

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Ketika menjalani masa magang, penulis diposisikan sebagai *Graphic Design Intern* dalam tim *designer* yang dibagi menjadi beberapa anggota lainnya. Penulis ditugaskan oleh tim konten untuk membuat konten visual berdasarkan brief yang diberikan oleh para *social media specialist* bagi *brand* yang telah ditentukan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

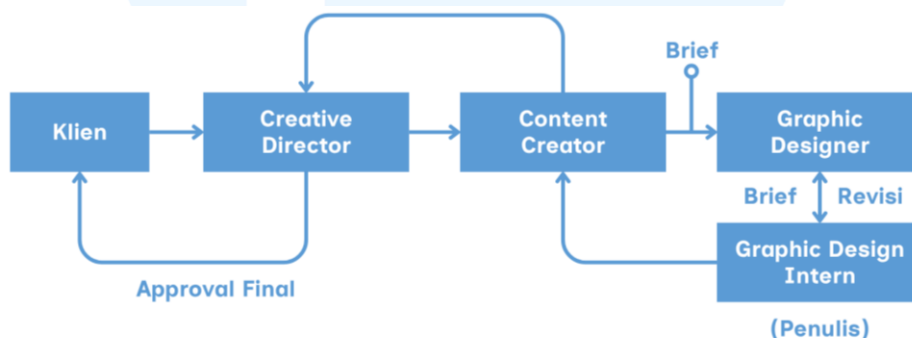
Posisi tertinggi di Nyne Creative Agency yaitu *Creative Director* yang merupakan koordinator tim kreatif dalam perusahaan. Dalam mengerjakan tugas magang, setiap anggota tim diberikan deadline atau tenggat waktu oleh *Project Manager* yang mengatur waktu pengumpulan. Tim yang berada dibawah *Project Manager* mencakup tim yang bertanggung jawab dalam membuat konten untuk masing-masing brand, yaitu tim *Graphic Designer* yang terdiri dari 7 anggota lainnya, *Content Creator (Social Media Specialist)* dengan jumlah 4 orang & *TikTok Specialist* yang terdiri dari 1 orang). Penulis dibimbing oleh salah satu *Senior Graphic Designer* yang juga bertanggung jawab sebagai *Supervisor* untuk membantu serta memandu dalam pengerjaan tugas, memberikan revisi dan masukan, serta menambah ilmu baru terkait teknik photo editing, penyusunan layout yang kreatif, dan masih banyak lainnya.

Penanggung jawab media sosial adalah *Social Media Specialist* yang memiliki sebuah *Content Plan* per bulan dan disusun secara rapi menjadi sebuah *creative brief*. Setiap *planning* yang dibuat biasanya didiskusikan terlebih dahulu dengan *Creative Director* untuk menyesuaikan dengan keinginan klien, kemudian didistribusikan ke *Graphic Designer*. Hasil konten yang dibuat adalah untuk media sosial untuk penyampaian informasi, promosi, dan edukasi.

Setiap orang akan menangani 3-4 *brands* yang disesuaikan dengan masing-masing peran seperti *Graphic Designer* yang berkewajiban dalam menciptakan desain, *Social Media Specialist* menyediakan brief untuk diberikan kepada tim *designer*, ataupun *TikTok Specialist* yang bertugas dalam membuat konten untuk posting TikTok. *Graphic Designer* dan *Social Media Specialist* seringkali membahas serta memberikan pendapat tentang ide dan susunan layout yang akan diubah sesuai dengan keinginan klien. Alur kerja yang penulis jalankan adalah *Content Plan* masing-masing brand per bulan dan setelah itu akan ada masukan tambahan atau revisi konten.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Berikut ini merupakan bagan alur koordinasi tim ketika penulis melaksanakan magang di Nyne Creative Agency:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi di Nyne Creative Agency
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Alur pengerjaan konten di Nyne Creative Agency diawali dengan *Creative Director* yang mendiskusikan strategi serta langkah yang patut diambil untuk mengembangkan karakter dan meningkatkan reputasi masing-masing *brand*. Kemudian, *Creative Director* akan berkonsultasi dengan *Content Creator* untuk menyusun ide serta gagasan untuk konten yang akan dibuat setiap bulannya dalam bentuk *Content Plan* menggunakan Google Slides dan dikemas menjadi sebuah *Creative Brief* bagi para *Graphic Designer*. Setelah itu, setiap desainer yang telah ditugaskan masing-masing *brand* akan mengerjakan visual konten sesuai dengan identitas *brand*.

Dengan memanfaatkan *brand guidelines*, penulis sebagai *Graphic Design Intern* bertanggung jawab dalam membuat konten sosial media seperti *Instagram Feeds, Story, Reels Cover*, atau berbagai konten marketplace seperti Shopee, dan lain-lain. Setiap konten dibuat mengikuti *brief* yang sudah dibuat dan akan diasistensikan dengan *Senior Graphic Designer* untuk pengecekan ulang dan mendapatkan feedback. Apabila terdapat sebuah kesalahan ataupun kualitas yang dihasilkan belum memenuhi standar perusahaan, maka penulis harus melakukan revisi. Namun, jika semua kriteria telah terpenuhi, maka karya tersebut akan diberikan kepada *Content Creator* melalui aplikasi Slacks atau Google Drive yang diisi *files* keperluan konten dan disusun secara teratur berdasarkan masing-masing *brand*. *Content Creator* akan melakukan pemeriksaan ulang dan memastikan bahwa visual selaras dengan *brief* dan arah *brand*. Ketika desain sudah dinyatakan final, hasil akan diberikan kepada klien melalui *Creative Director* untuk proses approval.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	7 Juli 2025	Perkenalan Awal	<ul style="list-style-type: none"> Perkenalan dengan tim konten dan desainer lainnya dalam lingkungan kantor. Penjelasan mengenai penggunaan Slacks sebagai alat komunikasi utama
		Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> Mempelajari <i>brand guideline</i> Kuru Baby serta memahami <i>brand identity</i> Mendapatkan <i>brief</i> pertama berupa <i>Instagram Story, Feeds</i> untuk Hari Anak Nasional, dan <i>Testimonial Story</i>
2.	8 Juli 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Instagram Story; interactive stories + testimonial stories (5 output)</i>

			<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds</i>; Hari Anak Nasional 2025 (1 <i>output</i>)
		Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> Pemahaman mengenai <i>brand</i> Kaye Brother's Tailor yang dijelaskan oleh <i>Senior Graphic Designer</i> Instagram <i>Feeds</i> + <i>Story</i> (2 <i>feeds</i> output, 3 <i>story</i> output)
3.	9-10 Juli 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Resize</i> Instagram <i>Feeds</i> produk Hand Pump Nasal Aspirator dan Hand-Free Breast Pump dari 1:1 menjadi 3:4
4.	11 Juli 2025	Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds</i> (<i>Quotes</i>) (total 10 output)
5.	14-17 Juli 2025	Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> <i>Educational</i> Instagram <i>Feeds</i> (total 17 output) <i>Educational</i> Instagram <i>Story</i> (5 output)
6.	18 & 21 Juli 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Wall Rack LED Signage</i> (2 output)
7.	22-25 Juli 2025	KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> Brief singkat mengenai brand <i>KamiUrus</i> dan mempelajari <i>brand guidelines</i> <i>Educational</i> Instagram <i>Feeds</i> (2 output)
		Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> Membuat marketing produk baru (Baby Travel Crib) dalam bentuk Instagram <i>Feeds</i> (5 output) <i>Resize</i> <i>Wall Rack LED Signage</i> menjadi Stiker Lift
8.	28-31 Juli 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Resize</i> Instagram <i>Feeds</i> produk Mini Blender MPASI dari 1:1 menjadi 3:4 Instagram <i>Story</i>; <i>interactive story</i> (5 output)
		Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds</i>; <i>Wedding Day</i> (4 output)

9.	1 Agustus 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds</i>; Giveaway (1 output)
10.	4-8 Agustus 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>photo editing</i> untuk produk baru Membuat marketing produk baru (Silicone Teethers) dalam bentuk Instagram <i>Feeds</i> (5 output) Revisi Instagram <i>Feeds</i>; Eva Changing Pad
		Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Story</i> (4 output)
11.	11-15 Agustus 2025	KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> <i>Selling Instagram Story</i> (3 output) <i>Selling + Educational Instagram Feeds</i> (6 output) <i>Feeds</i> Hari Kemerdekaan Indonesia 17 Agustus
		Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Feeds</i> Hari Kemerdekaan Indonesia 17 Agustus Instagram <i>Story</i>; <i>interactive story</i> + <i>giveaway announcement</i> (4 output) Revisi Instagram <i>Feeds</i>; Silicone Teethers
		Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> <i>Feeds</i> Hari Kemerdekaan Indonesia 17 Agustus
12.	18-22 Agustus 2025	Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> <i>Recreate Educational Feeds</i> (7 output) <i>Recreate Educational Story</i> (7 output)
		Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Packaging Baby Cup Tritan</i>
13.	25-29 Agustus 2025	Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> <i>Feeds</i> Ucapan Maulid Nabi 2025
		Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Frame Video (Story)</i> <i>Feeds</i> Ucapan Maulid Nabi 2025 Membuat marketing produk baru (Baby Monitor Gen 2.0) dalam

			bentuk Instagram <i>Feeds</i> (5 <i>output</i>) <ul style="list-style-type: none"> • <i>Resize Instagram Feeds</i> produk Silicone Teethers dari 1:1 menjadi 3:4
14.	1-4 September 2025	Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Recreate Educational Feeds</i> (6 <i>output</i>) • <i>Recreate Educational Story</i> (6 <i>output</i>)
		Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feeds</i> Promo Bundle Kuru Baby
		KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feeds</i> Ucapan Maulid Nabi 2025 • Instagram <i>Feeds</i> (2 <i>output</i>)
15.	8-12 September 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>photo editing</i> untuk produk baru • Membuat marketing produk baru (Food Grinder Set) dalam bentuk Instagram <i>Feeds</i> (5 <i>output</i>) • Revisi Instagram <i>Feeds</i>; Food Grinder Set
		KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>Feeds</i> (15 <i>output</i>) • Instagram <i>Story</i> (5 <i>output</i>)
16.	15-19 September 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Resize Instagram Feeds</i> produk Baby Monitor Gen 2.0 dari 1:1 menjadi 3:4 • <i>Resize Instagram Feeds</i> produk Food Grinder Set dari 1:1 menjadi 3:4
		KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi Instagram <i>Feeds</i>, Instagram <i>Story</i>
17.	22-26 September 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram <i>Feeds</i> (8 <i>output</i>) • Revisi Instagram <i>Feeds</i>
18.	29 September – 3 Oktober 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>photo editing</i> untuk produk baru • Membuat marketing produk baru (Neck Ring) dalam bentuk Instagram <i>Feeds</i> (6 <i>output</i>)

		Radiant	<ul style="list-style-type: none"> Brief singkat mengenai brand <i>Radiant</i> dan mempelajari <i>brand guidelines</i> Instagram <i>Feeds</i> (4 <i>output</i>)
		KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds</i> (9 <i>output</i>)
19.	6-10 Oktober 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>photo editing</i> untuk produk baru Membuat marketing produk baru (Tritan Drinking Cup) dalam bentuk Instagram <i>Feeds</i> (6 <i>output</i>) Instagram <i>Story</i> (1 <i>output</i>)
		KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds</i> + Revisi (total 17 <i>output</i>)
20.	13-17 Oktober 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan <i>photo editing</i> untuk produk baru Membuat marketing produk baru (Silver Nipple Cups) dalam bentuk Instagram <i>Feeds</i> (6 <i>output</i>) <i>Resize</i> Instagram <i>Feeds</i> produk Neck Ring dari 1:1 menjadi 3:4 <i>Packaging Mosquito Patch</i> Instagram <i>Feeds</i>; <i>Promo</i> (2 <i>output</i>) Instagram <i>Story</i>; <i>Giveaway Announcement</i>
		KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> Revisi Instagram <i>Feeds</i>
		Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> Revisi Instagram <i>Feeds</i> (4 <i>output</i>) Instagram <i>Feeds</i> (8 <i>output</i>)
21.	20-24 Oktober 2025	Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Resize</i> Instagram <i>Feeds</i> produk Silver Nipple Cups dari 1:1 menjadi 3:4 <i>Cover Reels</i> (5 <i>output</i>) Instagram <i>Feeds</i> (3 <i>output</i>) <i>Revisi Packaging Mosquito Patch</i>
		Kaye Brother's Tailor	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds (Quotes)</i> (total 5 <i>output</i>)

		KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds</i> (3 <i>output</i>)
22.	27-31 Oktober 2025	KamiUrus	<ul style="list-style-type: none"> Instagram <i>Feeds</i> (22 <i>output</i>) Instagram <i>Story</i> (3 <i>output</i>) <i>Revisi</i> Instagram <i>Feeds</i>
		Kuru Baby	<ul style="list-style-type: none"> <i>Revisi Packaging</i> Mosquito Patch <i>Feeds</i> Ucapan Hari Ayah 2025

Selama masa 5 bulan (7 Juli – 7 November 2025) penulis menjalani magang di Nyne Creative Agency, sebanyak 3 *brand* telah dipegang sepenuhnya oleh penulis dengan tambahan 1 *brand* yang dititipkan sementara. Total output yang dikerjakan penulis mencapai lebih dari 100 desain yang sudah di *approve* oleh klien. Penulis telah mendapatkan kesempatan untuk membuat sejumlah 2 *packaging* produk Kuru Baby dan kurang lebih dari 40 output desain untuk 8 produk baru Kuru Baby. Setiap konten yang dihasilkan penulis telah melewati proses asistensi oleh para *Senior Graphic Designer* dan juga *Content Creator*, berikut dengan diskusi serta bimbingan yang mendorong penulis untuk menyelesaikan konten secara tepat waktu dan sesuai dengan brief.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Sebagai *Graphic Designer Intern* di Nyne Creative Agency, penulis bertanggung jawab dalam membuat desain untuk media sosial Instagram brand yang ditugaskan kepada penulis. Konten yang dibuat akan digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan masing-masing *brand*, disertakan kebutuhan untuk penjualan di *marketplace*. Hasil desain harus sesuai dengan brief dan karakteristik *brand*, serta berhasil menyampaikan pesan kepada audiens melalui visual yang jelas, informatif, dan menarik. Konten yang dimaksudkan berupa Instagram *Feeds*, *Story*, *Cover Reels*, *Testimonial Story*, *CTA*, *Banner*, *Sticker Lift*, *Packaging*, *Frame Video*, dan lain-lain.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Pekerjaan di Nyne Creative Agency harus diselesaikan dengan cepat dan efektif namun tetap mempertahankan kualitas yang sesuai dengan standar. Proses desain yang dijalankan oleh penulis selama masa magang diawali dengan memahami karakteristik *brand* atau menelaah *brand guidelines* yang disediakan. Kemudian, penulis dapat berdiskusi dengan *Senior Graphic Designer* atau *Content Creator* mengenai koordinasi brief. Brief yang diberikan berupa gambaran visual secara singkat dalam bentuk kata-kata, atau beserta *copywriting* konten yang mendukung penyampaian pesan. Setelah memahami semua hal tersebut, penulis melanjutkan untuk membuat konten dalam bentuk visual yang dikumpulkan dalam jumlah besar supaya dapat diasistensikan kepada *Senior Graphic Designer*. Tugas utama yang akan penulis jabarkan yaitu proyek Kuru Baby sebagai *brand* utama dan pertama yang diterima penulis.

3.3.1.1 Proyek Kuru Baby (*Content Plan* Oktober 2025)

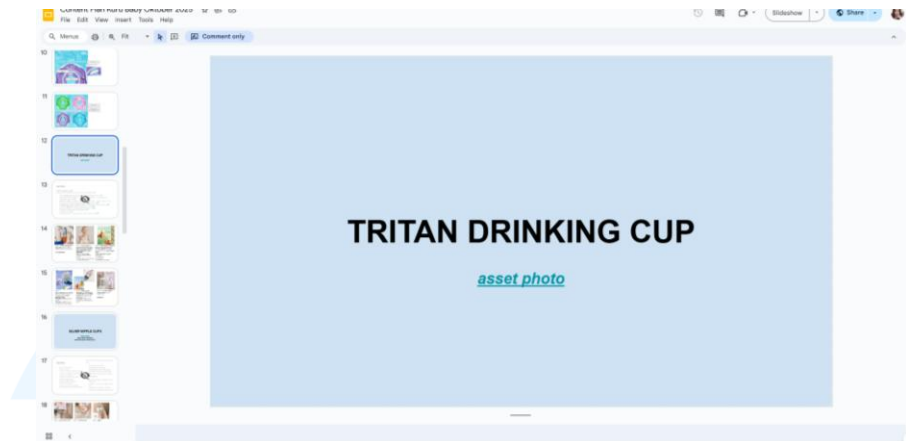
Sebagai *brand* pertama dan utama yang dipegang oleh penulis, Kuru Baby telah mempercayakan Nyne Creative Agency dalam *Media Social Management*, yakni membuat konten Instagram *Feeds*, *Story*, *Reels*, dan lain-lain. Umumnya, *brand* ini menggunakan dua pendekatan utama yaitu *soft-selling* dan *hard-selling*. Kuru Baby menyediakan berbagai produk yang difokuskan untuk memenuhi kebutuhan para ibu serta mendukung pertumbuhan anak. Produk-produk tersebut tersedia di berbagai *E-Commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Blibli. Setiap *brand* yang dikelola oleh Nyne Creative Agency memiliki tempat penyimpanan berkas, yaitu melalui Google Drive dengan nama *brand* masing-masing.

Drive tersebut mencakup segala keperluan serta aset yang dibutuhkan, termasuk dengan *brand guidelines*, logo, file visual yang sudah pernah dibuat, *color palette*, supergrafis, dan masih banyak lainnya. Penulis kemudian diberikan sebuah *Content Plan*, yaitu kumpulan konten berjumlah 10-12 *slides* dan dikerjakan setiap bulannya. Konten tersebut dikemas menjadi sebuah *brief* di Google Slides yang tersusun secara rapi.



Gambar 3.2 *Brand Guidelines* atau *Brand Board* Kuru Baby

Biasanya, Kuru Baby mengutamakan jenis *typeface* “Cocogoose” untuk memberikan nuansa lembut dikarenakan bentuknya yang melengkung (*rounded*) di bagian ujung, didukung oleh warna *soft*, sesuai dengan target audiens utama yaitu ibu serta anak. Headline cenderung menggunakan efek *stroke* dan juga *drop shadow* tergantung foto latar. Desain juga mengutamakan visual objek atau subjek sebagai pusat perhatian audiens. Salah satu proyek yang dikerjakan penulis adalah ketika klien mengajukan desain untuk mempromosikan produk baru, seperti contoh berikut:

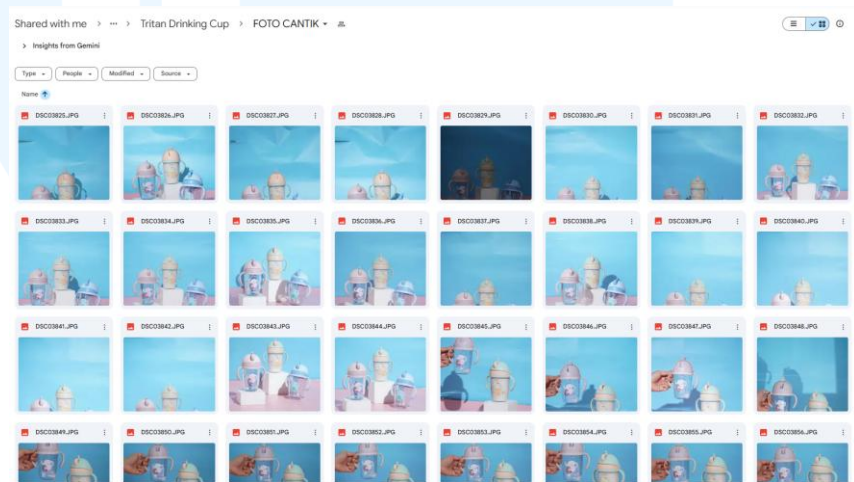


Gambar 3.3 Brief Produk Tritan Drinking Cup (Oktober 2025)

Sebelum masuk ke tahap visualisasi, penulis menganalisa bahwa Kuru Baby memiliki beberapa ketentuan visual seperti penggunaan warna yang lembut, terutama warna *baby blue* untuk memberi kesan *trustworthy*, foto objek dan subjek yang asli, serta peletakkan logo Kuru Baby secara konsisten. Referensi untuk *layout* juga disediakan oleh tim Nyne yang dikumpulkan dalam satu *board* pada platform Pinterest. Melalui tahap observasi pada akun Instagram Kuru Baby @kurubaby.id, penulis menemukan bahwa *overall* susunan konten dilengkapi dengan warna biru yang dikombinasikan dengan putih. Masuk ke awal pembuatan desain, penulis diberikan *brief* secara lengkap oleh *Content Creator* beserta penjelasan secara detail. Apabila konten terhitung *urgent*, maka harus diutamakan terlebih dahulu dan diselesaikan dalam waktu 2-3 hari (termasuk revisi).

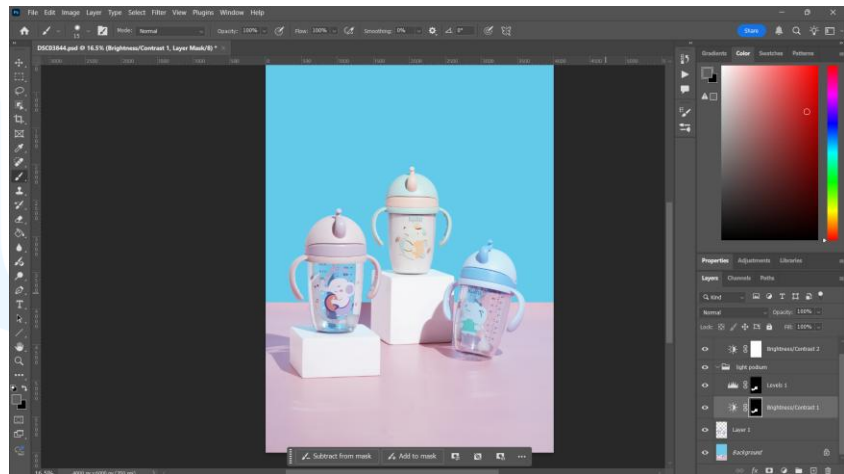
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Pertama-tama, penulis menggunakan *free-to-use* aset yang ditemukan melalui *website* bernama Freepik, iStock, Unsplash, dan lainnya untuk perlengkapan foto tambahan, *icon*, *background*, dan lain-lain. Berdasarkan *brief* yang diberikan, setiap slide menggunakan aset yang berbeda-beda, contohnya berupa foto yang ditandai dengan kode angka atau *icon* tertentu sesuai deskripsi. Setiap aset foto dapat diakses melalui Google Drive secara lengkap, akan tetapi segala macam bentuk modifikasi berupa *photo editing* harus dilakukan secara manual oleh penulis.



Gambar 3.4 Google Drive Kumpulan Aset Tritan Drinking Cup

Memasuki langkah visualisasi, penulis mengawali proses dengan mengumpulkan semua foto yang diperlukan terlebih dahulu dalam sebuah folder. Aset-aset tersebut masih bersifat *raw* atau *unedited* yang merupakan hasil *photoshoot* oleh tim *Content Creator*. Lalu, penulis melakukan *retouch* atau *digital imaging* menggunakan Adobe Photoshop untuk mencerahkan foto agar terkesan bersih atau *clean*. Dalam proses pengeditan, pembagian foto per *slide* dilakukan untuk memudahkan penulis ketika menyusun komposisi *feeds* secara keseluruhan. Langkah pertama yang dilakukan yaitu membersihkan warna latar menggunakan teknik *masking* dengan memisahkan produk serta podium dari latar belakang. Kemudian, penulis menambahkan layer *solid color* warna biru pastel untuk menggantikan *background* bagian atas pada foto *raw*. Dengan menyesuaikan *brightness* dan *contrast* foto, hasil akhir foto terlihat lebih cerah dan hidup.



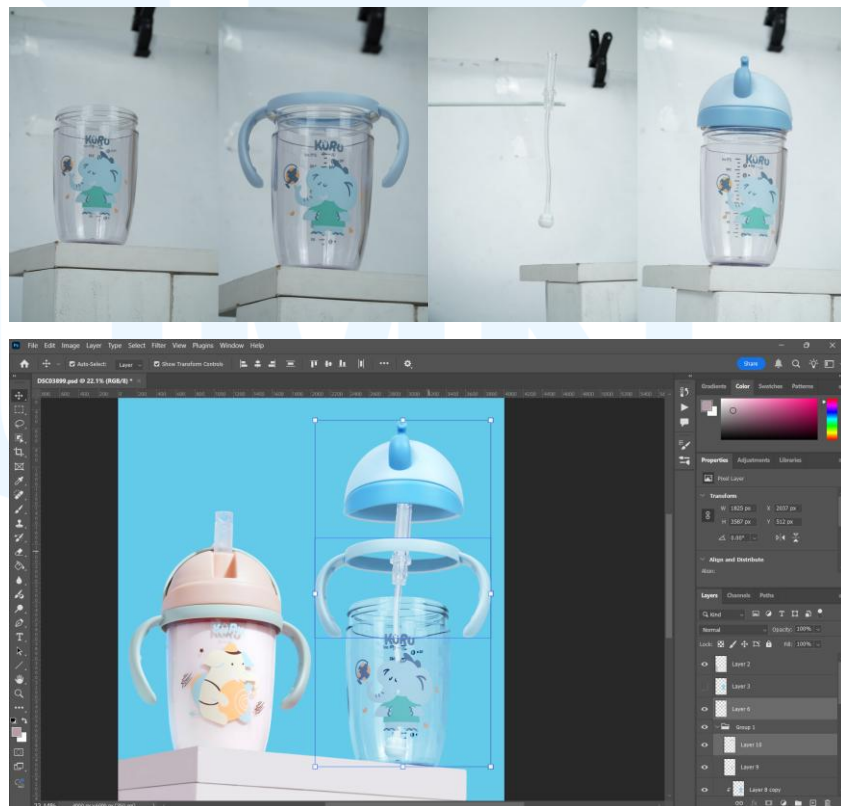
Gambar 3.5 Proses Pengeditan Aset Foto

Terkadang, penulis perlu menggunakan teknik *masking* dan *tool Object Selection* untuk menyeleksi area tertentu pada produk, seperti bagian tutup, elemen, ataupun detail kecil lain guna mengoreksi warna dan melakukan penyesuaian agar warna akhir terlihat akurat dengan produk nyata. Langkah ini memakai teknik *Color Balance* yang dikombinasikan dengan *Blending Mode* untuk mencapai hasil maksimal. Berikut merupakan salah satu foto yang melewati proses *retouch* dan *photo manipulation* menggunakan teknik *masking*. Pada foto tersebut, penulis mencerahkan warna susu di dalam botol dengan melakukan desaturasi total pada foto, berikutnya supaya podium terlihat *clean* dan cerah, penulis menggunakan *content aware fill* pada area yang diseleksi, ditambah dengan proses *refinement* secara manual dengan bantuan *brush tool*.



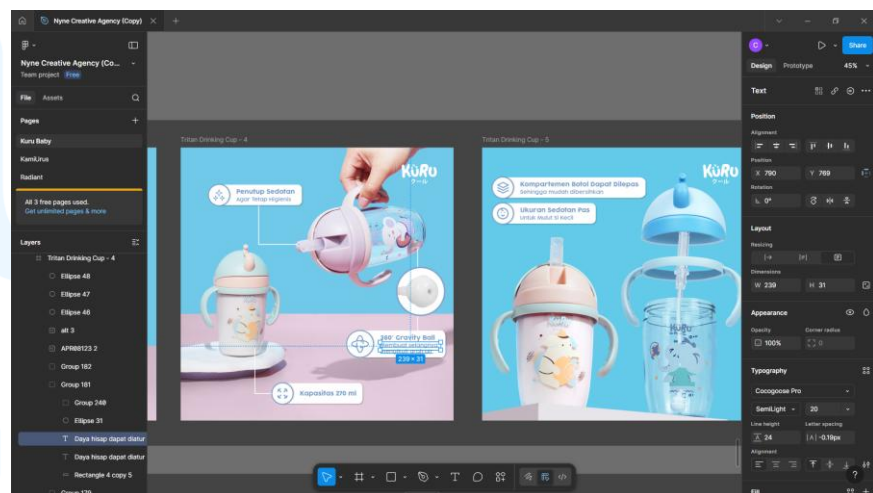
Gambar 3.6 Contoh Hasil *Photo Editing* Produk Tritan Drinking Cup

Dalam proses edit kompartemen botol, setiap bagian botol penulis pisahkan menggunakan aset yang tersedia (masing-masing bagian sudah ditandai oleh kode). Setiap bagian botol dipotong menggunakan teknik *cropping*, lalu disusun dengan jarak tertentu agar terlihat terpisah dan menunjukkan antarbagian secara jelas. Hal ini menciptakan ilusi terpisah namun tetap membentuk satu botol yang utuh secara visual. Kemudian, untuk menciptakan kesan dimensi 3D, penulis menggambar manual bagian belakang untuk kompartemen tengah botol dan disesuaikan anglenya. Untuk bagian tutup botol, objek diberi efek *warp* agar tampak sedang menghadap ke atas. Terakhir, penulis menggunakan *levels adjustment* untuk menyesuaikan visual antara botol dan latar agar tampak menyatu dan memberi efek transparan.



Gambar 3.7 Proses Penggabungan Kompartemen Produk

Untuk proses *layouting*, penulis menggunakan software Figma dengan ukuran awal yaitu 1:1. Fitur-fitur produk yang sudah dicatat oleh tim konten ditambahkan ke desain sesuai dengan slide masing-masing, misal seperti *pop-up* bahwa produk ditujukan untuk usia tertentu, kegunaan produk, bahan yang digunakan, dan lain-lain. Pada *cover* konten, biasanya visual akan dibuat lebih menggugah dan menarik guna menarik perhatian, dilengkapi dengan *slider feeds* atau penjelasan serta deskripsi lengkap mengenai produk yang ditampilkan. Fitur pada produk dicantumkan menggunakan *template* desain yang biasanya digunakan untuk Kuru yaitu dengan mencantumkan *copywriting* disertai peletakkan *icon* dan elemen garis untuk memberikan tambahan arah visual bagi konsumen. Pada slide ke 2, penulis mendapatkan aset foto berupa bayi dari *Graphic Designer* yang kemudian dilakukan *object replacement* dengan menggantikan produk pada foto menjadi produk Kuru.



Gambar 3.8 Proses Penyusunan Layout Tritan Drinking Cup

Penulis memastikan bahwa warna setiap objek konsisten pada semua desain dengan menggunakan referensi dari objek asli. Tentunya, beberapa modifikasi warna harus dilakukan, terutama ketika objek terkena pantulan warna dari latar atau benda lain. Lalu, penambahan deskripsi fitur produk juga diberi untuk menarik minat konsumen, walaupun kualitas foto produk tetap menjadi fokus utama. Umumnya, *headline* dalam konten Kuru Baby menggunakan hierarki untuk mengarahkan perhatian pembaca pada informasi yang penting, terutama ketika mengedepankan keunggulan utama produk. *Headline* yang ditetapkan untuk desain ini mengambil arah minimalis, dimana penulis menggunakan warna putih tanpa ada tambahan efek apapun. Desain yang telah diselesaikan kemudian dikirim ke *Senior Graphic Designer* melalui aplikasi Slacks. Pengecekan ulang dilakukan untuk memastikan bahwa hasil sesuai dengan kualitas standar Nyne Creative Agency dan *brief* yang ditetapkan.



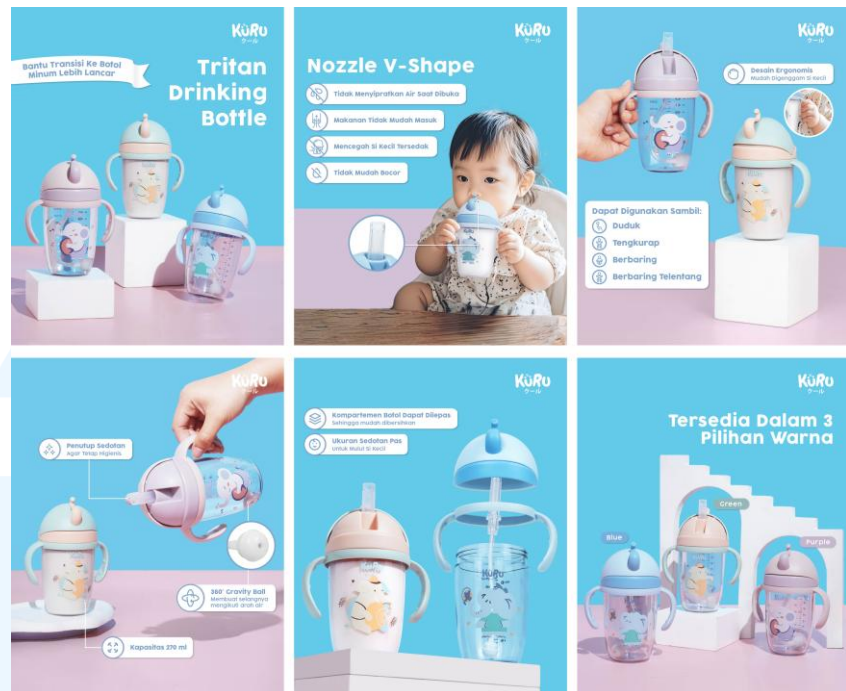
Gambar 3.9 Hasil Akhir Desain Tritan Drinking Cup

Desain kemudian di cek kembali secara detail apakah sudah sesuai dengan perencanaan, namun biasanya ada revisi tambahan merujuk ke *copywriting*. Pada proyek ini, penulis mendapatkan revisi berupa penyesuaian warna produk agar lebih serupa dengan produk asli, perubahan *icon* dan susunan *layout*, serta pergantian foto bayi pada slide 2 karena tercatat kurang natural.



Gambar 3.10 Sebelum dan Sesudah Revisi Foto Bayi

Setelah mendapatkan *approval* dari kedua *Senior Graphic Designer*, penulis mengirimkan hasil karya ke *Content Creator*. Apabila semua pihak sudah menyetujui, hasil akan dikirimkan ke *Creative Director*, lalu disambungkan ke klien. File yang dikirim berbentuk JPEG dengan *high resolution* supaya visual tidak terlihat pecah. Awalnya, file yang dibutuhkan memiliki ukuran 1:1. Apabila desain tersebut sudah disetujui oleh klien, maka penulis harus melakukan *resize feeds* ke ukuran 3:4 yang akan ditayangkan melalui media sosial.



Gambar 3.11 Hasil Resize Instagram Feeds Tritan Drinking Cup

3.3.1.2 Proyek KamiUrus (Content Plan November 2025)

KamiUrus merupakan salah satu *brand* yang bergerak di bidang layanan pengadaan dan impor produk dari China dan mencakup proses *sourcing*, *quality control*, pengaturan logistik, dan lain-lain. Sebagai *brand* yang dikelola oleh Nyne Creative Agency, penulis sebagai *Graphic Design Intern* berperan dalam membuat desain konten untuk media sosial Instagram sejak Juli hingga November. Format yang digunakan untuk *Feeds* berukuran 1350x1080 *pixels*, yang biasanya terdiri dari *Cover* dan *Slider*. Berdasarkan *brief*, konten yang dibutuhkan oleh klien terdiri dari *Content Plan* yang berisi 10-12 *slides* dengan total 20-25 *feeds* per bulannya. KamiUrus membangun identitas brand menggunakan warna yang berani, yaitu kombinasi biru dan oranye.



Gambar 3.12 *Brand Guidelines* atau *Brand Board* KamiUrus

Kedua warna ini merepresentasikan kepercayaan, keandalan, dan juga keamanan dalam membangun hubungan dengan konsumen. Selain itu, menurut observasi yang dilakukan oleh penulis, seluruh elemen tipografi KamiUrus hanya menggunakan *typeface* “Be Vietnam Pro” dan divariasikan melalui gaya seperti *regular*, *semi-bold*, *bold*, dan lain-lain yang disesuaikan dengan hierarki teks yaitu *headline*, *sub-headline*, dan *body text*. Identitas *brand* KamiUrus ditekankan dengan konsep visual tegas dan warna yang kontras. Berikut merupakan salah satu contoh *brief* KamiUrus yang merupakan konten *selling*:

Feeds 05

Inspo: <https://pin.it/34AAYf6C8> (boxnya ada lakban kamiurus, barangnya bebas apa aja)

Seamless Sourcing Experience

- Icon pencarian barang
- Icon quality control
- Icon sample produk
- Icon inovasi produk
- Icon pengiriman legal

Gambar 3.13 Contoh *Brief* KamiUrus Seamless Sourcing Experience

Sebelum masuk ke tahap visualisasi, penulis memahami brief yang ditulis secara singkat, terdapat *copywriting*, referensi atau inspirasi *layout*, ketentuan visual, dan lain-lain. Kemudian, penulis mencari foto aset model yang *free license* melalui *website* tertentu. Kriteria objek yang dipakai oleh penulis harus berhubungan dengan topik yang diangkat, misalnya konten membahas tentang barang impor, maka objek yang dimaksud dapat berupa interior, peralatan elektronik, bahan makanan, dan lain-lain. Dilihat dari *brief* tersebut, *Content Creator* memberikan instruksi pengerjaan dengan mengacu pada referensi. Referensi tersebut menunjukkan sejumlah objek yang berjatuhan dari langit dan masuk ke dalam sebuah kardus. Hal ini seakan mencerminkan proses pengemasan produk impor yang dilakukan oleh KamiUrus hingga akhirnya tiba di tangan konsumen.

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 3.14 Referensi Desain KamiUrus Seamless Sourcing Experience
Sumber: <https://id.pinterest.com>

Pertama-tama, penulis memutuskan untuk membagi *layout* menjadi dua bagian, di sisi kiri untuk teks dan sisi kanan untuk visual. Dengan menempatkan *headline* “*Seamless Sourcing Experience*” di bagian kiri atas, pandangan pembaca akan diarahkan secara langsung kepada *headline*. Teks “*Seamless*” kemudian dibuat menjadi warna oranye supaya terlihat menonjol dan menekankan maknanya. Langkah berikutnya, terdapat visual berupa kardus, yang telah melewati proses *photo manipulation*, dimana penulis menambahkan elemen visual seperti lakban dan *logo* pada permukaan objek. Proses ini bertujuan agar hasil akhir menampilkan visual yang menyerupai kemasan resmi KamiUrus.

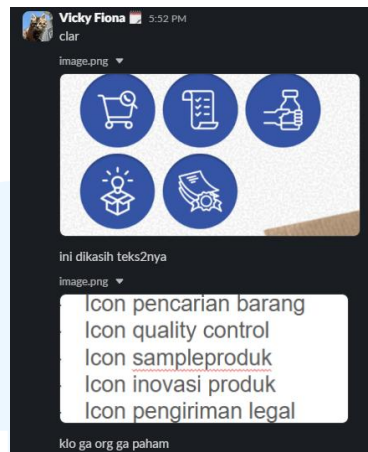
Selanjutnya, penulis mencari aset berupa objek yang menggambarkan produk impor, seperti sofa, kursi, dan bentuk=bentuk *icon* yang diinginkan melalui website Freepik.

Supaya keseluruhan tema warna terlihat konsisten dengan karakteristik *brand*, penulis memilih untuk menggunakan tone warna produk serupa, seperti kuning dan oranye guna menciptakan kesan visual yang harmonis. Gambar memiliki format PNG dengan latar transparan sehingga memudahkan proses penyusunan saat desain.



Gambar 3.15 Aset Foto pada Konten KamiUrus

Untuk logo KamiUrus, penempatan di bagian tengah atas desain bersifat wajib sebagai bentuk konsistensi. *Icon* juga dipasangkan beserta *supergrafis* sebagai pendukung untuk menghindari kesan ruang kosong. Setelah menyelesaikan desain, penulis mengirimkan file desain ke *Senior Graphic Designer* untuk direview terlebih dahulu sebelum melalui tahap revisi atau persetujuan, sampai akhirnya diberikan ke *Content Creator* untuk dilakukan pengecekan ulang kembali.



Gambar 3.16 Contoh Revisi Minor KamiUrus

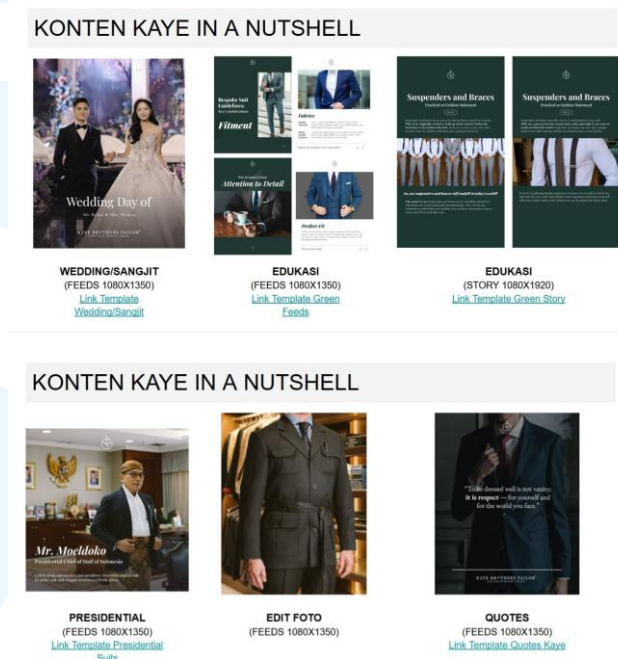
Terkadang, terdapat beberapa revisi tambahan pada keesokan harinya yang harus segera diselesaikan. Revisi tersebut dapat berupa perubahan *copywriting*, penambahan elemen visual tertentu, dan lain-lain. Namun apabila sudah diterima klien, *Content Creator* akan memberi kabar kepada penulis sehingga penulis dapat melanjutkan tugas ke proyek lain.



Gambar 3.17 Hasil Akhir Feeds Seamless Sourcing Experience

3.3.1.3 Proyek Kaye Brother's Tailor

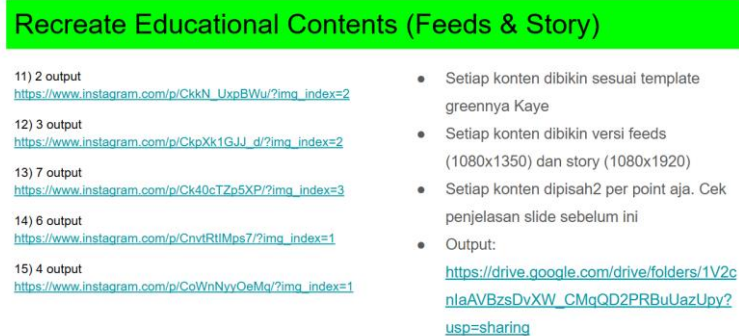
Sebagai brand yang memiliki identitas visual *modern* dan *elegant*, Kaye Brother's Tailor dipercayakan kepada penulis dalam membuat konten Instagram berupa *feeds* dan *story*. Kaye dikenal sebagai *brand* lokal dari Indonesia yang berfokus pada pelayanan *fitting* dan *tailoring* untuk jas formal dengan bahan berkualitas tinggi, seperti acara pernikahan ataupun keperluan busana lainnya. Berdasarkan *brand guidelines* yang dijelaskan oleh *Graphic Designer* secara singkat, Kaye memiliki ketentuan visual dimana semua desain harus disusun berdasarkan *template* yang disediakan melalui Adobe Illustrator.



Gambar 3.18 *Template* Desain Konten Kaye Brother's Tailor

Template yang dimaksudkan adalah peletakkan *logo*, *cover* dan *slider feeds* dimana *cover* selalu memiliki latar berwarna hijau khas Kaye, sedangkan *slider* berwarna putih. Sebelum diberikan *brief*, penulis mengetahui bahwa Kaye selalu menggunakan *typeface* bernama "Playfair Display" untuk *headline* dan

subheadline, kemudian “Garamond” untuk *body text*. Hijau tua yang dipakai memberi kesan *classic luxury* yang menunjukkan bahwa buatan Kaye berkelas dan *authentic*. Berikut merupakan salah satu *brief* yang diberikan kepada penulis:



Gambar 3.19 *Brief Educational Contents* Kaye Brother’s Tailor

Berdasarkan *brief*, penulis ditugaskan untuk *recreate* atau mendesain ulang konten terdahulu menggunakan *layout template* Kaye terbaru. Konten tersebut berupa *Instagram Feeds* yang memuat *cover* + *slider* dengan susunan *cover* yang berbeda-beda setiap feeds. Melalui observasi secara mandiri, akun Instagram Kaye memiliki rotasi postingan yang terdiri dari *educational contents*, *persidency suit*, *quotes*, dan lain-lain dengan layout yang berbeda-beda dari konten sebelumnya. *Educational feeds* merupakan konten yang memberikan edukasi tambahan terkait pakaian pria, sedangkan *quotes* mengandung kutipan yang menyampaikan makna dimana *template* disusun dengan foto utama sebagai latar, kemudian ditutupi *layer* hitam dengan opacity rendah untuk meredupkan foto.

Dalam tugas tersebut, penulis mengawasi pengerjaan desain dengan mengumpulkan aset foto terlebih dahulu. Melalui website *Freepik* dan *Unsplash*, beberapa foto dengan kualitas HD disediakan. Kriteria dari setiap foto yaitu jas harus terlihat rapi dan

sesuai konteks yang sedang dibahas. Penulis menemukan foto berupa model pria yang sedang mengenakan jas dengan rapi. Terkadang, foto perlu melalui penyesuaian atau manipulasi visual ketika dibutuhkan karena sulit menemukan gambar yang benar-benar sesuai dengan konteks konten. Salah satu contoh pengeditan foto yang penulis lakukan yaitu ketika penulis harus mengubah warna jas yang sebelumnya merupakan warna hitam menjadi *navy blue*. Proses pengeditan foto dilakukan dengan menerapkan teknik *masking*, lalu menambahkan *solid color layer* dengan pengaturan *blending mode linear burn*. Setelah itu, warna hanya perlu disesuaikan supaya sama dengan ketentuan yaitu *navy blue*. Agar jas terlihat lebih cocok dengan dasi, maka penulis menggantikan warna dasi menjadi merah, dan pakaian bagian dalam menjadi warna putih bersih dengan menurunkan *saturation*, dimana sebelumnya terlihat berwarna biru.



Gambar 3.20 Contoh Hasil *Photo Editing* Aset Kaye Brother's Tailor

Kemudian, dengan teknik *cropping*, titik fokus pada foto disesuaikan supaya tampak estetik namun tetap selaras dengan

brand identity Kaye yaitu elegan dan berkelas. Selanjutnya, penulis menentukan *layout* untuk keseluruhan tampilan *cover* + *slider*. Akan tetapi, penulis diberikan catatan tambahan bahwa setiap konten harus memiliki variasi *layout*. Maka dari itu, perubahan posisi elemen mulai dari *headline*, *sub-headline*, *body text*, hingga gambar dilakukan, namun tidak menyimpang dari *template* utama yang telah ditentukan. Setelah itu, penulis hanya perlu menyalin *copywriting* yang telah disediakan, serta memastikan aturan *ragging text* terlihat rapi supaya mudah dibaca dan tidak terkesan putus-putus.



Gambar 3.21 Hasil Feeds “How to Match Your Shirt”

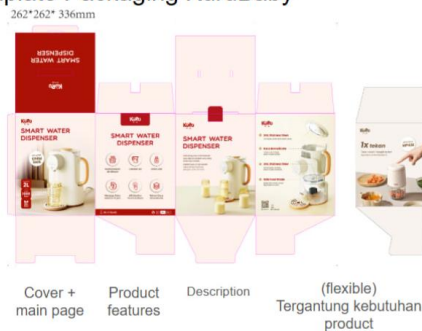
Setelah menyelesaikan desain, *cover* + *slider* dikirim per *batch* melalui aplikasi Slack dan dilakukan pengecekan ulang oleh *Senior Graphic Designer*. Apabila sudah mendapatkan *approval*, desain akan diteruskan kepada *Content Creator* dalam bentuk JPG

dengan *export* melalui Adobe Illustrator. Karya lain yang dikerjakan oleh penulis dapat telah dicantumkan pada halaman lampiran untuk selengkapnya.

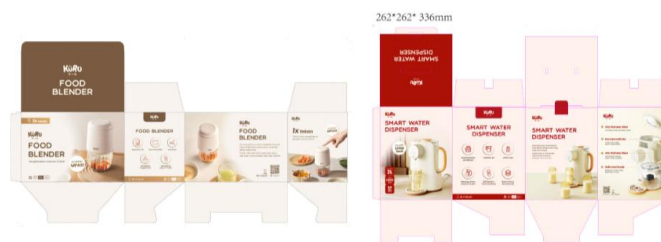
3.3.1.4 Proyek Packaging Tritan Drinking Cup

Penulis diberikan kesempatan untuk membuat desain *packaging* selain konten Instagram Kuru Baby yaitu produk terbaru bernama Tritan Drinking Cup. Dalam tahap *briefing* melalui aplikasi Slack, penulis diberikan *template packaging* beserta *files* lain seperti aset tambahan dan juga referensi desain yang sudah pernah diselesaikan oleh desainer lainnya.

SOP Template Packaging KuruBaby



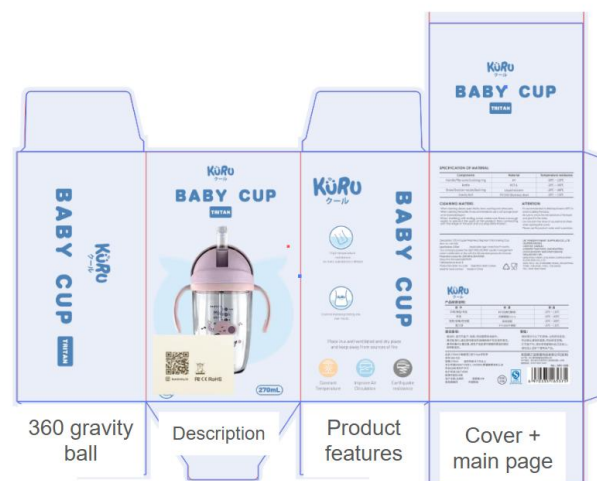
Previous Designs - Technology



Gambar 3.22 Desain *Packaging* Kuru Baby
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Lalu, salah satu *Graphic Designer* memberikan penjelasan singkat mengenai konsep desain *packaging* Kuru Baby yang cenderung minimalis, rapi, dan *clean* tanpa memuat banyak aset

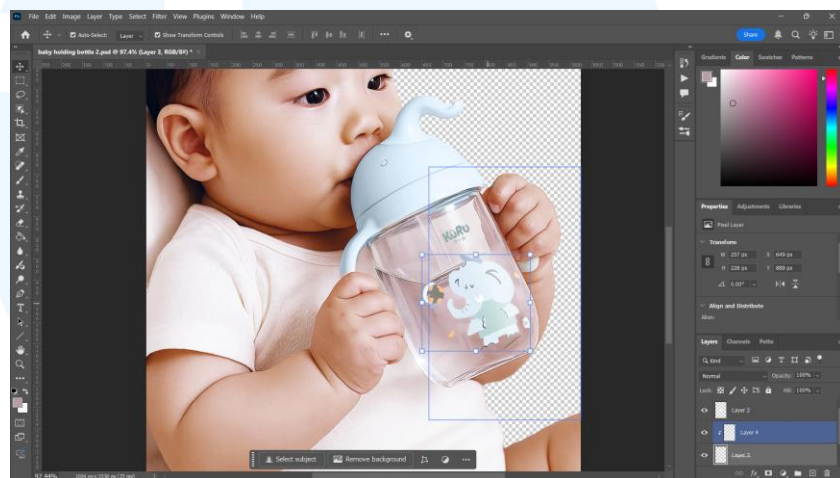
seperti gambar, melainkan lebih difokuskan pada penjelasan mengenai produk, yaitu fungsi, tujuan, cara pemakaian, dan lain sebagainya. Meski demikian, desain *packaging* Kuru Baby tidak mengikuti konsep atau aturan tertentu sehingga penulis diberikan kebebasan dalam memilih warna, elemen, ataupun penyusunan *layout*, selama tetap mengikuti identitas visual *brand*. Dalam pembuatan *packaging*, penulis diharuskan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator yang sudah disediakan *template* untuk ukuran kemasannya.



Gambar 3.23 Referensi Packaging Tritan Drinking Cup

Untuk kemasan produk ini, penulis awalnya menggunakan warna dominan ungu pastel. *Draft packaging* dibuat dengan penulisan *headline* “Baby Cup” dan *sub-headline* “Tritan” menggunakan *typeface* bernama “ColorTube”, sedangkan untuk *body text* menggunakan “Poppins”. Pada *cover packaging*, penulis diberikan tugas untuk menambahkan logo Kuru Baby dan ilustrasi kartun sesuai referensi *file* yang telah diberikan pada setiap produk. Lalu, *drop shadow* ditambahkan pada bagian bawah produk agar terkesan realistis. Latar belakang pada cover memuat sebuah foto tirai yang diberi efek *feather* serta pengurangan *opacity*. Selain

cover untuk menampilkan foto dan nama produk pada sisi pertama, terdapat keunggulan produk pada sisi kedua seperti anti bocor, anti ciprat, mudah dibersihkan, dan lain-lain. Pada sisi ketiga diberikan deskripsi produk, tujuan, dan ukuran produk secara lengkap. Lalu untuk sisi terakhir meliputi kegunaan dan fungsi produk disertai foto bayi saat memakai produk.



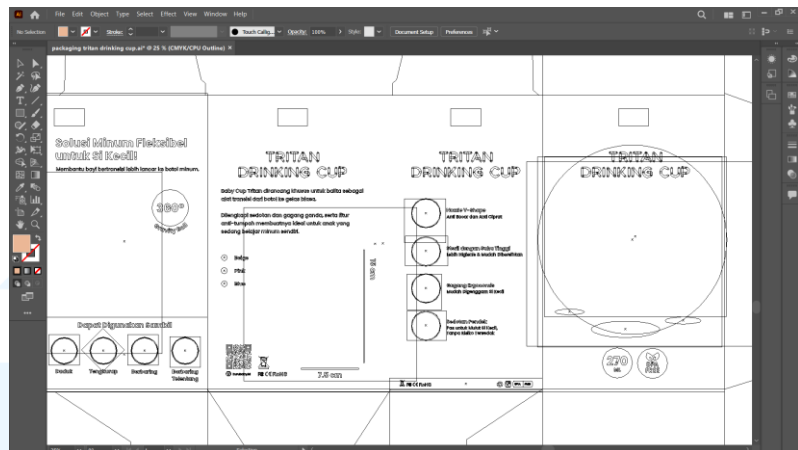
Gambar 3.24 Proses Pengeditan Foto Bayi dan *Object Replacement*

Pengeditan foto bayi dilakukan dengan aplikasi Adobe Photoshop, dimana penulis menempatkan logo Kuru dan ilustrasi pada botol berdasarkan aset yang disediakan. Selain itu, perubahan warna pada kulit bayi di *adjust* menggunakan fitur *hue/saturation* dengan mengurangi supaya warna kulit tidak tampak terlalu merah atau kuning, sehingga berada pada jangkauan *tone* netral. Setelah menerapkan foto hasil edit, foto diberi efek *outer glow* untuk meng-*highlight* gambar menjadi titik fokus. Berikut merupakan hasil desain awal yang kemudian diberikan kepada *Senior Graphic Designer* untuk diasistensikan.



Gambar 3.25 Desain Awal Packaging Tritan Drinking Cup

Setelah menyelesaikan desain, penulis mengirimkan desain melalui aplikasi Slack supaya dilakukan pengecekan ulang oleh *Graphic Designer*. Dalam proses revisi oleh tim desainer, terdapat beberapa perbaikan minor seperti *text alignment* yang diubah menjadi *center* supaya terlihat lebih rapi, perubahan *font size*, pemindahan elemen, dan juga pergantian nama produk dari “Baby Cup Tritan” menjadi “Tritan Drinking Cup”. Sesudah memastikan bahwa revisi telah diselesaikan dengan tepat, desain diserahkan kepada *Creative Director* dengan format JPEG untuk diperiksa kembali secara keseluruhan. Namun sebelumnya, seluruh teks dan elemen perlu di-*convert* menjadi *outline* dengan menekan fitur *create outlines* pada Adobe Illustrator. Tujuannya adalah supaya tidak ada perubahan tampilan *font* dan mencegah terjadinya *missing file* pada *font* ketika dibuka oleh klien.



Gambar 3.26 Tampilan Setelah *Create Outlines*

Penulis mendapatkan revisi tambahan berupa modifikasi warna untuk keseluruhan desain dari ungu ke beige, dimana warna latar belakang dan teks disesuaikan supaya setiap tulisan tetap terbaca dengan jelas. Pada akhirnya, hasil revisi dikirimkan kembali ke *Creative Director* supaya dapat disetujui klien. Ketika sudah disetujui, penulis menyiapkan *file final artwork* berupa format PNG, JPEG, PDF, dan AI yang dikemas dalam bentuk ZIP.



Gambar 3.27 Desain Akhir Packaging Tritan Drinking Cup

3.3.1.5 Proyek Wall Rack LED Signage dan Sticker Lift

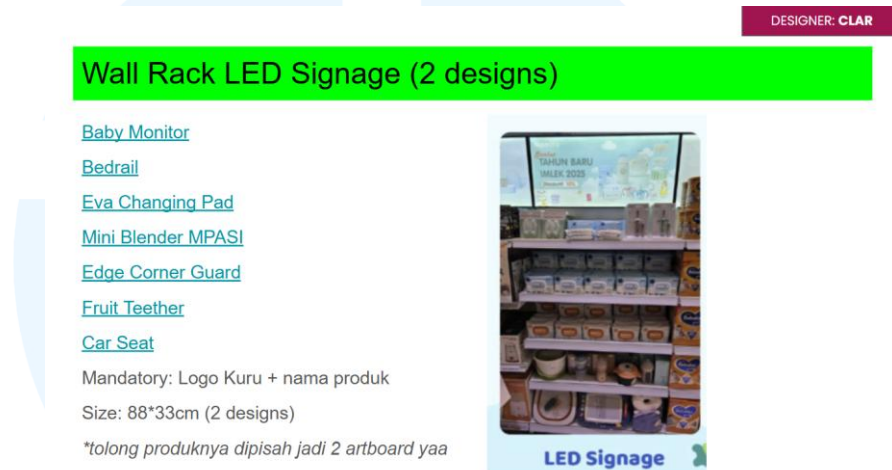
Penulis diberikan brief mengenai sebuah proyek dalam bentuk Wall Rack LED Signage melalui aplikasi Slack. Proyek ini merupakan konten yang akan dicetak oleh klien untuk mempromosikan produk Kuru Baby dengan menyajikan produk secara visual seperti *display showcase*. Brief menjelaskan mengenai ukuran dan produk apa saja yang akan diletakkan dalam desain. Dalam desain ini, ukuran yang ditetapkan adalah 88x33 cm dengan orientasi landscape dan dipisah menjadi 2 artboard. Sebelum masuk ke tahap visualisasi, penulis melakukan pencarian referensi melalui Google atau Pinterest. Tidak ada ketentuan yang ditetapkan untuk desain, maka dari itu penulis memilih konsep dengan penyajian visual yang terlihat *clean*, rapi, dan seluruh elemen dalam gambar mendukung keselarasan produk serta identitas *brand*.



Gambar 3.28 Kumpulan Referensi Wall Rack LED Signage

Pada brief, terdapat nama produk serta link Google Drive yang mencakup aset-aset yang dibutuhkan. Selanjutnya, penulis mengumpulkan aset-aset foto produk yang diperlukan untuk merangkai desain, setiap foto yang dikumpulkan melewati proses *retouch* supaya produk terlihat bersih dan cerah, serta proses

cropping supaya latar belakang berwarna transparan. Konsep yang ingin penulis angkat yaitu peletakkan produk di atas podium dan dikelilingi oleh awan, karena Kuru Baby identik dengan konsep yang unik dan lucu. Aset-aset tersebut dapat ditemukan melalui website Freepik atau Vecteezy yang dapat diunduh secara gratis.



Gambar 3.29 Brief Wall Rack LED Signage

Lanjut ke tahap visualisasi, penulis memilih warna biru muda untuk tone utama keseluruhan desain karena konsep bertemakan langit. Penulis membagi jumlah produk menjadi 2, dimana artboard ke-1 memuat 4 produk, lalu artboard ke-2 memuat 3 produk. Desain diawali dengan menyusun rangkaian podium dan meletakkan produk yang berukuran kecil di atasnya, sedangkan produk dengan ukuran yang lebih besar ditempatkan pada ‘dataran’.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.30 Aset Awan untuk Wall Rack LED Signage

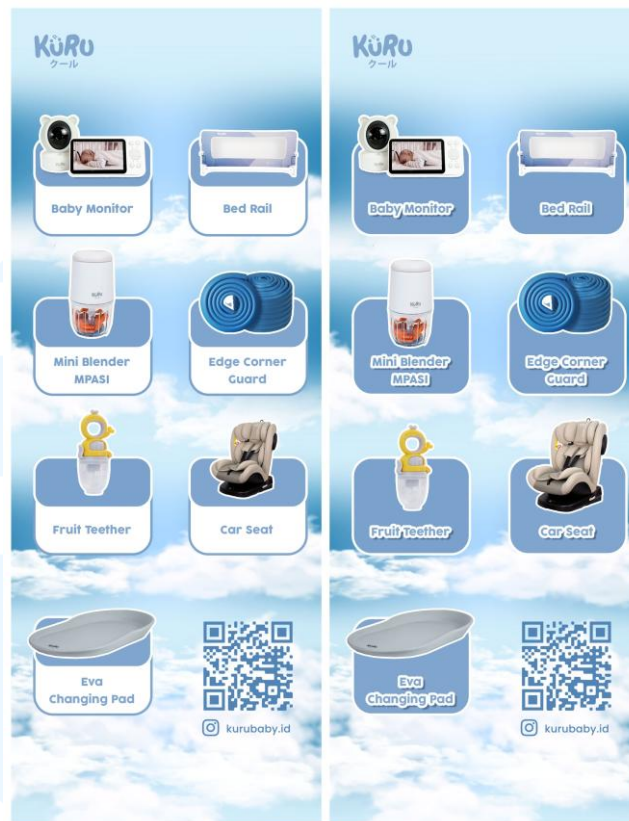
Mengingat ketentuan bahwa setiap produk harus memiliki ratio ukuran 1:1 dengan wujud nyata, ukuran aset disusun sedemikian rupa supaya tetap *center-aligned* dan masing-masing produk tetap terlihat jelas dan tidak tertutup oleh elemen lainnya. Melalui langkah yang sama, artboard ke-2 memuat produk berukuran besar dan hanya terdapat perubahan letak aset awan. Setiap elemen awan diatur dengan komposisi yang rapi, tanpa mengalihkan fokus utama dari produk yang dipajangkan. Desain diakhiri dengan penambahan efek *drop shadow* dibawah setiap produk dan podium, serta penyertaan teks dan logo.

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



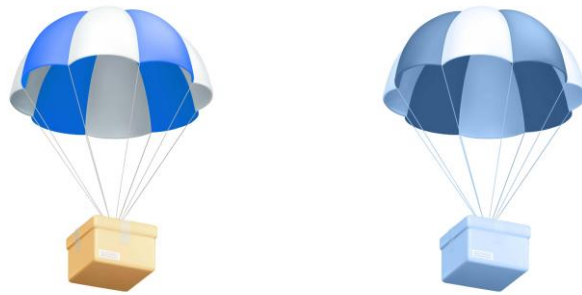
Gambar 3.31 Hasil Desain *Wall Rack LED Signage*

Selanjutnya, penulis mendapatkan *brief* tambahan untuk melakukan *resize* desain *Wall Rack LED Signage* menjadi *sticker lift*. *Senior Graphic Designer* meminta supaya desain dibuat menjadi 2 alternatif, dengan catatan bahwa *layout* desain tersusun secara *zigzag*. Ukuran untuk desain ini adalah 60x158 cm. Supaya *layout* terlihat dinamis, desain *sticker* disesuaikan dengan pemisahan pada bagian tengah, mengingat bahwa bagian tersebut merupakan jalur bukaan pintu *lift*. Lalu, penulis menyusun setiap produk dalam sebuah *box* disertakan nama produk. Setelah menyiapkan 2 alternatif yang membedakan elemen pada visual, kedua desain dikirimkan ke *Senior Graphic Designer* terlebih dahulu. Melewati proses asistensi, alternatif yang terpilih merupakan desain pertama dari kedua desain.



Gambar 3.32 Alternatif Desain Awal Sticker Lift Kuru Baby

Desain pertama dikembangkan dengan sedikit revisi dari *Senior Graphic Designer*, sehingga akhirnya penulis diminta untuk membuat satu alternatif terakhir. Desain terakhir ini menggunakan tata letak yang lebih fleksibel. Dengan konsep yang sama dengan desain sebelumnya, penulis mengumpulkan aset tambahan seperti parasut dan beberapa foto tambahan. Desain disusun dengan menempatkan setiap produk di atas awan. Awan disusun secara zigzag mengikuti posisi objek dan setiap gambar di-rotate sedikit supaya terkesan variatif. Selain itu, jarak antar setiap produk dibedakan, dan warna latar dijadikan gradasi dengan transisi dari tone terang menuju warna yang semakin gelap di bagian bawah.



Gambar 3.33 Hasil Recolor Aset Parasut

Beberapa produk dibuat tampak menggantung pada aset parasut, dimana pemilihan warna selaras dengan warna biru khas Kuru untuk menciptakan desain yang unik. Setelah itu, penulis ditugaskan untuk mengumpulkan ulasan asli dari Shopee dan memastikan setiap kutipan sesuai dengan produk masing-masing untuk kemudian ditempelkan pada desain. Hasil desain kemudian dikirimkan kepada *Senior Graphic Designer* untuk proses asistensi dalam format JPEG.



Gambar 3.34 Hasil Desain Sticker Lift

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis selama 5 bulan melakukan program magang di Nyne Creative Agency. Tantangan yang dihadapi penulis berperan besar terhadap proses pengembangan diri dan pemahaman dunia kerja secara langsung, sehingga menjadi pembelajaran penting mengenai cara bekerja secara profesional. Maka dari itu, penulis menghadapi setiap tantangan diikuti oleh solusi yang tepat untuk menyelesaikan kendala tersebut.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala pertama adalah ketika penulis mendapatkan brief oleh Senior Graphic Designer pertama kalinya, dimana penulis belum memahami *brand-brand* yang ditugaskan secara sepenuhnya, sehingga mengalami kesulitan ketika merancang desain secara efektif dan efisien. Hal ini menyebabkan pemberian revisi dengan jumlah banyak oleh para *Graphic Designer* dan juga *Content Creator* yang terlibat. Setiap visual yang dihasilkan harus konsisten secara visual dan mempertahankan *brand identity* masing-masing *brand*.

Kendala kedua, apabila desain yang dihasilkan oleh penulis telah memperoleh approval dari pihak perusahaan, biasanya terdapat kemungkinan klien juga memberikan tambahan revisi sesuai dengan kebutuhan. Di samping itu, ada beberapa konten yang merupakan pekerjaan prioritas dan memiliki tenggat waktu jeda pendek.

Kemudian, kendala berikutnya berhubungan dengan dokumentasi atau aset yang disediakan oleh perusahaan. Setiap aset merupakan bagian yang esensial dalam pembuatan desain. Namun terkadang, beberapa aset yang disediakan tampak terlalu gelap karena pencahayaan yang kurang optimal, latar belakang produk yang cenderung kurang rapi, sehingga perlu dilakukan perbaikan melalui proses *editing*. Proses ini memerlukan waktu yang relatif lama sehingga menghambat produktivitas kerja.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Setiap kendala yang dialami dapat diatasi dengan beberapa solusi, misalnya untuk kendala pertama yaitu terhambatnya pengerjaan desain secara efektif dan efisien. Penulis dapat beradaptasi, baik melalui komunikasi dengan *Senior Graphic Designer* atau *Content Creator* mengenai ciri-ciri, nilai, dan juga identitas visual setiap *brand* secara jelas karena hal tersebut dapat menciptakan hasil desain yang relevan. Selain itu, pembelajaran *template* desain seperti mengobservasi akun media sosial *brand*, dan juga melatih kemampuan dalam melakukan *photo editing* dengan cepat juga membantu dalam mempersingkat waktu pengerjaan.

Lalu, solusi untuk kendala berikutnya adalah dengan melatih untuk mengelola waktu secara teratur melalui pengurutan prioritas kerja. Hal ini dilakukan dengan menilai *deadline*, tingkat kesulitan, dan urgensi tugas tersebut. Terkadang, *Content Creator* akan memberikan informasi terkait konten yang paling dibutuhkan oleh klien dan bersifat *urgent*. Konten tersebut akan diangkat menjadi prioritas utama, sementara tugas lain dikerjakan setelah pekerjaan utama terselesaikan. Langkah ini juga perlu diiringi komunikasi yang baik, dimana penulis harus menyampaikan kepada tim terkait tugas yang akan dikerjakan terlebih dahulu.

Setelah itu, solusi untuk kendala terakhir adalah dengan menggunakan program *Adobe Photoshop* dalam *retouch* foto atau aset. Namun, sebelum memulai proses *editing*, penulis menonton tutorial singkat mengenai teknik yang digunakan agar hasil kerja lebih lancar dan maksimal. Hasil foto yang dikerjakan oleh penulis biasanya diasistensikan terlebih dahulu kepada *Senior Graphic Designer*, guna mendapatkan kritik serta saran atas konsistensi dan kualitas foto, sebelum akhirnya digunakan dalam proses *layouting*.