

ini
buku
aku

Personal Information

Name : Turangga Sukandar Putra
Address : Bandung,
Jl. Cikutra Barat no 56H
RT07 RT12 Kel.Cigadung
Kec.Cibeunying Kaler

Education

2007-2010 : SMAN 1 Cirebon
2010 - now : Desain Komunikasi Visual,
Institut Teknologi Nasional
2013 : Intern.Copywriter
and Participate of Lowe
Camp Batch II

Organizations

2008 : Peer Counselor Bogor
2012 : Himpunan Pelajar Bahasa
Seluruh Indonesia (HIPESASI)
2012 : Ketua Divisi Sinema Sore,
SINEMADJI
2012 - now : Couchsurfing Bandung
2013 - now : Wakil Ketua ITENAS Clubreads

Software

Adobe Photoshop
Adobe InDesign
Adobe Illustrator

Contact

085 7221 41142
turanggasukandarputra@gmail.com
about.me/turanggasukandarputra

*cukup yang CINTA kalau malas BACA



PANCA
CINTA

1999

Nilainya 60, ketika sang guru memberikan tugas bercerita tentang pengalaman liburan. Ia tidak berlibur seperti teman-temannya yang berekreasi bersama keluarga; ia tidur. Lalu, imajinasi anak kelas 2 SD itu pun menghasilkan karangan dengan seru ketika teman-temannya lesu karena liburan lalu yang bikin rindu. Namun, baru kali itu ia merasa bangga dengan dirinya sendiri sekalipun tangannya penuh tinta karena masih awam pegang ballpoint. Ia menemukan **menulis adalah cintanya yang pertama**

2001

Ia suka sekali bermain game. Namun ada yang lebih ia sukai ketimbang memainkannya: memandangi kover yang membungkus kepingan game tersebut. Ia suka gambar-gambar yang mempresentasikan isinya. Hingga suatu sore ia bosan sekali dengan kover-cover CD game yang setiap teman-temannya juga memilikinya. Ia membuat sendiri kover game versinya, ia berdiri sambil mengacungkan gambar buatannya. Anak kelas 4 SD itu sadar **menggambar adalah cintanya yang kedua**

2011

Dulu sama seperti manusia yang lain: ngomel-ngomel ketika sedang asyik menonton atau membaca tiba-tiba nongol iklan. Hingga suatu hari ketika ia duduk di tahun kedua perkuliahan ia melihat hal lain. Ia menyukai para pemikir cerdas yang berkomunikasi dengan tepat dan rela menyelami samudra kehidupan sasaran demi pesan yang sampai. Tidak hanya mempelajari strategi, tapi rupa-rupa komunikasi dengan manusia. Ia terpersuasi **advertising adalah cintanya yang ketiga**

2012

Membaca buku Dewi Lestari, "Recto Verso" adalah pengenalannya yang pertama. Ia baru tahu bahwa ada perangkai kata-kata di balik sebuah iklan. Sejak itu ia menjadi lebih peka ketika menyimak sebuah iklan di televisi, majalah, di jalan, atau di dunia maya. Ada perancang di setiap makna dalam setiap kata-kata yang terpampang di sana. Dan semesta mendukungnya pada pertemuannya kembali di bangku perkuliahan, dan akhirnya ia tahu bahwa **copywriting adalah cintanya yang keempat**

lima
?



la menyukai semua hal. Belajar tentang manusia, mendengar cerita penjual lotek yang ingin cantik seperti Krisdayanti, belajar menggunakan tangan kiri, belajar bahasa Italia dan lain-lain. la menemukan bahwa dengan kerendahan hati bahwa **Belajar adalah cintanya yang kelima.**

Exellent Clean Erasing

Pastinya risih sekali kalau kertas masih saja kotor sekalipun sudah dihapus berulang-ulang. Atau bahkan sampai membuat kertas tipis atau bahkan...bolong.

