

BAB III

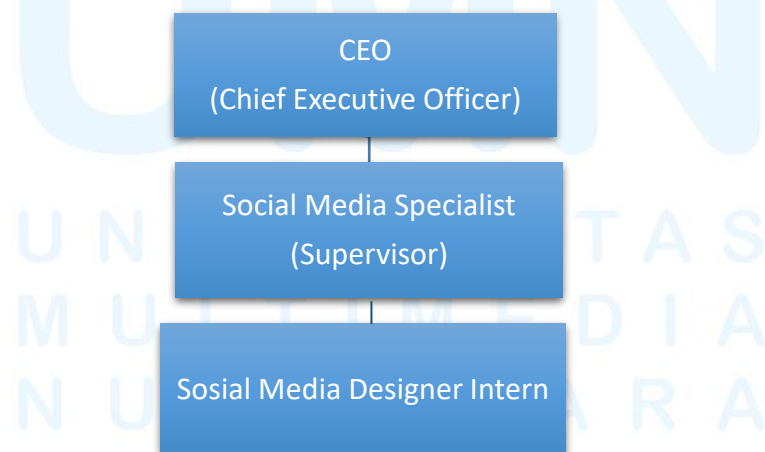
PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan magang di Salt&Co, penulis menempati posisi sebagai *social media designer intern*. Pada posisi ini, penulis bertanggung jawab dalam membuat desain visual untuk kebutuhan konten media sosial, mulai dari tahap perencanaan hingga finalisasi desain yang siap dipublikasikan. Dalam pelaksanaannya penulis melakukan koordinasi dengan *supervisor* guna memastikan setiap pekerjaan berjalan dengan efektif dan efisien.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Dalam struktur organisasi Salt&Co, penulis sebagai *social media designer intern* berada di bawah bimbingan *social media specialist* selaku *supervisor*. Dalam proses perancangan, penulis bekerja secara individual tanpa adanya tim, sehingga menuntut penulis untuk memiliki inisiatif tinggi dalam mencari informasi, menggali referensi, serta mengembangkan visual konten sesuai kebutuhan baik untuk internal maupun eksternal. Berikut merupakan struktur kedudukan penulis selama melaksanakan magang di Salt&Co.

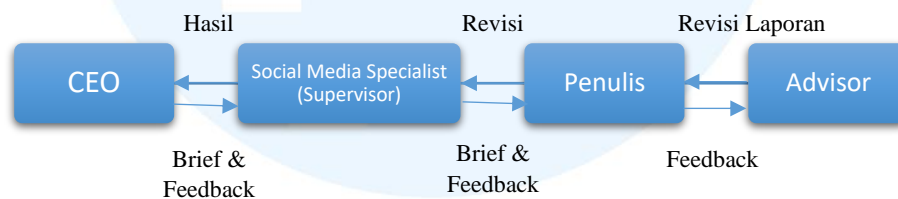


Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Penulis di Salt&Co

Berdasarkan struktur tersebut, *supervisor* bertanggung jawab dalam memberikan arahan, mengevaluasi setiap desain, serta memastikan setiap desain sesuai dengan kebutuhan konten Salt&Co. Selanjutnya, *supervisor* akan berkoordinasi dengan CEO (*Chief Executive Officer*) untuk mendapatkan *feedback* dan persetujuan akhir terhadap desain yang telah dibuat.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan koordinasi kerja selama magang di Salt&Co berjalan secara terstruktur melalui CEO (*Chief Executive Officer*) dan *supervisor* sebagai pembimbing yang memberikan arahan dan evaluasi terhadap hasil desain, dan *advisor* yang memberikan bimbingan terkait dengan laporan magang. Untuk memperjelas alur komunikasi dan tugas penulis selama magang, berikut merupakan bagan struktur alur koordinasi kerja di Salt&Co.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Alur kerja dimulai dari *supervisor* memberikan *brief* konten kepada penulis. Dalam beberapa situasi, *brief* juga dapat berasal dari CEO (*Chief Executive Officer*) apabila terdapat kebutuhan tertentu. *Supervisor* kemudian menyampaikan *brief* tersebut kepada penulis untuk dikerjakan. Setelah desain selesai dan diunggah ke Google Drive, penulis melakukan asistensi kepada *supervisor* guna mendapatkan masukan dan evaluasi. Apabila terdapat revisi, penulis akan melakukan revisi sesuai arahan *supervisor*. Hasil akhir tersebut diteruskan ke CEO (*Chief Executive Officer*) untuk mendapatkan *feedback* dan persetujuan akhir. Desain yang telah disetujui kemudian dijadwalkan untuk dipublikasikan pada akun Instagram Salt&Co. Penulis juga berkoordinasi dengan *advisor* untuk melaporkan progres laporan dan karya yang akan dimasukkan ke laporan sebagai tugas utama dan tugas pendukung.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani magang di Salt&Co sebagai *social media designer intern*, penulis mengerjakan desain konten media sosial, yang mencakup Instagram *Feed*, Instagram *Story*, *Thumbnail Reels*, media promosi Salt&Co dan *editing* video. Berikut ini merupakan uraian tugas yang dilakukan oleh penulis setiap minggunya selama magang di Salt&CO. Desain konten yang dikerjakan oleh penulis kurang lebih menghasilkan 6 konten/minggu dan 24 konten/bulan, diluar kebutuhan desain untuk eksternal.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Min gg u	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	18—22 Agustus 2025	Desain Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none">• Melakukan riset media sosial Salt&Co.• Membuat <i>feed layout</i> berdasarkan konten pilar.• Revisi desain <i>feed</i> sebelumnya• Membuat <i>caption</i> untuk setiap unggahan Instagram <i>Feed</i>• Mengedit video untuk Instagram <i>Reels</i>.• Riset materi untuk konten seputar <i>visual merchandising</i> dan menyusun desain <i>brief</i>-nya• Membuat 3 <i>thumbnail</i> untuk Instagram <i>Reels</i>.• Membuat desain konten <i>feed carousel</i> Salt&Co
2	25—29 Agustus 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none">• Melanjutkan desain konten <i>feed carousel</i>.• Membuat desain Instagram <i>Story</i>

			<p>tentang <i>True/False: Visual Merchandising Knowledge</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat 6 <i>Thumbnail</i> untuk <i>Instagram Reels</i>. • Membuat desain <i>Instagram Story</i> tentang <i>Visual Merchandising Quiz</i>. • Membuat desain <i>Instagram Story</i> tentang <i>Do's & Don'ts in Visual Merchandising</i>. • Membuat desain <i>Instagram Story</i> tentang <i>Fabric Types</i>. • Membuat desain <i>Instagram Story</i> tentang <i>Types of Sleeves, Collars, and Pants</i>. • Membuat desain <i>Instagram Story</i> ucapan duka untuk Affan Kurniawan.
3	1—5 September 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit template <i>thumbnail</i> untuk <i>Instagram Reels</i>. • Melakukan riset materi konten baru. • Membuat 3 desain <i>Instagram Story</i> tentang <i>Mannequin Types, 5 Tips to Maximize Small Spaces</i>, dan <i>Store Prep Reminder</i>. • Membuat 3 desain <i>Instagram Story</i> tentang <i>Visual Merchandising Goals, Key Elements in</i>

			<p><i>Visual Merchandising, dan Window Display Fun Facts.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain Instagram Story tentang <i>Customer Service Q&A.</i> • Membuat desain Instagram Story tentang <i>Fashion Patterns and Styling.</i>
4	7—12 September 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari referensi desain. • Mendesain 3 <i>thumbnail</i> untuk konten video <i>Reels.</i> • Membuat desain Instagram Story tentang <i>Visual Merchandising Knowledge Quiz.</i> • Membuat desain Instagram Story tentang <i>Customer Service Myths: True or False.</i> • Membuat desain Instagram Story tentang <i>Quick Tips: Visual Merchandising & Window Display Fun Facts.</i> • Melakukan revisi pada konten <i>lighting.</i>
5	15— 19 September 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain Instagram Story tentang <i>Customer Fun Facts.</i> • Membuat desain Instagram Story tentang <i>Color Strategy in Fashion Display.</i>

			<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Fashion Product Knowledge</i>. • Mendesain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Kids' Display Concept Tips</i>.
6	22—26 September 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Types of Fashion</i>. • Membuat desain <i>feed carousel</i> tentang <i>Key Elements of Store Design</i>. • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>The Importance of Signage in Retail</i>.
7	29 September —3 Oktober 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain Instagram <i>Story</i> polling “<i>Which Color Palette Matches Your Vibe?</i>”. • Membuat desain Instagram <i>Story</i> ucapan Hari Batik. • Mencari referensi <i>layout</i>. • Membuat desain <i>feed carousel</i> tentang <i>Salt&Co Services</i>. • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Difference of fashion</i>. • Revisi dan finalisasi Instagram <i>Story</i>

			tentang <i>Difference of fashion</i> .
8	6—10 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Sosial Media Instagram • Balmoral 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Styling Tips</i>. • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Fashion Comparison</i>. • Membuat desain <i>feed carousel</i> tentang <i>Pattern Knowledge in Fashion</i>. • Mendesain poster promo Balmoral <i>TikTok Live</i>. • Melakukan revisi <i>copywriting</i> dan ukuran gambar.
9	13—19 Oktober 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain <i>feed carousel</i> tentang <i>Basic Grooming Tools</i>. • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Morning Store Preparation Tips</i>. • Mendesain <i>flyer</i> Salt&Co. • Mendesain <i>thumbnail</i> untuk Instagram <i>Reels</i>. • Melakukan pengeditan foto dokumentasi. • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Face & Hair Grooming Essentials</i>. • Melakukan revisi konten sebelumnya.

			<ul style="list-style-type: none"> • Mencari referensi dan mengumpulkan aset foto <i>mannequin</i>.
10	20—24 Oktober 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain <i>feed carousel</i> tentang <i>Types of Hangers</i>. • Melakukan revisi ukuran aset pada konten Instagram <i>Story</i> tentang <i>Types of Hangers</i>. • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Mannequin Knowledge</i>. • Memahami <i>brief</i> dan mencari referensi. • Mengedit <i>thumbnail</i> untuk Instagram <i>Reels</i>. • Membuat desain <i>feed carousel</i> bertema <i>Halloween</i>.
11	26—30 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Sosial Media Instagram • Balmoral 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain Instagram <i>Story</i> tentang <i>Basic Visual Merchandising Formulas</i>. • Mendesain Instagram <i>Story</i> ucapan Hari Sumpah Pemuda. • Mengedit video <i>Reels</i> untuk Balmoral dan melakukan revisi ukuran font. • Mendesain Instagram <i>Story</i> dan <i>feed</i> untuk ucapan Halloween. • Revisi konten feed Halloween

12	3—9 November 2025	Sosial Media Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain <i>feed carousel</i> tentang profil dan layanan Salt&Co. • Membuat 3 desain <i>feed carousel</i> tentang <i>Lighting, Props</i>, dan <i>Fashion Guide</i>. • Membuat desain <i>feed carousel</i> tentang <i>Visual Merchandising Red Flags</i>. • Mendesain Instagram <i>Story</i> ucapan Hari Pahlawan. • Mendesain Instagram <i>Story</i> ucapan duka untuk tim Salt&Co
13	10—15 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Sosial Media Instagram • Balmoral 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendesain Instagram <i>Story</i> untuk <i>Balmoral TikTok Live Announcement</i> dan revisi minor. • Membuat desain <i>feed carousel</i> tentang <i>The Power of Signage</i>. • Mendesain <i>feed carousel</i> tentang <i>The Right Scent Completes the Fashion Experience</i>.

14	17—22 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Sosial Media Instagram • Balmoral 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain Instagram <i>Story</i> hari anak sedunia. • Melakukan <i>color grading</i> aset dokumentasi <i>display</i>, • Revisi desain hari ucapan anak sedunia. • <i>Brainstorming packaging</i> hampers natal. • Mendesain <i>thumbnail</i> untuk Instagram <i>Reels</i>. • <i>Editing</i> video konten Balmoral.
15	24—30 November 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Sosial Media Instagram • Balmoral 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain <i>countdown live</i> Tiktok Balmoral. • Melakukan <i>color grading</i> aset Balmoral. • Mencari referensi dan konsep <i>gift tag</i> untuk hari natal. • Finalisasi <i>gift tag</i> untuk hari natal. • Desain <i>packaging</i> hampers natal. • Mendesain <i>thumbnail</i> untuk Instagram <i>Reels</i>. • Riset <i>content planning</i>.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan proses pelaksanaan tugas utama dan tambahan selama magang di Salt&Co sebagai *social media designer intern*. Tugas utama penulis merancang desain visual untuk kebutuhan konten edukasi dalam format *feed carousel*. Sedangkan untuk tugas tambahan mencakup desain media promosi berupa *flyer*, *thumbnail reels*, *editing* video, dan Instagram *Story* untuk *brand* Balmoral.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Tugas utama penulis selama magang di Salt&Co mencakup proses perancangan desain visual untuk konten edukasi dalam format *feed carousel* Salt&Co. Proyek ini dipilih sebagai tugas utama karena penulis lebih banyak terlibat dalam produksi desain konten pada kedua format tersebut. Selain itu, juga menjadi kesempatan bagi penulis menambah pengetahuan baru di bidang *visual merchandising*.

3.3.1.1 Perancangan Desain *Feed* Instagram Salt&Co

Salt&Co memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media utama untuk memperkenalkan layanan, membagikan edukasi, dan menampilkan portofolio proyek yang telah dikerjakan. Konten yang diproduksi berfokus pada tiga pilar utama, yaitu *showcase* portofolio, edukasi, dan interaktif. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab mengembangkan visual media Salt&Co dengan konten edukatif terkait *visual merchandising* dan *customer service* yang tetap konsisten dengan karakteristik *branding* Salt&Co. Adapun tahapan yang penulis lakukan dalam proses perancangan desain konten sosial media ini meliputi:

1. Tahap *Brief*

Pada tahap awal, penulis menerima *brief* dari *supervisor* untuk memperbarui visual Instagram Salt&Co agar lebih dinamis, informatif dan konsisten sehingga pesan dapat tersampaikan, dengan tetap mempertahankan identitas visual Salt&Co yang minimalis dan modern. Kontennya berupa edukasi tentang *visual merchandising* dan *customer service*.

2. Tahap Riset, Referensi dan *Moodboard*

Pada tahap ini, penulis melakukan riset terhadap akun media sosial Salt&Co untuk melihat gaya visual dan konten sebelumnya. Tujuannya, agar desain yang dibuat tetap konsisten dengan *branding* Salt&Co. Berikut merupakan gaya visual pada sosial media yang telah dibuat oleh tim Salt&Co sebelumnya. Setelah itu, penulis mencari referensi visual dari Pinterest dan Cosmos sebagai sumber inspirasi tambahan untuk memperkaya konsep visual yang akan dikembangkan.



Gambar 3.3 Referensi Desain Sosial Media Salt&Co

Karena Salt&Co telah memiliki identitas visual sebelumnya, penulis tidak perlu membuat *moodboard* dari awal. Penulis mendapatkan *working file* yang berisi aset desain seperti logo, *color palette*, *font*, dan elemen grafis yang telah ditetapkan.



Gambar 3.4 *Moodboard* Salt&Co

Pada desain sebelumnya, Salt&Co menggunakan tipografi *sans-serif Open Sans Bold* untuk *headline* dan reguler untuk *body text* yang memberikan kesan profesional dan jelas dibaca. Untuk memperkuat karakter Salt&Co, penulis menambah *font Angletta* dengan membeli lisensi melalui MyFont. *Font* tersebut digunakan sebagai elemen pendukung pada *headline* konten. Kemudian untuk *color palette*, penulis tetap mengikuti identitas visual sebelumnya, yaitu biru tua #08599b, putih #ffffff, satu tambahan warna pendukung yaitu biru pastel #abc9f4 untuk memberikan kesan visual yang lebih segar dan modern.

