

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan magang terdapat kedudukan dan koordinasi dalam melaksanakan pekerjaan. Penulis sendiri berkedudukan sebagai *graphic designer intern* pada komunitas digital KVIBES yang merupakan salah satu pilar utama dari divisi Community Marketing milik United Creative. Berikut merupakan kedudukan dan koordinasi pelaksanaan kerja penulis selama melakukan *internship* pada United Creative:

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Seperti yang sudah diesbutkan diatas, penulis memiliki kedudukan sebagai *Graphic Designer Intern* pada komunitas digital KVIBES. KVIBES sendiri merupakan salah satu pilar komunitas digital utama yang dimiliki oleh United Creative. Sebagai komunitas digital, KVIBES berguna sebagai *platform* antar komunitas *K-Fandom* di seluruh Indonesia dengan menawarkan, menciptakan, serta memperkuat pengalaman penggemar yang unik dan hidup terhadap kegemaran mereka pada budaya Korea. Selain itu, KVIBES sendiri memiliki berbagai turunan komunitas lainnya yang memiliki topik budaya yang berbeda. KVIBES secara struktur organisasi sendiri dikepalai oleh *Digital Marketing Lead KVIBES*, dan terdapat anggota *Content Specialist* dan *Community Specialist*.

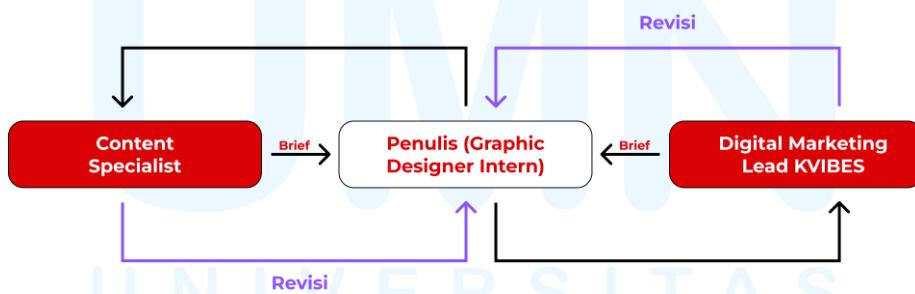


Gambar 3.1 Kedudukan Penulis Pada Struktur Organisasi KVIBES

Digital Marketing Leads KVIBES memiliki tanggung jawab untuk memimpin tim KVIBES dalam merancang dan mengelola strategi marketing, baik digital maupun acara langsung, dalam menjalankan suatu tujuan. Kemudian, *Content Specialist* sendiri memiliki tanggung jawab untuk memproduksi dan mengelola konten-konten yang dibutuhkan sesuai dengan strategi dan riset pasar yang sedang relevan, terkhususnya mengenai topik Budaya Korea. Lalu terdapat *Community Specialist* yang memiliki tanggung jawab untuk membangun dan menjaga hubungan antar komunitas, terkhususnya pencinta Korea, agar memiliki pendukung terhadap tujuan yang dijalankan. Sebagai *Graphic Designer Intern*, penulis memiliki kedudukan langsung di bawah *Digital Marketing Leads KVIBES*. Fungsi penulis adalah untuk mendukung kegiatan KVIBES melalui desain grafis yang ditayangkan melalui *platform media sosial* maupun kebutuhan *pitching* dengan klien.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Berbeda dengan para *Graphic Designer* pada sub-divisi *Creative Studio* yang dapat mengerjakan *job request* dari seluruh divisi kreatif. Dalam koordinasi pelaksanaan kerja, penulis hanya mengerjakan *job request* yang diminta oleh anggota KVIBES, yakni *Content Specialist* dan *Digital Marketing Lead KVIBES*.



Gambar 3.2 Alur Koordinasi Pelaksanaan Kerja KVIBES

Biasanya *job request* yang diminta oleh *Content Specialist* dan *Digital Marketing Lead KVIBES* itu berbeda dan cenderung fleksibel. *Content Specialist* sendiri lebih banyak mengirimkan *brief* mengenai acara KVIBES yang sedang atau akan berlangsung, contohnya seperti desain *feed* sosial media, *template Instagram Story* untuk *live reporting* saat acara

berlangsung, dan lain-lainnya. Sedangkan *Digital Marketing Lead KVIBES* sendiri lebih banyak mengirimkan *job request* membuat *key visual* untuk *pitching* dengan klien, serta *brief* kreatif dan aset visual yang dibutuhkan untuk editor video terhadap pengeditan konten *interview* kolaborasi.

Secara keseluruhan, alur koordinasi keduanya cukup mirip, yakni dimulai dengan mengirimkan *brief* dan referensi kepada penulis, kemudian penulis akan memproduksi kebutuhan yang dibutuhkan dan mengirimkan *review* dari desain, jika sudah mendapatkan *approval* dari *user* maka desain tersebut akan dilanjut atau dikirim kepada klien untuk *feedback* (jika merupakan projek bersama klien). Jika belum mendapatkan *approval*, maka biasanya akan dikirimkan revisi tambahan oleh *user*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Seperti yang sudah dijelaskan mengenai kedudukan dan koordinasi kerja, penulis memiliki pekerjaan yang dilakukan setiap harinya. Setiap tugas yang diberikan cenderung untuk keperluan media sosial dengan topik Budaya Korea. Berikut merupakan detail pekerjaan yang dilakukan selama magang pada United Creative:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan pada United Creative

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	11—15 Agustus 2025	STAYC	Buat <i>creative brief relay quiz</i> STAYC untuk video editor
		Korea Kaja! Vol.2	Buat desain <i>feeds</i> informasi untuk <i>roadshow</i> Solo: - Perpanjangan waktu <i>submit RPD</i> - Ikut acara diluar jalur RPD
		Demon Hunters	Buat <i>mockup</i> stiker, <i>photocard</i> , dan <i>keychain</i>
		PAPION	<i>Shoot content</i>
2	18—23 Agustus 2025	Mister Potato x SEVENTEEN “Jinjja Crunch”	- <i>Crew Event</i> - Membuat desain <i>feeds</i> acara Jinjja Crunch:

			<p>1. Revisi desain <i>activity event</i> Jinjja Crunch</p> <p>2. Resize desain <i>activity to A1</i></p>
		SPOTIFY	<i>Attend event dan shoot content</i>
3	26—29 Agustus 2025	Korea Kaja! Vol.2	<p>Buat desain <i>feeds</i> informasi untuk <i>roadshow</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Preliminary</i> Bandung - Ikut acara diluar jalur RPD - <i>Submission</i> RPD Bali - <i>Thanks to our community partner</i>
		PAPION	Buat <i>creative brief interview</i> PAPION untuk video editor
4	1—4 September 2025	PAPION	Buat <i>creative brief relay quiz</i> PAPION untuk video editor
		Jeff Satur	<i>Giveaway</i> tiket konser untuk akun WOWTHAIDRAMA
5	8—12 September 2025	Korea Kaja! Vol.2	<p>Buat desain <i>feeds</i> informasi untuk <i>roadshow</i> Bandung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Line up</i> - <i>Rundown</i> - <i>Fandom</i> Noraevibes & Pemenang <i>Fandom</i> - Cara Registrasi acara - Ikut acara diluar jalur RPD
		OREO x BABYMONSTER Secret Party	Buat <i>invitation post & Instastory</i> acara Secret Party with Monstiez
		WOWKDRAMA	<i>Redesign template review K-Drama</i>
6	15—19 September 2025	Korea Kaja! Vol.2	<p>Buat desain <i>feeds</i> informasi untuk <i>roadshow</i> Bali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Preliminary</i> - <i>Fandom</i> Noraevibes

		Demon Hunters	Buat KV untuk <i>pitching</i>
		WOWKDRAMA	<i>Redesign template upcoming K-Drama</i>
7	22—27 September 2025	Korea Kaja! Vol.2	<p>Buat desain <i>feeds</i> informasi untuk <i>roadshow</i> Bali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Line up</i> - <i>Instagram Story</i> dan <i>TikTok Live Template</i> - <i>Rundown</i> acara - Pemenang <i>fandom</i> Noraevibes
		OREO x BABYMONSTER Secret Party	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>invitation post & Instastory</i> acara Secret Party - <i>Crew Acara</i>
		Good Day x BABYMONSTER	Buat KV “Creatiez Day” untuk <i>pitching</i>
8	29 September — 3 Oktober 2025	Korea Kaja! Vol.2	<p>Buat desain <i>feeds</i> informasi untuk <i>roadshow</i> Surabaya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Preliminary</i> Surabaya - <i>Fandom</i> Noraevibes - Ikut acara diluar jalur RPD
		Plave	Giveaway tiket konser untuk akun KVIBES, Zona Korea, dan FYI Korea
		Biore Guard	Buat KV Biore Guard x BT21 "Cuci Tangan dengan Hati"
9	6—11 Oktober 2025	Korea Kaja! Vol.2	<p>Buat desain <i>feeds</i> informasi untuk <i>roadshow</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Comeback Stage</i> - Perpanjangan <i>submit</i> RPD Surabaya - <i>Line Up</i> Surabaya - <i>Instagram Story</i> dan <i>TikTok Live Template</i> Surabaya