Maka dari itu semua orang pastinya membutuhkan penghapus yang benar-benar bisa menghapus dengan sangat bersih, misalnya penghapus [Faber Castell ini yang diyakini bisa menghapus coretan-coretan pensil dengan sangat memuaskan](#). Self-initiated project ini masih dikerjakan sampai sekarang, untuk mengisi waktu dan melatih kreatifitas.

This page intentionally left blank.



This page intentionally left blank.

Produk : Penghapus Faber Castell | Target Audiens : Pelajar dan mahasiswa, Indonesia. | Media : Print ads.

Objektif :

Kelebihan produk dapat sampai kepada target audiens.

Lapangan Kerja bagi Tunadaksa

Hanya 0,0001 persen tenaga kerja difabel yang diserap di lapangan kerja menurut data dari PPCI. Dan komposisi difabel yang terbesar adalah difabel tunadaksa. Setelah survei kepada beberapa perusahaan di Bandung, ternyata mereka masih mempercayai mitos-mitos yang sebetulnya tidak benar. Padahal, setelah wawancara dengan Bu Yatti, ketua Bandung Independent Living Center, kaum difabel tunadaksa memiliki kompetensi yang mereka dapatkan dari BLK, Pendidikan formal, dan pelatihan lainnya.

Maka kampanye ini adalah sesuatu yang mengajarkan untuk tidak membiarkan keterbatasan menjadi membataskan.



Tak perlu khawatir presensi

Hasil study yang dilakukan oleh DuPont Corporation dan Betterwork Indonesia menunjukkan bahwa tingkat kehadiran para pekerja difabel tidak berbeda dengan pekerja lainnya. Para tenaga kerja difabel tuna daksa tidaklah lebih sering absen dibandingkan pekerja lainnya. Anda tidak perlu mengkhawatiri presensi para pekerja difabel tuna daksa karena mereka memiliki motivasi yang sama dengan pekerja lainnya di perusahaan Anda.




Tak perlu fasilitas yang mandiri

Hasil study yang dilakukan Dupont Corporation dan Bandung Independent Living Center (Bilic), mempekerjakan tenaga kerja difabel tunadaksa dapat beradaptasi dengan iklim perusahaan di mana mereka bekerja. Perusahaan Anda tidak perlu menyediakan fasilitas khusus untuk menerima tenaga kerja difabel tunadaksa.




Tak ada diferensiasi pada anggaran asuransi

Hasil study yang dilakukan oleh Dupont Corporation dan Bandung Independent Living Center (Bilic) menyimpulkan bahwa medical insurance yang diberikan kepada tenaga kerja difabel tuna daksa tidak ada pembedaan dengan anggaran medical insurance dengan pekerja lainnya di perusahaan Anda. Anda tidak perlu mengalokasikan biaya medical insurance yang berbeda ketika merekrut tenaga kerja difabel tuna daksa.




Profit meningkat bagi yang mengikat

Hasil analisa yang dilakukan oleh Betterwork Indonesia menyimpulkan, dengan merekrut tenaga kerja difabel tuna daksa dapat meningkatkan profit perusahaan di mata perusahaan lain, pekerja, konsumen hingga di pandangan masyarakat. Anda dapat meningkatkan profit perusahaan Anda dengan merekrut tenaga kerja tuna daksa melalui BISA.




Disupervisi tak sesulit yang dipikirkan

Hasil study yang dilakukan oleh Dupont Corporation yang melakukan supervisi kepada tenaga kerja difabel tuna daksa, menyimpulkan bahwa hasil supervisi tidak didasarkan pada tenaga kerja difabel tuna daksa, melainkan kemampuan supervisor perusahaan Anda sendiri. Supervisor yang baik mampu mensupervisi baik pekerja difabel tuna daksa maupun tidak. Perusahaan Anda tidak perlu mengkhawatirkan bagaimana mensupervisi ketika menerima tenaga kerja tuna daksa.




Fisik Berbeda, Kinerja Setara.

Stigma yang melekat pada kaum difabel tuna daksa membatasi kesempatan bagi mereka para tuna daksa yang sesungguhnya mampu dan memiliki kompetensi untuk bekerja.

Hal ini diakui oleh Chandra (David) di tempat tinggalnya di lingkungan Malabar, Bandung. Ia yang sejak dulu di bangku SD menjadi difabel tuna daksa, menyangkan penyedia lapangan kerja yang hanya melihat keterbatasan sebagai acuan utama, bukannya kemampuan yang dimiliki para difabel tuna daksa. Padahal, menurut pria yang saat ini bekerja di Telkomnet, ia beserta kawan-kawan kaum difabel tuna daksa dan juga adiknya yang juga menjadi difabel tuna daksa pasca kelahiran, menempuh pendidikan dan memiliki kompetensi untuk bekerja.

Diterima di tempat tinggal David Stephan (David) yang menjadi kaum difabel tuna daksa sejak lahir, menyangkan masih adanya penyedia lapangan kerja yang tidak memberikan kesempatan bagi orang seperti ini. Ia menceritakan pengalamannya dahulu ketika melamar kepada suatu perusahaan di Bandung, yang tanpa melakukan wawancara kerja langsung memukulnya hanya karena keterbatasan fisiknya. Namun akhirnya David bisa bekerja menjadi tim teknis pembuatan video game di perusahaan asal China, hingga kini menjadi penjemput di berbagai universitas di Bandung.

Tela Pesta bagi
Menurut Bandung Independent Living Center, penyedia lapangan kerja

sebetulnya tidak perlu ragu jika ingin merekrut tenaga kerja tuna daksa karena terbukti keterbatasan yang mereka punya tidak menjadikan halangan bagi mereka untuk bekerja.

Handy Setriaga misalnya, dengan kesehariannya yang dilakukan dengan di atas sebuah kursi roda, diakui memiliki kinerja yang baik. Hingga kini ia menjadi pemangon pada Central Electronics (CE) Indonesia. Chandra dan David Stephan pun mengakui bahwa mereka tidak meminta perusahaan untuk menyediakan perlakuan khusus seperti fasilitas atau pun anggaran biaya yang berlebih, karena mereka sama seperti pekerja non difabel tuna daksa, mampu menyediakan dan menyelesaikan dengan ilim pekerjaan di mana mereka bekerja.

Berkompetensi
Setiap penyedia lapangan pekerjaan pun tak perlu ragu dengan kompetensi yang dimiliki oleh para tenaga kerja tuna daksa dalam memberikan kesempatan bagi mereka telah banyak faktor-faktor pendukung bagi tenaga kerja difabel tuna daksa. Seperti pelatihan-pelatihan di Balai Pelatihan Kerja (BLK) yang mengajarkan beragam program seperti desain grafis, administrasi, pembangkitan, perhotelan, perhutanan, pemograman dan keterampilan-keterampilan lainnya. Ataupun dari pendidikan formal seperti yang dilakukan oleh Chandra dan David yang menamatkan pendidikan di universitas-universitas di Bandung.

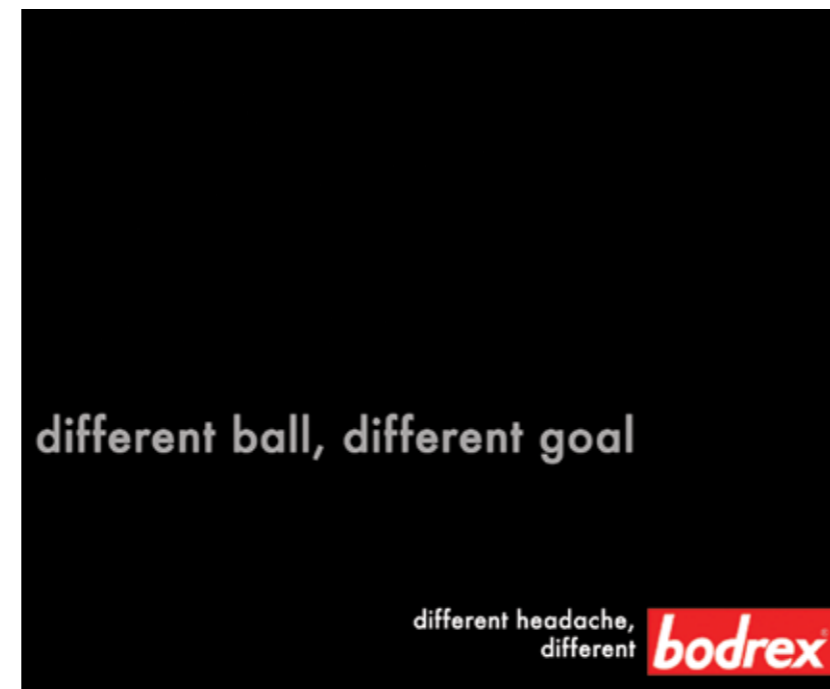
Berdasarkan kasus ini, yang dilakukan oleh Betterwork Indonesia, pekerja difabel adalah pekerja yang baik dan dapat diandalkan. Mereka diakui memiliki perfoma dan motivasi yang lebih tinggi dibanding pekerja non-difabel dalam hal produktivitas. Mereka juga mematahkan keraguan perusahaan yang khawatir jika menerima tenaga kerja difabel tuna daksa karena faktanya tingkat ketekalan kerja pada tenaga kerja difabel ternyata sangat rendah. Juga kehadiran atau absensi yang lebih tinggi karena mereka memiliki motivasi bekerja yang lebih tinggi.

Sudah sebetulnya Anda tidak lagi ragu dengan kemampuan mereka dengan memecahkan mitos-mitos terkait pekerjanya tenaga kerja difabel tuna daksa. Karena terbukti keterbatasan tidak menganggang kinerja mereka dalam bekerja. Kalaupun masih dalam keraguan mereka melalui BISA.



Beda Sakit Kepala, Beda Obatnya

Sakit kepala, telah menjadi penyakit biasa yang dapat diderita oleh siapa saja. Sayangnya, masih banyak orang yang merasa bahwa sakit kepala mereka adalah jenis sakit kepala yang sama, sehingga mereka mengonsumsi obat sakit kepala yang sama. **Padahal, tidak semua sakit kepala dapat dituntaskan dengan cara yang sama.** Dan Bodrex sebagai ahlinya atasi sakit kepala, memiliki beragam pilihan bagi penderita sakit kepala.





Intern.Copywriter
June - September 2013

Hari Anak Nasional

Saat Hari Anak Nasional, Lifebuoy sebagai pelopor Hari Cuci Tangan dan Dokter Kecil di Indonesia ingin mengembalikan pemikiran ibu-ibu bahwa Lifebuoylah yang penciptakannya, bukan kompetitor.

Namun brand Lifebuoy bukanlah sebuah brand yang membanggakan jasa yang telah dilakukannya tanpa bekerja keras bersama keluarga di seluruh Indonesia untuk kebaikan bangsa.



Merajut mimpi, membangun asa.

Berawal dari langkah kecil, kita mewujudkan mimpi-mimpi besar. Dengan keyakinan itu, sejak tahun 2005 Lifebuoy telah membina ratusan ribu kader dokter kecil untuk memulai gerakan yang menjadi dasar generasi masa depan yang lebih sehat. Karena sehat adalah kunci terwujudnya setiap mimpi yang akan membentuk Indonesia yang lebih baik di masa mendatang.

SELAMAT HARI ANAK NASIONAL 23 JULI 2013

Agency : Lowe Indonesia
Brand : Lifebuoy
Target Audiens : Ibu rumah tangga ekonomi menengah dan ke bawah.
Art Director : Wira Maulidika.
Copywriter : Turangga S. Putra

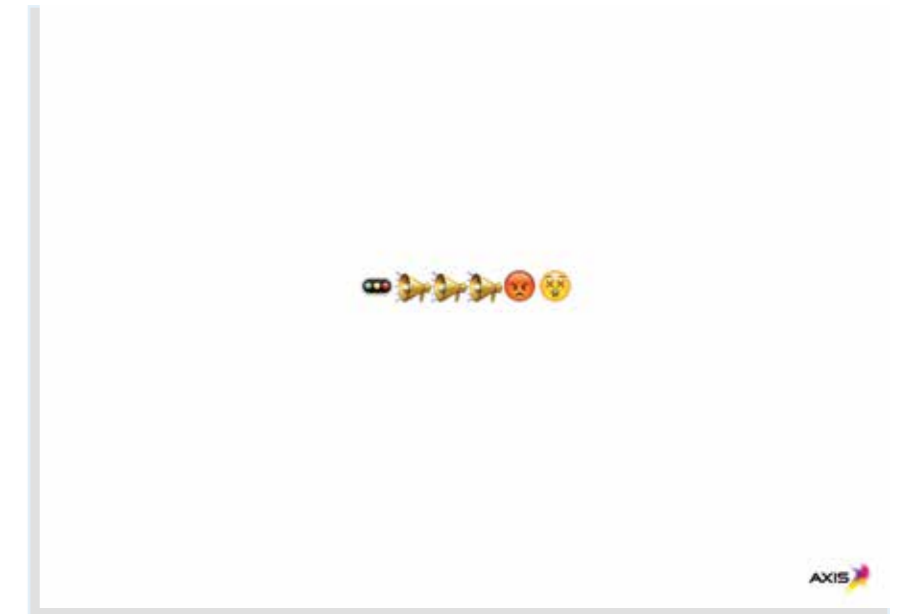
Media : Koran Harian Kompas
(Diterbitkan 23 Juli 2013)

Objektif :
Target Audiens tahu bahwa Lifebuoy lah pelopor Hari Cuci Tangan dan Dokter Cilik di Indonesia tanpa harus membanggakan brand Lifebuoy.

Don't Texting While Driving

Berkendara membutuhkan konsentrasi yang tinggi. AXIS sebagai provider GSM ingin menunjukkan bahwa brand ini peduli dengan keselamatan konsumennya, terutama saat berkendara.

Namun, AXIS tidak ingin memberikan peringatan yang "mendikte" melainkan menghibur Target Audiensnya dengan bentuk visual yang mereka kenal melalui Emoji tanpa copy atau teks.



Agency : Lowe Indonesia

Brand : AXIS

Target Audiens : Anak Muda menengah dan menengah ke atas.

Team : Reza Maulana (Sr. Art. Director), Turangga S. Putra (Jr. Copywriter)

Objektif :

Target Audiens tahu bahwa menggunakan telepon genggam saat berkendara dapat berdampak negatif pada mereka.

60 Tahun Tempo Scan

Tempo Scan telah 60 tahun berada di Indonesia. Perusahaan ini dikenal dengan keramahan para petinggi hingga seluruh karyawan yang menjunjung tinggi solidaritas, keteguhan, dan kesetaraan.

Di umurnya yang sudah menginjak 60 tahun, Tempo Scan ingin mengenalkan dirinya kepada masyarakat Indonesia melalui personifikasi brand dengan cerita yang menyentuh.



MENGURANGI UNTUK MEMBERI

Ramah makan prasmanan tersebut hanya memiliki nasi yang tak seberapa. Nasi sebanyak itu hanya cukup mengisi tiga piring. Orang yang berada di urutan ketiga telah menghabiskan nasi memandang dua orang yang mengantri di belakangnya dengan raut wajah kecewa karena tak ada nasi yang tersisa untuk mereka berdua. Pak Wawan, yang sedang mengambil lauk-pauk, berhenti dan tak jadi mengambil lauk yang sudah ada di tangannya. Ia mengembalikan nasi yang sudah ada di piringnya ke wadhah nasi. Semua orang memandangnya, namun paham akan maksud dari Pak Wawan. Dua orang di belakangnya pun melakukan hal yang sama. Pak Wawan pun membagi ulang nasi yang ada wadhahnya untuk dibagikan bagi 3 piring dengan jumlah yang sama. Mereka semua tertawa dengan nasi yang presisi di masing-masing piring mereka.



MENDAMPINGI KETIKA JEMU

Saat tengah malam di sebuah halte tak ada angkutan kota yang lalu-lalang untuk mengantar beberapa karyawan. Karipati hingga office boy yang baru saja pulang dari kantor. Beberapa jelsah melirik-jam tangan, seaneh roh mengubung keluarga melalui ponsel untuk meminta jemput. Namun tak ada satu pun dari mereka yang akhirnya memenuh jalan untuk kembali ke rumah masing-masing. Lalu sebuah mobil berhenti di hadapan mereka dengan halau, kaca pintu terbuka perlahan-lahan dan memperlihatkan seorang bapak yang terzenang ke arah mereka. Ia Pak Ramlan, petinggi perusahaan yang juga baru pulang ke-nya. Ia terzenang lalu turun dari mobil untuk memukul-alan pintu-pintu mobil dan memperlak-an para peki-nya masuk. Semua orang saling berpandangan, lalu terzenang dan memasuki mobil dengan bahagia karena akhirnya mereka dapat pulang untuk beristirahat bersama keluarga terk-ah masing-masing.



Agency : Lowe Indonesia
Brand : Tempo Scan
Target Audiens : Masyarakat Indonesia
Team : Nurman (Executive Director), Turangga S. Putra (Jr. Copywriter)

Objektif :
Mempersonifikasikan brand Tempo Scan.

Radio Ads

Copywriter tidak hanya harus berkulat dengan kata-kata, tapi juga suara. Seorang copywriter yang baik dapat memasarkan produk yang visual, dapat diraba, dan berbau menjadi seni suara.

Ini adalah 3 script radio di antara puluhan script yang dibuat selama masa internship di Lowe Indonesia.

Brand : Lifebuoy Bodywash
What to say : "Basmi kuman tanpa sisa hingga ke pori-pori"
Title : Aku Bareng Kuman
Duration : 60's

Ketentuan

VO 1 : Suara anak kecil berumur 7-9 tahun (Laki-laki).
Tidak cempreng, tidak serak, tidak tebal.
VO 2 : Suara bapak-bapak yang berbisik seperti monster.

VO 1 : "Pagi hari aku ke pekarangan rumah memberi makan ke-
linci."
VO 2 : "Memberi makan kuman."
VO 1 : "Istirahat sekolah aku bermain dengan teman."
VO 2 : "Bermain kuman."
VO 1 : "Pulang sekolah aku mengejar kucing di jalan."
VO 2 : "Dikejar kuman."
VO 1 : "Sore hari, aku mandi lalu naik sepeda ke taman."
VO 2 : "Ke taman kuman."
VO 1 : "Bermain bola bersama teman-teman."
VO 2 : "Bersama kuman."
VO 1 : "Lalu aku pulang ke rumah."
VO 2 : "Membawa kuman-kuman."
VO 1 : "Di rumah, aku disambut ayah, ibu, kakak."
VO 2 : "Disambut kuman-kuman."

Announcer :
Kuman-kuman bersembunyi menemani anak ibu. Musnahkan dengan busa dua kali lebih banyak Lifebuoy Bodywash! Busanya yang efektif, bersihkan hingga ke pori-pori tempat kuman bersembunyi.

Brand : Bodrex
What to say : "Sakit kepala mencampurkan semua isi kepala."
Title : Vers 1. Ibu
Duration : 30's

Ketentuan

VO : Ibu-ibu bersuara cempreng.

VO : "Papaaah, ayo bangun siap-siap dulu ke sekolah. Hari ini kan papah dapet promosi jabatan! Ayo arisaaan! Jas, dasi, sama klaksonnya udah mamah siapin ya di toilet. Ade juga udah pake celemek tuh siap dianter ke kulkas. Nanti jangan lupa juga jemput mamah belanja pengserut di garasi. Nanti kita makan bareng selingkuhan papah juga. Sekarang, ayo makan dulu bareng lipstik. Mamah udah masak makanan spesial buat papah di bagasi; cucian goreng rasa ayam balado."

Announcer :
Sakit kepala mencampurkan semua isi kepala. Pilih Bodrex, obat sakit kepala yang tepat!

Brand : Neo Rheumacyl
What to say : "Maksimalkan gerak."
Title : Vers 1. Ibu
Duration : 30's

Ketentuan

VO : Ibu-ibu jenis suara berat, beberapa suara nafas.
Tempo lambat.

Nyuci baju a dek.
Nyuci baju a yah.
Naik tang ga.
Ngangkat em ber.
Jemur baju a dek.
Jemur baju a yah.
Turun tang ga.

Sele sai.

Announcer : Jangan biarkan nyeri otot membuat gerak Anda lebih lama, maksimalkan gerakmu dengan Neo rheumacyl.

VO : Rewind (tempo cepat)

TVC (STORYLINE)

Seorang copywriter bertanggung jawab membuat cerita sebelum diserahkan kepada Art Director, Graphic Designer, hingga Sutradara bagaimana ceritanya harus berjalan.

Di masa internship saya belajar untuk membuat storyline untuk brand-brand yang tidak asing di kehidupan saya sendiri. Seperti kecap Bango, Blueband, Walls, hingga Indomie.



Brand : Bango
Objective :
Ibu rumah tangga tahu bahwa daging kambing tidak hanya bisa diolah menjadi sate saja.

TVC 15's "LEGENDA KULINER"

Seorang legenda kuliner sedang serius mengiris daging kambing penuh perhitungan menjadi beberapa bagian di dapurnya yang penuh dengan asap masakan. Saat itu kita mendengar voice over berkata...

"Bersama kegigihan para legenda yang bertahun-tahun..."

Lalu seorang Ibu bercelemek di dapurnya memerhatikan dari samping kanan dan tersenyum senang.

Ibu itu pun mengikuti mengiris daging seperti apa yang dilihatnya. Dan daging-daging merah yang masih segar pun masuk kedalam wajan yang telah berisikan minyak. Voice over pun berkata...

"Ibu selalu dapat menghadirkan yang terbaru..."

Cut to kecap yang dituangkan. Kecap jatuh dengan lembut, dengan wajah ibu yang tersenyum.

"berbagi kehangatan..."

Cut to daging yang kecokelatan meresap kecap.

"..untuk keluarga."



STORYLINE TVC 15'S MENEMANI SETIAP JALAN KESUKSESAN

TIGA ORANG ANAK MUDA DI SEBUAH KAMAR. DUA DI ANTARA MEREKA MEMEGANG TANGGA SEDANGKAN SATU DIANTARANYA NAIK KE ATAS TANGGA DAN BERUSAH MEMASANG LAMPU. LAMPU PUN BERHASIL DINYALAKAN.

"KEMENANGANMU DINULAI DARI LANGKAH YANG KECIL"

ADEGAN MEMPERLIHATKAN SEKUMPULAN ANAK MUDA CEWEK YANG SEDANG MENYANTAP INDOMIE DI KANTIN. LALU SEORANG TEMAN YANG MENGGUNAKAN TOPI MUNCUL. IA LALU MEMBUKA TOPINYA DAN MENGGELANG KEPALANYA DENGAN RAMBUT PENDEKNYA. SEMUA TEMANNYA BERTEPUK TANGAN DAN MEMERSILAKAN IA DUDUK.

"...TANPA KERAGUAN MEMULAI LANGKAH YANG BARU."

SEORANG ANAK MUDA DI ATAS PANGGUNG SEDANG MEMAINKAN GITAR. NAMUN TIDAK ADA YANG MENONTONNYA BERMAIN. LALU TEMAN-TEMANNYA MAJU KE DEPAN UNTUK MELIHATNYA BERMAIN DAN MENYEMANGATI DIA.

"SELALU ADA MEREKA YANG MENGIRINGI."

DI SEBUAH TEMPAT MAKAN LESEHAN DENGAN LAMPU KUNING, SEKUMPULAN ANAK MUDA TERTAWA SAAT SEORANG PRANUSAJI MEMBAWAKAN INDOMIE KEPADA MEREKA SENUA.

"INDOMIE SELERAKU."

Terima kasih
telah menyediakan
waktu
Bukan akhir tapi
awal agar kita
bertemu