	A	B	C	D	E	F
5	1.	Do and Dont's VM	Carousel	Insightful		
6	2.	Mitos/fakta: The More Products on Display, the More They Sell	Carousel	Insightful	https://www.instagram.com/p/DCvY3KR2CZu/?utm_source=ig_web_copy_link&utm_medium=web2.2	
7	3.	Do you want to have a store that stands out like this?	Reels	Interactive		Storyline
8	4.	Your windows display, the ultimate sales magnet	Carousel	Insightful	https://www.instagram.com/reel/DG8FzUz6W7u/?utm_source=ig_web_copy_link&utm_medium=web2.2	
9	5.	Quote: When your store reflects your brand, it builds a strong relationship with consumers.	Feed	Quote		
10	6.	VM Retail checklist	Feed	Interactive		
11	7.	Quote: Sell the problem you solve, not the product	Feed	Quote		
12	8.	5 attitude customer service	Carousel	Insightful		

Gambar 3.5 Content Planning Salt&Co

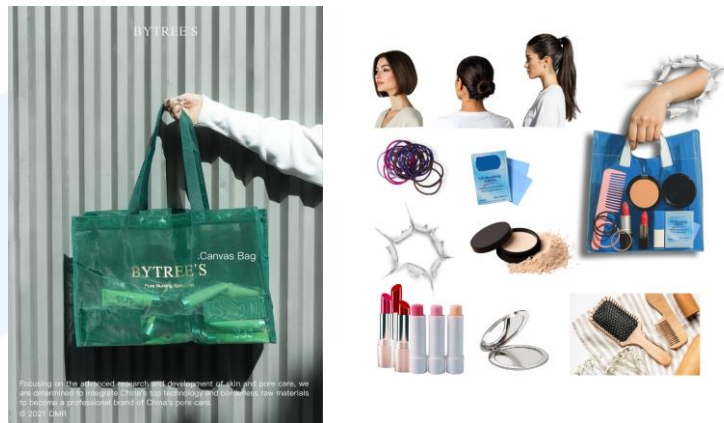
Setelah melakukan riset visual, penulis membaca jurnal, artikel, dan berita yang membahas topik *visual merchandising* dan *customer service* di industri ritel untuk menemukan ide konten yang relevan dan informatif. Berdasarkan hasil riset tersebut, penulis menyusun *content planning* melalui Google Sheets.

3. Tahap Desain

Pada tahap ini, Pada tahap desain, penulis mulai mengerjakan konten edukasi *carousel* berjudul “*Grooming Essentials*”, konten ini bertujuan mengedukasi audiens mengenai perlengkapan *grooming*

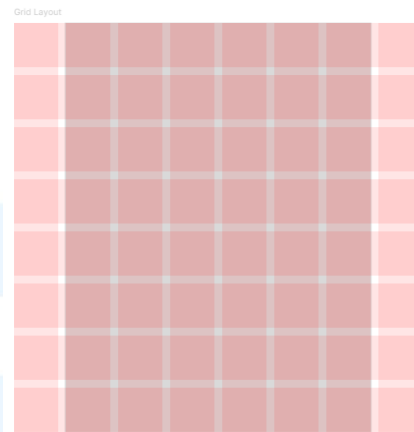
rambut dan wajah yang perlu diperhatikan sebagai *customer service*, khususnya untuk menjaga tampilan tetap rapi, bersih, dan profesional. Proses desain dilakukan menggunakan Adobe Photoshop dan Figma, dengan alur kerja yang dibagi menjadi beberapa tahap teknis berikut.

Sebelum masuk ke tahap desain, penulis mencari referensi visual di Pinterest dan mengumpulkan aset *free to use* di Freepik dan Unplash. Salah satu referensi utama yang digunakan adalah visual tas transparan berisi perlengkapan *grooming*, yang memberikan kesan bahwa setiap individu perlu memiliki perlengkapan grooming yang siap digunakan kapan saja. Berdasarkan referensi penulis menetapkan konsep visual yang *clean*. Gaya visual dibuat minimalis dengan dominasi warna biru tua #08599b untuk memberikan kesan bersih dan rapi.



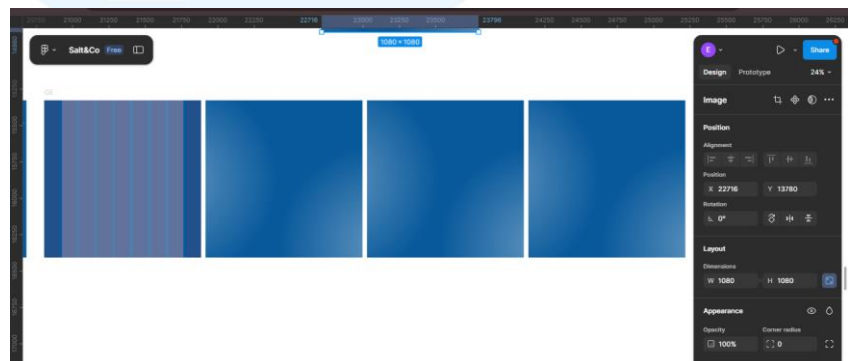
Gambar 3.6 Aset dan Referensi Desain

Proses desain diawali dengan membuat *artboard* di Figma berukuran 1080x1080 piksel. penulis menggunakan *grid* dengan ukuran 3:4 untuk menyesuaikan *format feed* Instagram dengan jumlah 8 *rows* dan 9 *columns* sebagai *safe zone* di Figma.



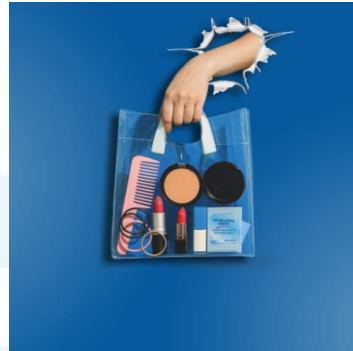
Gambar 3.7 Grid Instagram Feed Salt&Co

Penulis mulai proses desain *cover* dan *slide* lainnya dengan menetapkan warna biru #08599b sesuai dengan identitas Salt&Co sebagai *background* utama pada seluruh *slide* dan menambahkan gradasi warna biru pastel menggunakan *gradient tool* agar tidak terlihat *flat*.



Gambar 3.8 Proses Background Feed Salt&Co

Setelah itu, penulis fokus mendesain *slide* pertama dengan menempatkan aset utama. Aset tas transparan dan efek sobekan kertas dipilih sebagai *focal point* pada *cover* karena mampu merepresentasikan konsep perlengkapan *grooming* yang harus dibawa. Posisi tas berada di tengah dengan komposisi seimbang agar langsung menarik perhatian audiens saat pertama kali melihat konten.



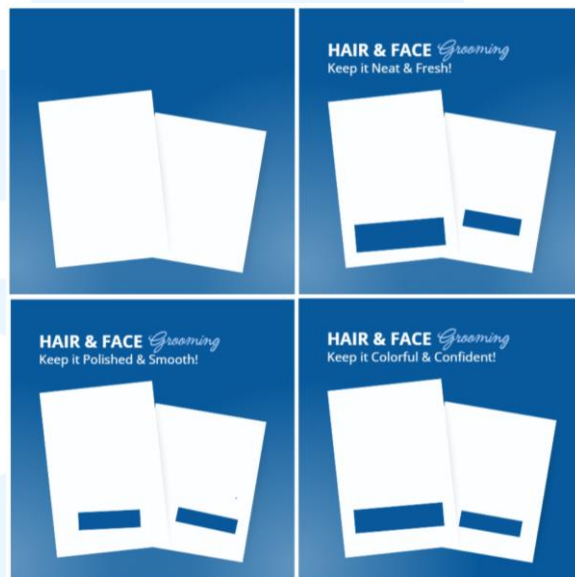
Gambar 3. 9 Proses Desain *Cover*

Setelah komposisi visual utama terbentuk, penulis baru menambahkan elemen teks warna putih #ffffff. Judul “*Grooming Essentials*” ditempatkan di bagian bawah elemen utama. Penulis menggunakan kombinasi *font Open Sans Bold* 48 pt untuk kata “*Grooming*” dan *font Angeletta* 56 pt untuk kata “*Essentials*”. Subjudul ditambahkan dengan *font Open Sans Regular* ukuran 24 pt sebagai deskripsi konten, dengan jarak dan *alignment* yang disesuaikan *grid*. Perbedaan ukuran dan ketebalan, diterapkan untuk membangun hierarki visual, sehingga audiens dapat dengan mudah membedakan antara judul, subjudul, dan deskripsi singkat.



Gambar 3.10 Proses Menambah Teks

Untuk *slide* selanjutnya *layout* dasar dengan menggunakan *vector shape* berwarna putih sebagai *placeholder* konten. Penempatan *vector* dilakukan secara bertumpuk dan sedikit miring untuk menciptakan kesan dinamis, menyerupai kartu informasi. Efek *drop shadow* ditambahkan pada setiap *vector* untuk memberikan kesan kedalaman dan memisahkan elemen konten dari *background*. Setiap *slide* isi konten menggunakan desain yang sama agar konsisten, akan tetapi setiap *slide* membahas kategori *grooming* yang berbeda.



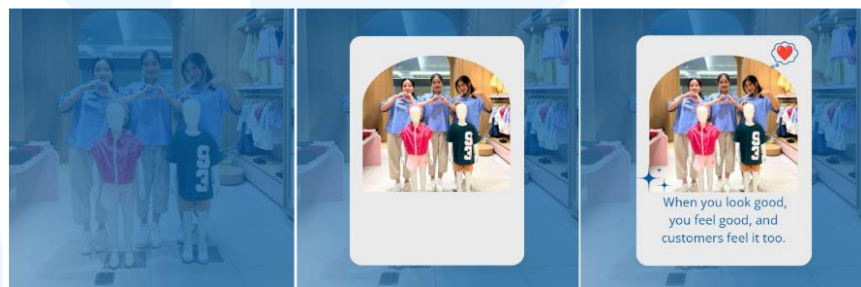
Gambar 3.11 Proses Desain *Slide* Konten

Penulis menggunakan kombinasi *font Open Sans Bold* 48 pt untuk kalimat “*Hair & Face*”, menggunakan warna putih. Sedangkan untuk kata “*Grooming*” menggunakan *font Angeletta* 56 pt, warna biru pastel #abc9f4. Subjudul ditambahkan dengan *font Open Sans Regular* ukuran 24 pt sebagai deskripsi konten, dengan jarak dan *alignment* yang disesuaikan *grid*.



Gambar 3.12 Proses Finalisasi Desain *Slide* Konten

Setelah itu, penulis mengatur gambar sesuai dengan judul masing-masing dan informasi yang disajikan dalam bentuk visual singkat dengan teks penjelasan yang ringkas agar mudah dipahami hanya dengan sekali baca. Penulis juga menambahkan elemen grafis berbentuk oval untuk menyoroti judul dan fungsi utama dari masing-masing item *grooming*.



Gambar 3.13 Proses Desain *Slide* Penutup

Pada *slide* terakhir, penulis menampilkan foto yang diperoleh dari dokumentasi perusahaan saat aktivitas *training* kepada tim toko. Kemudian, foto tersebut diduplikat menjadi dua, satu digunakan sebagai *background* warna biru dengan *opacity* 24% sesuai identitas Salt&Co, dan satu foto dimasukkan ke dalam bentuk *rounded rectangle* dan diposisikan di tengah agar terlihat rapi dan seimbang. Penulis menambahkan kalimat penutup yang bersifat reflektif dan persuasif untuk memperkuat pesan bahwa penampilan yang rapi tidak hanya berdampak pada individu,

tetapi juga pada pengalaman pelanggan. Elemen pendukung juga ditambahkan untuk memperkuat tampilan visual secara keseluruhan.

4. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, penulis meminta masukan kepada *supervisor*, Terdapat revisi pada tata letak desain, di mana posisi deskripsi yang sebelumnya berada di pojok kiri atas dipindahkan ke posisi *center* di bawah *headline*. Selain itu, ukuran *font* deskripsi diperkecil agar hierarki visual lebih jelas dan tidak mengalihkan fokus utama dari *headline*. Berikut hasil desain sebelum dan sesudah revisi.



Gambar 3.14 Hasil Revisi

5. Tahap Finalisasi dan Publikasi

Berikut merupakan hasil finalisasi desain yang sudah selesai di *export* dalam format JPG dan diunggah pada Google Drive.



Gambar 3.15 Hasil Akhir *Carousel Grooming Essentials*

Kemudian, *supervisor* akan mempublikasikan konten sesuai dengan jadwal yang sudah dibuat. Konten tersebut telah dipublikasikan pada tanggal 3 November 2025 di *Instagram Salt&Co.*



Berikut merupakan perubahan visual dari tampilan Instagram Salt&Co, visual yang awalnya terkesan terlalu polos dan *flat* menjadi lebih dinamis dan modern dengan menambahkan kombinasi *font* dan warna.



Gambar 3.17 Perubahan Desain Media Sosial Salt&Co

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Penulis juga memiliki beberapa tugas lainnya selama magang di Salt&Co untuk kebutuhan promosi internal dan permintaan desain untuk klien, seperti *flyer*, *Instagram story*, *thumbnail reels* dan *editing video reels*. Dalam menyelesaikan proyek-proyek tersebut penulis menggunakan berbagai *software*, antara lain Adobe Photoshop, Figma dan Capcut.

3.3.2.1 Proyek Flyer Salt&Co

Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab merancang *flyer*, yang akan digunakan sebagai media promosi layanan Salt&Co.

1. Tahap Brief

Pada tahap awal, penulis menerima *brief* dari *supervisor* untuk membuat desain *flyer* 2 sisi berukuran A5 yang nantinya akan dicetak sebagai media promosi. Pada bagian depan, meliputi penempatan logo Salt&Co, daftar layanan utama (*Visual Merchandising*, *Merchandising*, *Operation*, *Store Concept*, *Marketplace*, dan *Content Brands*), informasi kontak, serta logo klien yang perlu ditampilkan pada bagian belakang

flyer. Seluruh aset visual tersebut disediakan melalui tautan Canva yang dibagikan oleh *supervisor*.

2. Tahap Referensi

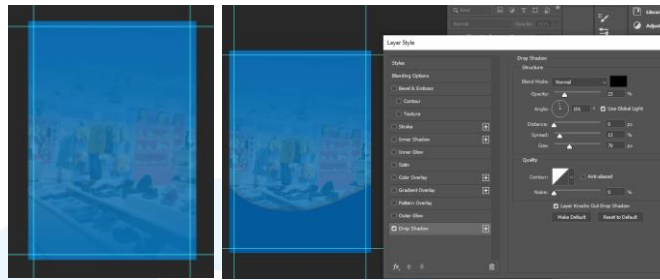
Pada tahap ini, penulis mencari referensi desain *flyer* sebagai bahan inspirasi di Pinterest. Selain itu, penulis juga menyiapkan mengumpulkan aset visual foto yang didapat dari Instagram Salt&Co, foto dokumentasi tersebut menampilkan kegiatan *training* cara *display* produk yang dapat menarik perhatian calon pelanggan. Serta mengambil ikon *free to use* di Freepik yang akan digunakan sebagai elemen pendukung untuk menjelaskan masing-masing layanan.



Gambar 3.18 Referensi dan Aset *Flyer*

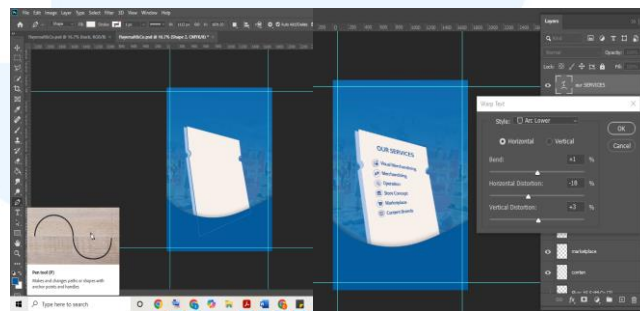
3. Tahap Desain

Dalam proses desain, penulis membuat *artboard* berukuran A5 (14,8 x 21 cm) dengan *margin* masing-masing 0,5 cm di Adobe Photoshop. Untuk *background* halaman depan, penulis menggunakan foto *store* hasil *display* yang diberi gradasi warna biru #08599b dengan *opacity* 41%, sehingga foto tetap terlihat jelas. Di bagian bawah, penulis menambahkan elemen melengkung menggunakan *pen tool*, dengan *fill color* biru #08599b dan diberikan efek *drop shadow* 23% untuk menambah kesan kedalaman pada elemen tersebut.



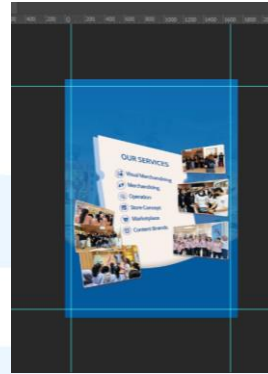
Gambar 3.19 Grid dan Background Flyer

Selanjutnya, penulis membuat bentuk *vector* kertas berwarna putih di tengah halaman yang terlihat melayang di atas *background* biru dengan efek perspektif. Bentuk ini dibuat menggunakan *Pen Tool*. Bentuk ini diberi efek *drop shadow* untuk memberikan kesan kedalaman, sehingga terlihat menonjol dari *background*.



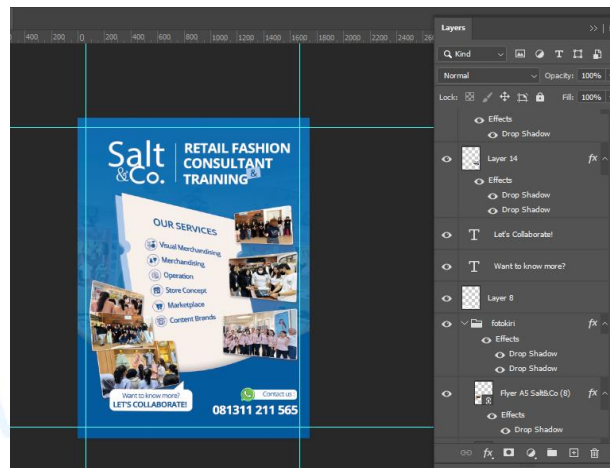
Gambar 3.20 Proses Desain Flyer

Setelah itu, penulis menambahkan teks "*Our Services*" beserta daftar layanan di atas bentuk tersebut. Teks ini kemudian diberikan efek *Warp Text* dengan *Style Arc Lower* untuk menyesuaikan dengan lekukan bentuk *vector*. Pengaturan *Warp Text* yang digunakan adalah *Bend* +1%, *Horizontal Distortion* -18% dan *Vertical Distortion* +3%, hasilnya teks terlihat mengikuti sudut dan lekukan dari *vector* putih, sehingga memberikan kesan dinamis dan proporsional. Posisi teks dan ikon layanan juga sejajar untuk menjaga keterbacaan meskipun ada efek perspektif.



Gambar 3.21 Proses Desain *Flyer*

Foto-foto kegiatan *training* dimasukkan ke *artboard* dan diolah menggunakan fitur *Perspective* dan *Transform tools* agar sudut foto seragam dan dapat ditempatkan rapi dalam bentuk kolase. Kemudian, foto tersebut dimasukkan ke *rectangle rounded* menggunakan *clipping mask* agar tetap rapi dan ditempatkan 3 sisi kiri dan 3 sisi kanan untuk menciptakan tata letak yang seimbang. Setiap foto juga diberikan *drop shadow* agar terlihat menonjol dan memberi kesan kedalaman pada desain.

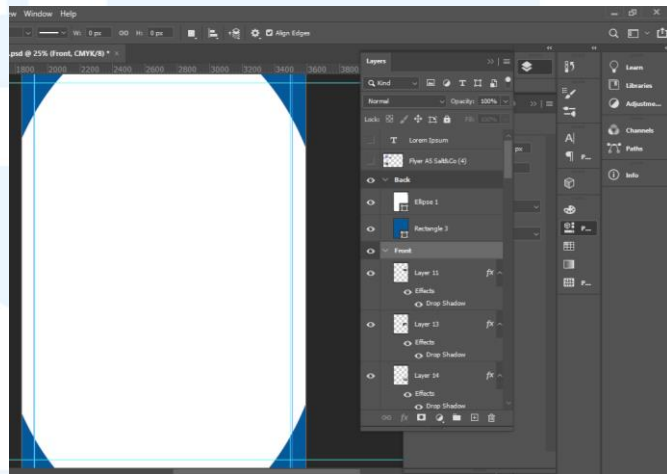


Gambar 3.22 Proses Desain *Flyer*

Pada bagian kiri atas logo Salt&Co sebagai identitas utama. Tepat di sebelahnya terdapat *headline* “*Retail Fashion Consultant & Training*” menggunakan font *Open Sans Bold* 24 pt, warna putih #ffffff, dan penulis menambahkan efek *Stroke*,

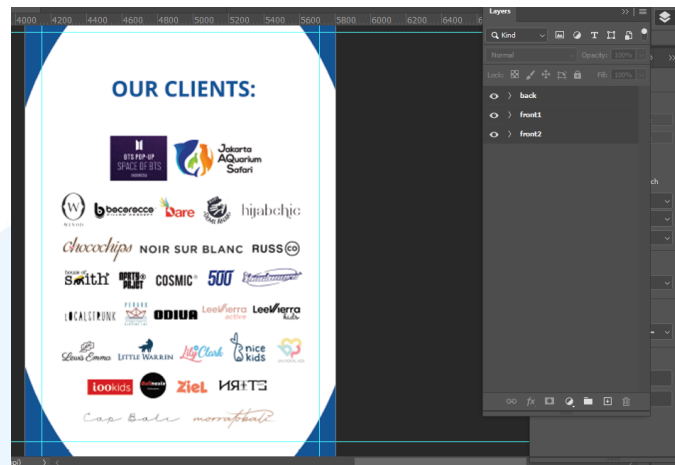
posisi *Outside*, ukuran sekitar 21 px, dan *opacity* 53% dengan warna biru gelap. Efek ini dipakai supaya teks *headline* terlihat lebih tegas dan *stand out* dari *background*.

Di area bawah, ditambahkan elemen pendukung *bubble chat* “*Want to know more? Let’s Collaborate!*” sebagai ajakan yang bersifat persuasif. Bagian paling bawah diisi dengan ikon WhatsApp dan nomor Salt&Co, ditampilkan menggunakan warna putih yang kontras agar mudah dibaca oleh calon klien. Bagian ini berfungsi sebagai *call to action* untuk mendorong audiens.



Gambar 3.23 *Background* Belakang Flyer

Setelah itu, penulis mendesain bagian belakang *flyer*. Pertama, penulis membuat *background* warna biru #08599b, kemudian menggunakan *ellipse tools* untuk membuat oval warna putih, yang dipotong di bagian tepinya sebagai aksen visual agar komposisi tidak monoton dan memberi kesan dinamis.



Gambar 3.24 *Background* Belakang Flyer

Pada bagian “*Our Clients*”, seluruh logo disusun dengan *alignment center* agar tampak rapi. Dua logo di bagian atas, yaitu BTS Pop-Up: Space of BTS dan Jakarta Aquarium & Safari, ukurannya lebih besar dibandingkan dengan logo lainnya karena kedua *brand* tersebut merupakan proyek terbesar Salt&Co, sehingga perlu mendapatkan penekanan melalui *visual hierarchy*. Sisa logo lainnya ditata dengan ukuran seragam dan jarak konsisten untuk menjaga keterbacaan serta tampilan profesional.

4. Tahap Evaluasi

Setelah desain selesai, penulis akan meminta masukan kepada *supervisor* terkait hasil desain. Terdapat revisi minor pada bagian *headline*. Desain sebelumnya, *headline* menggunakan gaya teks *outline* untuk memberikan kesan tegas. Namun, berdasarkan masukan dari *supervisor*, penggunaan *outline* dinilai kurang efektif dan membuat teks kurang terbaca.



Gambar 3.25 Revisi *Flyer* Salt&Co

Oleh karena itu, penulis segera melakukan revisi sesuai arahan *supervisor*, *outline* dihilangkan dan *headline* diganti menjadi teks solid sehingga tampil lebih jelas, kontras, dan mudah dibaca. Perbaikan ini membuat komposisi *flyer* terlihat lebih rapi dan profesional tanpa mengubah elemen visual lainnya.

5. Tahap Finalisasi

Setelah desain *flyer* mendapat *approval* dari *supervisor*, Pada tahap ini, penulis melakukan pengecekan ulang terkait pengaturan teknis, seperti konversi warna ke CMYK, ketepatan resolusi gambar dan pengaturan *bleed*, untuk memastikan kualitas hasil cetak tetap optimal. Setelah semuanya sudah sesuai, desain kemudian di *export* format PDF, resolusi 300 dpi dan diunggah ke Google Drive untuk proses pencetakan dengan ukuran A5 (14 x 21 cm) sesuai kebutuhan promosi dengan. Melalui proyek ini, penulis dapat meningkatkan kemampuan dalam mengaplikasikan prinsip desain komunikasi visual pada media promosi cetak.



Gambar 3.26 Hasil Akhir Desain *Flyer*

3.3.2.2 Proyek Desain Instagram *Story Live* untuk *Brand Balmoral*

Balmoral merupakan *brand* pakaian yang menjual *t-shirt*, kaos kaki dan *underwear* pria yang mengutamakan kenyamanan dan kualitas produk. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab mengembangkan desain Instagram *Story* untuk promosi TikTok *Live*.

1. Tahap *Brief*

Penulis menerima *brief* proyek dari CEO Salt&Co melalui *supervisor*, yang dikirimkan secara *online* lewat WhatsApp. Tim Balmoral juga memberikan desain sebelumnya sebagai referensi, namun desain tersebut dinilai terlalu umum, kurang menonjol untuk promosi *live*, dan belum merepresentasikan identitas visual Balmoral yang maskulin dan modern. Pada bagian *copywriting* juga perlu diperbaiki. Berdasarkan arahan tersebut, penulis diminta membuat desain baru menggunakan *color palette* biru Balmoral dan menyesuaikan *copywriting* agar lebih *standout*, dan menarik bagi audiens.



Gambar 3.27 Desain *Brief* Tim Balmoral

2. Tahap Riset dan Referensi

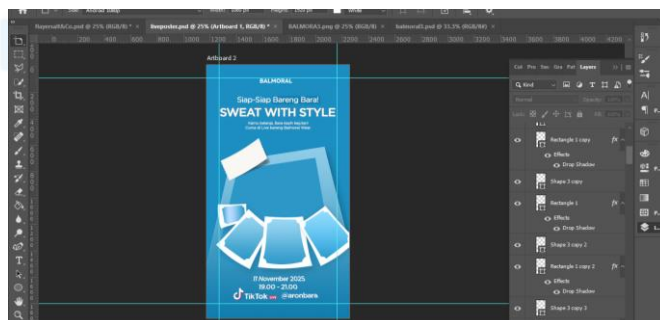
Pada tahap ini penulis melakukan riset pada akun Instagram Balmoral untuk memahami karakter visual dari konten yang telah dipublikasikan, agar desain yang akan dirancang tetap konsisten. Selain itu, penulis juga mencari referensi gaya visual promosi yang cenderung dinamis dan informatif yang dapat dijadikan sebagai bahan inspirasi untuk mengembangkan desain yang sudah ada agar lebih *standout*. Pada gambar kedua referensi diatas desain promosi tersebut memadukan visual yang kuat, warna yang kontras, tata letak terstruktur, dan penggunaan elemen grafis sebagai pendukung informasi. Referensi ini cocok dengan Balmoral karena sesuai dengan kebutuhan konten Instagram *Story* untuk promosi, menampilkan produk dan informasi yang jelas. Pada *brief*, penulis juga diberikan aset foto KOL dan produk dari tim Balmoral yang telah diedit.



Gambar 3.28 Referensi dan Aset Desain Instagram *Story* Balmoral

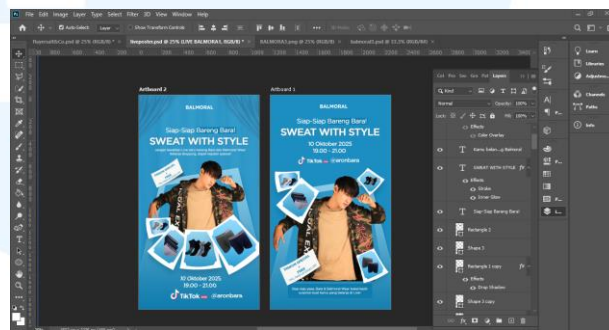
3. Tahap Desain

Pada proses perancangan desain, penulis menyiapkan *artboard* berukuran 1080×1920 piksel di Adobe Photoshop. *Rulers* dan *grid system* diaktifkan untuk menjaga konsistensi tata letak serta memastikan elemen tidak melewati *safe area* konten Instagram. Selanjutnya, penulis membuat elemen grafis menggunakan *Pen Tool* berupa *shape frame* sebagai *background* produk. *Shape* tersebut diberi warna biru #1c8ec2 sesuai identitas visual Balmoral, dikombinasikan dengan gradasi biru pastel #99d7f3 untuk memberikan kesan modern dan berdimensi. Setelah itu, judul dan informasi utama ditata menggunakan *Type Tool* dengan *font* *Gotham*. Ukuran tipografi dibedakan untuk menonjolkan *headline* utama dan memposisikan teks lainnya sebagai informasi pendukung agar alur baca lebih jelas.



Gambar 3.29 *Grid* dan *Layout* Instagram *Story* Balmoral

Kemudian, gambar produk dan foto KOL dimasukkan ke *frame* menggunakan *tools create clipping mask*. Penulis juga menambahkan *drop shadow* untuk menambahkan kedalaman pada setiap elemen. Seluruh elemen kemudian disusun berdasarkan prinsip dasar desain seperti *alignment*, *contrast*, dan *visual balance*, sehingga hasil akhir terlihat rapi, informatif, dan tetap menarik. Penulis membuat dua alternatif desain dengan perbedaan pada posisi produk dan informasi waktu *live*. Pada alternatif kedua, informasi tanggal dan waktu *live* dipindahkan ke bagian atas agar lebih cepat terbaca, sementara posisi produk diatur ulang menyebar di kanan dan kiri objek utama.



Gambar 3.30 Proses Desain Instagram Story Balmoral

4. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, penulis mengirimkan dua alternatif desain kepada *supervisor* untuk mendapatkan masukan atau persetujuan sebelum desain dipublikasikan. Setelah proses pengecekan, *supervisor* memberikan beberapa masukan berupa revisi minor pada kedua desain, yaitu mengecilkan elemen grafis *frame* agar tidak terpotong dan memastikan posisi gambar produk tetap lurus, sehingga hanya *frame*-nya saja yang miring.

5. Tahap Finalisasi

Berikut hasil finalisasi desain sebelum dan sesudah revisi sesuai dengan arahan yang diberikan oleh *supervisor*



Gambar 3.31 Hasil Finalisasi Desain

Setelah revisi selesai dilakukan dan disetujui oleh CEO dan *supervisor*, penulis mengunggah file desain ke dalam Google Drive dalam folder khusus untuk kebutuhan desain Balmoral. Setelah *file* berhasil diunggah penulis menginformasikan kepada *supervisor* untuk diberikan kepada tim Balmoral untuk siap dipublikasikan sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan.

3.3.2.3 Proyek Konten Tiktok Balmoral

Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab memproduksi konten TikTok untuk *brand* Balmoral. Konten ini bertujuan mempromosikan produk *t-shirt* dan kaos kaki Balmoral. Tujuan utama proyek ini adalah meningkatkan *awareness*, mempromosikan produk dan memperkuat citra Balmoral sebagai *brand* pakaian sehari-hari yang *stylish* dan nyaman dipakai untuk kegiatan diluar ruangnya seperti olahraga, casual hingga *dailywear*.

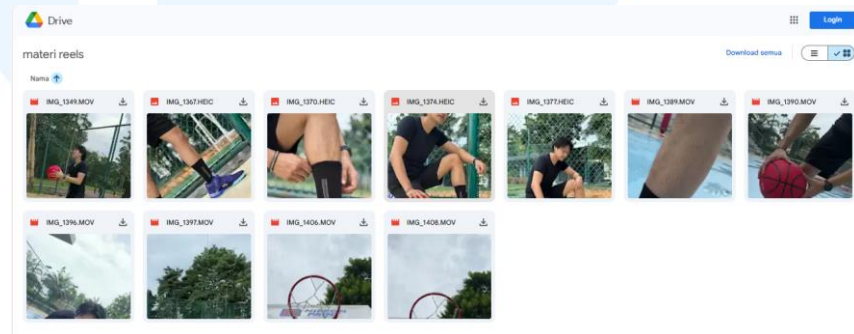
1. Tahap *Brief*

Pada tahap awal *Brief* diberikan oleh CEO melalui *supervisor*, yang kemudian diteruskan kepada penulis secara *online* melalui WhatsApps. Berdasarkan *brief* diatas penulis diminta memproduksi konten video TikTok bedurasi 30-45 detik yang menampilkan bahan dan keunggulan produk secara informatif sekaligus menarik sesuai dengan karakter Balmoral. *Brief* tersebut lengkap dengan arahan konsep, *copywriting*,

materi dan referensi. Sehingga penulis tahu ekspektasi *supervisor* pada konten tersebut

2. Tahap Pemilihan *Footage*

Pada tahap ini, penulis mengunduh seluruh *footage* video pada Google Drive. *Footage* diatas menampilkan *talent* yang sedang berolahraga basket sambil menggunakan produk Balmoral. Visual yang diambil meliputi *detail outfit* dan momen aktivitas olahraga seperti *dribble*, lari, dan *shooting* untuk menunjukkan fleksibilitas, kenyamanan, dan tampilan produk saat digunakan. *Footage* tersebut kemudian ditinjau satu per satu untuk memahami sudut pandang pengambilan video, serta potensi setiap *footage* dalam mendukung narasi promosi produk.

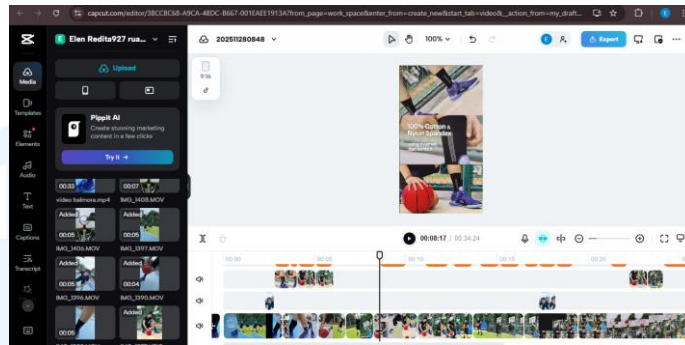


Gambar 3.32 Proses Pemilihan *Footage*

3. Tahap *Editing*

Dalam proses *editing*, penulis menggunakan Capcut sebagai perangkat utama untuk mengedit keseluruhan konten. Penulis memilih *scene* yang menampilkan detail produk serta menonjolkan keunggulan *t-shirt* (bahan lembut, adem, elastis, cepat kering, dan nyaman untuk berbagai aktivitas) dan kaos kaki (100% *cotton & nylon spandex*, lembut, nyaman, serta tersedia versi *sport*). Pada tahap awal *editing*, *footage* yang tidak relevan seperti gerakan tidak stabil, durasi terlalu panjang, atau adegan yang kurang menonjolkan produk dipotong. *Footage*

terpilih kemudian disusun ulang agar alur video lebih dinamis dan fokus pada produk.



Gambar 3.33 Proses *Editing*

Selanjutnya, teks ditambahkan menggunakan animasi *Fade In* dan *Typewriter* dengan pengaturan *keyframe* pada *scale* dan *position*. Transisi 3 kolase digunakan untuk menampilkan beberapa *angle* sekaligus, serta efek *Film Flicker* dan *Glare II* untuk memberi kesan *cinematic* dan enerjik. *Motion/body tracking* diterapkan agar teks mengikuti pergerakan talent.

4. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi, penulis mengirimkan *preview* video kepada *supervisor* untuk mendapatkan masukan sebelum proses final. *Supervisor* mengatakan bahwa ukuran *font* pada beberapa *scene* masih terlalu besar sehingga tampilannya terasa kurang seimbang.



Gambar 3.34 Proses Revisi Konten Tiktok Balmoral

Penulis memperkecil ukuran *font* agar tampil lebih proporsional dan menerapkan hierarki informasi dengan menggunakan variasi ukuran tipografi, sehingga audiens dapat menerima pesan dengan mudah.

5. Tahap Finalisasi

Hasil akhir dari proyek ini kemudian dipublikasikan melalui akun Instagram Balmoral. Tahap publikasi ini menjadi bagian penutup dari proses produksi, di mana video yang sudah melalui proses revisi dan penyempurnaan akhirnya dapat diunggah dan dilihat oleh audiens yang lebih luas.



Gambar 3.35 Hasil Akhir Konten Tiktok Balmoral

3.3.2.4 Proyek Desain *Cover Reels*

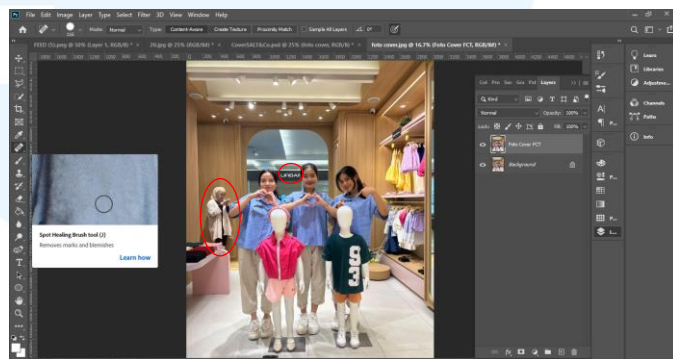
Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab membuat desain *cover* Instagram *Reels* untuk kebutuhan konten edukatif Salt&Co. Konten *Reels* Salt&Co berfokus pada tips *Visual Merchandising*, seperti teknik *display* produk, cara melayani *customer*, hingga trik *styling* agar produk terlihat lebih menarik. *Cover Reels* diperlukan agar konten tampil profesional dan konsisten dengan identitas visual perusahaan.

1. Tahap *Brief*

Pada tahap awal *brief*, *supervisor* memberikan beberapa aset foto dan judul konten yang akan digunakan sebagai *cover*. Penulis kemudian mengerjakan desain menggunakan *artboard* berukuran 1080×1920 piksel di Adobe Photoshop sesuai standar ukuran Instagram *Reels*.

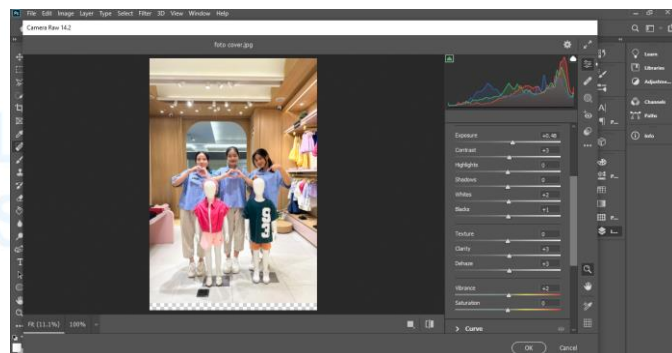
2. Tahap Desain

Tahap pertama yang dilakukan adalah membersihkan foto menggunakan *Healing Brush Tool* untuk menghapus objek yang mengganggu, seperti pelanggan di latar belakang atau logo toko lain yang muncul di foto.



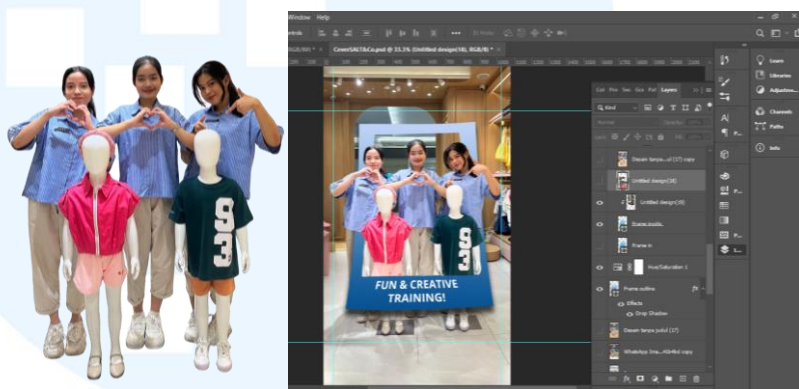
Gambar 3.36 Proses Menghapus Objek

Setelah foto bersih, penulis melakukan proses *color grading* menggunakan preset bawaan Salt&Co, kemudian menyesuaikan *brightness*, *contrast*, *highlights*, *saturation*, dan *curves* agar keseluruhan tampilan foto terlihat lebih cerah, rapi, dan sesuai *tone brand*.



Gambar 3.37 Proses *Color Grading*

Proses berikutnya adalah pengolahan komposisi visual. Foto utama diduplikasi menjadi dua layer: satu sebagai *background*, dan satu lagi dimasukkan ke dalam *frame* menggunakan *Create Clipping Mask*. Setelah itu, *background* pada foto bagian depan dihapus sehingga objek utama dapat muncul sebagai efek *pop-up* di atas *frame*. *Frame cover* dibuat dengan gradasi biru tua ke biru muda, mengikuti *color palette* Salt&Co untuk menjaga konsistensi identitas visual

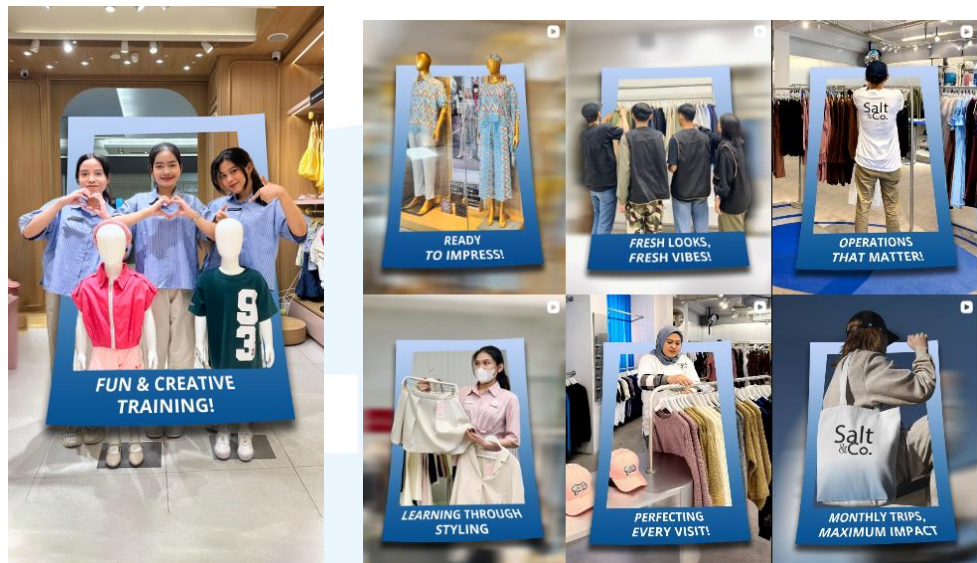


Gambar 3.38 Proses Pengolahan Komposisi Visual

Judul konten, seperti “*Fun & Creative Training*”, menggunakan font *Open Sans Bold* 30 pt. Untuk menghindari tampilan teks yang kaku, penulis menambahkan efek *Shell Lower Horizontal* dengan pengaturan *Bend +2%* dan *Vertical Distortion +10%* agar judul terlihat lebih dinamis dan menarik secara visual.

3. Tahap Evaluasi dan Finalisasi

Setelah desain awal selesai, penulis mengirimkan hasilnya kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback*. Jika terdapat masukan atau koreksi, penulis melakukan revisi sesuai arahan. Beberapa *cover Reels* yang telah disetujui kemudian diimplementasikan dan diunggah di akun Instagram Salt&Co sebagai bagian dari konten edukatif *visual merchandising*.



Gambar 3.39 Hasil Akhir *Cover Reels* Salt&Co

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan magang ini, penulis juga menghadapi beberapa kendala saat mengerjakan proyek-proyek yang diberikan. Dari kendala tersebut penulis berhasil menyelesaikannya. Berikut adalah kendala yang dialami penulis beserta cara mengatasi hal tersebut selama magang di Salt&Co.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang di Salt&Co penulis mengalami beberapa kendala terkait perancangan desain. Kendala pertama muncul saat penulis menerima *brief* dari *supervisor*. Beberapa *brief* yang diberikan cenderung sangat singkat sehingga arah visualnya kurang jelas. Hal ini membuat penulis perlu melakukan interpretasi dan mencari informasi pendukung sendiri sebelum memulai desain agar hasilnya tetap sesuai kebutuhan konten. Kondisi tersebut terkadang memperlambat alur kerja dan terkadang menimbulkan kebingungan ketika harus menentukan konsep visual yang tepat.

Kendala kedua adalah terkait aset visual. Karena belum ada arsip dokumentasi internal bersama yang berisi dokumentasi *display* atau foto produk, penulis sesekali perlu mencari foto melalui media sosial perusahaan atau klien. Hal ini membuat proses pencarian aset sedikit lebih lama.

Kendala ketiga terkait permasalahan teknis dalam penggunaan Adobe Photoshop, khususnya untuk proses *digital imaging*. Karena penulis belum sepenuhnya menguasai beberapa *tools* tertentu, sehingga diperlukan waktu tambahan untuk mempelajari tutorial.

Kendala terakhir yaitu *time management*, penulis sempat mengalami kesulitan ketika beberapa tugas memiliki tenggat yang berdekatan. Sistem kerja *work from home* membuat penulis harus lebih disiplin dalam mengatur jadwal dan menjaga fokus selama bekerja. Pada periode tertentu, beban kerja terasa meningkat sehingga penulis perlu menyesuaikan strategi agar semua tugas dapat diselesaikan tepat waktu.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk mengatasi kendala selama magang, penulis menemukan solusi yang membantu memperpanjang proses kerja. Dalam menghadapi kendala pertama, terkait *brief* yang kurang detail, penulis mulai aktif bertanya kepada *supervisor*. Penulis juga melakukan riset terkait materi konten dan mencari referensi desain. Cara ini cukup efektif dalam membantu penulis memahami kebutuhan konten sebelum memulai perancangan desain.

Solusi kendala kedua, dalam menghadapi kesulitan pencarian aset. Penulis mulai mengumpulkan aset secara mandiri dengan mengunduh dan mengarsipkan foto yang relevan ke Google Drive pribadi. Di luar jam kerja, penulis juga mencari inspirasi serta referensi desain yang dapat dikembangkan pada konten selanjutnya agar proses pengerjaan menjadi lebih efisien. Selain itu, penulis tetap berkoordinasi dengan *supervisor* untuk memberikan dokumentasi tambahan jika diperlukan. Upaya ini

membantu mempercepat proses desain sekaligus memastikan hasil visual tetap sesuai identitas Salt&Co.

Solusi kendala ketiga dalam teknik digital imaging, penulis meluangkan waktu belajar mandiri di luar jam kerja, melalui video tutorial di Youtube. Sehingga, pada tugas berikutnya penulis dapat menyelesaikannya dengan lebih efisien sekaligus meningkatkan kemampuan penulis.

Terakhir terkait *time management*, penulis menggunakan aplikasi Notion untuk menyusun daftar prioritas, tugas harian sesuai dengan *deadline* waktu yang diberikan, serta mengatur jadwal kerja. Mengingat sistem kerja *work from home* kerap membuat penulis melewati batas tanpa disadari. Dengan cara ini, penulis dapat mengatur ritme kerja dengan lebih baik dan menghindari pekerjaan yang menumpuk ketika beberapa konten harus diselesaikan dalam waktu yang bersamaan. Melalui berbagai solusi tersebut, penulis dapat menyesuaikan alur kerja dan menyelesaikan setiap tugas dengan lebih baik.