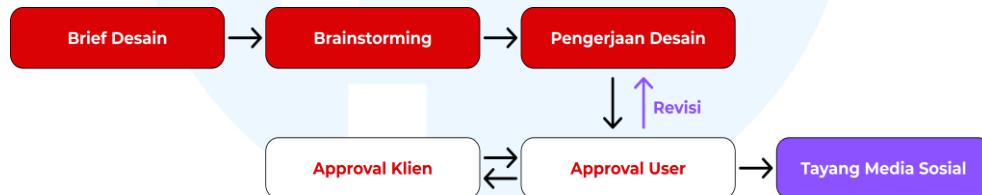
		SE SEO NEON	Membuat aset visual untuk konten <i>interview</i> SE SEO NEON
		AXIS Nation Cup 2025	<i>Crew event</i>
10	13 — 17 Oktober 2025	Korea Kaja! Vol.2	Revisi desain <i>feed vote comeback</i> Korea Kaja! Vol.2
		Biore Guard "Cuci Tangan Dengan Hati"	Membuat KV Cuci Tangang dengan Hati
		SE SEO NEON	Membuat <i>creative brief</i> konten <i>interview</i> dengan SE SEO NEON
11	20 — 24 Oktober 2025	SUNSILK x BABYMONSTER	Membuat KV dan <i>mockup handbanner</i>
		The Resurrected	Membuat creative <i>brief</i> untuk konten <i>interview cast series The Resurrected</i>
		Biore Guard "Cuci Tangan Dengan Hati"	Membuat desain <i>feeds</i> acara Biore Guard "Cuci Tangan Dengan Hati": - <i>Talent</i> - <i>Addyours challenge mechanism</i> - <i>Rundown</i> - <i>Dresscode</i> - <i>Template live reporting Instastory</i> - <i>Template Addyours</i>
12	26 — 31 Oktober 2025	OREO “Twist Lick Dance”	<i>Crew event</i>
		AKB48	Buat <i>creative brief</i> untuk video editor
		TOSTOS	<i>Take content paid promote</i>
		Zhang Linghe Birthday Gathering	<i>Redesign posts Birthday Gathering Zhang Linghe by community</i>
13	3 — 7 November 2025	OREO Twist Lick Dance	Membuat desain <i>feed</i> acara OREO Twist Lick Dance: <i>flagship store</i>

		Korea Kaja! Vol.2	Membuat desain <i>feeds event Grand Final</i> Korea Kaja! Vol.2: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Special Activity</i> - <i>Doorprize</i> - <i>Talent</i> - 15 Finalis
		<i>Creative Brief</i>	Membuat <i>creative brief</i> untuk konten <i>interview AKB48</i> dan revisi <i>interview SE SEO NEON</i>
14	10 – 15 November 2025	Korea Kaja! Vol.2	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Crew event</i> - Membuat desain <i>feeds event Grand Final</i> Korea Kaja! Vol.2: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Workshop</i> 2. <i>All line up</i> 3. <i>Rundown</i> 4. <i>Fandom Noraevibes</i> 5. <i>Instagram Story</i> dan <i>TikTok Live Template Grand Final</i> 6. <i>Banner</i> sambutan para finalis
		Surely Tomorrow	Buat <i>creative brief</i> untuk video editor
15	17 – 21 November 2025	Noraevibes: Sing Mode Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> Membuat desain <i>feeds event</i>: - <i>Rundown</i> acara - <i>Dresscode</i> - <i>Template Instagram Story</i>
		Noraevibes: KPOP Wave Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> Membuat desain <i>feeds event</i>: - <i>Rundown</i> acara - <i>Dresscode</i> - <i>Template Instagram Story</i>

16	23 – 28 November 2025	SUNSILK x BABYMONSTER	- Crew Event CFD Sway like SILK - Membuat <i>copywriting</i> untuk <i>after event</i> Sway like SILK
----	-----------------------	-----------------------	---

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Dalam melaksanakan pekerjaan yang diberikan terdapat beberapa tahapan yang dilewati sampai berhasil tayang pada media sosial. Pelaksanaan kerja ini dimulai dengan pemberian *brief* desain, melakukan *brainstorming*, penggeraan desain, meminta *approval* dan *review* kepada *user* dan klien, dan kemudian melakukan penayangan desain pada sosial media.



Gambar 3.3 Alur Pelaksanaan Kerja KVIBES

Berdasarkan bagan alur pelaksanaan kerja diatas, berikut merupakan penjelasan setiap alur pelaksanaan:

- A. *Brief* desain: pekerjaan dimulai saat penulis mendapatkan *brief* desain, normalnya *brief* ini akan diberikan menggunakan Google Slide atau melalui Whatsapp langsung. *Brief* ini biasanya sudah berisikan *copywriting*, aset visual, hierarki desain, hingga referensi. Namun penulis dapat mengubah dan memberikan masukan tambahan kedalam desain dengan persetujuan dari *user*.
- B. *Brainstorming*: Setelah memahami isi *brief*, penulis akan melakukan *brainstorming* dengan mengumpulkan berbagai referensi dan ide desain melalui internet sesuai dengan *mood* dan tema yang diangkat pada *brief*. Terkadang *user* juga mengirimkan referensi yang diinginkan untuk dimasukan pada desain.

- C. Penggeraan desain: setelah melalui tahap *brainstorming*, penulis akan mulai memproduksi desain dengan menggunakan *software* desain, seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Figma, hingga Canva.
- D. *Approval*: Setelah menyelesaikan desain, penulis akan mengirimkan *preview* desain dalam bentuk *screenshot* kepada user melalui aplikasi Whatsapp, jika *user* langsung memberikan *approval* maka penulis akan mengekspor desain dalam bentuk PNG dan mengirimkan kembali kepada *user* dalam format dokumen atau melewati Google Drive. Jika terdapat *feedback* saat *approval*, *user* akan langsung menuliskan yang perlu direvisi melalui Whatsapp atau secara langsung. Kemudian, jika desain merupakan bagian dari kerja sama dengan klien, *user* akan mengirimkan *approval* terlebih dahulu kepada klien. Jika klien memiliki *feedback* terhadap desain, maka *user* akan merangkum *feedback* tersebut dan mengirimkan revisi kembali kepada penulis.
- E. Penayangan: Setelah mendapatkan approval dan tidak ada *feedback* atau revisi dari klien maupun *user* maka desain sudah dapat ditayangkan sesuai dengan jadwal penayangan.

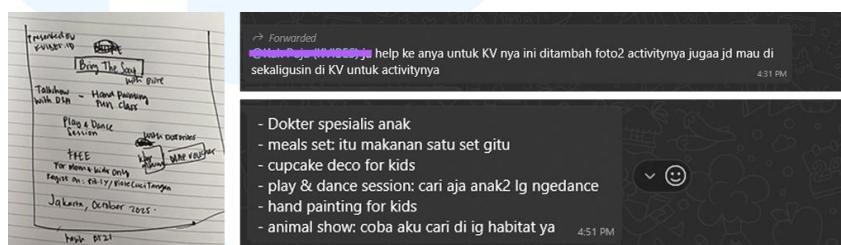
3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Selama melakukan *internship* pada United Creative, terdapat berbagai tugas yang dilakukan. Salah satu tugas utama yang dilakukan adalah membuat kebutuhan desain grafis berupa berbagai desain *feeds Instagram* mengenai informasi acara dengan Biore Guard. Pada bulan September lalu, Biore Guard bekerja sama dengan KVIBES dalam melakukan promosi produk *Biore Guard Foaming Handsoap Sweet Berry Love Shape* dengan edisi spesial BT21. KVIBES pada promosi ini berperan sebagai *event organizer* dalam merancang *community event* “Cuci Tangan dengan Hati” yang dituju kepada ibu dan anak, terkhususnya yang merupakan penggemar BTS, untuk mengedukasi tentang pentingnya mencuci tangan dengan cara

yang benar dan menyenangkan menggunakan *Biore Guard Foaming Handsoap* x BT21. Tugas ini dipilih sebagai tugas utama karena penulis sudah berpartisipasi dalam merancang kebutuhan desain grafis sejak KVIBES melakukan *pitching* kerja sama dengan Biore Guard.

1. Tahapan Brief

Tugas dimulai saat penulis diberikan *brief* membuat desain acara Cuci Tangan dengan Cinta. *Brief* pertama kali diberikan pada rapat secara langsung, kemudian *supervisor* mengirimkan *pitch deck* acara dalam bentuk Canva dan sebuah sketsa kasar penempatan *copywriting*. Dalam *pitch deck* menuliskan bahwa acara tersebut memiliki nama *Bring The Soap*, yang kemudian diganti dengan Cuci Tangan dengan Cinta, dilakukan pada *venue outdoor* serta terdapat kegiatan seperti piknik, *animal show*, hingga *hand painting*.



Gambar 3.4 Brief Desain Main Key Visual Cuci Tangan dengan Hati

Setelah berhasil melewati *pitching*, terdapat *brief* tambahan yang diberikan kepada klien, dimana desain untuk Instagram *feeds* disesuaikan dengan desain Instagram Biore Guard saat itu, serta juga menambahkan foto-foto gambaran *activity* pada *key visual* yang akan dijalankan saat acara nanti.

2. Tahapan Brainstorming

Pada tahap *brainstorming*, sesuai dengan permintaan klien, konsep desain disesuaikan dengan desain *feeds* Instagram Biore Guard yang mempromosikan produk terbaru mereka. Desain yang dimiliki oleh Biore Guard pada saat itu

cenderung menonjolkan bentuk hati, mengingat bahwa produk baru yang dikeluarkan saat itu berupa *foaming soap* berbentuk hati, serta warna merah dan putih sebagai warna utama berdasarkan *packaging* dari produk.



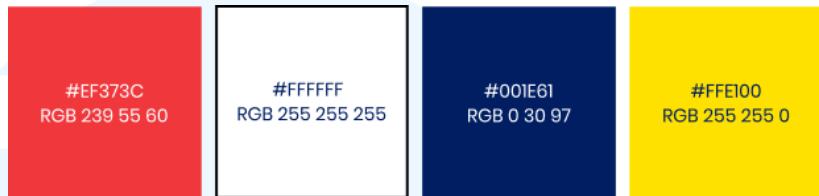
Gambar 3.5 Referensi Desain berdasarkan *Feeds* Instagram Biore Guard
Sumber: Biore Guard *Official Instagram Account* (2025)

Secara keseluruhan, bedasarkan desain yang dimiliki pada Instagram Biore Guard adalah *playful* namun tetap informatif untuk ditujukan kepada target audiens, yakni Ibu dan Anak. Selain itu ditonjolkan juga karakter-karakter BT21 untuk menunjukkan bahwa produk terbaru mereka saat itu berkolaborasi dengan BT21.

3. Tahapan Digitalisasi Desain

Pada tahap digitalisasi terdapat tujuh desain yang akan dibuat, yakni desain *activity* acara (*main KV*), desain *rundown*, desain *gueststars*, desain *dresscode*, desain *Addyours Challenge mechanism*, *template* Instagram story, dan *template* Addyours. Berdasarkan kebutuhan tersebut kemudian dibuat menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan dua ukuran *artboard* yang berbeda, yakni 1080 x 1350 px untuk desain *feeds*, serta 1080 x 1920 px untuk desain

yang akan tayang pada Instagram Story. Penggunaan warna dan *font* sendiri menggunakan elemen visual yang sama dengan Instagram Biore Guard pada saat itu.



Gambar 3.6 *Colour Palette* Pada Desain *Feeds* Instagram Biore Guard

Pemilihan warna yang dipilih disesuaikan dengan desain *feeds* Instagram Biore Guard saat itu, terkhususnya *feeds* yang mempromosikan produk *foaming soap* berbentuk hati. Warna primer yang digunakan adalah warna merah dan putih, dimana kedua warna ini mencerminkan warna *packaging* dari *foaming soap* bentuk hati. Kemudian dua warna sekunder, yakni biru dan kuning, dimana warna ini diambil berdasarkan *primary colour* pada *colour wheel*. Kemudian pada untuk *text* sendiri menggunakan dua *font*, yakni JJ Uberhand sebagai *font handwriting* yang ditujukan untuk menjaga kesan *playful* serta menyenangkan, kemudian Korolev Condensed sebagai *font serif* yang digunakan untuk mempermudah pembaca dalam membaca informasi-informasi yang dipaparkan untuk acara yang akan dijalankan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



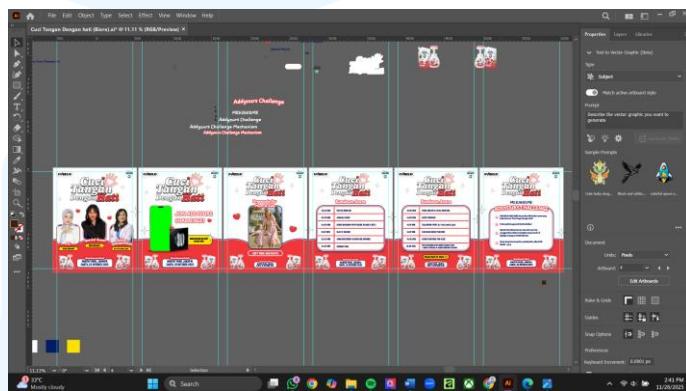
Gambar 3.7 Main KV Sebelum dan Sesudah Memasukan Foto-foto

Main key visual sendiri dikerjakan secara kolektif bersama dengan AD sebagai salah satu *graphic designer* pada divisi *Creative & Digital*. Terkhusus untuk logo acara sendiri menggunakan desain logo dari Biore Guard. Pada main KV didesain oleh penulis dengan hierarki yang sama dengan *brief* awal, kemudian dibantu oleh AD dalam merapikan dan finalisasi *main KV* untuk ditinjau kembali oleh klien. Tetapi setelah mendapatkan *brief* tambahan untuk memasukan foto-foto gambaran *activity* acara, penulis pun mencari aset foto melalui Freepik dan kemudian memasukan foto-foto tersebut kedalam desain yang terbaru.



Gambar 3.8 Main KV Sebelum dan Sesudah Memasukan Foto-foto

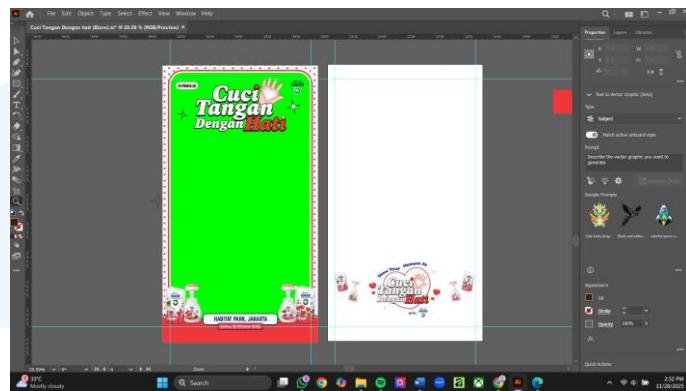
Kemudian pada desain-desain selanjutnya, yakni desain *rundown*, desain *gueststars*, desain *dresscode*, desain Addyours *challenge mechanism*, *template* Instagram Story, dan *template* Addyours dikerjakan sendiri oleh penulis dengan mengikuti gaya desain pada *main KV* terbaru. Setiap desain memiliki *brief* masing-masing yang dikirimkan oleh *supervisor*, *brief* ini cenderung berupa susunan hierarki serta *copywriting*. Contohnya seperti pada desain *gueststars* acara, dimana pada *brief* menunjukkan peletakan posisi setiap *gueststar*-nya. Setiap foto *gueststars* didesain agar seolah-olah keluar dari *frame*. Kemudian untuk setiap kedudukan *role* para *gueststars* dibuat sedikit melekeung dengan tambahan *stroke* yang tebal selayaknya coretan anak-anak. Ditambah juga hiasan kecil seperti bintang dan hati untuk mengisi dan menghias bagian desain yang kosong.



Gambar 3.9 Margin Pada Tahap Digitalisasi Postingan

Selain itu, keseluruhan desain juga memiliki *margin* pada setiap sisi dengan ukuran yang sama, dimana ukurannya adalah 50 x 50 px. Hal ini dilakukan untuk memberikan ruang kosong pada desain dan agar desain tetap terlihat rapi serta seimbang. *Margin* ini juga digunakan agar tidak ada visual

informasi yang terpotong atau tertutup *grid* ketika desain diunggah pada akun Instagram.



Gambar 3.10 Margin Pada Template Instastory dan Addyours
Sumber: KVIBES Official Instagram Account (2025)

Pada desain *template* Instagram Story dan *template* Addyours Instastory, kedua desain memiliki *artboard* yang berbeda dengan *artboard* untuk penayangan pada *feed* Instagram. Hal tersebut juga membuat penggunaan margin yang berbeda, terkhususnya pada *template* Instagram Story, dimana untuk atas dan bawah memiliki *margin* yang lebih besar dibandingkan *margin* kanan dan kiri. Hal ini dilakukan agar tidak ada visual informasi yang tertutup dengan UI Instagram Story, seperti fitur komentar pada bagian bawah serta profil akun Instagram pada bagian atas.

4. Tahap Review dan Revisi

Setelah semua kebutuhan desain digitalisasi, semua desain akan diberikan kepada klien untuk dimintai *feedback* dan revisi. Tahap *review* ini dilakukan pada Google Slides, jika klien ingin memberikan revisi maka mereka bisa menuliskan komentar pada *slide* setiap desain, namun jika tidak ada revisi maka klien dapat mengonformasikan bahwa desain sudah baik dan siap untuk tayang pada akun Instagram.



Gambar 3.11 Revisi *Template* Instastory dan Addyours

Feedback yang diberikan sendiri cenderung minor dan hanya untuk memasukan produk yang akan dipromosikan saja. Contohnya seperti pada desain template Instastory dan Addyours. Pada desain template Instagram sendiri juga terdapat revisi, dimana untuk logo Biore Guard tidak diletakan dalam sebuah layer seperti logo KVIBES.

5. Tahap Finalisasi

Setelah melakukan revisi yang diberikan oleh klien pada setiap desain, kemudian semua desain akan *diexport* dari Adobe Illustrator dan dikirimkan kepada *supervisor* melalui Whatsapp dalam format dokumen untuk menjaga resolusi desain.



Gambar 3.12 Dokumentasi Desain yang Tayang dan Digunakan
Sumber: KVIBES Official Instagram Account (2025)

Untuk setiap desian *feed* akan diunggah satu persatu sesuai jadwal penayangan pada akun Instagram KVIBES yang dikolaborasikan dengan akun Instagram Biore Guard, sedangkan *template* Instagram Story yang akan digunakan untuk medokumentasikan acara secara langsung dan *template* Addyours Instastory akan digunakan untuk para peserta yang datang untuk mengikuti *Addyours Challenge* yang merupakan bagian dari acara.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selama melakukan *Internship* ini, penulis cenderung banyak memiliki tugas untuk membuat desain sosial media, terkhususnya untuk Instagram. Tidak hanya membuat desain untuk bekerja sama dengan Biore Guard, terdapat berbagai kerja sama dengan *brand* lainnya maupun untuk kebutuhan dari KVIBES sendiri. Kesempatan ini membuat penulis dapat melakukan explorasi desain, baik mengenai tips dan trik menggunakan *software* yang jarang digunakan, maupun mengenai gaya desain yang belum

pernah dicoba. Berikut merupakan beberapa tugas lainnya yang dilakukan selama melakukan *internship*:

3.3.2.1 Proyek Redesign Template Review K-Drama untuk Akun WOWKDRAMA

KVIBES secara luas memiliki banyak turunan-turunan media, salah satunya merupakan WOWKDRAMA yang berfokus membahas topik *K-Drama* di Indonesia. Salah satu kegiatan yang mereka punya adalah melakukan *review K-Drama* yang sedang tayang saat itu. *Review* yang dilakukan akan dituliskan ke dalam bentuk tulisan pada *template* desain yang mereka punya, namun *template review* mereka cenderung tidak nyaman dibaca serta memiliki desain yang kurang rapi, oleh karena itu penulis diminta untuk melakukan *redesign template review*. Tugas ini dipilih kedalam salah satu tugas kecil karena dari berbagi banyak tugas lainnya, penulis merancang tugas satu ini secara pribadi mulai dari awal pemebriang briefieng hingga tahap finalisasi.

1. Tahap Briefieng

Briefing untuk melakukan *redesign* ini dilakukan secara langsung, pada desain tidak ada permintaan spesifik harus seperti apa sehingga penulis mempunyai kebebasan untuk membuat desain dengan *mood* atau tema apapun.



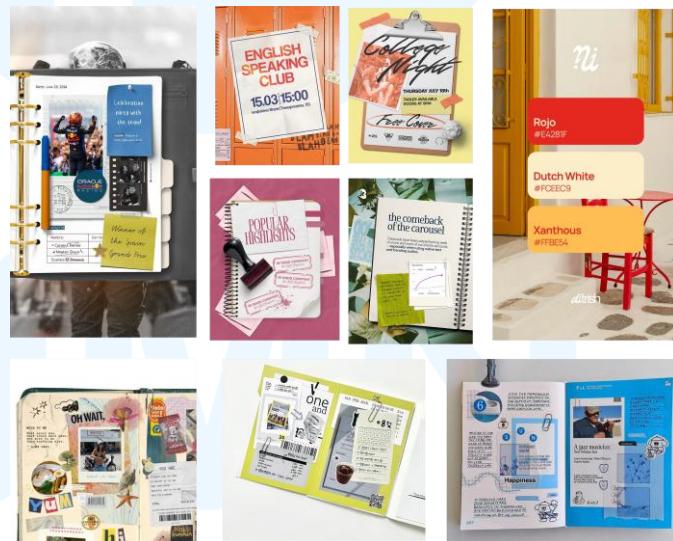
Gambar 3.13 Desain *Template Review K-Drama* yang Lama
Sumber: KVIBES (2025)

Namun, untuk mempermudah penulis, supervisor sendiri memberikan *file template review* yang lama sebagai referensi

untuk membuat desain yang terbaru. Dimana pada desain yang lama sendiri memiliki tiga halaman utama, yaitu cover untuk menjelaskan mengenai K-Drama yang dibahas, kemudian mengenai karakter pada K-Drama, kemudian *review* keseluruhan.

2. Tahap Brainstorm

Redesign ini dilakukan untuk membuat template *review* K-Drama yang sedang tayang waktu itu. Ketika membayangkan kata *review*, maka ide yang muncul adalah sebuah *file folder* dengan berbagai nilai pada kertas. Oleh karena itu, dengan menggunakan Pinterest, penulis mencari berbagai referensi desain dengan tema folder, buku, dan penilaian.



Gambar 3.14 Referensi Redesign Template Review K-Drama
Sumber: Pinterest (2025)

Untuk pemilihan warna sendiri didasarkan pada logo dari WOWKDRAMA yang menggunakan warna jingga dan kuning, penulis juga mencari *colour palette* dengan kedua warna tersebut untuk menjaga identitas dari WOWKDRAMA. Kemudian untuk *font* yang digunakan

adalah JejuHallasan sebagai *heading* yang dapat menuliskan hangul dan alfabet Inggris serta memberikan kesan *handwriting*. Kemudian digunakan juga Poppins sebagai *bodytext* untuk mempermudah para pembaca dalam membaca *review*.

3. Tahap Digitalisasi Desain

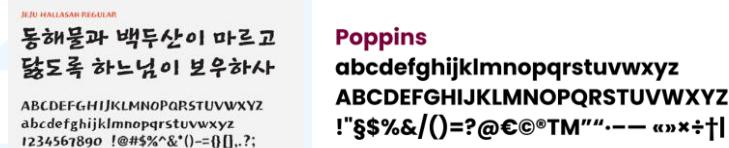
Pada tahap digitalisasi, penulis menggunakan *software* Figma dengan menggabungkan ilustrasi vektor dengan foto aset asli untuk membuat kesan yang profesional dan minimalis. Dalam tahap ini, penulis tidak membuat sketsa secara manual dan langsung melakukan tahapan digitalisasi. Ukuran artboard yang digunakan mengikuti ukuran *feed* Instagram, yakni 1080 x 1350 px untuk ukuran vertikal. Penentuan warna yang digunakan didasarkan pada warna utama logo WOWKDRAMA, yakni warna jingga dan kuning, kemudian ditambahkan warna merah untuk menambah harmoni warna menjadi *analogous*. Selain itu digunakan juga dua turunan warna sebagai warna sekunder.



Gambar 3.15 Warna Primer dan Sekunder Desain *Template Review*

Terdapat dua *font* yang digunakan pada desain ini, yakni JejuHallasan sebagai *heading* yang dapat menuliskan Hangul Korea dan alfabet Inggris. *Font* tersebut dipilih agar dapat menuliskan informasi lebih dalam mengenai *K-Drama* yang sedang dibahas, contohnya seperti penamaan judul dalam Hangul Korea. Kemudian *font* yang digunakan lainnya adalah

Poppins, *font* ini digunakan sebagai *bodytext* untuk mempermudah para pembaca dalam membaca dan memahami ulasan yang ditulis pada desain.



Gambar 3.16 Font JejuHallasan dan Font Poppins

Terdapat tiga halaman utama yang diperlukan dalam *template* ini, yaitu halaman depan yang digunakan untuk menjelaskan informasi dasar K-Drama yang akan dibahas, halaman untuk menjelaskan para karakter pada K-Drama (karakter utama, dan karakter tambahan), halaman *review* (*review* keseluruhan oleh penulis, nilai akhir yang diberikan, serta beberapa ulasan dari internet), kemudian halaman *call to action* untuk menarik interaksi para pembaca agar menuliskan *review* mereka pada kolom komentar. Setiap halaman memiliki background yang sama, yakni logo WOWKDRAMA pada bagian kanan atas dan gradasi warna kuning – jingga serta gradasi warna jingga – merah dalam bentuk *halftone*. Terkhusus halaman depan, penulis mengkombinasikan asset foto realis berupa folder serta kertas untuk memberikan kesan serius dalam melakukan *review* K-Drama. Pada objek folder diberikan efek *drop shadow* agar membuat bayangan sehingga objek terlihat lebih menonjol dibandingkan dengan *background*. Selain itu ditambahkan sebuah ilustrasi vektor berbentuk cap dengan tulisan *K-Drama Review* untuk menegaskan kembali bahwa ini merupakan *review* dari sebuah drama.



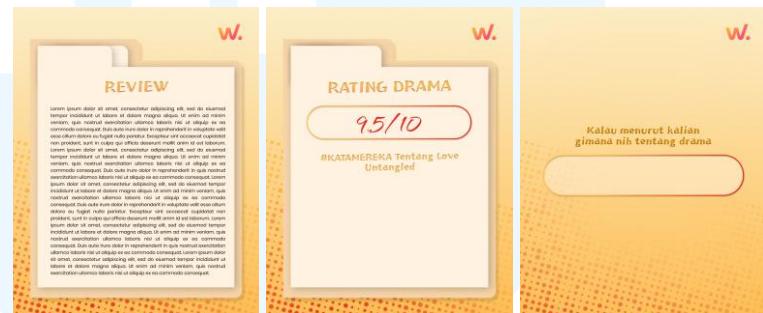
Gambar 3.17 Halaman Depan Template Review K-Drama

Pada dua halaman berikutnya, yakni halaman untuk menjelaskan karakter pada *K-Drama* (mengenai karakter utama, dan karakter pendukung lainnya) dan halaman *review* (*review* keseluruhan oleh penulis, nilai akhir yang diberikan, serta beberapa ulasan dari internet) menggunakan ilustrasi vektor dalam bentuk folder dan kertas untuk memberikan kesan minimalis agar mempermudah pembaca dalam membaca informasi yang dipaparkan. Desain dibuat dengan tumpukan kertas pada folder di setiap halaman, semakin pembaca menggeser halaman maka tumpukan kertas juga semakin berkurang.



Gambar 3.18 Halaman Mengenai Karakter pada Template Review

Pada halaman mengenai karakter utama dibuat sebuah bagian khusus pada bagian atas yang digunakan untuk menjelaskan sedikit mengenai profil para karakter, kemudian dibawahnya terdapat bagian yang menjelaskan bagaimana kedua karakter tersebut secara keseluruhan. Sedangkan pada halaman karakter pendukung didesain dengan tujuan untuk mengenalkan secara singkat setiap profil karakter dalam K-Drama.



Gambar 3.19 Halaman *Review* dan CTA pada *Template Review*

Pada halaman *review*, terkhususnya halaman nilai akhir yang diberikan didesain dengan membuat sebuah kolom yang digunakan untuk memberikan nilai. Kolom ini dibuat gradasi jingga – merah agar telihat lebih menonjol. Kemudian diberikan bagian kosong pada bagian bawah sebagai tempat untuk memasukan potongan *review* mengenai K-Drama dari internet. Pada halaman *call to action* didesain dengan menumpuk sebuah objek yang dibuat blur pada *background* agar *heading* dan kolom judul tidak berbaur dengan *background*. Dibuat sebuah kolom kosong dengan tujuan untuk menuliskan judul *K-Drama* yang sedang dibahas.



Gambar 3.20 Margin Pada Tahap Digitalisasi Template Review

Keseluruhan desain juga memiliki *margin* yang sama, dimana ukurannya adalah 75 x 75 px. Hal tersebut digunakan untuk memberikan ruang kosong pada desain dan agar postingan tetap terlihat rapi serta seimbang. Margin ini juga digunakan agar tidak ada visual informasi yang terpotong *grid* ketika desain diunggah pada akun Instagram.

4. Tahap *Review* dan Revisi

Setelah semua desain selesai digitalisasi, keseluruhan desain akan diberikan kepada *supervisor* melalui Whatsapp dengan format PNG sebagai *preview* awal. *Supervisor* sendiri pada waktu itu langsung memberikan *approval* kepada semua desain, namun terdapat permintaan untuk menambahkan sebuah halaman mengenai *second lead* yang digunakan untuk menjelaskan karakter *second lead* dalam *K-Drama*.



Gambar 3.21 *Feedback* dan Desain Halaman Mengenai 2nd Lead

Dari *feedback* tersebut, penulis pun melakukan duplikasi halaman mengenai karakter utama dan mengubah heading “The Cast” menjadi “2nd lead”. Halaman ini akan digunakan apabila pada K-Drama memiliki karakter kedua terkuat ataupun pasangan kedua terkuat.

5. Tahap Finalisasi

Setelah menambahkan halaman mengenai *second lead* dilakukan dan mendapatkan *approval* kedua oleh *supervisor*, semua desain kemudian di-*export* dari Figma dan di-*convert* kedalam Canva untuk mempermudah dalam penulisan *review* yang akan dilakukan.



Gambar 3.22 Dokumentasi Review K-DRAMA Template Baru
Sumber: WOWKDRAMA Official Instagram Account (2025)

Kegiatan *review* ini sendiri tidak memiliki jadwal tetap untuk penayangan, sehingga *template* ini akan disimpan pada Canva. Di beberapa waktu sebelumnya, terdapat salah satu *review* K-Drama yang ditayangkan menggunakan template baru ini, berikut merupakan dokumentasi penayangan:

3.3.2.2 Proyek Redesign Post Zhang Linghe Gathering untuk Community

KVIBES secara luas memiliki banyak *community partner*, salah satunya merupakan *community* dari penggemar aktor China terkenal, Zhang Linghe, dengan akun Instagram *zhanglinghe.indonesia*. Sebagai *community partner* KVIBES, melalui turunan media WOWCHINADRAMA, *community* penggemar Zhang Linghe Indonesia tersebut dapat memperluas jangkauan promosi acara atau kegiatan yang mereka punyai. Dikarenakan Zhang Linghe akan berulang tahun, maka *fanbase* ini ingin mempromosikan acara *gathering* yang akan mereka adakan melalui akun WOWCHINADRAMA.



Gambar 3.23 Desain Linghe Birthday Gathering oleh *Community*
Sumber: *Community Partner* Zhang Linghe Indonesia (2025)

Umumnya untuk desain informasi acara sudah dibuat dari *community* dan dapat ditayangkan langsung pada akun WOWCHINADRAMA sesuai dengan kesepakatan yang berlangsung, namun pada desain acara yang diberikan terasa sedikit sulit terbaca sehingga tim KVIBES menawarkan untuk melakukan *redesign* informasi acara yang kemudian disetujui oleh *community*.

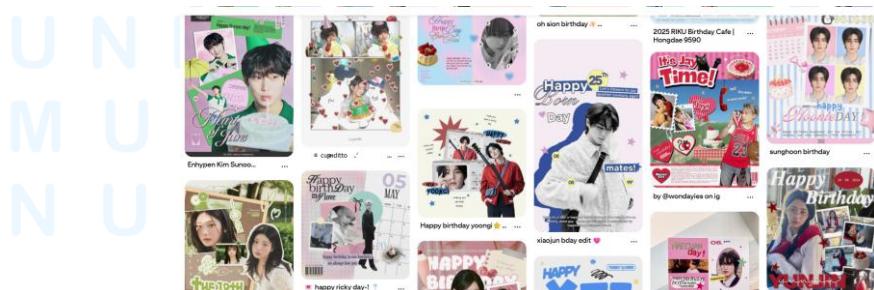
Tugas ini dipilih kedalam salah satu tugas kecil karena dari berbagai banyak tugas lainnya, penulis merancang tugas satu ini secara pribadi mulai dari awal pemebriang briefieng hingga tahap finalisasi.

1. Tahap Briefieng

Briefing untuk melakukan *redesign* ini dilakukan secara langsung, seperti desain *template review K-DRAMA*, *redesign* ini tidak memiliki permintaan spesifik untuk membuat dengan tema atau *mood* tertentu. Namun *supervisor* sendiri memberikan arahan untuk mengikuti *colour palette* berdasarkan desain Linghe *birthday gathering* oleh *community*, serta menggunakan aset-aset visual yang dikirimkan oleh *community*.

2. Tahap Brainstorming

Pada tahap *brainstorming*, penulis menggunakan Pinterest untuk mencari referensi dan ide yang diperlukan untuk melakukan redesign. Dalam budaya *K-Pop* sendiri, sudah menjadi kebiasaan para penggemar untuk membuat sebuah desain perayaan ulang tahun sang idola. Oleh karena itu, penulis mengumpulkan beberapa referensi desain dengan *keyword* “*K-Pop Idol Birthday*” pada Pinterest. Berdasarkan penemuan penulis, berbagai desain yang ditemukan cenderung memiliki konsep yang sama, yakni *scrapbook* dengan warna-warna *soft-pastel*.



Gambar 3.24 Desain Ucapan Ulang Tahun Beberapa *Idol K-Pop*
Sumber: Pinterest (2025)

Berdasarkan konsep tersebut, penulis menggali lebih dalam mengenai desain yang akan diangkat. Dikarenakan foto dari aktor Zhang Linghe menggunakan pakaian yang mirip dengan seragam sekolah, konsep *redesign* yang diangkat adalah majalah dinding untuk merayakan ulang tahun. Pencarian referensi pun dilakukan kembali dengan *keyword* yang lebih menunjukkan sekolah, berikut merupakan referensi yang digunakan untuk melakukan *redesign*:



Gambar 3.25 Referensi Redesign Lige Birthday Gahtering
Sumber: Pinterest (2025)

3. Tahap Digitalisasi Desain

Pada tahap digitalisasi, penulis menggunakan *software* Figma dengan menggabungkan ilustrasi vektor dengan foto aset asli untuk membuat kesan yang playful namun tetap informatif dan minimalis. Dalam tahap ini, penulis tidak membuat sketsa secara manual dan langsung melakukan tahapan digitalisasi. Ukuran *artboard* yang digunakan mengikuti ukuran *feed* Instagram, yakni 1080 x 1350 px. Sesuai arahan supervisor, penulis menggunakan *colour palette* berdasarkan pada desain gathering acara yang lama dimana warna yang paling menonjol pada desain tersebut adalah biru dan merah muda. Dari kedua warna tersebut,

penulis kemudian menambahkan warna putih dan dua *shade* warna ungu yang berbeda sebagai warna sekunder.



Gambar 3.26 Colour Palette Linghe Birthday Gathering

Terdapat dua *font* yang digunakan pada desain ini, yakni Laviossa sebagai *heading* karena font ini memiliki sedikit persamaan dengan *font* pada desain *gathering* acara yang lama. Kemudian *font* kedua yang digunakan sendiri adalah Poppins, dimana *font* ini digunakan sebagai variasi agar desain tidak terlihat monoton dan terlihat lebih menarik.



Gambar 3.27 Font Laviossa

Secara keseluruhan, *redesign* ini memiliki tiga halaman, yaitu halaman detail acara (*cover*), halaman informasi *freebies*, dan halaman pendaftaran. Ketiga halaman tersebut memiliki *background* yang sama, dimana *background* menggunakan foto dari loker sekolah yang kemudian ditambahkan warna gradasi biru dan ungu. Pada halaman detail acara dan pendaftaran menggunakan gradasi radial

yang digunakan untuk menyorot Zhang Linghe yang akan berulang tahun. Kemudian pada setiap halaman juga dituliskan “*Linghe Birthday Gathering*” dengan hierarki menyorot Linghe Birthday sebagai acara utama dan angka 28 yang menganggatikan titik atas huruf I pada “*Birthday*” untuk menunjukan bahwa aktor Zhang Linghe berulang tahun ke-28 tahun. Kemudian pada kanan atas sendiri dimasukan logo dari *community* yang menjalankan acara. Ketiga halaman ini memiliki *margin* yang sama, yakni 75 x 75 px.



Gambar 3.28 Margin Pada Desain *Linghe Birthday Gatehring*

Pada halaman detail acara, seperti yang sudah dibilang, terdapat gradasi yang menyorot foto Zhang Linghe. Kemudian di sebelah kiri terdapat detail acara yang dituliskan pada ilustrasi vektor kertas dan tiket. Untuk lokasi acara dituliskan pada vektor tiket bergambar bagunan, sedangkan detail lainnya seperti waktu, *dresscode* dan harga tiket dituliskan pada kertas, setiap poin digantikan dengan ilustrasi yang sesuai dengan *keyword* untuk membuat kesan yang *playful* namun tetap minimalis. Kemudian dibagian atas kiri kertas sendiri juga ditambahkan bintang dengan gradasi merah muda dan putih beserta tulisan tanggal acara untuk menonjoklan kapan acara akan dilakukan. Dibawah kertas sendiri terdapat kolom yang menujukan bahwa terdapat

informasi tambahan di halaman selanjutnya. Kemudian bagian bawah desain juga terdapat banyak media partner yang ikut mempromosikan acara.



Gambar 3.29 Halaman Detail Acara *Linghe Birthday Gathering*

Halaman kedua merupakan halaman yang menjelaskan *freebies*, hadiah yang diberikan secara gratis, apa saja yang akan diberikan saat acara. Aset *freebies* acara sudah disediakan oleh *community* sehingga penulis hanya perlu menata mereka dengan rapi sesuai dengan nama hadiah. Kemudian pada halaman terakhir merupakan halaman pendaftaran, dimana penulis hanya perlu memasukan kode QR formulir pendaftaran yang sudah disediakan serta menambahkan *copywriting call to action* agar para pembaca tertarik untuk mendaftarkan diri kedalam acara yang akan dijalankan.



Gambar 3.30 Page Freebies dan Pendaftaran Linghe Birthday Gathering

4. Tahap Review dan Revisi

Setelah semua desain selesai digitalisasi, keseluruhan desain akan diberikan kepada *supervisor* melalui Whatsapp dengan format PNG sebagai *preview* awal.



Gambar 3.31 Revisi Linghe Birthday Gathering

Supervisor sendiri pada waktu itu hanya memberikan *feedback* mengenai posisi logo media partner, dimana sebelumnya posisi WOWCHINADRAMA bukan berada di awal, oleh karena itu penulis kemudian mengubah posisi logo WOWCHINADRAMA menjadi posisi pertama. Setelah

melaukan revisi, keseluruhan desain pun diberikan *approval* oleh *supervisor*.

5. Tahap Finalisasi

Setelah melakukan revisi dan mendapatkan *approval* oleh *supervisor*, semua desain kemudian di-*export* dari Figma dan kemudian dikirimkan kepada *supervisor* melalui Whatsapp dengan format dokumen untuk menjaga resolusi desain.



Gambar 3.32 Dokumentasi *Linghe Birthday Gathering*
Sumber: Zhang Linghe Indonesia Official Instagram Account (2025)

Dari *supervisor* kemudian akan mengirimkan kembali kepada *community* agar desain dapat ditayangkan oleh *community* dan mengirim *collaboration* pada akun Instagram. Desain ini berhasil ditayangkan oleh *community* melalui akun Instagram @zhanglinghe.indonesia

3.3.2.3 Proyek Invitation Secret Party With Monstiez OREO

Pada bulan Oktober kemarin, OREO meluncurkan sebuah produk kolaborasi dengan *girlgroup* asal Korea Selatan, BABYMONSTER. Sebelum peluncuran secara resmi, OREO menjalankan sebuah *Secret Party* yang ditujukan kepada para penggemar BABYMONSTER, yakni Monstiez. Acara *Secret Party* ini dibuat dengan tujuan untuk memulai kehebohan dan rasa ingin tahu publik mengenai produk yang akan diluncurkan melalui

promosi digital yang dilakukan komunitas penggemar BABYMONSTER.



Gambar 3.33 Main Key Visual *Secret Party with Monstiez*

Sumber: KVIBES Official Instagram Account (2025)

Untuk memulai acara, tentu saja diperlukan sebuah undangan kepada para Monstiez untuk mengikuti acara *Secret Party* tersebut. Undangan ini dibuat untuk mengajak para penggemar girlgrup BABYMONSTER, atau Monstiez, untuk datang mengikuti acara dengan mendaftarkan diri mereka pada website KVIBES serta bergabung ke dalam grup untuk mendapatkan informasi acara yang lebih detail. Tugas ini dipilih kedalam salah satu tugas kecil karena, penulis merancang tugas satu ini secara pribadi mulai dari awal pemberian briefieng hingga tahap finalisasi.

1. Tahap Briefieng

Briefieng pertama kali diberikan secara langsung oleh *supervisor*, dimana *supervisor* pertama-tama menjelaskan mengenai acara yang ingin dijalankan seperti apa. Kemudian, karena acara dibuat dengan konsep rahasia, *supervisor* meminta untuk membuat desain undangan dalam bentuk *feed* dan Instagram Story dengan konsep yang berbeda dengan *main KV* acara.



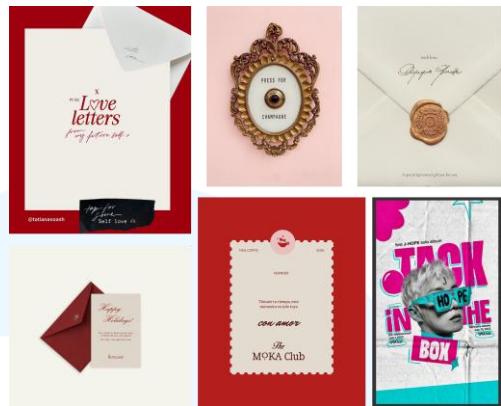
Gambar 3.34 Brief Desain Undangan *Secret Party with Monstiez*

Supervisor sangat menyarankan untuk tidak menggunakan *colour palette* hingga kosep yang mirip dengan *main KV*. Selain itu *supervisor* juga mengirimkan *brief copywriting*, dalam bentuk Google Slides, yang perlu dimasukan dalam desain undangan serta beberapa referensi desain untuk penulis.

2. Tahap Brainstorming

Pada tahap *brainstorming*, penulis menggunakan Pinterest untuk mencari referensi dan ide yang diperlukan untuk melakukan desain undangan. Seperti yang sudah disebutkan pada tahapan *brief*, *supervisor* sendiri mengirimkan sebuah referensi desain yang dimasukan kedalam *brief* pada Google Slides. Karena tujuan utama pada desain untuk mengundang para *Monstiez*, maka konsep utama yang ingin digunakan adalah sebuah undangan kertas yang terkesan misterius.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.35 Referensi Desain Undangan *Secret Party with Monstiez*
Sumber: Pinterest (2025)

Berdasarkan ide dan referensi yang dikumpulkan, konsep yang ingin ditujukan adalah desain yang berbentuk surat. Mengingat bahwa main KV memiliki desain yang trendy dan modern, maka desain untuk undangan ini adalah klasik dan manis, namun tetap terkesan misterius. Selain itu, supervisor juga menambahkan untuk memberikan efek kertas pada undangan untuk membuat sebuah kesan yang nyata pada visual.

3. Tahap Digitalisasi

Pada tahap digitalisasi, penulis menggunakan *software* Figma dengan menggunakan ilustrasi vektor untuk memberikan kesan yang minimalis dan misterius. Dalam tahap ini, penulis tidak membuat sketsa secara manual dan langsung melakukan tahapan digitalisasi. Terdapat dua ukuran *artboard* yang digunakan, yakni 1080 x 1350 px untuk ukuran *feed* Instagram dan 1080 x 1920 px untuk ukuran Instagram Story. Warna primer yang digunakan adalah warna merah muda dengan putih, yang kemudian ditambahkan *shade* dari warna merah muda untuk menambah harmoni warna.



Gambar 3.36 Colour Palette Undangan *Secret Party with Monstiez*

Kedua desain menggunakan dua margin yang berbeda juga, dimana untuk desain *feed* memiliki margin 35 x 35 px dan untuk Instagram Story memiliki 50 x 100 px. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan ruang kosong agar tidak ada informasi yang terpotong saat desain diunggah pada akun Instagram.



Gambar 3.37 Margin Undangan *Secret Party with Monstiez*

Pada kedua desain ditonjol bentuk vektor dari kertas dan surat untuk menekankan tema undangan, selain itu untuk desain cenderung dibuat *playful* dan manis agar menghindari kecurigaan bahwa acara ini merupakan acara *pre-launch* produk OREO yang berkolaborasi dengan BABYMONSTER. Ditambahkan juga hiasan bintang sebagai pernak-pernik untuk mengisi ruang kosong agar terlihat lebih menarik.

4. Tahap Review dan Revisi

Setelah semua desain selesai digitalisasi, desain kemudian dikirim kepada *supervisor* untuk mendapatkan feedback. Dari *supervisor* langsung memberikan *approval* dan mengirimkan desain tersebut kepada klien untuk meminta *feedback*.

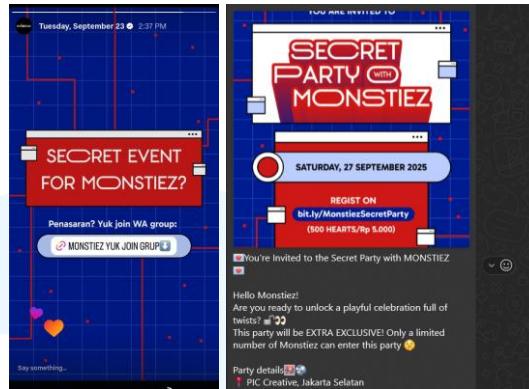


Gambar 3.38 Hasil Sebelum dan Sesudah Perombakan Desain

Secara *copywriting* sudah diberikan *approval* oleh klien, namun klien meminta untuk melakukan desain ulang undangan agar memiliki desain yang sama dengan *main KV* acara. Oleh karena itu, penulis melakukan desain ulang untuk menyamakan konsep dan konsistensi desain *main KV* acara *Secret Party*. Mulai dari *colour palette* hingga desain keseluruhan pun dirombak ulang agar menyesuaikan dengan *main KV* acara.

5. Tahap Finalisasi

Setelah melakukan desain ulang agar undangan memiliki konsep yang sama dengan *main KV* acara, semua desain kemudian di-*export* dari Figma dan kemudian dikirimkan kepada *supervisor* melalui Whatsapp dengan format dokumen untuk menjaga resolusi desain.

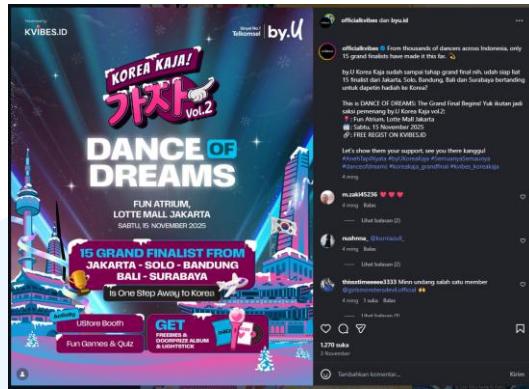


Gambar 3.39 Dokumentasi OREO Secret Party with Monstiez
Sumber: KVIBES Official Instagram Account dan grup komunitas (2025)

Supervisor kemudian menayangkan undangan desain Instastory pada akun Instagram sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan undangan ukuran *feed* Instagram pada grup komunitas penggemar *girlgroup* BABYMONSTER di Whatsapp.

3.3.2.4 Proyek Desain Workshop Grand Final Korea Kaja! Vol.2

Korea Kaja! Vol.2 merupakan sebuah acara kompetisi *dance* yang diselenggarakan oleh provider internet By.U di beberapa kota dengan hadiah jalan-jalan ke Korea Selatan selama satu minggu secara gratis. Acara ini dijalankan di beberapa kota seperti Jakarta, Solo, Bandung, Bali, dan Surabaya dan memiliki acara puncak pada 15 November kemarin yakni *Grand Final Korea Kaja! Vol.2* dimana pada acara ini akan diadu kembali setiap tiga pemenang terbaik *preliminary* perkota untuk mendapatkan lima pemenang dan mendapatkan hadiah utama jalan-jalan ke Korea Selatan.



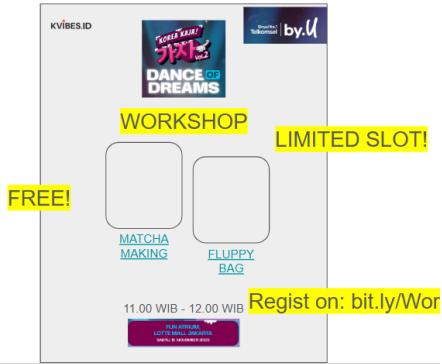
Gambar 3.40 Main Key Visual Grand Final Korea Kaja! Vol.2

Sumber: KVIBES Official Instagram Account (2025)

Pada *Grand final* ini memiliki *main KV* yang berbeda dengan desain roadshow preliminary sebelumnya. Dimana pada *Grand Final* memiliki tema *Dance of Dream* dengan desain yang menunjukan kemeriahan Kota Seoul di malam hari. Tugas ini dipilih kedalam salah satu tugas kecil karena tugas ini merupakan salah satu tugas yang diberikan kepada penulis pertama kalinya sejak melakukan magang. Penulis memulai tugas ini pertama kali untuk membuat turunan desain saat roadshow Solo. Membuat turunan desain untuk acara grand final Korea Kaja! Vol.2 sendiri menandakan bahwa penulis ikut menyelesaikan rangkaian acara yang dijalankan untuk pertama kalinya selama melakukan magang.

1. Tahap Briefing

Pada acara ini, Penulis diminta untuk membuat desain turuna-turunan acara, salah satunya adalah desain *workshop* untuk *feed* Instagram. *Briefing* dilakukan secara langsung, dimana *supervisor* meminta untuk membuat desain agar terlihat lebih *playful* dan menyenangkan. Selain itu, supervisor juga mengirimkan sebuah *brief* desain pada Google Slides yang berupa *copywriting* beserta asset foto yang perlu dimasukan.



Gambar 3.41 Brief Desain Workshop Grand Final Korea Kaja! Vol.2

2. Tahap Digitalisasi

Pada tahap digitalisasi, penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan menggunakan ilustrasi vektor untuk membuat konsistensi desain pada *main KV*. Background yang digunakan merupakan *background* yang sama dengan *background main KV*, namun menulis menambahkan sebuah *layer* berwarna biru tua untuk membuat kontras antara *background* dengan informasi visual yang akan dipaparkan sehingga tidak membuat kesan yang ramai.



Gambar 3.42 Sebelum dan Sesudah Diberikan *Layer* untuk Kontras

Kemudian setiap foto aktivitas *workshop* dimasukan pada *frame* untuk meunjukkan kesan yang lebih menyenangkan dan lucu. Untuk aktivitas membuat matcha menggunakan *frame* perangko putih yang kemudian diebrikan *drop shadow* agar

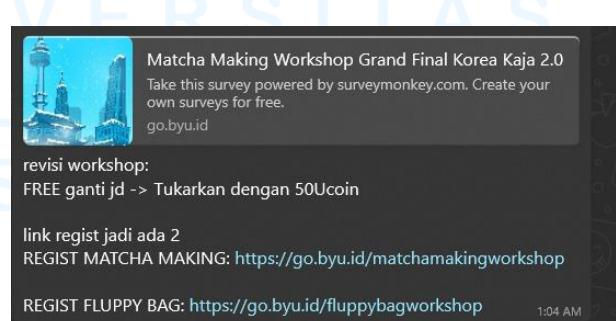
terlihat seperti tumpukan perangko. Kemudian pada aktivitas membuat *fluffy bag* menggunakan *frame polaroid* putih sebagai pembeda dengan *workshop* membuat matcha. Selanjutnya dimasukin informasi mengenai nama aktifitas dan pendaftaran kegiatan pada bagian bawah desain.



Gambar 3.43 Desain Final Workshop Grand Final Korea Kaja! Vol.2

3. Tahap Review dan Revisi

Setelah semua desain selesai digitalisasi, desain kemudian dikirim kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback*. Dari *supervisor* langsung memberikan *approval* dan mengirimkan desain tersebut kepada klien untuk meminta *feedback*. Terdapat *feedback* dari klien bahwa terdapat dua *link* pendaftaran yang berbeda untuk kegiatan *workshop* serta revisi salah satu *copywriting*.



Gambar 3.44 Feedback Workshop Grand Final Korea Kaja! Vol.2

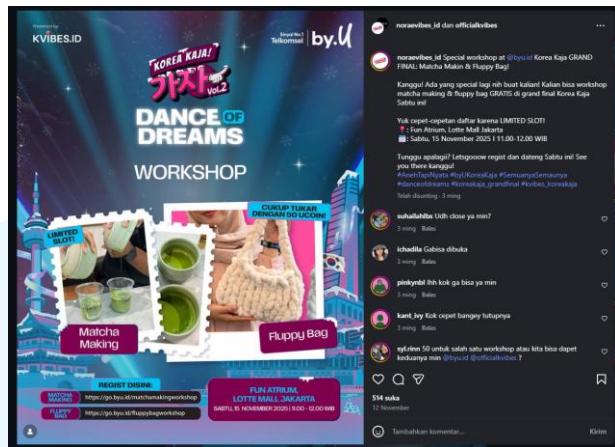
Bersarkan *feedback* tersebut, penempatan *link* dan lokasi acara pun diubah menjadi bersampingan, dimana sebelah kiri terdapat dua *link* pendaftaran kegiatan *workshop* dan sebelah kanan merupakan loaksi acara *grand final* dilaksanakan.



Gambar 3.45 Revisi Desain Workshop Grand Final Korea Kaja! Vol.2

4. Tahap Finalisasi

Setelah melakukan desain ulang agar udangan memiliki konsep yang sama dengan *main KV* acara, semua desain kemudian di-*export* dari Adobe Illustrator dan kemudian dikirimkan kepada *supervisor* melalui Whatsapp dengan format dokumen untuk menjaga resolusi desain. *Supervisor* kemudian menayangkan desain *workshop* pada akun Instagram sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Berikut merupakan dokumentasi penyangan:



Gambar 3.46 Dokumentasi *Workshop Grand Final Korea Kaja! Vol.2*
Sumber: KVIBES Official Instagram Account (2025)

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama melakukan magang pada United Creative, penulis banyak mendapatkan wawasan dan ilmu baru, khususnya mengenai lingkungan kerja oleh *supervisor* dan senior-senior lainnya. Tentu saja terdapat kendala yang terjadi pada beberapa situasi, namun terdapat juga solusi untuk menyelesaikan kendala tersebut. Berikut merupakan kendala dan solusi yang ditemukan selama melakukan magang pada United Creative:

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Penulis sebagai graphic designer intern pada United Creative memiliki beberapa kendala minor dalam melaksanakan magang. Berikut merupakan beberapa kendala yang ditemukan:

1. Pada United Creative memiliki waktu kerja dimulai pada jam sembilan pagi hingga enam sore, namun jam kerja ini cukup fleksibel sehingga para pekerja dapat datang terlambat dengan catatan tetap bekerja selama depalan jam dan melakukan presensi pada aplikasi milik United Creative. Karena hal tersebut, terkadang jam kerja para staff dapat selesai lebih malam dan baru memberikan revisi desain diatas jam enam sore.

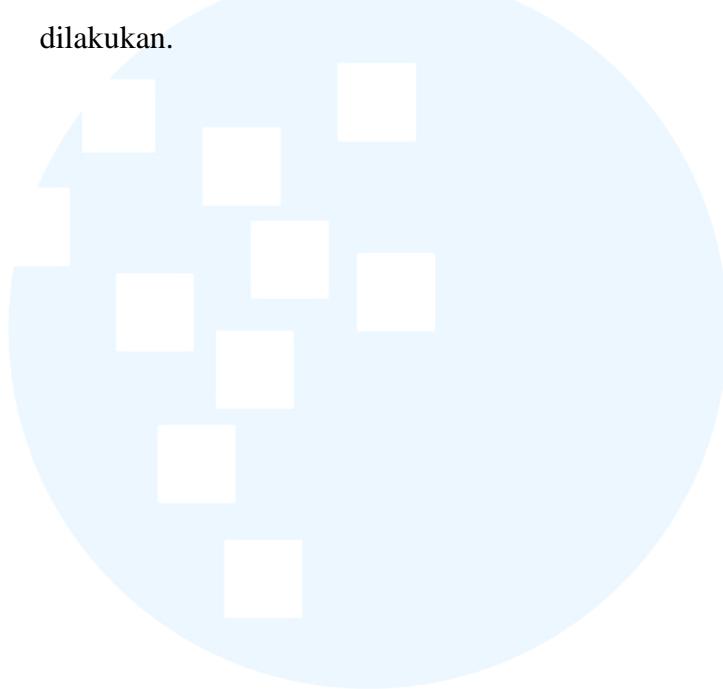
2. Pada awal memulai magang, terdapat kendala dalam mengoperasikan *software* Adobe Illustrator, dimana penulis jarang dalam menggunakan software tersebut sehingga terdapat kebingungan dan ketidak pahaman dalam mengoperasikan *software* tersebut dalam membuat desain.
3. Terkadang jaringan pada kantor menjadi lambat sehingga mengganggu pekerjaan penulis, terutama saat sedang mencari referensi maupun sedang mengunduh atau mengunggah *file* desain.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Berdasarkan permasalahan tersebut yang disebutkan diatas, tentu saja terdapat solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Berikut merupakan solusi yang penulis lakukan dalam menyelesaikan kendala:

1. Dalam beberapa situasi, beberapa desain sendiri tidak dipermasalahkan untuk direvisi oleh penulis saat keesokan harinya di kantor. Namun terkadang terdapat revisi desain dibutuhkan cepat saat itu juga. Untuk mencegah lembur, penulis memiliki solusi untuk mengumpulkan semua asset dalam *working file* (*fitur package*) dan menguploadnya dalam Google Drive sebelum pulang dari kantor. Jadi jika terdapat revisi mendadak, penulis akan mengirimkan *link* Google Drive *working file* Illustrator tersebut kepada *user* dan *user* akan meminta tolong *graphic designer* lainnya yang masih berada di kantor.
2. Karena tugas pekerjaan banyak menggunakan Adobe Illustrator, penulis secara bertahap menjadi lebih mengenal dalam mengoperasikan *software* ini. Tidak hanya itu, penulis juga beberapa kali mendapatkan bantuan arahan oleh senior lainnya serta bantuan dari internet.
3. Dalam permasalahan ini, biasanya yang menyadari koneksi jaringan yang lambat terlebih dahulu adalah *supervisor*, sehingga yang perlu dilakukan adalah menanyakan apakah penulis dan lainnya juga

mengalami situasi yang sama. Jika iya, maka supervisor akan langsung mengirim pesan kepada tim IT. Namun jika koneksi jaringan tidak kunjung membaik, maka penulis menggunakan *mobile hotspot* pribadi untuk melanjutkan kerjaan yang sedang dilakukan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA