



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

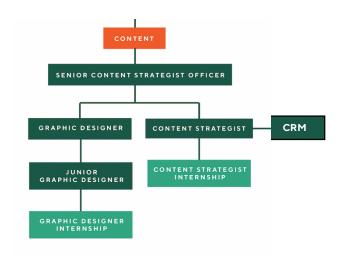
3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut hierarki kedudukan serta koordinasi kerja yang penulis laksanakan selama melakukan program kerja magang di Style Theory Indonesia.

Kedudukan

Pada saat hari pertama masuk, penulis melakukan briefing dengan senior *graphic designer* StyleTheory Indonesia. Penulis ditempatkan dalam divisi marketing yang akan bekerja sama dengan CRM, *content strategist*, dan *social media marketing*, dan bekerja dibawah senior *graphic designer*. Dalam briefing, senior *graphic designer* memberikan *goal setting* untuk hal-hal yang akan penulis lakukan selama kegiatan magang. Apa saja yang akan penulis kerjakan dan apa saja yang harus di perhatikan oleh penulis selama bekerja. Pekerjaan yang akan penulis laksanakan adalah membuat keperluan visual dari tim marketing dan penulis akan bekerja sama dengan divisi SMO dan CRM. Goalnya adalah untuk menghasilkan visualisasi yang menarik pelanggan di Indonesia, untuk mendapatkan pengalaman yang terbaik dari Style Theory Indonesia, dan menghasilkan output dimana pelanggan dapat berkomitmen penuh pada StyleTheory.

Pada *goal setting* yang diberikan, terdapat alasan mengapa *goal setting* itu sendiri di perlukan, yaitu agar penulis lebih memahami mengenai *work flow* dalam bekerja di Style Theory, mengetahui dan mengerti bagaimana pelanggan berinteraksi dengan *brand*, mempelajari dan mengembangkan kemampuan penulis lebih dalam lagi, meningkatkan kesadaran *brand*, serta loyalitas dan kepercayaan *brand* pada pelanggan. Selain itu, penulis di berikan ekspektasi 3 bulan kedepan untuk penulis capai dan penuhi. Terakhir, *graphic design brief*, yang dijelaskan oleh senior, bagaimana cara menggunakan perangkat aplikasi untuk menyerahkan tugastugas yang ada, *design guidelines*, *typography guidelines*, dan inspirasi desain.

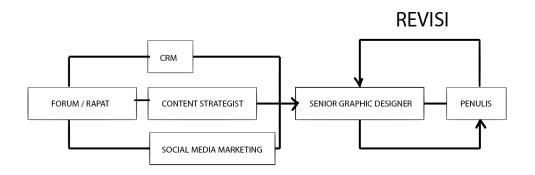


Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Kerja Magang

Sumber: Aset Style Theory Indonesia

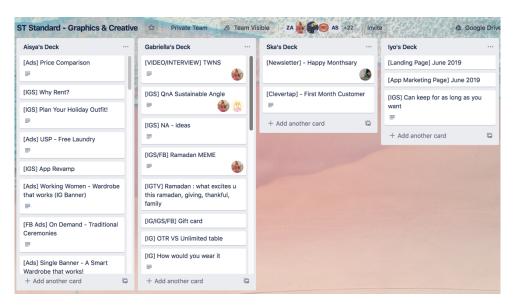
Koordinasi Kerja

Kegiatan sebagai graphic design internship di Style Theory, mempunyai langkahlangkah yang efektif dan mudah di pahami bagi penulis. Di Style Theory, dalam divisi marketing, semua *chanel* menggunakan aplikasi Trello.



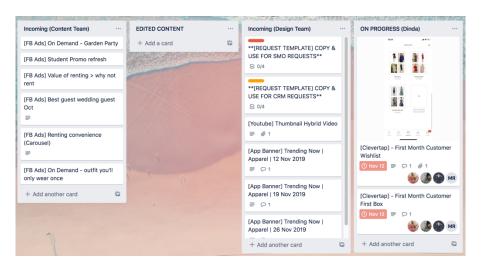
Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Sumber: Dokumentasi Prbiadi, 2019



Gambar 3.3 Aplikasi Trello Style Theory Indonesia Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Setiap divisi dalam Style Theory *ID Marketing* mempunyai *deck* masing-masing. Seperti *head of marketing ID*, *content strategist*, *graphic designer*, CRM, dan *social media marketing*. Setiap divisi dan anggota yang mempunyai *deck* mempunyai peranan masing-masing. Dalam program kerja magang, penulis bekerja sama dengan *content strategist*, CRM, dan *social media marketing*. Karena dari *content strategist*, CRM, dan *social media marketing*, *graphic designer* memvisualisasikan konten yang sudah di buat. Divisi-divisi tersebut mempunyai kartu pekerjaan di setiap *deck* mereka, konten apa yang sedang mereka buat, dan pekerjaan apa saja yang akan datang. Pada *deck* "*INCOMING CONTENT TEAM*" merupakan *deck* setiap konten yang akan di buat oleh divisi *content strategist*, CRM, maupun *social media marketing*. Jika divisi *content*, CRM, dan *social media marketing* sudah menyelesaikan konten yang mereka kerjakan, mereka akan meletakkan kartu pekerjaan yang sudah mereka selesaikan pada *deck "Incoming (Design Team*)" yang akan di teruskan kepada divisi *graphic design* untuk di buat visualisasinya.

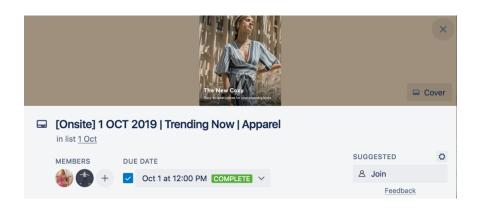


Gambar 3.4 Aplikasi Trello Style Theory Indonesia Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Pada setiap kartu konten yang akan di serahkan pada *graphic designer*, anggota yang memberikan pekerjaan, seperti *content strategist*, *social media marketing*, dan CRM, harus men-*tag* anggota *graphic designer* untuk mengetahui siapa yang dapat mengerjakan konten tersebut. Anggota yang di *tag*, akan muncul pada kolom "MEMBERS". Jadi, sebagai *graphic designer internship*, tidak semua pekerjaan *graphic designer* dapat penulis kerjakan.



Gambar 3.5 Tag Tugas *Graphic Designer* Internship Pada Aplikasi Trello Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

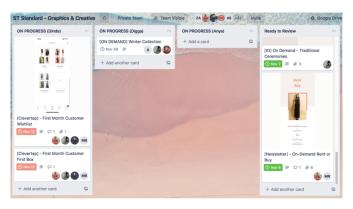


Gambar 3.6 Tag Tugas Senior *Graphic Designer* Pada Aplikasi Trello Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Setelah tugas di tag untuk graphic designer, akan ada notifikasi bagi graphic designer yang di tag dengan masing-masing "DUE DATE" yaitu deadline penyelesaian pekerjaan. Setelah itu, graphic designer akan mengambil kartu yang sudah di tag, dan meletakkannya pada deck mereka yaitu "ON PROGRESS" (Nama)". Deck graphic design sangat penting untuk mengetahui apa yang sedang masing-masing anggota sedang kerjakan. Karena jika salah satu dari anggota ada yang berhalangan atau tidak dapat melakukan revisi, anggota graphic designer yang lain dapat membantu. Setiap deck dilengkapi dengan link Google Drive dan dengan folder working files, agar disaat anggota yang lain ingin melanjutkan tugas salah satu graphic designer yang terbengkalai, dapat dilanjutkan melalui file mentah nya (working files). Setelah anggota graphic designer menyelesaikan tugas yang telah diberikan, kartu pekerjaan pada deck graphic designer yang sudah di selesaikan akan di pindahkan pada deck "Ready to Review". Dimana dalam deck tersebut visual yang sudah anggota graphic designer kerjakan, akan di ulas dan di check oleh divisi yang memberikan kartu pekerjaan (CRM, social media marketing, dan content strategist) pada anggota graphic designer.

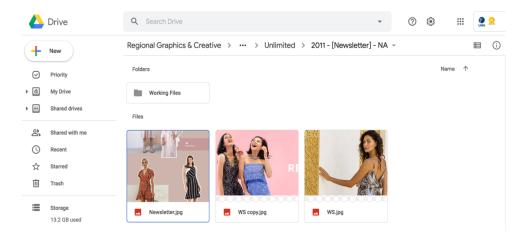
Sebagai *graphic designer intern*, jika penulis telah meletakan kartu pekerjaan pada *deck* "*Ready to Review*", tidak hanya divisi yang memberikan pekerjaan, sebelum itu, desain yang sudah penulis kerjakan akan terlebih dahulu di ulas, dan di revisi oleh senior *graphic designer*. Apabila desain sudah di revisi,

ataupun disetujui, kartu pekerjaan penulis pada *deck* "*Ready to Review*" akan di pindahkan ke *deck* tanggalan, yang akan di pindahkan sesuai dengan "*DUE DATE*" yang telah di tetapkan, yang artinya hasil visual atau desain telah dapat di gunakan atau di publikasikan.



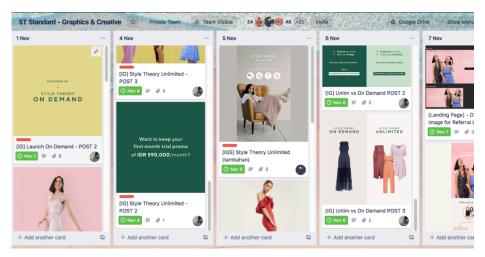
Gambar 3.7 Deck Trello Graphic Designers

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019



Gambar 3.8 Google Drive Regional Graphic & Creative

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019



Gambar 3.9 Deck Trello Tanggalan

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 20

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Masa Magang

Minggu	Proyek	Keterangan
1	New Arrivals (koleksi pakaian baru)	 Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO) New Arrivals. SMO terdiri dari Instagram Stories (GIF), dan banner Facebook. Membuat konten untuk CRM, yaitu newsletter dan banners pada e-mail.

	Referral Race Graphic New Arrivals (koleksi pakaian baru)	 Membuat konten CRM, yaitu newsletter dan banners pada e- mail. Membuat konten Social Media Optimization (SMO) New Arrivals. SMO terdiri dari Instagram stories (GIF), Instagram post, dan banner Facebook. Membuat konten untuk CRM, yaitu newsletter dan banners
2	#OOTD Contest	 Membuat konten untuk SMO yaitu Instagram stories untuk Style Theory #OOTD Contest. Membuat Ilustrasi bertemakan #OOTD untuk konten SMO yaitu Instagram stories.

			Membuat konten
		•	
			untuk Social Media
			Optimization (SMO)
			New Arrivals. SMO
			terdiri dari Instagram
	New Arrivals (koleksi pakaian		stories (GIF),
	baru)		Instagram post, dan
			banner Facebook.
3		•	Membuat konten
			untuk CRM, yaitu
			newsletter dan banners
			pada e-mail.
		•	Membuat konten
			Community Event
	Community Event		(Floralgrotesk) untuk
			CRM, yaitu newsletter
			pada e-mail.
		•	Membuat konten
			untuk Social Media
			Optimization (SMO)
			New Arrivals. SMO
			terdiri dari Instagram
4	New Arrivals (koleksi pakaian		stories (GIF),
4	baru)		Instagram post, dan
			banner Facebook.
		•	Membuat konten
			untuk CRM, yaitu
			newsletter dan banners
			pada e-mail.
			-

Dress Up For	•	Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari Instagram stories (GIF) dan beberapa Instagram post.
Personal Stylist	•	Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari Instagram stories (GIF).
3 Reasons Why You Should Dress Up	•	Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari Instagram stories (GIF) dan beberapa Instagram post.

	New Arrivals (koleksi pakaian baru)	 Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO) New Arrivals. SMO terdiri dari Instagram stories (GIF), Instagram post, dan banner Facebook. Membuat konten untuk CRM, yaitu newsletter dan banners pada e-mail.
5	Milan Fashion Week	Membuat kepentingan Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari Instagram stories (GIF) dan beberapa Instagram post.
	Concert Illustration	Membuat sebuah ilustrasi bertemakan konser untuk kebutuhan konten pada Facebook Ads.

6	New Arrivals (koleksi pakaian baru)	 Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO) New Arrivals. SMO terdiri dari Instagram stories (GIF), Instagram post, dan banner Facebook. Membuat konten untuk CRM, yaitu newsletter dan banners pada e-mail.
	Community Event	Membuat konten Community Event (Natural Indigo Workshop) untuk CRM, yaitu newsletter pada e-mail.

		T _	Manaland
		•	Membuat konten
			untuk Social Media
			Optimization (SMO)
			New Arrivals. SMO
			terdiri dari Instagram
	New Arrivals (koleksi pakaian		stories (GIF),
	baru)		Instagram post, dan
			banner Facebook.
		•	Membuat konten
			untuk CRM, yaitu
			newsletter dan banners
			pada e-mail.
7		•	Membuat konten
	How Would You Wear It		untuk Social Media
			Optimization (SMO).
			SMO terdiri dari
			Instagram stories
			(GIF) dan beberapa
			Instagram post.
		•	Membuat konten
	Friend Referral		untuk Social Media
			Optimization (SMO).
			SMO terdiri dari
			Instagram stories
			(GIF).
8		•	Membuat konten
	New Arrivals (kaleksi naksien		untuk Social Media
	New Arrivals (koleksi pakaian baru)		Optimization (SMO)
			New Arrivals. SMO
			terdiri dari Instagram
<u> </u>			

		stories (GIF),
		Instagram post, dan
		banner Facebook.
		Membuat konten
		untuk CRM, yaitu
		newsletter dan banners
		pada e-mail.
		Membuat konten
	Cleanliness Guaranteed	untuk CRM, yaitu
	Cleaminess Guaranteed	Clevertap pada
		aplikasi.
		Membuat konten
		Community Event
		untuk CRM, yaitu
		Clevertap pada
		aplikasi.
		Membuat konten
	Community Event	Community Event
		untuk SMO, yaitu
		Instagram stories
		(GIF).
		Membuat Banner
		Community Event
		(FITCO) untuk CRM

Bioderma Promo	•	Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari Instagram stories (GIF) dan Instagram post. Membuat ilustrasi selutuh produk Bioderma untuk keperluan promo pada SMO
Next Day Delivery	•	Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari Instagram stories (GIF). Membuat ilustrasi yang bertemakan delivery

		Membuat konten
		untuk Social Media
		Optimization (SMO)
		New Arrivals. SMO
		terdiri dari Instagram
		stories (GIF),
		Instagram post, dan
	New Arrivals (koleksi pakaian	banner Facebook.
	baru)	Membuat konten
		untuk CRM, yaitu
		newsletter dan banners
		pada e-mail.
		Membuat konten
9		untuk CRM, yaitu
		Clevertap in-app dan
		push notifications.
		Membuat konten
		Community Event
	Community Event	untuk CRM, yaitu
		newsletter pada e-
		mail.
		Membuat konten
		untuk Social Media
	Piodorma Promo (2nd Vorgion)	Optimization (SMO).
	Bioderma Promo (2 nd Version)	SMO terdiri dari
		Instagram stories
		(GIF).
1	1	i e

	Weekend Getaway	Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari beberapa Instagram post.
	Quiz's Results	Membuat konten hasil Style Theory quiz untuk CRM, yaitu beberapa banner pada aplikasi.
10	New Arrivals (koleksi pakaian baru)	 Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO) New Arrivals. SMO terdiri dari Instagram stories (GIF), Instagram post, dan banner Facebook. Membuat konten untuk CRM, yaitu newsletter dan banners pada e-mail. Membuat konten untuk CRM, yaitu Clevertap in-app dan push notifications.

	Community Event	 Membuat konten Community Event (FITCO Refresh) untuk CRM, yaitu Clevertap. Membuat konten Community Event (FITCO Refresh) untuk SMO, yaitu Instagram story.
	Designer Highlight – CDC The Label	Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari Instagram stories.
	Staff Picks	 Membuat konten untuk Social Media Optimization (SMO). SMO terdiri dari Instagram stories. Mengedit dan meretouch foto untuk kepentingan konten Staff Picks.
11	Style Theory Indonesia's IG Highlight	Membuat beberapa ilustrasi untuk highlight IGS icon pada instagram @styletheoryid

		•	Membuat konten
	New Arrivals (koleksi pakaian baru)		untuk Social Media
			Optimization (SMO)
			New Arrivals. SMO
			terdiri dari Instagram
			stories (GIF),
			Instagram post, dan
			banner Facebook.
		•	Membuat konten
			untuk CRM, yaitu
			newsletter dan banners
			pada e-mail.
		•	Membuat konten
			untuk CRM, yaitu
			Clevertap in-app dan
			push notifications.
	Adopt Don't Shop (Event)	•	Memilah baju-baju
			untuk keperluan event
			Adopt Don't Shop
			sesuai dengan shift
			yang sudah di sepakati
			bersama tim
			marketing, di Style
			Theory warehouse.

12		•	Membuat konten
12			
			untuk Social Media
			Optimization (SMO)
			New Arrivals. SMO
			terdiri dari Instagram
			stories (GIF),
			Instagram post, dan
	New Arrivals (koleksi pakaian		banner Facebook.
	baru)	•	Membuat konten
			untuk CRM, yaitu
			newsletter dan banners
			pada e-mail.
		•	Membuat konten
			untuk CRM, yaitu
			Clevertap in-app dan
			push notifications.
		•	Memilah baju-baju
			untuk keperluan event
			Adopt Don't Shop
			sesuai dengan shift
			yang sudah di sepakati
			bersama tim
	Adopt Don't Shop (Event)		marketing, di Style
			Theory warehouse.
		•	Membuat peta yang
			mengarahkan jalan
			dari lobby mal hingga
			ke kantor Style
			Theory.
			-

12		•	Membuat konten
			untuk Social Media
	Novy Amiyala (halaksi nalvaisa		Optimization (SMO)
			New Arrivals. SMO
			terdiri dari Instagram
			stories (GIF),
			Instagram post, dan
			banner Facebook.
		•	Membuat konten
	New Arrivals (koleksi pakaian		untuk CRM, yaitu
	baru)		newsletter dan banners
			pada e-mail.
		•	Membuat konten
			untuk CRM, yaitu
			Clevertap in-app dan
			push notifications.
		•	Membuat Designer
			Banners untuk
			aplikasi.
	Java Virtual Machine Meet Up	•	Mambuat poster untuk
			keperluan Java Virtual
			Machine Meet Up.

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

kegiatan penulis selama pelaksanaan kerja magang, hampir semua melingkupi pekerjaan yang berhubungan dengan media promosi dan informasi seperti, Facebook ads, *newsletter* untuk *e-mail*, *social media optimization* seperti informasi koleksi terbaru Style Theory pada Instagram, promo-promo pada Instagram, *banner* untuk *website*, membuat *maps* (penunjuk jalan) untuk *event* yang diselenggarakan oleh Style Theory dan masih banyak lagi. Penulis juga dipercayakan untuk

membuat hampir seluruh ilustrasi yang diperlukan tim konten dan tim desain, hingga menarik perhatian dan mendapat apresiasi pada saat meeting dari pihak Style Theory Singapura. Semua pekerjaan penulis tentunya tidak terlepas dari dari pengawasan serta bimbingan dari senior *graphic designer*.



Gambar 3.10 Meja Kerja Penulis Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Setiap tugas dan pekerjaan yang penulis lakukan mempunyai proses pelaksanaan yang berbeda-beda bergantung pada konten dan kebutuhan, serta waktu untuk mengerjakan tugas. Berikut merupakan proses pelaksanaan 3 pekerjaan terbaik yang sudah penulis selesaikan selama melaksanakan program kerja magang di Style Theory:

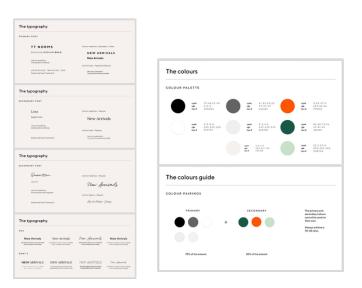
3.3.1.1. Perancangan Konten *New Arrivals* untuk Kepentingan SMO dan CRM

Konten *New Arrivals* merupakan konten yang terus berjalan setiap minggunya. Setiap hari Rabu, Style Theory mengeluarkan koleksi baru, dan

menginformasikan kepada audiens melalui konten dari SMO dan CRM, bahwa pada hari tersebut sedang ada koleksi pakaian terbaru. Konten SMO berfokus pada sosial media yaitu konten untuk Instagram dan Facebook. Sedangkan kontan CRM, berfokus pada *newsletter e-mail*, yang berisikan informasi tentang hadirnya koleksi pakaian terbaru, dan akan dikirimkan setiap hari Rabu kepada *subscribers* Style Theory Indonesia. Selama melakukan proses kerja magang, setiap minggu, penulis ditugaskan untuk mengerjakan *New Arrivals*.

-Creative Brief

Brief yang diberikan kepada penulis adalah penulis mengeksplor sebebas-bebasnya kreatifitas yang akan di tuangkan pada karya. Tetapi, desain tetap dalam ketentuan design principles Style Theory. Yaitu dengan dominan warna-warna yang sudah di tentukan pada colours guide, ataupun warna asli pada background photoshoot, hanya menggunakan 2 font yang sudah di tentukan dalam ketentuan pada typography guide, dan desain yang minimalis, tetapi tetap feminim, dan modern. Tak lupa, setiap Instagram stories baiknya di buat dengan format GIF agar lebih menarik.



Gambar 3.11 Typography and Colors Guide

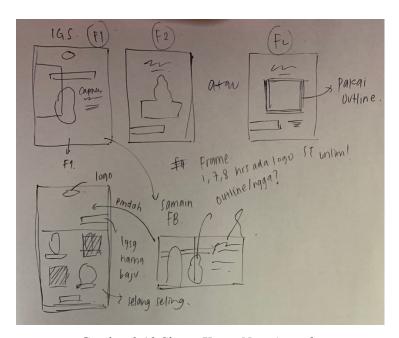
Sumber: Style Theory Assets

-Brainstorming dan Konsep

Setelah mendapat *brief* dan memahami *brief*, penulis kemudian melakukan *brainstorming*, untuk mempermudah tahap pengerjaan selanjutnya. Hal pertama kali penulis lakukan adalah merancang layout. Karena selama ini penulis tidak pernah membuat desain yang minimalis, hal tersebut merupakan tantangan yang menarik dan ternyata, membuat desain minimalis lebih sulit untuk di *layout*. Penulis mencari inspirasi dan referensi yang cocok. Penulis mencari referensi melalui Pinterest.

-Sketch

tahap selanjutnya yang penulis lakukan ada membuat sketsa layout untuk Instagram stories, newsletter, dan Facebook. Setelah sketsa kasar sudah merasa yakin, penulis akan mencoba memindahkan layout pada sketsa kasar ke sketsa digital.

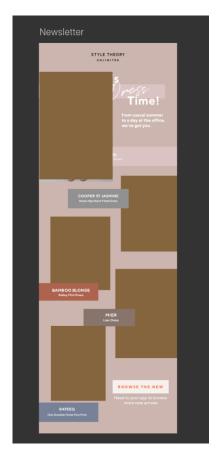


Gambar 3.12 Sketsa Kasar New Arrivals

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

-Digital

setelah merasa yakin dengan sketsa kasar yang sudah penulis buat, penulis membuat *layout* digital dan mengatur layout hingga sedimikian rupa. Menggunakan *Adobe Photoshop*. Seluruh aset yang penulis gunakan merupakan asset dari Style Theory sendiri yaitu, foto, logo, dan *icon* panah. Penulis hanya perlu membuat *layout* dari nol dan mengembangkannya sendiri. Proses pertama yang penulis lakukan adalah *layouting* foto-foto yang ada. Karena peletakan foto sangat penting. Kedua, memasukkan dan peletakan nama dari *item* dan *designer*. Biasanya yang penulis lakukan adalah membuat kotak-kotak sesuai dengan ukuran yang penulis tetapkan, agar foto dapat langsung di *clipping mask*.

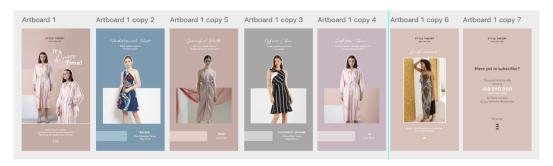


Gambar 3.13 Sketsa Digital Newsletter

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

-Revisi

Setelah merasa yakin dengan layout yang penulis buat, penulis menyerahkan tugas untuk segera di *review* oleh senior *graphic designer*. Karena merasa kurang mencerminkan Style Theory, desain dianggap kurang mewah, dan desain terasa sangat komersil, pada akhirnya penulis di berikan waktu untuk revisi beberapa tugas.



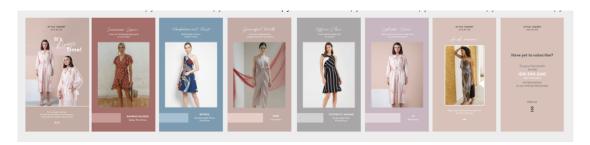
Gambar 3.14 Hasil Awal Instagram Stories

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

Pihak senior *graphic designer* merasa bahwa *outline* putih di sekitar gambar sangat mengganggu dan kurang estetik untuk dilihat. Pada akhirnya, penulis merevisi seluruh pekerjaan yang perlu di revisi.

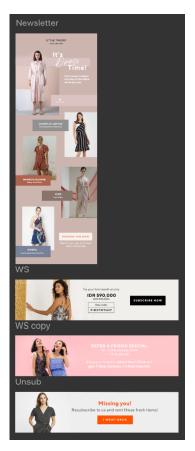
-Final Design

Berikut merupakan hasil akhir dari konten SMO *New Arrivals* Instagram stories yang sudah melewati tahap revisi dan publikasi.



Gambar 3.15 Hasil Akhir Instagram Stories

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019



Gambar 3.16 Hasil Akhir Newsletter dan Banners Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019



Gambar 3.17 Hasil Akhir Banner Facebook Sumber: Dokumentasi Pribadi, 201

3.3.1.1. Perancangan Konten *Banner Quiz's Results* pada Aplikasi Style Theory

Style Theory Quiz merupakan salah satu konten yang di buat untuk menarik perhatian pelanggan. Dalam Style Theory Quiz, kita dapat menjawab beberapa pertanyaan pilihan baju yang disediakan sesuai dengan occasion yang ditentukan. Dari pilihan baju yang sudah kita pilih, hasil *quiz* akan terpampang, dan kita dapat mengetahui *personal style* yang kita miliki. Pertanyaan yang sudah di setting pada sistem, tidak lagi memerlukan desain visual, tetapi hasil dari quiz berupa Clevertap banner yang dapat di desain agar terlihat lebih menarik.

-Creative Brief

Brief yang diberikan kepada penulis adalah penulis mengeksplor sebebas-bebasnya kreatifitas yang akan di tuangkan pada karya. Tetapi, desain tetap dalam ketentuan design principles Style Theory. Yaitu dengan dominan warna-warna yang sudah di tentukan pada colours guide, ataupun warna asli pada background photoshoot, hanya menggunakan 2 font yang sudah di tentukan dalam ketentuan pada typography guide, dan desain yang minimalis, tetapi tetap feminim, dan modern. Pada setiap pakaian yang ditampilkan hendaknya menuliskan nama designer pada setiap baju.

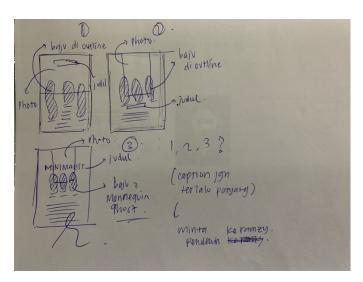
-Brainstorming dan Konsep

penulis melakukan *brainstorming* yang pertama-tama adalah memanfaatkan satu *banner* dengan banyak informasi. Penulis ingin memperlihatkan pada pelanggan bahwa mereka dapat menggunakan pakaian dengan model seperti ini, dan itu. Pemikiran yang terlintas pada pikiran penulis adalah bagaimana pelanggan dapat melihat hasil *quiz*, dengan beberapa pilihan baju yang mencerminkan *personal style* mereka, dan tetap memahami model baju yang seperti apa yang cocok untuk mereka.

Seperti contohnya, *minimalist*, yang terlintas pada pikirian kebanyakan orang tentu *simple*, kosong, dan membosankan. Tetapi, jika digali lebih dalam, dan memperlihatkan visual pakaian yang di anggap dalam kategori *minimalist*, penulis berharap bahwa pelanggan dapat lebih mengerti bahwa *minimalist* bukan hanya sesuatu yang membosankan, dan kosong. Melainkan dapat berupa pakaian yang berwarna namun, geometris, ataupun pakaian dengan warna *color blocking*, dan lain-lain.

-Sketch

Tahap selanjutnya yang penulis lakukan ada membuat sketsa *layout* dan konsep untuk *banner* yang akan penulis buat. Penulis merasa, memanfaaatkan aset foto yang diberikan merupakan langkah yang tepat. Setelah sketsa kasar sudah merasa yakin, penulis akan mencoba memindahkan *layout* pada sketsa kasar manual ke sketsa digital.



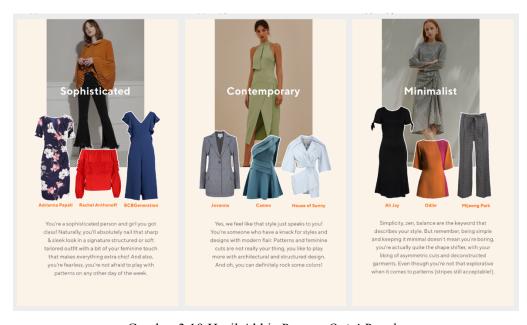
Gambar 3.18 Sketsa Kasar *Banner Quiz' Results*Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

-Digital

Setelah merasa yakin dengan sketsa kasar yang sudah penulis buat, penulis mulai membuat hasil *digital*. Setelah berkutat dengan *layout*, dan proporsi pada teks dan gambar, akhirnya penulis berhasil membuat hasil akhir visual dari konten Clevertap *Banner Quiz's Results* tanpa revisi, yang artinya sudah di *approved* oleh senior *graphic designer* dan team CRM untuk di publikasikan.

-Final Design

Berikut merupakan hasil akhir dari konten Clevertap *Banner Quiz's Results* yang sudah melewati tahap publikasi.



Gambar 3.19 Hasil Akhir Banner Quiz' Results

Sumber: Dokumen Pribadi, 2019

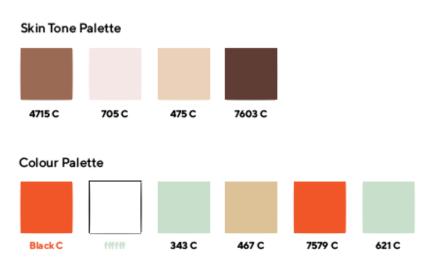
3.3.1.1. Perancangan Ilustrasi *Icon Highlight* pada Instagram @styletheoryid

Instagram mempunyai fitus *highlight* yang dapat memungkinkan kita menyimpan Instagram stories yang sudah kita *share*, maupun yang akan di *share* untuk di kumpulkan menjadi satu memori yang di sebut *highlight*.

Setiap highlight, dapat kita beri judul, dan *highlight* merupakan fitur yang bisa sangat berguna bagi para pengguna Instagram di dunia terlebih dalam sebuah Instagram bisnis. Banyak Instagram user yang memperindah tampilan profile mereka, salah satunya dengan menghias cover *highlight* mereka. Instagram resmi @styletheoryid, selalu berupaya untuk terus menampilkan yang terbaik, dengan selalu meng-update profile Instagram dan tampilan Instagram mereka demi menarik audiens. Penulis dipercayakan membuat illustrasi icon untuk Instagram highlight akun resmi Style Theory Indonesia.

-Creative Brief

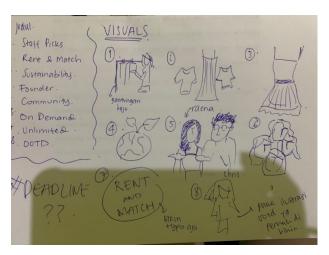
Penulis di berikan *brief* dan referensi ilustrasi dari Style Theory Singapura, agar tidak melenceng jauh dari konsep sesama Style Theory. Yaitu dengan warna-warna khas Style Theory pada colours guide, dan ilustrasi yang terlihat dengan outline yang tegas, dan lebih terkesan cartoon, seperti free-hand drawing, dengan pewarnaan yang solid tanpa gradasi, dan tanpa detail. Diminta untuk mengerjakan 8 icon highlight Instagram disesuaikan dengan judul atau tema masing-masing.



Gambar 3.20 *Illustration' Color Guidelines*Sumber: Aset Style Theory

-Sketch

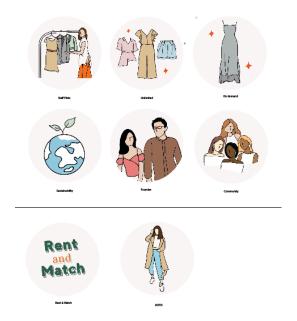
Penulis membuat sketch pada kertas berdasarkan creative brief ilustrasi yang sudah penulis pahami. Kemudian penulis men-sketch 8 permintaan icon highlight Instagram sesuai dengan judul atau tema yang diberikan. 8 judul tersebut adalah konten Staff Picks, Rent & Match, Sustainability, Founder, Community, On Demand, Unlimited, dan OOTD dari women of Style Theory.



Gambar 3.21 Sketsa Kasar *Icon Highlight* Instagram Style Theory
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

-Digital

Penulis mulai membuat sketsa digital. Penulis mengerjakan ilustrasi menggunakan pentab agar lebih leluasa mengerjakan vector. Setelah sehari mengerjakan ilustrasi tersebut, penulis merasa sudah yakin dengan hasil jadi ilustrasi yang sudah penulis buat. Lalu menyerahkannya kepada senior *graphic designer* untuk di *review*.

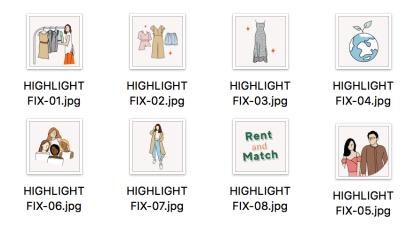


Gambar 3.22 Hasil Awal Ilustrasi *Icon Highlight* Instagram Style Theory
Sumber: Dokumentasi Pribadi

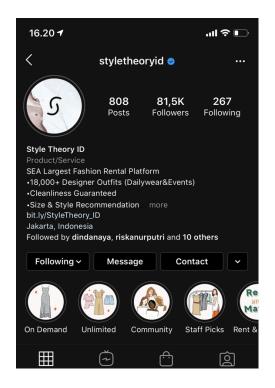
Setelah melihat-lihat dengan seksama, ternyata ada beberapa revisi dari senior graphic designer untuk diperbaiki. Senior graphic designer mengatakan bahwa, tubuh Raena pada *icon Founder* terlihat seperti terpotong, dan *icon* baju *On Demand* kurang terlihat mewah dan polos. Akibatnya, penulis segera melakukan revisi pada icn highlight Instagram tersebut.

-Final Design

Berikut merupakan hasil akhir dari konten Ilustrasi Icon Highlight Instagram Style Theory Indonesia yang sudah melewati tahap revisi dan publikasi. Penulis merasa senang dan bangga karena karya penulis dapat terpampang nyata pada akun resmi Instagram Style Theory Indonesia. Tidak hanya itu, karya penulis pun di apresiasi oleh anggota dari berbagai divisi. Untuk hasil akhir dan pengaplikasian dari ilustrasi icon highlight Instagram dapat dilihat melalui Instagram resmi Style Theory Indonesia, yaitu @styletheoryid



Gambar 3.23 Hasil Akhir Ilustrasi *Icon Highlight* Instagram Style Theory
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019



Gambar 3.24 Pengaplikasian *Icon Highlight* pada Instagram @styletheoryid Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

1.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan praktik kerja magang, tentu tidak terlepas dari kendalakendala yang ada. Adanya kendala tersebut berasal dari kendala pribadi. Pada minggu pertam penulis masuk, penulis merasa lingkungan kerja yang tidak begitu mendukung karena mungkin tidak pernah adanya mahasiswa/i magang di perusahaan, sehingga para senior juga tidak terlalu menghiraukan mahasiswa/i magang. Selain itu, pada awal minggu pertama penulis merasa masih ragu untuk mengeksplor kreatifitas, karena takut kreatifitas penulis melenceng dari brand perusahaan. Ditambah, penulis tidak pernah menggemari desain yang *minimalist*, dan hal tersebut merupakan hal yang cukup menantang. Pekerjaan terkadang menumpuk dengan deadline yang singkat. Tetapi penulis masih dapat mengatasinya.

1.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Tidak ada kendala yang tidak dapat terselesaikan. Setiap kendala mempunyai solusinya masing-masing. Dari kendala yang penulis alami, penulis mengambil solusi dengan mencoba lebih leluasa dan beradaptasi dengan lingkungan baru, membuat teman baru, belajar mengemukakan pendapat penulis di depan banyak orang. Kendala terakhir, penulis mengatasi dengan mencoba untuk lebih berani bereksplor, mencari dan melihat-lihat banyak referensi di internet, media sosial, dan di sekeliling penulis yang dapat di jadikan sebuah inspirasi. Belajar lebih giat dalam *layouting*, dan mendalami desain yang *minimalist*.