

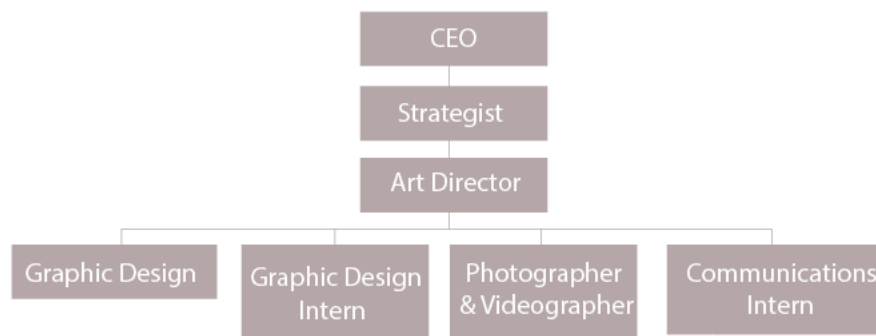
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut ini adalah penjelasan tentang kedudukan penulis dan koordinasi yang dijalankan selama praktik kerja magang di Mad for Makeup:

3.1.1. Kedudukan



Gambar 3.1. Struktur Kedudukan

Kedudukan penulis adalah sebagai *Intern Graphic Design* yang merancang berbagai keperluan tampilan visual dari perusahaan. Selama periode praktek kerja magang berlangsung, penulis bekerja secara langsung dengan CEO dan *Art director*. Penulis masuk ke dalam bagian divisi kreatif yang juga bekerja sama dengan *Communication Intern* saat membuat konten untuk sosial media Mad for Makeup. Penulis sering ditugaskan untuk membuat layout, desain untuk konten media sosial, *video editing*, dan berbagai kebutuhan *offset print*.

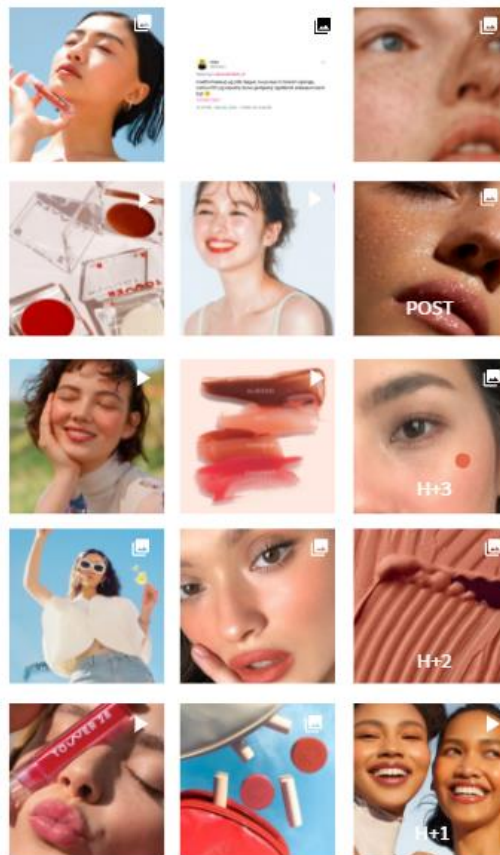
3.1.2. Koordinasi

Di Mad for Makeup, dalam melakukan proses pengerjaan desain terdapat alur koordinasi yang diterapkan oleh divisi kreatif. Untuk menghasilkan visual yang tertata rapih di media sosial, divisi kreatif bekerjasama dengan divisi *marketing* dalam menyiapkan ide konten untuk sebulan kedepan. Adapun konsep dan konten visual yang digunakan untuk keperluan di berbagai *platform* media sosial seperti instagram, dan tiktok.

Langkah pertama dalam menyiapkan pada proses ini yaitu pertemuan antara *Strategist* dengan semua divisi. Bagian *Strategist* akan mengumpulkan berbagai

ide dari semua divisi dan melakukan *brainstorming* tentang proyek yang akan dibuat. Selanjutnya *Strategist* bersama CEO akan memilih dan mempertimbangkan ide dan konsep yang paling sesuai. Ketika ide dan konsep sudah matang, maka bagian *Strategist* akan memberikan *briefing* kepada seluruh divisi untuk melakukan tugasnya masing-masing. Untuk divisi kreatif, *Strategist* akan melakukan *briefing* kepada *Art director* terlebih dahulu. Setelah *briefing* dilakukan, maka *Art director* akan membagi tugas kepada masing-masing desainer grafis dan juga membuat *Visual Calendar*.

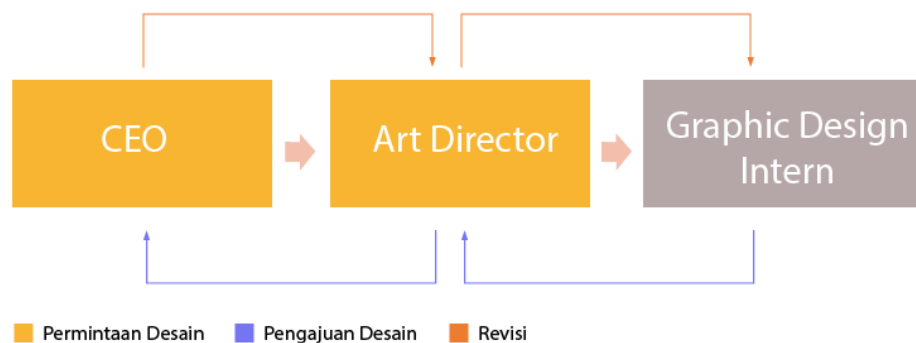
Visual Calendar dibuat berdasarkan rancangan konten instagram yang telah dibuat untuk sebulan kedepan. *Visual Calendar* juga berfungsi sebagai patokan dan apabila terdapat konten yang harus diubah, tetap dapat mempertimbangkan dari segi visual secara keseluruhan. Berikut ini adalah contoh *Visual Calendar* yang diberikan oleh *Art director* sebagai patokan hasil desain dan warna yang akan digunakan agar tetap dalam satu *tone* warna yang sama.



Gambar 3.2. Mad Instagram Calendar

Untuk segala kebutuhan *copywriting* yang diperlukan divisi kreatif dapat diakses melalui *Instagram Calendar* dalam bentuk *Google Spreadsheet* yang dikerjakan oleh divisi *marketing* dan *communication*. Selain itu dalam *Instagram Calendar* juga terdapat arahan visual untuk membantu desainer grafis dalam menentukan visual yang tepat untuk konten tersebut.

Pada tahapan mendesain, desainer grafis akan melakukan asistensi dan koordinasi dengan *Art director* serta melakukan *update progress* di aplikasi Asana. *Update progress* yang dilakukan berupa tahapan mengumpulkan referensi, *draft*, sketsa, revisi hingga *final* desain. Untuk proses asistensi dapat dilakukan juga melalui *whatsapp* atau saat pertemuan harian yang dilakukan divisi kreatif pada jam yang telah ditentukan. Setelah seluruh konten visual untuk bulan itu selesai dikerjakan, maka divisi kreatif akan meletakkannya dalam satu folder di drive yang dapat diakses oleh divisi lainnya, dan dilakukan pengecekan dari divisi *marketing* dan *communication*. Selanjutnya seluruh hasil desain *final* akan diunggah sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Untuk semua hasil desain harus diserahkan maksimal satu hari sebelum jadwal konten tersebut diunggah.



Gambar 3.3. Bagan Alur Koordinasi

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut ini merupakan beberapa penjelasan mengenai pengerjaan proyek desain yang penulis kerjakan selama praktik kerja magang.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	Desain Instagram Story	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain promo untuk produk yang terdapat di Sociolla. - Membuat <i>blush story template</i> untuk <i>repost story Rebels</i> yang menggunakan bloom <i>blush</i>. - Konten <i>quarantine</i> membuat story <i>interactive</i> yaitu tebak lagu tahun 90an. - <i>Teaser</i> produk <i>blush</i> dengan desain yang sama dengan feeds.
		Desain Instagram Feeds	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Teaser</i> produk <i>blush</i> berupa gambar punggung. - <i>Swatch</i> warna <i>blush</i> di berbagai <i>skintone</i>. - Desain <i>multiple</i> instagram post untuk <i>activation blush</i>. - <i>Repost</i> foto dari Rebels. - Kok Lentik produk UGC.
		Video Editing	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Blush activation : power powder test</i> - <i>Blush activation : 5s blend</i>. - Mengedit video dengan konten Mad <i>comment on bad reviews</i> (revisi sebanyak 4 kali)
		Edit Foto	<ul style="list-style-type: none"> - Edit 20 foto “Mad Potato” - <i>Retouch</i> foto untuk “Rebel Queen”.
		Launch <i>Product Dew+</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat 5 alternatif warna untuk <i>packaging dew+</i>
		Desain <i>Daily slips</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>draft</i> 3 alternatif desain untuk <i>daily slips</i> untuk <i>blush</i>. - Revisi sebanyak 3 kali.
		Mad Beauty <i>Campaign</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Repost</i> 5 story dari UGC Mad Beauty

			- Mad Beauty Tutorial : <i>how to get dewy sunkissed look.</i>
2	2	Desain Instagram Story	- Layout untuk desain filter <i>blush</i> di instagram story.
		Desain <i>Packaging</i> dan Produk	- Membuat layout desain <i>packaging</i> untuk <i>collaboration</i> Mad x Ramen Girl. - Membuat <i>mockup</i> dari desain <i>packaging</i> Mad x Ramen Girl.
		Video Editing	- <i>Color Grading</i> untuk konten <i>Power Powder Test.</i> - Mengedit video BTS dari <i>blush.</i>
		Launch <i>Product Dew+</i>	- Membuat 5 alternatif warna lagi untuk <i>packaging dew+</i>
		Mad Beauty Campaign	- Membuat logo Mad Beauty - Membuat Mad beauty <i>template</i> - Membuat desain instagram story untuk <i>giveaway.</i>
			- <i>Repost</i> foto Mad Beauty dari Rebels.
3	3	Instagram Feeds	- Membuat desain instagram post untuk <i>webinar Start Up Class.</i> - Membuat desain <i>repost</i> instagram untuk konten <i>fbeauty standard.</i>
		Instagram Story	- Membuat instagram story untuk <i>relaunch</i> produk Poreless - Membuat desain instagram <i>paid promote.</i>
		Relaunch Produk Poreless	- <i>Resize</i> video poreless at Sociolla ke 8 ukuran video. - Menambahkan <i>copywriting</i> di video poreless relaunch.
		Launch Produk Dew+	- Membuat 3 alternatif ide untuk desain <i>tube</i> dari Dew+

		Mad Beauty Campaign	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi untuk Mad Beauty Story Template - Shoot video untuk Mad Beauty Tutorial - Pitch 5 ide untuk konten video Mad Beauty. - Membuat desain <i>daily slips</i> untuk Mad Beauty.
4	4	Instagram Feeds	<ul style="list-style-type: none"> - Desain instagram post untuk <i>before after</i> pemakaian growcara. - Desain instagram post untuk konten <i>poreless proof</i>.
		Instagram Story	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat instagram story untuk promo <i>free</i> ratan bag. - Desain instagram story <i>poreless proof</i>.
		Mad Beauty Campaign	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Video editing</i> Mad Beauty Tutorial untuk di feeds instagram. - Story pengumuman <i>giveaway</i> Mad Beauty.
5	5	Instagram Feeds	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi konten growcara <i>proof</i>.
		Instagram Story	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain konten <i>this or that</i> untuk analisis Mad Visual. - Desain <i>instagram story template</i> untuk Poreless Videotron Location. - Desain <i>bundle</i> untuk produk dew.
		Mad Beauty Campaign	<ul style="list-style-type: none"> - Edit video Mad Beauty Tutorial by Victoria.
		<i>Booth</i> Sociolla	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari referensi untuk desain Sociolla <i>Booth</i>. - Membuat <i>draft</i> desain <i>booth</i> Sociolla.
		Shopee	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>collaterals</i> untuk <i>bundle</i>

			dew.
6	6	Instagram Story	- Revisi desain konten <i>this or that</i> untuk analisis Mad Visual.
		<i>Booth Sociolla</i>	- Digitalisasi desain <i>booth Sociolla</i> . - Revisi desain <i>booth Sociolla</i> . - Finalisasi dan <i>mockup</i> untuk desain <i>Booth Sociolla</i> .
		Launch Concealer	- Layout untuk <i>packaging</i> concealer - Menambah keterangan 9 warna <i>shades</i> dari concealer.
		<i>Box Packaging</i>	- Mencari referensi desain <i>box packaging</i> - <i>Draft</i> desain <i>box packaging</i> .
		Tiktok	- Mengubah ukuran konten video ke ukuran instagram story.
7	7	Instagram Story	- Membuat instagram story untuk model <i>search</i> - Membuat instagram story untuk <i>mention wardrobe</i> model. - Konten <i>quarantine dessert recommendation</i> .
		Launch Concealer	- Mencari model dengan 9 shades warna kulit yang berbeda.
		<i>Box Packaging</i>	- Revisi desain <i>box packaging</i> . - Finalisasi desain <i>box packaging</i> .
8	8	Instagram story	- Desain instagram story <i>bundle</i> Kok lentik dan Growcara. - Template <i>repost</i> story. - Konten <i>quarantine how to release stress</i> .
		Packshot	- Edit <i>packshot</i> untuk defect item. - <i>Packshot</i> di shopee
9	9	Instagram story	- Desain <i>test</i> Mad visual.

			- Video <i>test</i> Mad visual.
		Instagram post	- <i>Resize</i> ukuran UGC tiktok ke instagram post.
		Tiktok	- <i>Pitch</i> 3 ide konten tiktok.
		Our Beauty Blender	- <i>Pitch</i> 3 warna pantone untuk beauty blender.
10	10	Instagram feeds	- Membuat desain <i>repost</i> instagram untuk konten fbeauty <i>standard</i> .
		Mad x Ramen Girl	- Mencari referensi untuk desain <i>packaging</i> Mad x Ramen Girl. - Membuat desain <i>packaging</i> Mad x Ramen Girl. - Membuat <i>mockup</i> produk <i>acne patch</i> Mad x Ramen Girl
		Hightlight Instagram Cover	- Membuat <i>cover highlight</i> instagram Mad for Makeup.
11	11	Instagram story	- Membuat desain <i>story giveaway</i> Mad x Holika
		Launch Concealer	- Model search untuk warna <i>skintone</i> yang gelap
		Sociolla	- <i>Layout pricetag</i> produk Mad yang dijual di Sociolla
		<i>Photography Class</i>	- Latihan foto produk setelah mengikuti <i>Photography Class</i>

33. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan penjelasan mengenai perancangan dan pekerjaan yang dilakukan penulis selama melaksanakan praktik kerja magang.

3.3.1. Perancangan Kampanye Mad Beauty

Salah satu cara Mad for Makeup untuk tetap konsisten mendukung *self love* dan menghilangkan *beauty standard* di dunia kecantikan yaitu dengan membuat kampanye Mad Beauty. Kampanye ini bertujuan agar komunitas dari Mad for

Makeup yang disebut juga dengan *Rebels* menjadi lebih percaya diri dan berani mengekspresikan dirinya. Kampanye ini dapat diikuti dengan cara mengunggah foto atau video sekreatif mungkin yang menunjukkan *Mad beauty look* dengan menggunakan minimal satu produk dari Mad for Makeup. Pemenang dari kampanye Mad Beauty ini akan dipilih selama jangka waktu yang telah ditentukan dan juga akan mendapatkan hadiah menarik. Mad for Makeup juga menyediakan referensi video tutorial yang dapat diaplikasikan sesuai dengan kreatifitas masing-masing.

Tujuan lain dari kampanye ini yaitu agar audiens mengetahui ciri khas tampilan makeup dari Mad for Makeup yang dapat dibedakan dengan *brand* kosmetik lainnya. *Mad beauty look* sendiri merupakan tampilan makeup yang lebih ke arah *effortless*, *natural* dan *dewy*. Diharapkan dengan adanya kampanye ini juga dapat menaikkan *engagement* dari audiens Mad for Makeup serta mengajak semakin banyak orang ikut menggunakan produk dari Mad for Makeup.

3.3.1.1. Desain Brief

Setelah tujuan dan target yang ingin dicapai disampaikan oleh divisi *Strategist*, selanjutnya dibuat tim khusus yang bertanggung jawab atas kampanye ini diantaranya *Art director*, penulis selaku *Graphic Design Intern* dan juga salah satu intern dari divisi *Marketing*. Divisi *Strategist* juga memaparkan *timeline* dan eksekusi serta kebutuhan desain apa saja yang diperlukan untuk kampanye ini.

Sebelum rapat secara langsung dengan bagian eksekusi yaitu penulis selaku *Graphic Design Intern* dan salah seorang *Marketing and Communication Intern*, *Art director* sudah terlebih dahulu melakukan *meeting* dengan *Strategist* dan mempersiapkan Visual CBD (*Central Board Decision*). Dalam Visual CBD berisi konsep, visual *guideline*, dan pekerjaan harus dikerjakan oleh penulis. Konsep visual yang ingin disampaikan dalam kampanye ini yakni “*Empowered and Confident Rebel*”, lalu untuk *key visual value* yaitu *effortless* dan *light*. Adapun yang harus dibuat oleh penulis yaitu, *instagram story template*, pengumuman pemenang dari *giveaway* Mad Beauty, dan *daily slips* untuk setiap pembelian produk Mad for Makeup.



GENERAL VIBES

Empowered rebel girl with effortless and light makeup-looking good in casual outfit. The sun is shining brightly, make her confident boost up

Gambar 3.4. *General Vibes Mad Beauty*

3.3.1.2. Moodboard

Referensi sebelumnya sudah diberikan oleh *Art director* dalam bentuk *visual guideline* yang terdapat dalam Visual CBD. *Visual guideline* berisi berbagai keperluan yang dibutuhkan untuk membuat desain dari Mad Beauty berupa *moodboard*, *visual concept*, *key visual value*, *hashtag*, *color palette*, aset visual, dan pengaplikasian desainnya. Berikut ini adalah *moodboard* dari desain kampanye Mad Beauty :

MOODBOARD



Gambar 3.5. *Moodboard Mad Beauty*

Untuk mendukung keperluan desain lainnya, maka *Art director* juga menentukan gaya fotografi beserta referensi *color grading* dan *vibes* yang ingin ditampilkan.

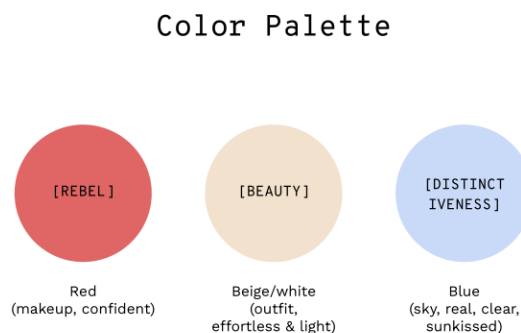


Gambar 3.6. *Photography Vibes*

Untuk *moodboard* dari Mad Beauty sendiri menggunakan gaya fotografi yang mengandalkan sinar matahari, dengan warna langit yang cerah. Lalu natural makeup dengan *outfit* yang digunakan yaitu *casual* dan *light*, seperti *outfit* berupa *sweatshirt*, *vest*, *puffy top*, *jenie top* dengan warna-warna netral agar lebih fokus dengan bagian makeup.

3.3.1.3. *Color palette*

Color palette yang digunakan yaitu warna merah, beige dan biru muda. Warna merah yang menunjukkan *makeup*, dan *confident*. Warna beige atau putih yang merupakan warna dari *outfit*, yang juga menggambarkan *effortless* dan *light*. Lalu biru muda yang menggambarkan *sky*, *clear* dan *sunkissed*.



Gambar 3.7. *Color palette*

Berikut ini merupakan kode warna beserta *color pantone* yang digunakan baik untuk keperluan desain secara digital maupun kebutuhan

offset print agar warna yang dihasilkan tetap sesuai dengan warna yang diinginkan.

Color (Graphic Works)

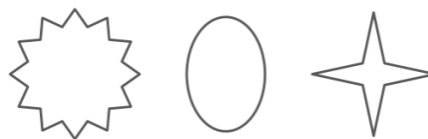


Gambar 3.8. Kode Warna

3.3.1.4. Elemen Visual

Selanjutnya yaitu aset visual yang dapat digunakan dalam desain Mad Beauty berupa bentuk *outline* dari bintang dan juga oval. Aset visual ini tidak wajib digunakan namun apabila desain masih terasa terlalu polos dapat menggunakan aset visual tersebut. Untuk *background* berwarna gelap dapat menggunakan warna putih dan untuk *background* terang dapat menggunakan warna hitam.

Shape



Gambar 3.9. Aset Visual

3.3.1.5. Tipografi

Typeface yang digunakan yaitu Ogg, Work Sans, dan juga Kepler. Untuk *bodytext* umumnya menggunakan font Work Sans karena lebih mudah dibaca, sedangkan untuk *heading text* atau judul dapat menggunakan font Ogg. Font Ogg ini merupakan font berbayar yang telah dibeli oleh Mad for Makeup melalui *website* penyedia font komersial. Disamping

menggunakan font Ogg, penulis juga dapat mengkombinasikan dua jenis font agar tidak terlalu monoton. Kombinasi font dapat dilakukan dengan mengkombinasikan font sans serif dan font serif.

Ogg Ogg Bold

Gambar 3.10. *Typeface* Ogg

Work Sans Light
Work Sans Medium

Gambar 3.11. *Typeface* Work Sans

Kepler Std Black Italic

Gambar 3.12. *Typeface* Kepler Std

3.3.1.6. Layout

Referensi dalam pengaplikasian elemen desain juga diberikan untuk membantu penulis dalam membuat berbagai kebutuhan desain yang diperlukan seperti contoh *layout text*, penggunaan warna gradien, dan menggunakan aset visual.



Gambar 3.13. Contoh Pengaplikasian Elemen Visual

3.3.1.7. Pengerjaan Desain Kampanye

1. Logo Mad Beauty

Pertama-tama, penulis membuat logo dari Mad Beauty sebagai identitas dari kampanye Mad Beauty. *Brief* yang diberikan yaitu membuat logo *wordmark* yang minimalis dengan menggunakan font yang sudah disediakan oleh Mad for Makeup. Kata kunci yang harus ada dalam logo tersebut yakni nama dari kampanye yaitu Mad Beauty dan juga *dewy and sunkissed* sebagai kesan tampilan makeup yang ingin ditonjolkan dalam kampanye ini. Setelah menerima *brief* tersebut, penulis membuat eksplorasi layout teks dengan menggunakan kombinasi *typeface* dan juga penggunaan elemen visual seperti yang sudah dijelaskan pada *visual guideline*. Penulis menambahkan aksesoris berupa bentuk oval agar terkesan lebih *playfull*. Berikut ini adalah beberapa alternatif logo yang diberikan oleh penulis :



Gambar 3.14. Alternatif Logo Mad Beauty

Setelah alternatif desain diberikan, maka tim kampanye Mad Beauty menentukan logo yang akan digunakan berdasarkan pertimbangan dari segi estetika, maupun pemilihan letak teksnya. Logo yang menggunakan font Ogg dan Work Sans akhirnya dipilih karena lebih terkesan minimalis. Selanjutnya berdasarkan saran dari *Art director*, penulis juga membuat aset visual berupa *hashtag* yang dapat digunakan sebagai *mandatory* dalam perancangan desain bersama dengan logo kampanye. Logo dapat digunakan dalam dua warna yaitu logo berwarna hitam untuk *background* yang terang, lalu logo berwarna putih untuk *background* yang gelap.



Gambar 3.15. *Final* Logo Mad Beauty

#EffortlesslyRebelBeauty

Gambar 3.16. Hashtag Mad Beauty

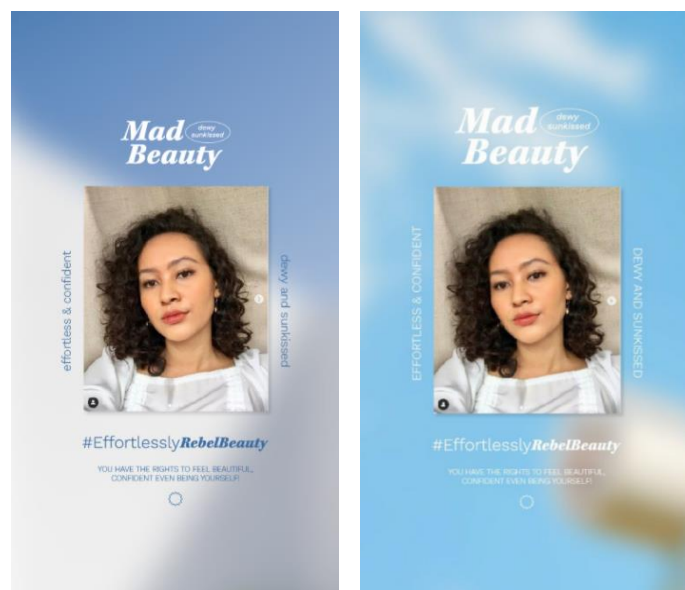
2. Instagram story template

Untuk menarik perhatian target audiens, maka dibuat *instagram story template* yang digunakan untuk merepost makeup look yang telah dibuat oleh para audiens yang mengikuti kampanye ini. *Brief* desain yang disampaikan untuk pembuatan *instagram story template* yakni mengacu pada *visual guideline* yang telah diberikan. Untuk *wording* yang harus terdapat pada *instagram template* ini sudah ditentukan oleh tim *Marketing*. Sebelumnya penulis membuat layout *template* yang akan dibuat.



Gambar 3.17. Draft Desain Template Story

Dan berikut ini merupakan *draft* beserta alternatif desain pertama yang diberikan oleh penulis setelah penambahan *background* dan *wording*:



Gambar 3.18. Alternatif Desain Template Story

Penulis membuat dua alternatif desain yaitu desain pertama dengan *background* yang lebih minimalis dan *background* kedua dengan warna yang lebih terang namun dengan konsep yang sama yaitu menggunakan efek blur pada *background*. Foto yang digunakan pada *background* menggunakan aset yang didapatkan dari *website* penyedia foto yang dapat digunakan secara gratis atau *free commercial used*. Untuk layout dari teks, penulis menggunakan layout yang sama yaitu menggunakan font sans serif agar dapat terbaca dengan jelas. Selain itu penulis juga menambahkan aset visual dari Mad Beauty di bagian bawah.

Setelah *draft* pertama diberikan, terdapat beberapa revisi yaitu terdapat *wording* yang diubah. Pada bagian sisi kanan kotak *repost*, tulisan diubah menjadi *mad beauty look*. Lalu untuk *background* template story menggunakan alternatif warna pertama yang terkesan lebih *simple* dan dapat terbaca dengan jelas teksnya. Selain itu desain kotak *repost* dibuat menjadi dua ukuran yaitu *repost* untuk ukuran instagram 1:1 dengan 1080 x 1080 px dan 4:5 dengan 1350 x 1080 px. *Final* desain template ini diberikan dalam bentuk file png agar dapat dengan mudah digunakan.



Gambar 3.19. *Final* Template Story

3. *Daily slips* Mad Beauty

Dalam setiap pengiriman produk, Mad for Makeup memberikan *daily slips* yang diletakkan di dalam *packaging*. Untuk menarik *customer* agar dapat mengetahui kampanye Mad Beauty, maka dibuat *daily slips* sebagai cara untuk mempromosikan kampanye dan mengajak *customer* untuk membagikan testimoninya ketika menggunakan produk dari Mad for Makeup. Dalam desain *daily slips* Mad Beauty terdapat keterangan yang memuat informasi tentang kampanye melalui scan barcode yang langsung mengarah ke *website* Mad for Makeup serta *wording* yang menjelaskan tentang *Rebels Community* dan kampanye Mad Beauty.

Daily slips akan dicetak di kertas Art Paper berukuran A6. Sebelumnya penulis membuat terlebih dahulu layout dari desain *daily slips* yang akan dibuat. Berikut ini merupakan desain layout yang telah dikerjakan penulis :



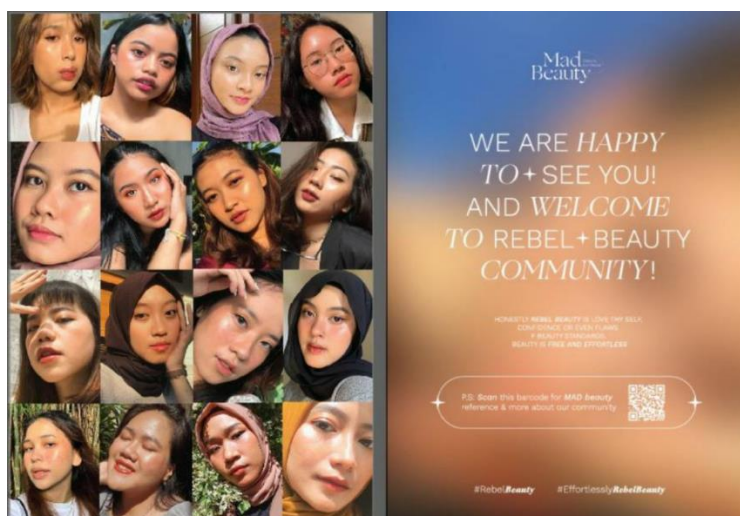
Gambar 3.20. Layout *Daily slips*

Setelah membuat layout, penulis melanjutkan ke proses penambahan *background* dan foto yang menggambarkan Mad Beauty. Untuk *background* pada teks masih menggunakan gambar yang edit dengan efek blur agar teks lebih mudah terbaca dan terlihat konsisten dengan desain Mad Beauty lainnya. Dan untuk aset foto pada *background* masih mengambil dari *website* yang menyediakan foto secara gratis. Lalu untuk foto model pada bagian depan *daily slips* menggunakan aset foto lama karena masih menunggu aset foto baru yang akan digunakan untuk Mad Beauty.



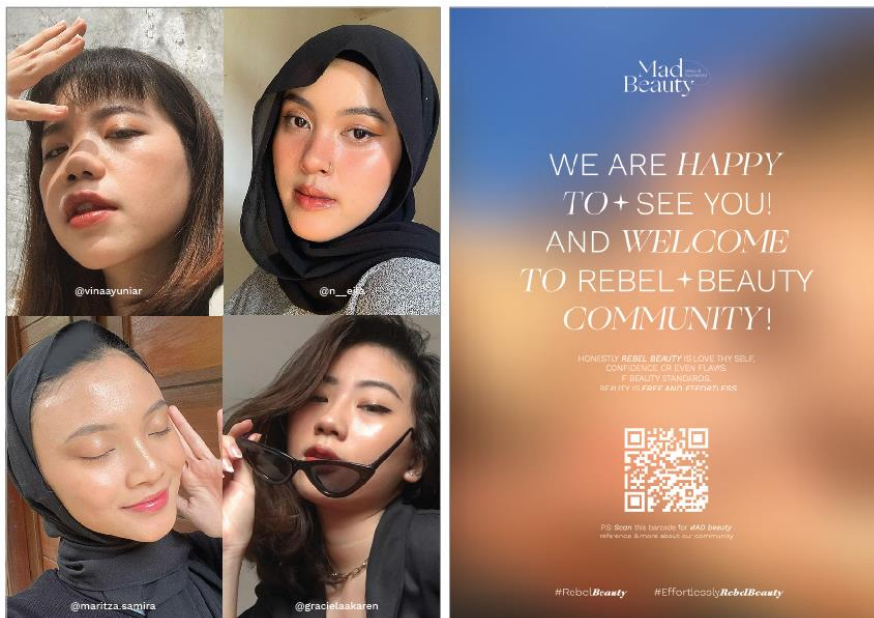
Gambar 3.21. Draft Daily slips

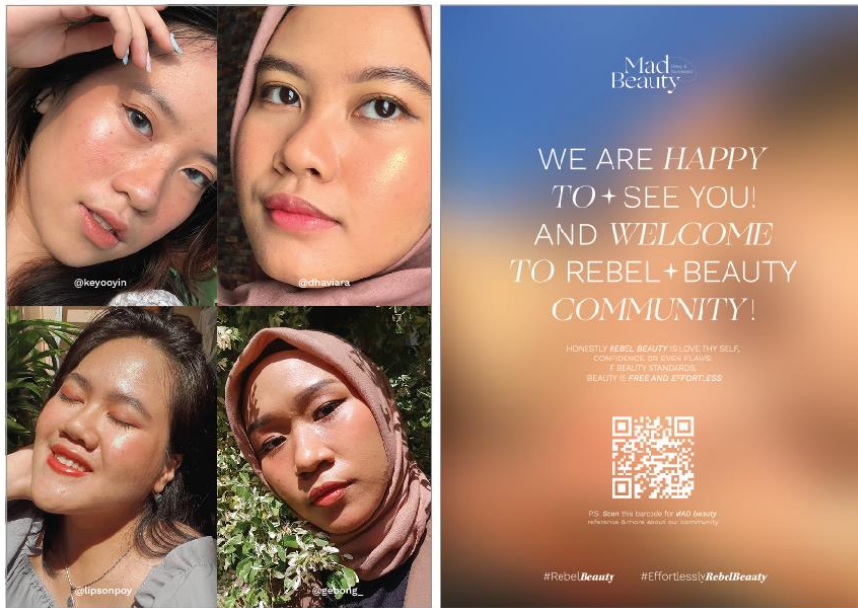
Selanjutnya, setelah melakukan *meeting* dengan tim kampanye Mad Beauty terdapat usulan dari tim *Strategist* untuk menggunakan foto-foto dari hasil tag instagram yang menggunakan hashtag Mad Beauty. Tujuannya agar lebih menunjukkan komunitas Mad for Makeup. Beberapa foto akhirnya dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu foto yang menggunakan cahaya matahari secara langsung dan makeup yang terlihat natural. Terdapat 16 foto yang terpilih dan sudah mendapatkan persetujuan dari pihak yang akan ditampilkan fotonya dalam *daily slips*. Selanjutnya penulis mengatur ulang foto-foto tersebut pada halaman depan *daily slips*. Selain itu penulis juga mengganti *background* dengan warna yang lebih cerah pada bagian belakang *daily slips* yang berisi teks.



Gambar 3.22. Revisi Desain

Setelah revisi *daily slips* diberikan, terdapat *feedback* pada bagian foto yang digabung yang terlihat terlalu penuh. Maka dari itu, dalam satu *daily slips* dibuat hanya dengan menggabungkan empat foto saja agar tidak terlihat terlalu penuh dan terdapat beberapa edisi foto yang berbeda. Hasil akhir desain dibuat ke dalam empat desain *daily slips* dan pada masing-masing foto diberikan nama instagram orang tersebut.





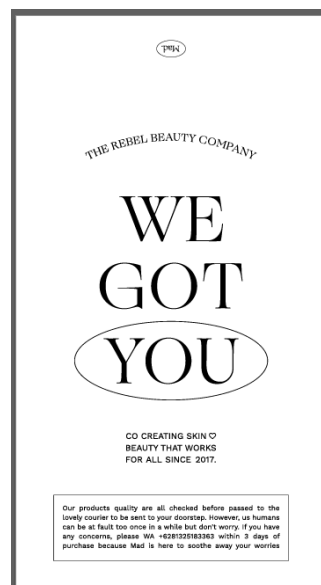
Gambar 3.23. Hasil Akhir Desain

3.3.2. Box Packaging

Untuk memberikan *experience* ketika membeli suatu produk ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya satu melalui *packaging* atau kemasan. Selain dilihat dari fungsinya, desain *packaging* juga penting untuk membuat konsumen tertarik membeli suatu produk. Dalam desain suatu *packaging* memuat keterangan produk, logo dari *brand* dan juga elemen desain lain seperti foto produk, ilustrasi dan sebagainya. Mad for Makeup juga ingin memberikan pengalaman menggunakan produk agar terkesan lebih premium. Desain dalam pembuatan *box packaging* masih menjadi kesatuan dengan rangkaian *packaging* lainnya dalam satu pengiriman.

3.3.3.1. Desain Brief

Desain dalam pembuatan *box packaging* masih menjadi kesatuan dengan rangkaian *packaging* lainnya dalam satu pengiriman. Berikut ini merupakan contoh *packaging* yang digunakan sebelumnya :



Gambar 3.24. Paper bag



Gambar 3.25. Tape

Box packaging yang akan dibuat menggunakan material karton dengan ukuran yang digunakan untuk *box packaging* ini yakni 19 x 12 cm. Untuk desainnya sendiri, ingin tetap terlihat minimalis dan menggambarkan Mad for Makeup. Warna yang dapat digunakan pada *packaging* juga terbatas pada warna hitam dan putih.

3.3.3.2. Referensi

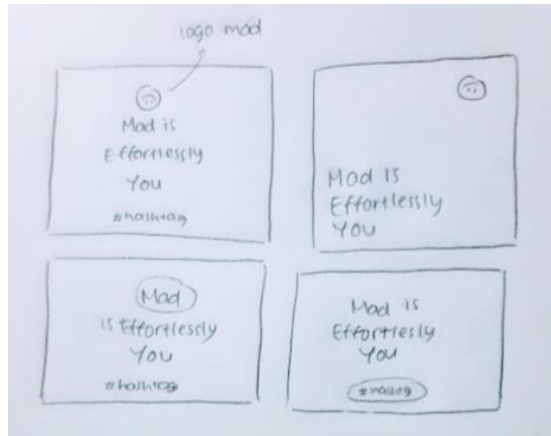
Setelah mendapatkan *brief* desain, penulis segera mencari referensi desain *box* sesuai dengan *brief* yang disampaikan. Referensi yang dipilih penulis banyak mengeksplorasi layout tulisan dan juga bentuk-bentuk yang minimalis. Dalam desain *box* juga dapat menambahkan *wording* berupa alamat, dan *icon* kode *packaging*.



Gambar 3.26. Referensi

3.3.3.3. Sketsa

Setelah mencari berbagai referensi, penulis membuat sketsa dari *box packaging* dengan beberapa alternatif penempatan tulisan dan elemen desain yang dapat digunakan. Untuk *wording* dalam desain *packaging* sudah ditentukan sebelumnya oleh tim *Marketing* dan *Strategist*. Penulis juga menambahkan variasi logo Mad for Makeup yang berbentuk *smile* terbalik. Beberapa sketsa yang telah dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut :



Gambar 3.27. Sketsa Layout

3.3.3.3. Draft

Tahap selanjutnya yaitu penulis membuat digitalisasi dari sketsa yang telah dibuat. Penulis menggunakan font yang digunakan dalam desain *packaging* lainnya yaitu Ogg dan Work Sans serta mengkombinasikan keduanya untuk mendapatkan desain yang menarik.



Gambar 3.28. Draft Alternatif Desain

3.3.3.4. Revisi Pertama

Setelah alternatif desain diberikan kepada *Art director*, terdapat beberapa *feedback* dan revisi yang harus diperbaiki oleh penulis. *Feedback* yang diberikan yaitu eksplorasi desain yang lebih *eye catching* dan menyarankan adanya keterangan tambahan selain memasukkan *wording*

yang ditentukan. Berikut ini adalah revisi tahap pertama yang telah dikerjakan oleh penulis dengan penambahan keterangan alamat dan kontak yang dapat dihubungi serta media sosial dari Mad for Makeup.



Gambar 3.29. Revisi Desain Pertama

3.3.3.5. Revisi Kedua

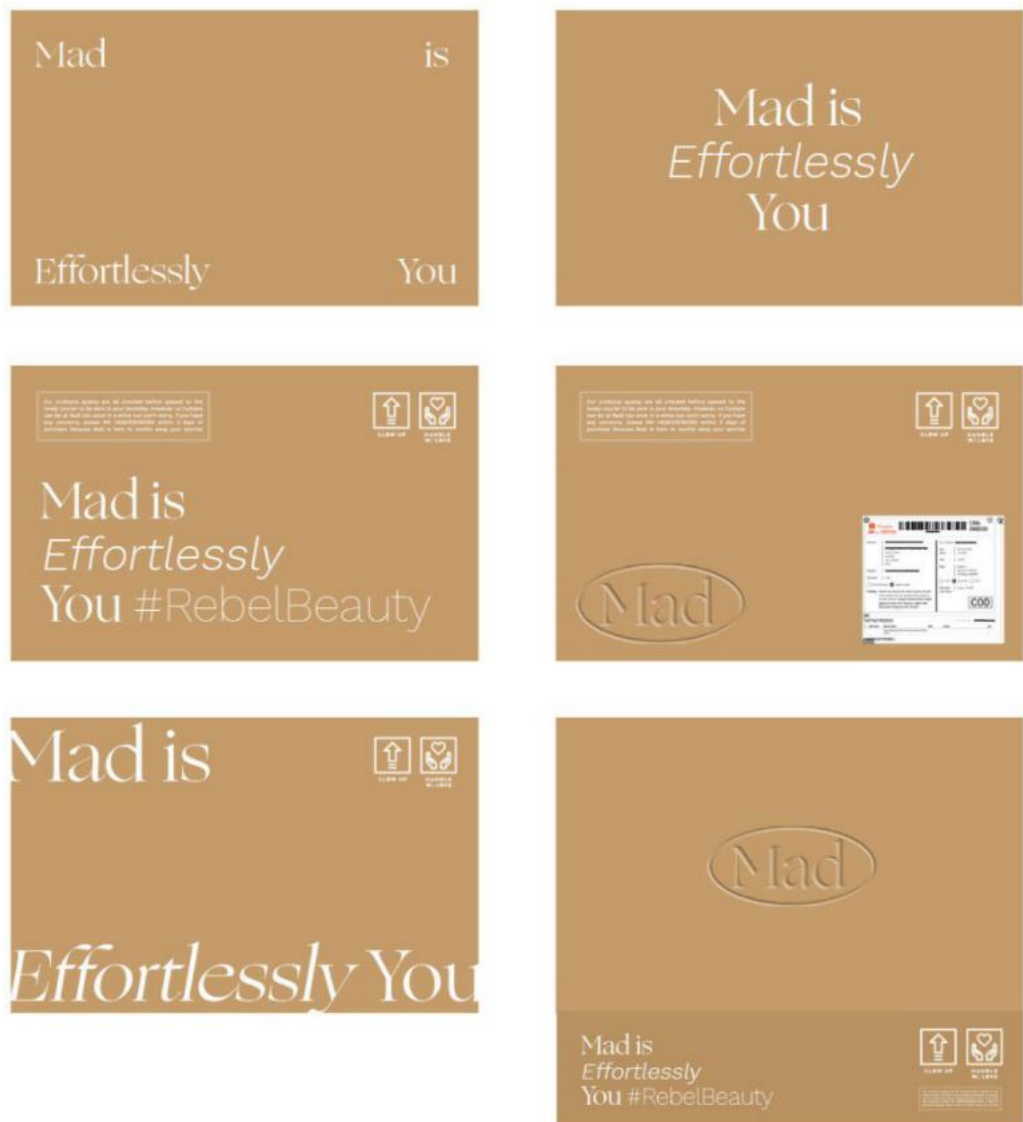
Pada desain revisi pertama, masih terdapat pertimbangan tulisan alamat yang berukuran kecil untuk meminimalisir tinta yang tidak rapih saat proses pencetakan. Maka dari itu, penulis disarankan untuk membuat desain alamat pada label pengiriman yang ditambahkan pada bagian depan desain *packaging*. Selanjutnya alternatif desain baru yang di berikan oleh penulis adalah sebagai berikut :



Gambar 3.30. Revisi Desain Kedua

3.3.3.6. Alternatif Desain Baru

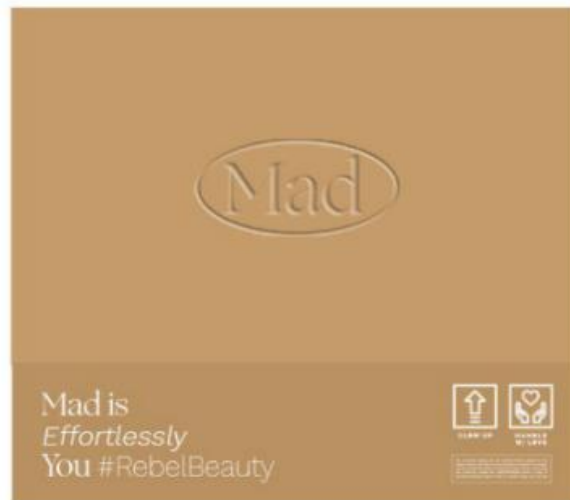
Setelah berbagai alternatif desain yang telah dikerjakan oleh penulis diberikan kepada CEO, desain yang telah dibuat masih belum memuaskan dan menjadi terlihat kurang minimalis. Akhirnya penulis membuat ulang desain *packaging* agar terlihat lebih minimalis. *Art director* juga menyarankan untuk membuat desain dengan menggunakan warna putih untuk bagian teks.



Gambar 3.31. Alternatif Desain Baru

3.3.3.7. *Final Desain*

Berdasarkan beberapa alternatif desain baru yang telah diberikan akhirnya terdapat satu desain yang dipilih untuk segera dieksekusi. Penulis membuat desain yang terpilih menjadi beberapa ukuran yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan menjadi tiga ukuran yaitu 15 x 7 x 5,2 cm, 13,5 x 7 x 5 cm serta 15 x 13 x 5,2 cm.



Gambar 3.32. *Final Desain*



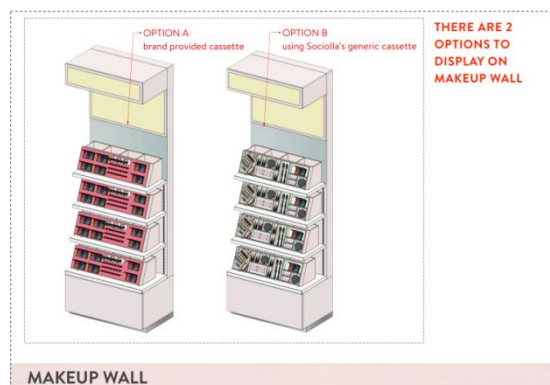
Gambar 3.33. *Box Packaging* yang sudah dicetak

3.3.3. Sociolla Booth

Untuk proyek selanjutnya, penulis berkesempatan untuk mengambil proyek membuat *display booth* Mad for Makeup yang akan ditempatkan di Sociolla Store Summarecon Mall Serpong. Mad for Makeup sendiri sudah memiliki beberapa *booth* untuk menjual produknya secara *offline* dengan tujuan memberikan pengalaman secara langsung kepada customer untuk dapat mencoba dan membeli langsung produk-produk dari Mad for Makeup. *Booth* Mad for Makeup yang bekerja sama dengan Sociolla diantaranya terdapat di Sociolla Lippo Mall Puri, Sociolla Store daerah Bali, dan beberapa *booth* lain yang sedang menyusul dalam pengerjaannya.

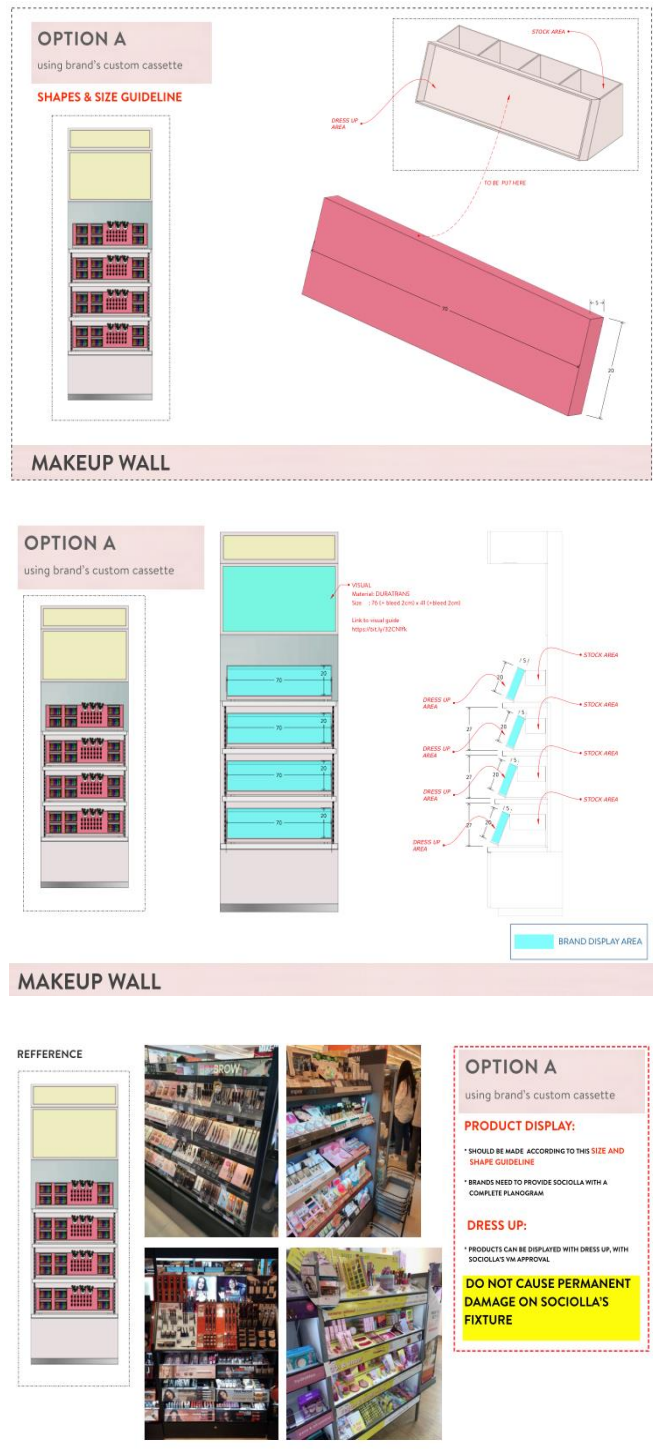
3.3.5.1. Desain Brief

Pemberian *brief* dilakukan sebelum proses pengerjaan yang disertai *meeting* dengan *Art director* agar penulis dapat lebih leluasa dalam bertanya apabila masih belum memahami hal-hal yang harus dilakukan. *Art director* juga melampirkan ketentuan design *booth* dari pihak Sociolla, yang berisi ukuran dari *product display*, penempatan *display product* dan dua opsi *makeup wall* yang ditawarkan oleh pihak Sociolla. