penulis untuk membangun fondasi *look and feel* agar desain tetap konsisten dan memiliki ciri khas yang sama di berbagai *platform*. Beberapa proyek juga dibuat untuk kebutuhan *internal* perusahaan saja. Berikut merupakan beberapa proyek yang dikerjakan penulis.

#### 3.3.2.1 Proyek *E-book* untuk *Preview*

Proyek ini proyek sampingan untuk penulis dengan tujuan membangun gambaran bagaimana desain akan diaplikasikan dalam bentuk *e-book/booklet*. Penulis diberikan *brief* lewat Excel yang sudah dihapus oleh *supervisor* dan penulis mengerjakannya di Canva. Penulis diberikan kebebasan mengenai gaya desain dan konten dalam *e-book* tersebut yang penting sesuai dengan *brand guideline* yang penulis sempat buat.

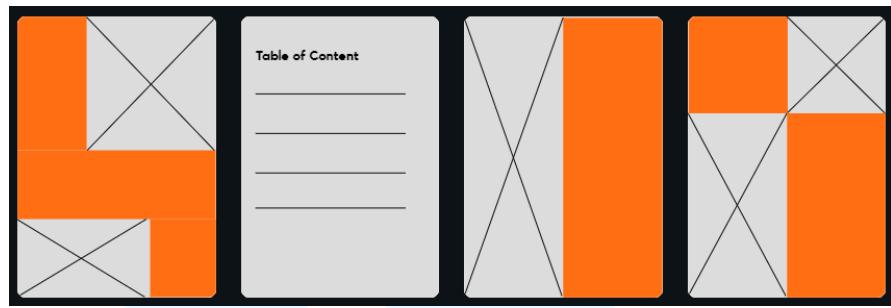
Penulis mengambil referensi dari *template* Canva mengenai *e-book*. Tujuannya adalah agar penulis bisa memiliki bayangan

mengenai *format* untuk menyusun teks. Inspirasi yang diambil juga disesuaikan dengan *look and feel* IndoWedding. Penulis berusaha untuk membuatnya minimalis dan rapih untuk dilihat. Berikut merupakan inspirasi yang penulis ambil dari *template* Canva.



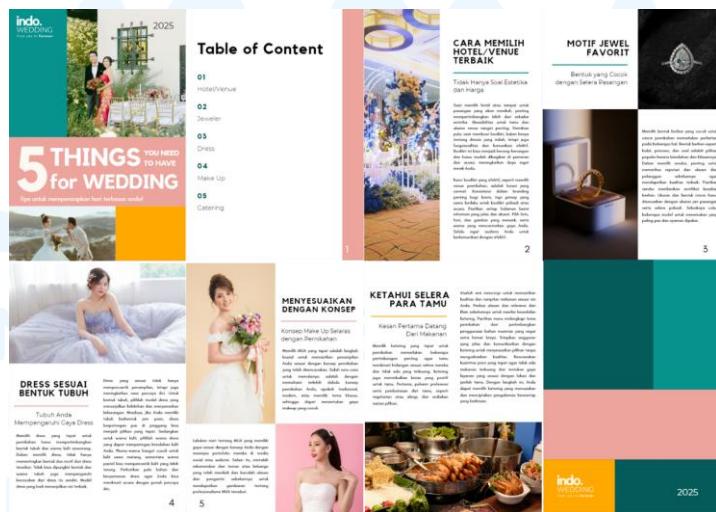
Gambar 3.9 Referensi untuk Desain Booklet  
Sumber: Canva

Dalam sketsa desain, diawali dengan membuat *booklet* dengan ukuran A4 dan *guide line* berupa *grid* 3 x 3 dengan *margin* 1 cm. Penulis juga mencoba untuk membuat rapih dan sesederhana mungkin dengan membagi gambar dan konten menggunakan bentuk kotak yang sederhana. Mengingat bahwa *booklet* harus memiliki tingkat *readability* yang baik sehingga tidak memerlukan banyak dekorasi ataupun gambar yang terlalu ramai dan mengganggu. Penulis membuat kotak dengan “x” untuk menempatkan gambar sementara warna jingga untuk penempatan teks atau *white space*.



Gambar 3.10 Sketsa Booklet  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis merapihkan desainnya dengan gambar-gambar asset yang sudah penulis kumpulkan yang kebanyakan berasal dari *stock photos* dari Freepik, Pexels, dan Unsplash. Penulis membuat varian warnanya sesuai dengan *brand guideline* yang penulis buat dengan dominasi warna warna hijau (#08928e), jingga (#ffa900), dan merah muda (#eda49e). Untuk judul dan *headline* penulis menggunakan *font* Kollektif dan isi konten dengan *font* Montserrat Light dengan ukuran 15 pt. Konten yang dibuat oleh penulis sendiri dan digenerate menggunakan Canva AI. Akhirnya, desain tersebut diberikan ke *supervisor* dan tidak ada revisi yang harus dilakukan. Berikut merupakan desain *booklet* yang penulis buat.



Gambar 3.11 Booklet yang dibuat penulis  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3.2.2 Proyek *Mockup* Gambar Pada Situs IndoWedding

Proyek ini merupakan proyek tambahan untuk kebutuhan *internal* IndoWedding. Proyek ini menguji bagaimana penulis memilih gambar-gambar yang ada di internet sesuai dengan citra dan merek IndoWedding. *Brief* yang diberikan mengenai *update* gambar di tiga bagian di dalam *website* resmi IndoWedding. Berikut *brief* dalam bentuk PDF.

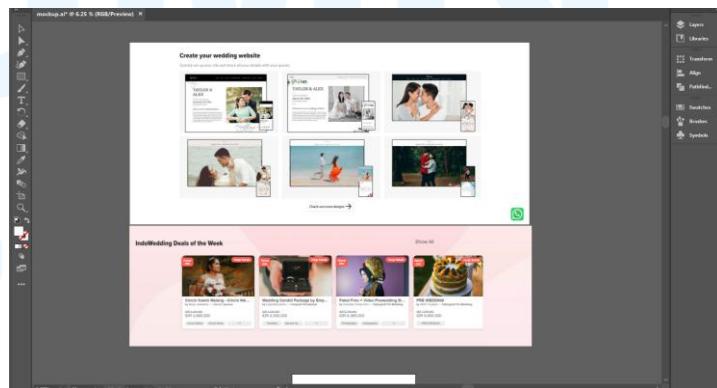
#### Category C. Web Image Updates (Execution)

- C1. Homepage & Inspiration
  - Lanjutkan 3–5 foto/gambar berkualitas untuk tiap section
- C2. Blog & Store
  - Update hero + 3–5 section image.
- C3. Promo, Tools, Honeymoon, Forum
  - Update hero image + supporting image grid.

Gambar 3.12 *Brief* Tugas *Mockup*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

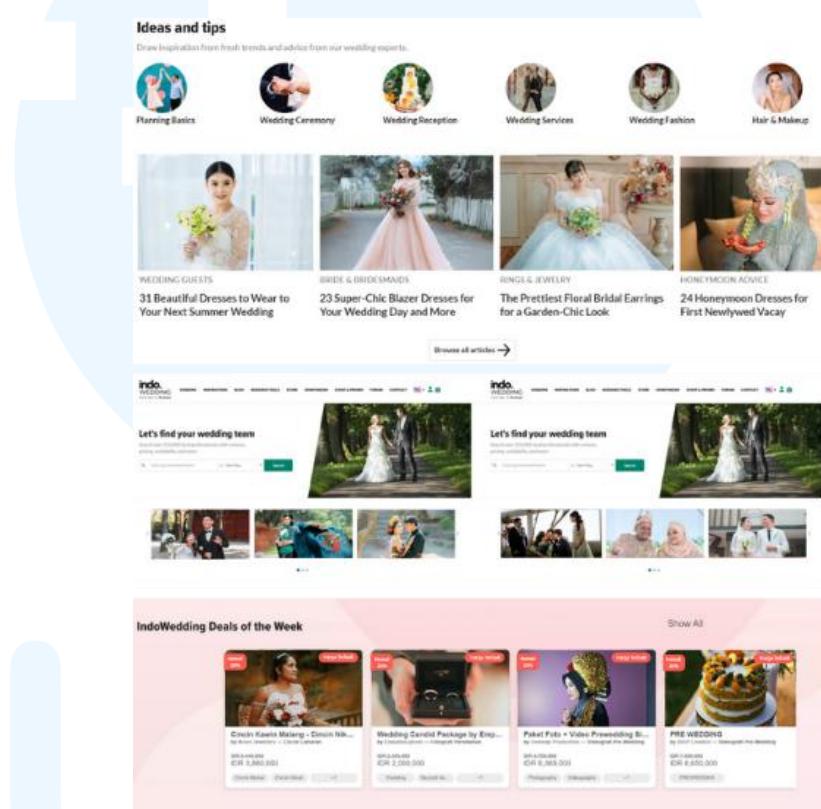
Penulis memilih foto-foto yang penulis cari dari Freepik, Unsplash, dan Pexels untuk dimasukan ke dalam situs Indowedding dan *mockup* di aplikasi Adobe Illustrator. Untuk ukurannya penulis *screenshot* *website* resmi dan disesuaikan dengan gambarnya. Penulis membuat *shape* yang bisa muat dengan *website* tersebut lalu melakukan *clipping mask* agar disesuaikan dengan *websitenya*. Berikut merupakan proses yang penulis buat di Adobe Illustrator.



Gambar 3.13 Proses Pembuatan *Mockup*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

*Supervisor* ada keinginan untuk mengubah gambar-gambarnya menjadi lebih condong ke Asia, karena sebelumnya merupakan foto placeholder dengan muka orang *caucasian*. Penulis download hasil akhirnya lalu diberikan ke *supervisor* dalam bentuk PDF ke Drive yang sudah disediakan. Berikut merupakan *mockup* yang penulis buat untuk menjadi *preview*.



Gambar 3.14 *Mockup* Gambar IndoWedding yang dibuat penulis  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3.2.3 Proyek *Favicon* dan *Icon* pada Aplikasi *Smartphone*

Proyek ini merupakan proyek tambahan sebagai bentuk *showcase* jika IndoWedding punya *favicon custom* dan meluncurkan sebuah aplikasi di dalam *smartphone*. *Supervisor* meminta penulis untuk coba melakukan eksperimen yang cocok dengan IndoWedding dalam bentuk *brief* yang dikirim lewat PDF.

## Weekly Task List

Kategori	Task	Target Audience	Format & Size	Notes / Instruksi
Branding Essentials	Favicon + App Icon	Semua	Favicon (16x16, 32x32, 48x48) + App Icon	<p>Gunakan logo IndoWedding versi simple, readability tinggi. Buat versi light &amp; dark.</p> <p><b>Tujuan:</b> Konsistensi brand across web &amp; app.</p>

Gambar 3.15 *Brief* Tugas Pembuatan Favicon dan Icon

Sumber: Dokumentasi Pribadi

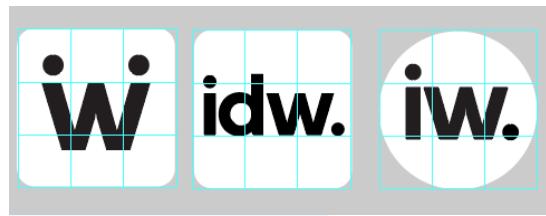
Sebelumnya penulis belum ada pengalaman untuk membuat *favicon* atau *icon* dengan logo yang sudah ada. Penulis mencari referensi lewat Pinterest untuk mendapatkan gambaran *favicon* dan *icon* seperti apa yang cocok dan mudah untuk dilihat. Desain yang penulis inginkan adalah desain dalam bentuk *typeface* mudah terbaca saat dilihat dari jauh dan masih memiliki ciri khas yang sama dengan logo IndoWedding itu sendiri.



Gambar 3.16 Referensi untuk Favicon dan Icon

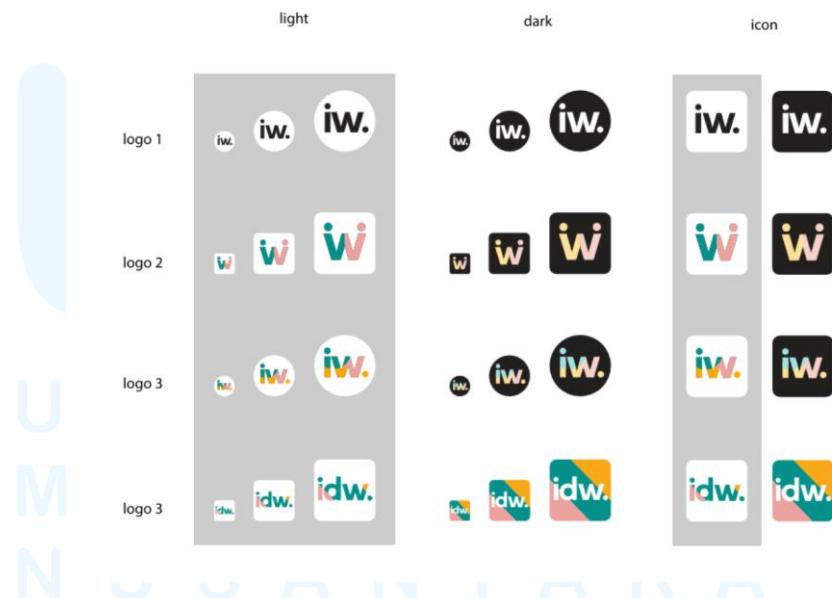
Sumber: Pinterest

Penulis membuat di Adobe Illustrator dengan tiga alternatif. Penulis membuat dengan *grid* 3 x 3 menggabungkan kata-kata dari IndoWedding yaitu berupa "I," "D," dan "W." Ukuran juga disesuaikan dengan *brief* yaitu 16 x 16 px, 32 x 32 px, 48 x 48 px. Kata-kata yang digabungkan tersebut menjadi singkatan dari IndoWedding dan merepresentasikan ciri khas dari IndoWedding dengan font Kollektif cirkil khasnya. Penulis membuat tiga alternatif menggunakan tiga sketsa dengan model dan artinya masing-masing. Berikut merupakan sketsa yang penulis buat.



Gambar 3.17 Sketsa Pembuatan *Favicon* dan *Icon*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Alternatif pertama merupakan alternatif yang paling sederhana menggunakan hitam putih yang dibalik jika menggunakan mode gelap atau terang. Alternatif kedua tentang orang yang sedang berpegangan tangan dalam bentuk huruf "W." Alternatif ketiga adalah versi berwarna dari *brand guideline* yaitu warna hijau (#08928e), jingga (#ffa900), dan merah muda (#eda49e) dari alternatif 1. Terakhir adalah alternatif yang menggunakan huruf-hurufnya dengan lengkap beserta warna yang dipakai untuk menjadi *background* saat mode gelap dan di dalam tulisan di mode terang. Saat diberikan ke *supervisor* tidak revisi atau komentar berikut merupakan hasil dari desain penulis.



Gambar 3.18 *Favicon* dan *Icon* IndoWedding yang dibuat penulis  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3.2.4 Proyek Analisis *Competitor* Pemahaman Penulis

Proyek ini merupakan proyek untuk membantu penulis memahami *competitor* lebih dalam mengenai industri pernikahan. Penulis dikasih *brief* dari *supervisor* di minggu pertama dan kedua pada periode 8-13 September untuk melihat *competitor* dan menganalisis dari sisi desainnya. Penulis disuruh mencari 10 kompetitor yang serupa dengan IndoWedding agar penulis bisa mengembangkan desain yang berbeda. Selain itu penulis diharapkan bisa mengaplikasikan ke desain yang penulis akan buat kedepannya. Berikut merupakan *brief* yang dikasih oleh *supervisor*.

#### Category B. Asset Gathering & Benchmarking

- **B1. Competitor Research**
  - Studi 3–5 competitor (Bridestory, Zola, TheKnot, dst).
  - Capture style inspirasi (IG, Website).

Gambar 3.19 *Brief* untuk membuat *Competitor Research*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

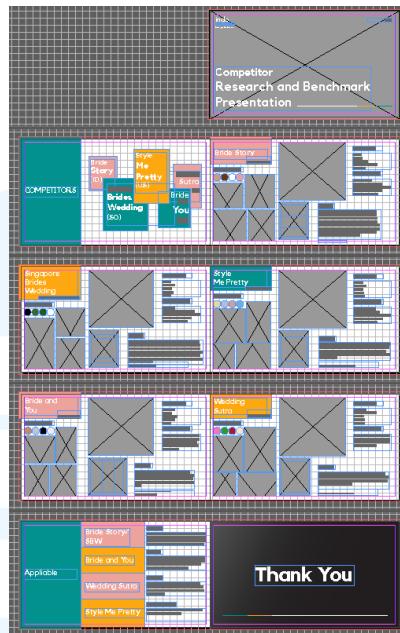
Penulis dibebaskan untuk membuatnya dalam bentuk atau *format* apapun, sehingga penulis memilih untuk membuatnya dalam bentuk presentasi. Informasi yang penulis ingin buat dalam bentuk yang *compact* sehingga mudah untuk dilihat per-kompetitor. Salah satu inspirasi penulis adalah dari *template* presentasi pada umumnya dengan ukuran 1920 x 1080 px yang ada di Pinterest agar penulis mendapatkan arahan mengenai bentuk desainnya.



Gambar 3.20 Referensi Template Presentasi  
Sumber: Pinterest

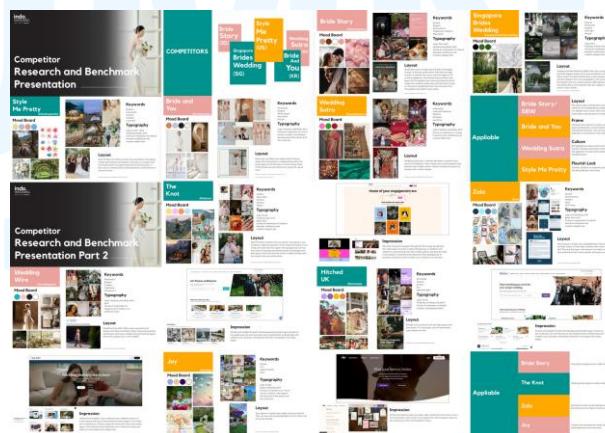
Proses yang penulis buat pertama adalah dengan mencari kompetitor serupa di media sosial Instagram. Penulis mengambil beberapa kompetitor dari luar negeri dan dalam negeri seperti Bride Story, Singapore Bride Wedding, The Knot, Zola, Hitched UK, dan Wedding Sutra. Penulis melakukan analisis dalam bentuk *slide* dengan *grid* 3 x 3 dan margin 60 px. Desain terinspirasi dari Pinterest seperti dalam bentuk presentasi dan *brand guideline* yang sebelumnya penulis buat yang akan dijabarkan di bab 3.3.2.6 terutama dalam *font*, dan pemilihan warna.

Penulis meletakkan gambar-gambar yang ada di dalam kotak “x” dan menambahkan konten tulisan dengan font Kollektif Bold sebagai judul dan *header* dan Montserrat Light untuk isi kontennya. Desain diawali dengan cover, isi kompetitor siapa saja yang akan dianalisis, analisa setiap kompetitor, dan terakhir elemen desain apa saja yang bisa diambil dari setiap kompetitor. Berikut merupakan sketsa dari penulis.



Gambar 3.21 Sketsa Mengenai *Competitor Research*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis menganalisa kombinasi warna, layout desain dari media sosial, *typography*, dan *look and feel* yang ingin ditonjolkan dari setiap merek. Sehingga penulis bisa mengambil elemen-elemen desain dari kompetitor yang bisa dipakai untuk desain kedepannya. Berikut ini merupakan bentuk desain dan analisis yang penulis buat.



Gambar 3.22 *Competitor Research* untuk IndoWedding yang dibuat penulis  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3.2.5 Proyek *Template* Media Sosial

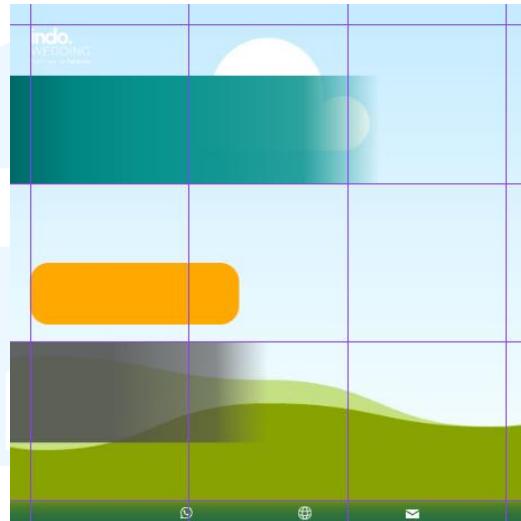
Proyek ini merupakan fondasi dan menjadi panduan utama untuk membuat beberapa desain berikutnya. Tujuan dari *supervisor*, adalah untuk membuat penulis lebih memahami estetika dan *feeling* dari IndoWedding itu sendiri. Selain itu, tugas ini juga untuk menguji kemampuan penulis untuk mengaplikasikan *brand guideline* ke berbagai bentuk format yaitu format Instagram *post* (1080 x 1080 px), Instagram *story* (1920 x 1080 px) Facebook *post* (1200 x 630 px), *leaderboard ads* (728 x 90 px), *skyscraper ads* (90 x 728 px), *rectangle ads* (300 x 250 px), *blog inline ads* (720 x 300 px), dan *email banner* (600 x 700 px).. Berikut merupakan *brief* dalam bentuk PDF yang diberikan oleh *supervisor*.

<b>Vendor Onboarding (B2B Priority 1)</b>	IG/FB Templates "Join IndoWedding"	Vendor (B2B)	IG Post 1080x1080, IG Story 1080x1920, FB Post 1200x630	Gunakan high-quality wedding industry images (photography, decor, venue). Tekankan CTA: "Daftar Vendor", "Promosikan Bisnismu".  <b>Tujuan:</b> Menarik vendor baru join platform → revenue utama.
<b>Vendor Onboarding (B2B Priority 2)</b>	Web Ad Banners IndoWedding Promo	Vendor (B2B)	Leaderboard 728x90, Rectangle 336x280, Skyscraper 160x600	Desain clean + profesional. Highlight benefits: "Exposure ke 100.000+ calon pengantin".  <b>Tujuan:</b> Dipakai untuk iklan untuk upsell slot ke vendor.
<b>Vendor Onboarding (B2B Priority 3)</b>	Email Header Vendor Campaign	Vendor (B2B)	Email Banner 600x200	Untuk blast email ke vendor potensial.
<b>Customer Awareness (B2C Priority 1)</b>	IG/FB Templates Wedding Inspiration	Couples (B2C)	IG Post 1080x1080, IG Story 1080x1920	Konten inspirasi: Top venue, gaun pengantin, tips. Gunakan image stock high-res + copy catchy.  <b>Tujuan:</b> Bangun trust IndoWedding sebagai sumber inspirasi & referensi.
<b>Customer Awareness (B2C Priority 2)</b>	Blog Promo Graphics	Couples (B2C)	Blog Inline Image 1200x628 + Email Header 600x200	Visual mendukung artikel blog (contoh: "10 Ide Souvenir Unik").

Gambar 3.23 *Brief* untuk Membuat *Template*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Oleh sebab itu, penulis mendapatkan tugas ini di awal minggu program magang. Sehingga untuk proyek berikutnya diharapkan akan mengikuti desain dengan *brand kit* yang sudah dibuat oleh penulis. Pada awal penulis membuat sketsa, *grid* 3 x 3 dengan *margin* 30 px dan membuat eksperimen dari berbagai *layout* yang bisa dipakai secara *versatile* agar penulis hanya perlu

mengubah fotonya tanpa meskipun informasi yang ingin disampaikan berbeda dan mudah dibaca dari kiri ke kanan yang disesuaikan dengan kebiasaan orang Indonesia.



Gambar 3.24 Sketsa *Template* Media Sosial yang Dibuat Penulis  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

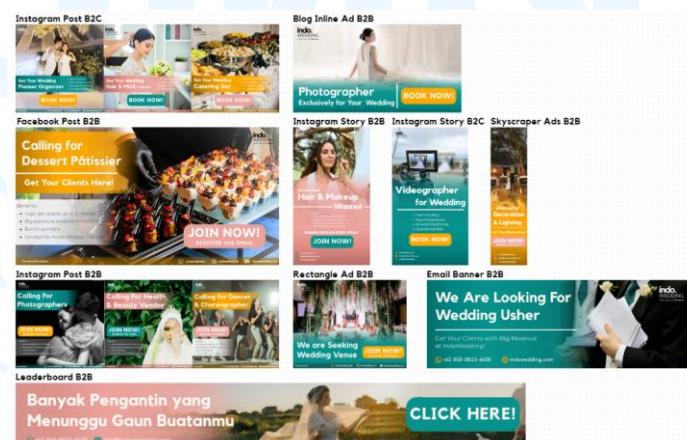
Penulis melihat berbagai referensi yang ada di Instagram dan Pinterest dan mengambil aset gambar untuk *placeholder* di Instagram, Pinterest, Freepik, Unsplash, Pexels, dan Pixabay. Penulis juga menentukan informasi apa saja yang kemungkinan akan masuk ke dalam setiap media tersebut seperti logo, no. kontak, *heading*, *sub-heading*, dll. Penulis menggunakan *font* Garamond agar terkesan mewah untuk headingnya, *font* Kollektif Bold untuk CTA-nya, dan Montserrat Light untuk informasi kecil. Berikut merupakan hasil pertama dari desain *template* yang penulis buat.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.25 *Template* Pertama yang Dibuat Penulis  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis tunjukkan kepada *supervisor* dan terdapat revisi. Menurut *supervisor* desain terlalu *generic* dan tidak unik kepada *brand* IndoWedding itu sendiri. Penulis mengubah font dan *layout* ini ke semua desain, yang pada akhirnya disetujui oleh *supervisor*. Beberapa bulan kemudian *supervisor* merasa adanya ketidakcocokan dalam mengaplikasikan desain dalam media sosial setelah, sehingga *template* ini tidak jadi dipakai. Selain itu, *supervisor* juga memiliki perubahan dalam *brand guideline* yang rasanya lebih cocok. Berikut ini merupakan *template* desain yang penulis buat.



Gambar 3.26 Desain *Template* Media Sosial IndoWedding yang dibuat penulis  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### **3.3.2.6 Proyek *Brand Guideline* untuk Internal Perusahaan**

Proyek ini merupakan proyek yang konfidensial. Oleh sebab itu penulis tidak bisa memberikan gambar dan *brief* karena mengandung informasi yang sensitif dan tidak diperkenankan untuk ditampilkan oleh *supervisor*. Penulis mendapatkan *brief* di periode awal magang yaitu 8 September 2025 dengan harapan bahwa penulis bisa mendapatkan *look and feel* dari IndoWedding. *Brief* yang diberikan menyuruh penulis untuk menjelaskan mengenai logo, *typography*, warna beserta turunannya, dan *moodboard* menurut interpretasi penulis.

Penulis akhirnya dituntut untuk membuat *brand guideline* dengan ukuran 1920 x 1080 px dengan *grid* 3 x 3. Penulis dituntut untuk membuat ulang logo yang terdiri dari *font* Kollektif Bold, Montserrat Light, dan Glacial Indifference Regular yang penulis tulis bahwa *font* pertama menjadi *primary font* yang akan dipakai untuk menjadi judul dan *headline*, *secondary font* untuk menjadi tulisan/konten, dan *tertiary font* yang akan menjadi footer secara berurutan.

Penulis jabarkan karakteristik masing-masing *font*. Penulis lanjut dengan mendeskripsikan warna beserta turunannya dari tiga warna yang diberikan oleh IndoWedding itu sendiri yaitu warna hijau (#08928e), jingga (#ffa900), dan merah muda (#eda49e) beserta turunan dan fungsi dari warna-warna tersebut. Terakhir penulis membuat *moodboard* sehingga penulis bisa membayangkan desain kedepannya yang dibangun dengan *keywords* yang penulis buat seperti *elegant*, *dreamy*, dll. Gambar-gambar yang penulis ambil berasal dari Pinterest, Pexels, Unsplash, Freepik, dan akun Instagram yang pada umumnya milik fotografi pernikahan.

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja**

Penulis tentunya mengalami berbagai kendala selama magang, terutama karena penulis baru pertama kali memiliki pengalaman kerja yang nyata. Secara umum kendala yang penulis alami bersifat non-teknis seperti masalah komunikasi dengan *supervisor* dan sesama tim. Berikut merupakan kendala yang penulis alami dengan lebih rincinya beserta solusinya.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja**

Kendala pelaksanaan kerja yang dialami oleh penulis lebih bersifat pada hal non-teknis. Penulis merasa kesulitan karena ini merupakan pertama kali penulis merasakan kerja di dunia industri kreatif. Berikut beberapa kendala yang dihadapi penulis:

##### **1. Masalah Komunikasi**

Penulis merasakan kesulitan, karena pada bulan pertama penulis bekerja sendirian dengan *brief* yang dikasih langsung oleh *supervisor* dengan jelas dan terstruktur. Pada bulan kedua penulis harus berubah alur kerjanya karena ada tim baru. Tim berisi tiga orang dan penulis harus bekerja sama dengan arahan yang kurang pasti dari *supervisor* dengan kondisi *work from home* sehingga proses desainnya kurang efektif dan semua orang saling menunggu satu sama lain. Selama dua bulan pertama tidak ada karya yang penulis buat dipakai karena tidak sesuai dengan keinginan *supervisor* dan secara tiba-tiba *brand guideline* diubah oleh *supervisor* tanpa adanya pemberitahuan sebelumnya.

##### **2. Masalah Motivasi**

Penulis seringkali merasa kelelahan secara mental dan merasa tidak mau bekerja lagi karena *burnout*. Penulis merasa kehilangan motivasi dan terkadang tidak mencapai desain sesuai target terutama karena penulis merasa bekerja dengan tidak beraturan. Salah satu

alasannya karena penulis merasa kurangnya *support* karena penulis bekerja di rumah dan jarang bertemu dengan orang lain.

### 3. Kurangnya Pengasahan Keterampilan

Penulis merasa terhambat karena pekerjaan yang penulis buat kurang diperhatikan selama dua bulan belakangan dan merasa monoton dengan pekerjaan yang selalu sama. Pada bulan pertama penulis masih merasa dibimbing dengan adanya pertemuan setiap minggu dengan membahas hasil karya yang penulis buat. Penulis merasa *supervisor* menuntut untuk bekerja secara otomatis dan mengetahui keinginannya tanpa adanya komunikasi terutama saat seluruh tim memiliki status sebagai anak magang yang belum memiliki pengalaman bekerja. Sehingga penulis kurang mendapatkan banyak pengalaman terutama yang bersifat teknis.

#### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Penulis akhirnya lebih aktif dan inisiatif dalam berkomunikasi dengan tim dalam IndoWedding. Penulis berkoordinasi dengan tim lain agar *brief* dan hasil desain sesuai dengan selera. Selain itu, penulis juga bekerja sama dengan anggota lain yang sedang magang baik divisi komunikasi dan divisi desain berusaha untuk lebih mengerti desain seperti apa yang ingin dicapai. Untuk solusi mengenai penulis yang merasa kehilangan motivasi, penulis memaksakan diri untuk bisa mengerjakan sesuai dengan *deadline* dan mengingatkan diri mengenai rasa tanggung jawab terutama karena penulis masih di bawah naungan Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu penulis juga istirahat sejenak setelah mengerjakan desain agar tidak cepat lelah.