

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

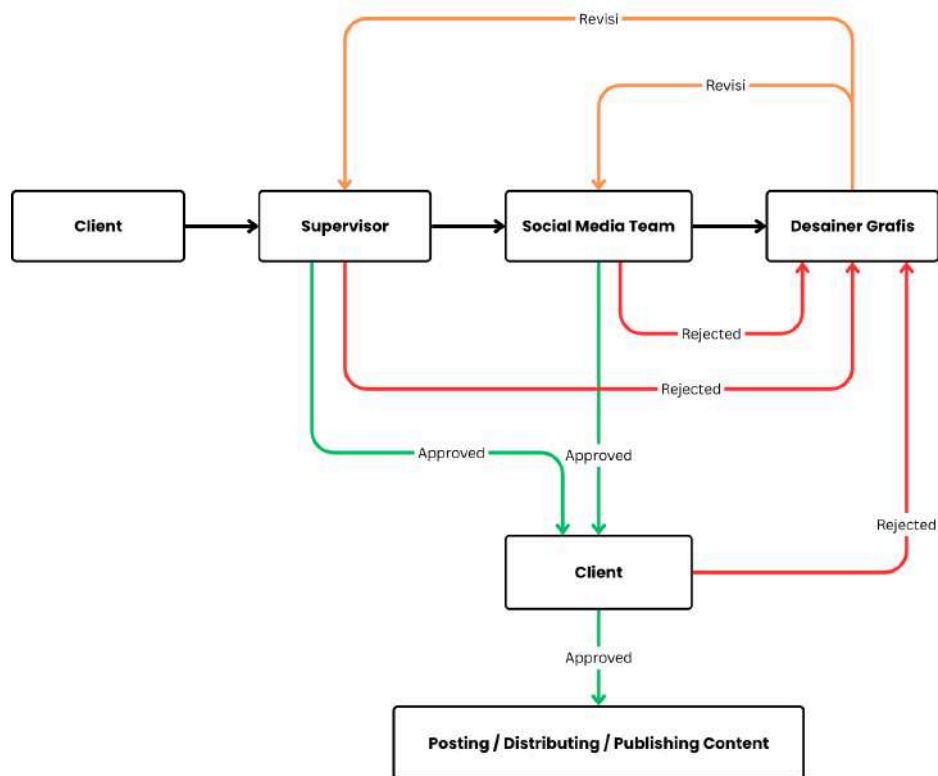
3.1. Kedudukan dan Koordinasi

SEISO memiliki alur kerja yang terkadang disesuaikan dengan klien yang sedang bekerja sama dengannya. Tetapi, untuk proyek yang tim *social media* kerjakan sebagian besar memiliki alur kerja atau koordinasi, serta kedudukan yang kurang lebih sama.

Tim *social media* terdiri atas dua *supervisor*, yakni *supervisor User Generated Content* (UGC), serta *supervisor Social Media*. Penulis merupakan desainer grafis yang memiliki kedudukan di bawah *supervisor Social Media*, yang secara langsung pekerjaannya diawasi oleh *supervisor* tersebut. *Supervisor social media* seringkali mengadakan *meeting* secara langsung bersama dengan *client* yang ingin bekerja sama dengan SEISO. *Meeting* dapat diadakan secara *online* ataupun secara *onsite*, tergantung dengan persetujuan bersama pihak *client*.

Setelah sudah ada persetujuan dengan *client* mengenai bentuk proyek seperti apa, hal ini akan di diskusikan bersama dengan tim *social media*. Setelah sudah didiskusikan, pekerjaan akan diberikan kepada desainer grafis, sesuai dengan persetujuan *client* dan juga apa yang telah didiskusikan dengan tim *social media*. Desainer grafis juga seringkali mendapatkan *feedback* serta petunjuk dari tim *social media*, sehingga tim tersebut memiliki kedudukan di atas desainer grafis untuk *approving*, *rejecting*, atau memberi revisi kepada desainer grafis. Berikut ini merupakan bagan untuk memperjelas alur kerja dan koordinasi desainer grafis di SEISO:

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



Gambar 3.1. Bagan alur kerja dan koordinasi.
(Sumber: Observasi Penulis, 2025)

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

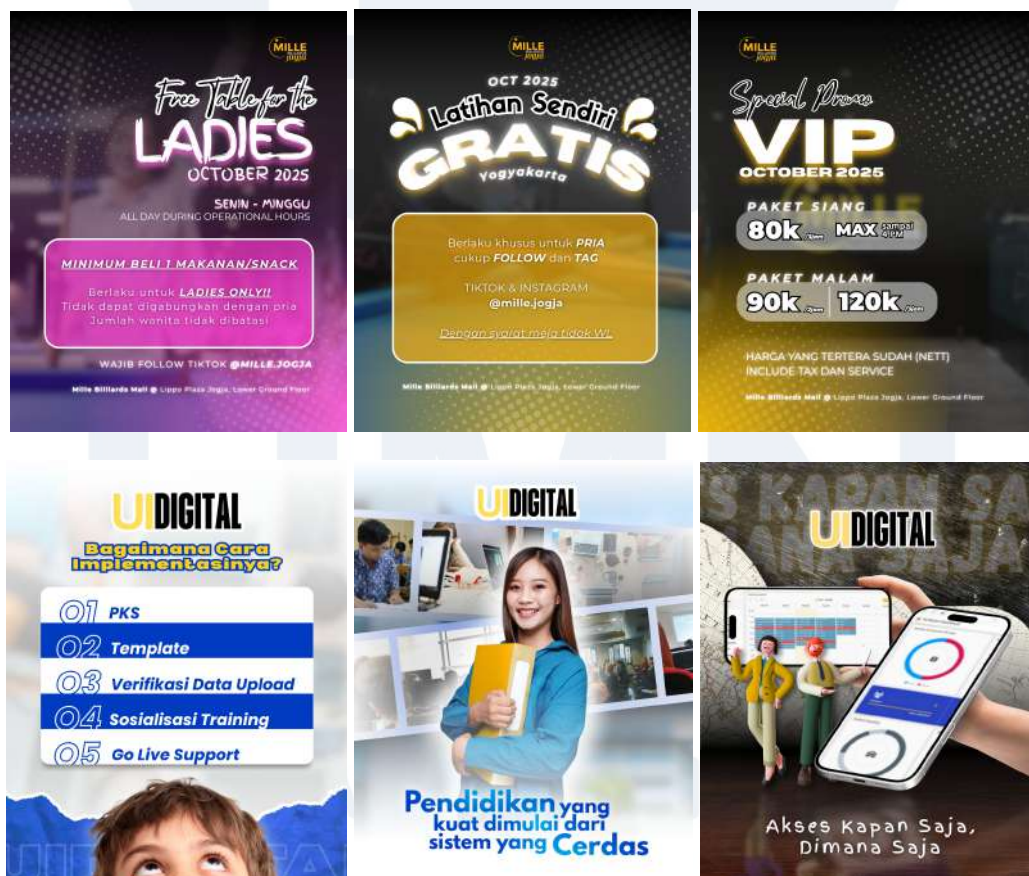
Berikut merupakan uraian dari tugas dan pekerjaan magang penulis sebagai *Graphic Design Intern*, analisis dan observasi faktor apa saja yang berkontribusi dalam potensi terjadinya suatu kendala selama penulis melalui aktivitas magang. Solusi untuk setiap kendala akan ditulis setelah kendala-kendala yang telah disebut, karena penting bagi penulis untuk menjadikan pengalaman tersebut sebagai referensi dan pembelajaran untuk kedepannya.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Sebagai *Graphic Design Intern*, penulis mendapatkan tugas yang mencakup banyak variasi desain grafik, tetapi secara keseluruhan, penulis paling banyak membuat *promotional designs* yang fokus kepada *Food and Beverages*, *Alcoholic*

beverages, tempat rekreasi, maupun *services/jasa* untuk kebutuhan *online advertising/digital ads*. Walaupun paling fokus kepada hal tersebut, penulis tidak hanya mengerjakan *promotional designs* dan hanya sebatas produk/jasa yang tertulis diatas. Terkadang penulis mendapatkan pekerjaan seperti membuat *pitch deck* untuk *client*, *photoshopping/image editing*, *posters* khusus mempromosikan seseorang *influencer*, dan semacamnya.

Penulis telah bekerja sama dengan *client* untuk merek produk seperti *DanaPaint*, *ATLAS*, *API* oleh *Orang Tua Group*, *Empire Gin*, dan sebagainya. Selain itu ada juga tempat rekreasi seperti *Mille Billiards*, serta *services* seperti *UIDigital*. Berikut merupakan contoh-contoh *promotional designs* yang telah dibuat oleh penulis untuk beberapa merek yang telah disebut di atas:





Gambar 3.2. Kumpulan Hasil Promotional Designs.
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)

Saat mengerjakan desain-desain tersebut, tentunya penulis juga melalui berbagai proses dan beberapa tahap untuk mencapai hasil yang diinginkan, terutama apa yang diinginkan oleh client dan apa yang terasa paling bagus menurut tim *social media*.

Berikut merupakan tabel yang merangkum aktivitas penulis pada setiap bulannya selama aktivitas magang:

Tabel 3.1. Tugas yang dilakukan pada setiap bulan.

No.	Bulan	Proyek	Keterangan
1	Juli	<ul style="list-style-type: none"> - UI digital - SEISO feeds 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan infografis untuk UI digital - Membuat poster untuk feeds instagram baru SEISO
2	Agustus	<ul style="list-style-type: none"> - Mille Billiards - UI digital - SEISO feeds - ATLAS - Pitch Decks Presentations 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan monthly promo untuk mille billiards alam sutera dan jogja - Mengerjakan poster untuk UI digital - Membuat poster untuk feeds

			<p>instagram baru SEISO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan photopack serta image editing untuk promotional design ATLAS - Mengerjakan pitch decks untuk presentasi ke <i>brand</i>/merek Eloi coco
3	September	<ul style="list-style-type: none"> - Danapaint - SEISO feeds 	<ul style="list-style-type: none"> - Image editing Exterior untuk promotional designs untuk feeds social media Danapaint - Membuat poster untuk feeds instagram baru SEISO
4	October	<ul style="list-style-type: none"> - Danapaint - SEISO feeds - Makan Group - Kilin 	<ul style="list-style-type: none"> - Image editing Exterior dan Interior untuk promotional designs untuk feeds social media Danapaint - Membuat poster untuk feeds instagram baru SEISO - Membuat beberapa logo untuk bisnis baru Makan Group - Image editing untuk Kilin pitch deck
5	November	<ul style="list-style-type: none"> - Danapaint - Makan Group - SEISO feeds - API - OrangTua 	<ul style="list-style-type: none"> - Image editing Exterior dan Interior untuk promotional designs untuk feeds social media Danapaint - Membuat beberapa logo untuk bisnis baru Makan Group - Membuat poster untuk feeds

			instagram baru SEISO - Membuat PSA untuk pemalsuan produk API OrangTua
--	--	--	---

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Workflow desainer grafis dengan tim *social media* di dalam SEISO sudah dijelaskan secara singkat pada bab 3.1. (Kedudukan dan Koordinasi). Setelah *supervisor social media meeting* dengan *client*, *supervisor* akan mendiskusikan apa akan dilakukan untuk proyek termasuk memberikan *brief* tentang grafis apa yang perlu dikerjakan oleh desainer grafis. Biasanya, pada tahap ini, tim *social media* akan membuat *content plan* untuk *client*, sehingga *client* dapat menentukan dari tahap paling awal jika konsep yang ingin dibuat cocok dengan keinginannya atau tidak. Jika tidak, maka *content plan* akan direvisi lalu diberikan kepada *client*nya lagi. Setelah sudah di *approve* maka desainer grafis dapat langsung membuat grafisnya.

Saat membuat desainnya, penulis mengikuti konsep sesuai *content plan* yang telah dibuat. Sembari mereferensi *content plan*, penulis akan memberikan *creative twist* sendiri agar desain yang dibuat terlihat lebih *original* saat di *posting* oleh *client*/merek/perusahaan yang sedang bekerja sama dengan SEISO.

Terkadang penulis juga dapat membuat grafis yang mengikuti branding atau style dari merek yang sudah ada, sehingga desainer grafis sebisa mungkin hanya perlu untuk mereplika *style* tersebut. Misalnya seperti merek alkohol API oleh OrangTua, ataupun merek alkohol ATLAS, yang sudah memiliki *branding/style* visual tersendiri, sehingga desainer grafis diberikan brief untuk mereplikasi *style* visual tersebut agar saat di posting dalam *feeds social media* brandnya, desain yang dibuat oleh penulis tidak akan terlihat *jomplang*; atau tidak sesuai dengan *branding* merek tersebut.

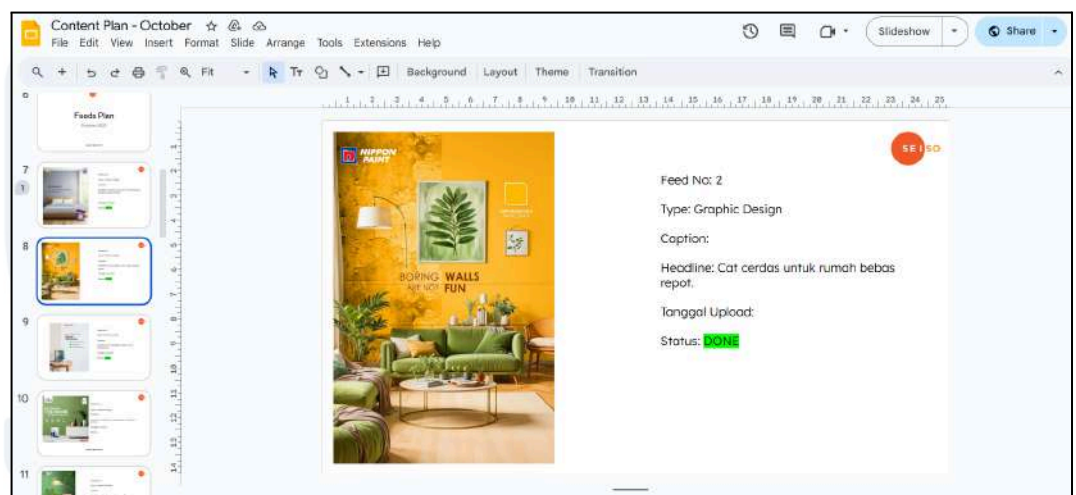
Salah satu proyek yang paling menantang bagi penulis merupakan Danapaint sehingga dibawah ini akan dijelaskan secara rinci untuk proses dan *workflow*-nya:

a. Meeting dan Briefing

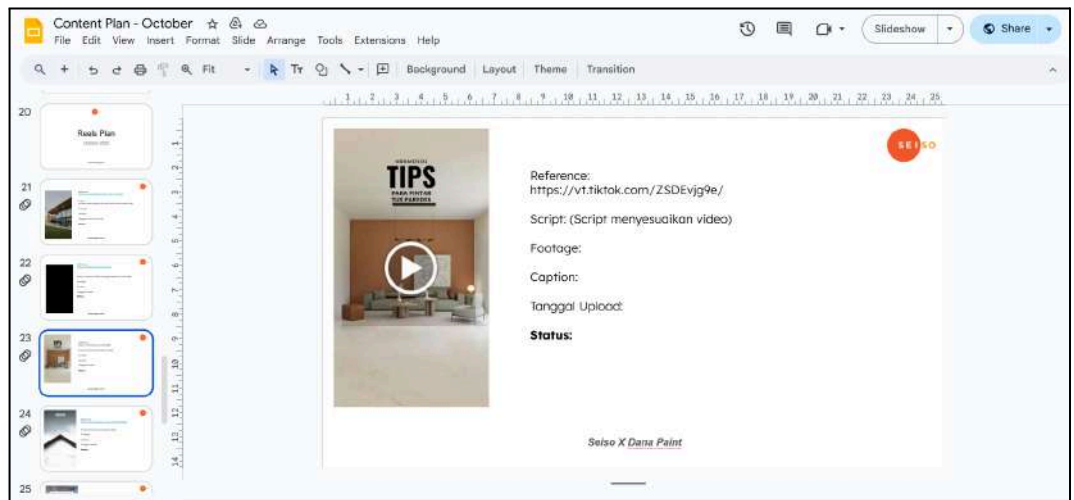
Proyek diawali dengan *meeting* dan *briefing* serta diskusi bersama dengan client. *Supervisor social media* serta tim *social media* yang lebih spesifiknya anggota UGC lebih banyak melakukan *meeting* dan diskusi bersama *client*. Desainer grafis mendapatkan *briefing* untuk apa yang perlu dikerjakan dan direncanakan untuk bulan tertentu, minggu tertentu, serta pada hari tertentu.

b. Content Plan

Pada setiap bulannya, tim *social media* membuat *content plan* yang berisikan referensi serta inspirasi untuk desain dan *video* yang perlu dibuat untuk konten *social media* Danapaint, serta *headline*, *caption*, dan *status progress* pembuatan konten tersebut. *Content plan* dibuat dalam *Google Slides* dimana tim *social media* dapat menambah dan mengedit konten di dalamnya.



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



Gambar 3.3. Content Plan October 2025 untuk DanaPaint.

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)

Tim *social media* fokus dalam mengambil referensi dari beberapa merek cat lainnya seperti *mowilex*, *dulux*, *nippon paint*, dan beberapa merek lainnya. Referensi juga banyak diambil melalui *platform social media* lainnya seperti *pinterest*, *instagram*, serta *TikTok*. *Content Plan* ini lalu diberikan kepada *client* untuk proses revisi atau diberi *feedback* jika ada dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya jika sudah di *approve*.

c. Mencari Referensi

Walaupun dalam *content plan* sudah memiliki referensi yang di *approve*, desainer grafis sesaat ingin mengerjakan suatu desain akan tetap mencari referensi melalui merek-merek cat lain seperti yang telah disebut sebelumnya. Dengan ini, desainer grafis akan melakukan referensi untuk elemen-elemen tertentu dan juga *mix & match* dari referensi-referensi yang telah terkumpul agar menciptakan desain yang lebih berbeda dan unik.

d. Rough Layout

Desainer grafis melakukan *rough layout* atau *blocking* sebelum melanjutkan ke tahap selanjutnya. Hal ini dilakukan seandainya sebuah sketsa sebelum melakukan *clean-up* atau proses menambahkan desain atau gambar. *Rough layouting* ini juga dilakukan supaya desainer grafis dapat membuat beberapa alternatif untuk melihat mana yang paling cocok karena *layout-layout* tersebut akan diberikan kepada tim *social media* untuk diberikan *feedback* terlebih dahulu sebelum lanjut ke tahap selanjutnya.



Gambar 3.4. Contoh rough layouting secara manual.

(Sumber: *The power of rough sketches: unlocking creativity during early brainstorming*, Fuselight Creative, 2025)



Gambar 3.5. Contoh rough layouting yang dikerjakan oleh penulis.

(Sumber: *Dokumentasi penulis*, 2025)

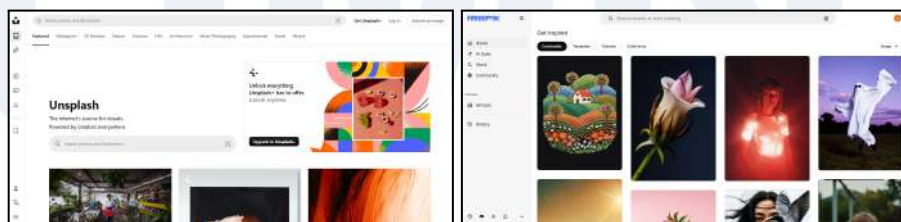
Tetapi, tidak sedikit dari desain-desain yang dilakukan oleh desainer grafis tidak menggunakan *rough layout*. Beberapa desain yang dilakukan cukup *simple* bagi desainer grafis sehingga “*rough layout*” yang dilakukan oleh desainer bisa langsung diproses ke tahap *refining* atau tinggal diberi *finishing touches/details*.



Gambar 3.6. Contoh layout yang simple dan bisa langsung diberi detail.
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)

e. Proses dan *Refining*

Setelah *rough layout*, desainer grafis lanjut ke tahap proses lebih lanjut dan *refining*. Penulis mencari aset untuk desainnya dari *platform* untuk aset gratis seperti *Unsplash* untuk fotografi berkualitas, *freepik* untuk ilustrasi vektor, serta *canva* assets yang bisa langsung diakses dari situsnya.



Gambar 3.7. Unsplash dan Freepik.
(Sumber: [Unsplash.com](https://unsplash.com) & [Freepik.com](https://freepik.com), 2025)

Dalam proyek Danapaint ini, desainer grafis menggunakan beberapa aplikasi, sesuai dengan kebutuhan untuk setiap desain. Diantaranya ada aplikasi seperti *adobe illustrator* yang digunakan untuk membuat desain dan tipografi yang lebih kompleks; *adobe photoshop* untuk *image editing* serta *background removal*; *canva* untuk *layouting* serta memberikan tipografi dan teks; *Clip Studio Paint* untuk mengedit aset serta membuat ilustrasi untuk aset-asetnya.



Gambar 3.8. Aplikasi web Canva.
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)

Tetapi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh desainer grafis merupakan Canva karena menurut *briefing* yang telah di diskusi di antara tim *social media* dengan tim DanaPaint, desain yang ingin dibuat cenderung ingin masuk ke *mood* atau tema yang *clean*, lebih *simple*, dan *modern*. Sehingga Canva merupakan aplikasi yang cukup untuk melakukan dari *rough layout* sampai tahap *refining*. Aplikasi Canva juga merupakan aplikasi yang berjalan dengan lancar dan tidak berat bagi perangkat sehingga mengerjakan desain untuk DanaPaint lebih efisien, serta dengan aset gratis yang banyak, desainer grafis dapat memanfaatkannya tanpa harus mencari-cari lagi lewat *free asset libraries* dari situs lain.

Untuk aset yang digunakan, walaupun banyak dari Canva, terkadang desainer grafis tetap mencari lagi dari situs lain seperti *Unsplash* untuk fotografi yang realistik dan *royalty-free* bahkan dapat dipakai untuk kebutuhan komersil. Desainer grafis juga menggunakan aplikasi *photoshop* ataupun *Clip Studio Paint* untuk *background removal* atau

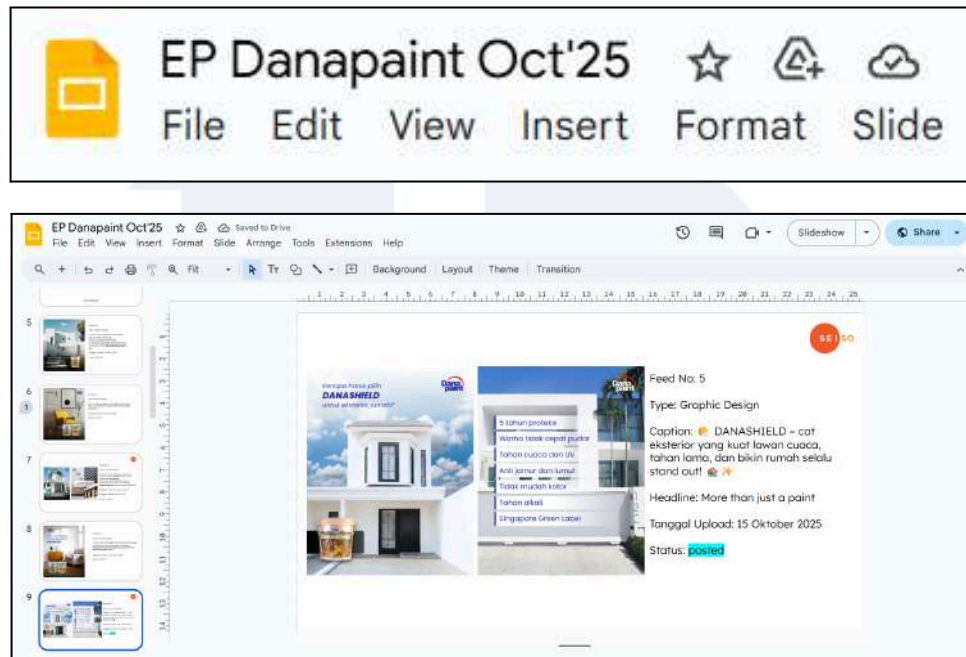
transparency, tergantung kebutuhan untuk desain masing-masing. Berikut merupakan contoh jabaran lebih rinci untuk aset yang digunakan untuk salah satu *promotional design* dari DanaPaint.



Gambar 3.9. Aset dari salah satu Promotional Design Danapaint.
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)

f. **Feedback dan Approval**

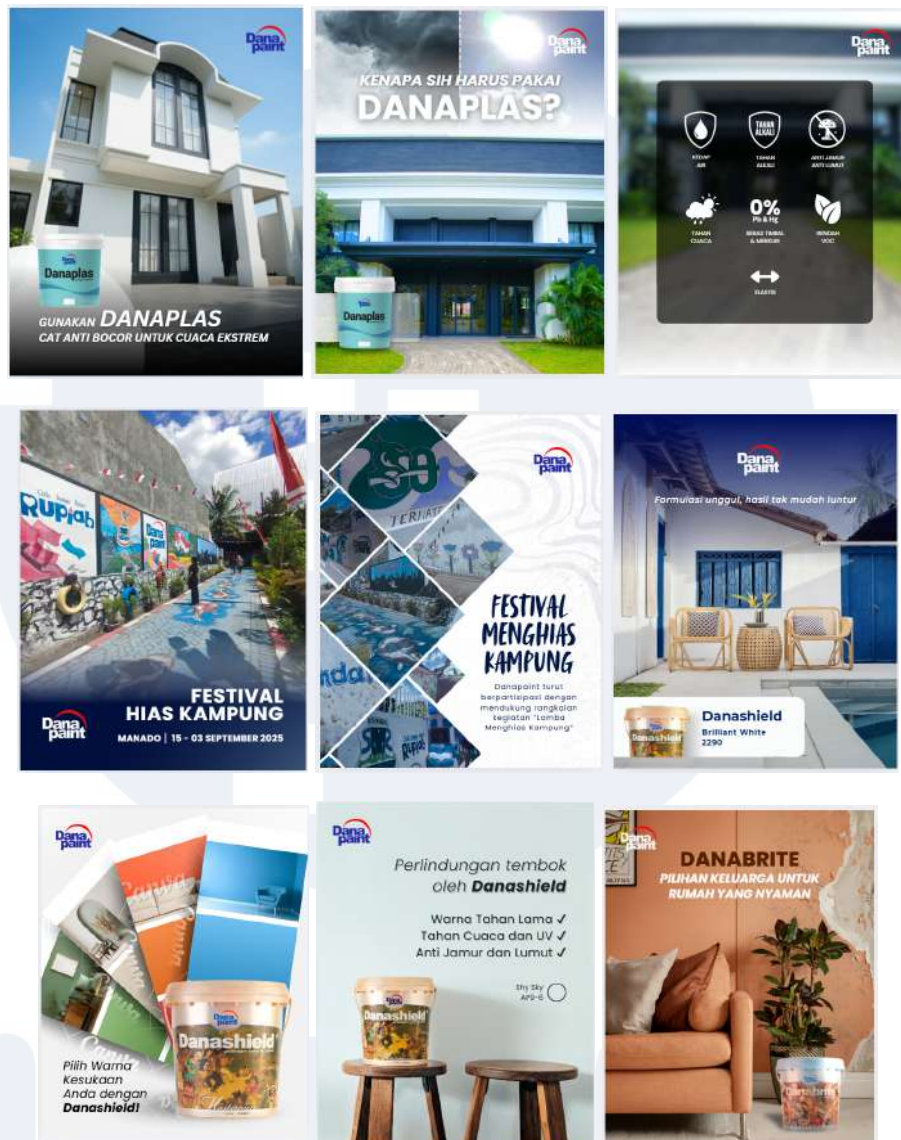
Setelah melalui tahap-tahap yang tertera di atas, desainer grafis mengajukannya kepada tim *social media* serta *supervisor*, jika diberikan *feedback*, penulis akan membetulkan sesuai *feedback* yang diberi. Jika desain sudah di *approve*, desain akan diberikan kepada tim *Danapaint* untuk *approval* serta dimasukkan ke dalam *EP Danapaint* di dalam *Google Slides*; semacam *content tracker* yang menandakan apa saja konten yang sudah dibuat. Jika *client* sudah *approve* desainnya, maka konten sudah siap untuk di *publish/posting*.



Gambar 3.10. EP Danapaint untuk Oktober 2025 di Google Slides.
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)

Feedback yang diberi bisa berupa *copywriting*, yang biasanya akan di diskusi antara desainer grafis bersama dengan *tim social media* ataupun dengan anggota UGC (*User Generated Content*). *Feedback* yang diberi juga tentunya banyak dalam hal visual, dan biasanya yang diberikan saat mengerjakan DanaPaint adalah warna, *readability*, serta tema dari merek tersebut. Penting untuk selalu dipikirkan saat membuat *promotional design*, terutama untuk suatu merek, untuk mengikuti *brand guidelines* mereka ataupun *branding* yang telah mereka miliki, agar saat membuat *promotional design* tidak terlihat *jomplang* atau terlihat seperti desain yang dibuat untuk merek lain.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

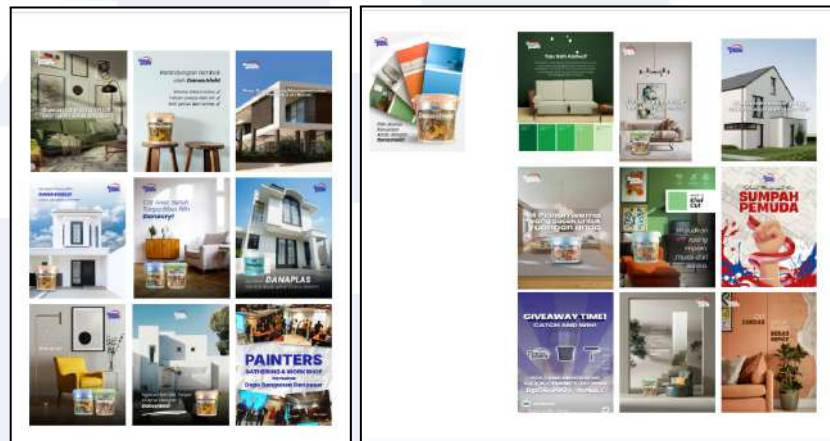


*Gambar 3.11. Beberapa hasil promotional design DanaPaint.
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)*

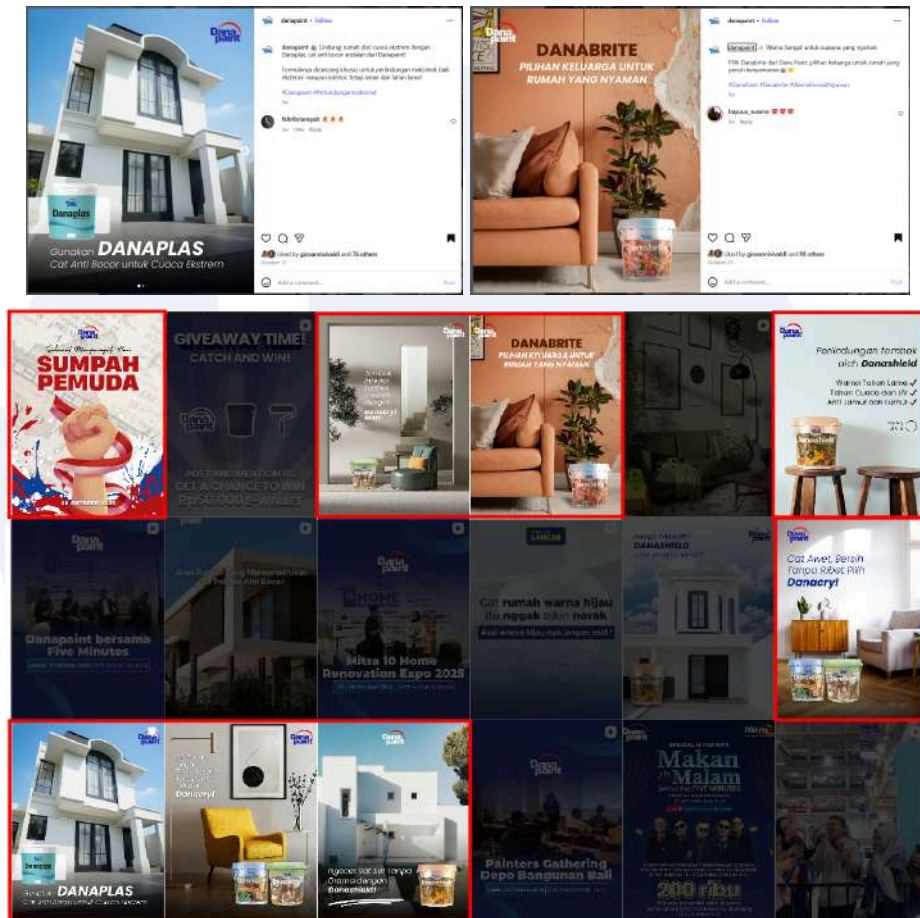
g. Publishing/Posting

Tahap terakhir adalah publishing promotional designs ini pada feeds instagram DanaPaint, yang akan di handle langsung oleh tim social media. Saat tahap ini, tim social media akan planning pada Google Slides EP DanaPaint untuk tanggal-tanggal kapan konten tertentu akan di posting

dan juga akan disesuaikan urutannya seperti apa agar terlihat bagus dalam feeds instagram DanaPaint. Berikut merupakan contoh layout dan feeds instagram DanaPaint.



*Gambar 3.12. Planning publishing/posting konten diambil.
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2025)*



Gambar 3.13. Promotional designs yang telah di-posting pada instagram DanaPaint.

(Sumber: <https://www.instagram.com/danapaint/?hl=en>, Instagram @DanaPaint, 2025)

3.3. Kendala yang Ditemukan

1. Sulit untuk mencari dan lolos seleksi pekerjaan dengan posisi sesuai keinginan dari penulis.
2. Penulis tidak memiliki pengalaman desain grafis yang mendalam sebelum masuk ke perusahaan.
3. Kurang memadai dalam menggunakan beberapa aplikasi yang diperlukan untuk desain grafis.

3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut ini merupakan solusi yang ditemukan oleh penulis selama proses kegiatan magang:

1. Refining CV dan menambahkan karya dalam portofolio yang lebih fokus pada desain grafis.
2. Penulis mempelajari ulang dan lebih mendalaminya saat sembari mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh perusahaan.
3. Penulis menggunakan aplikasi yang lebih beginner friendly, seperti *Canva* dan *Figma* untuk melakukan hal-hal seperti *Layouting* dan *Typography*, sembari mempelajari dan menggunakan aplikasi-aplikasi yang lebih masuk pada *industry-standard*, seperti *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*.

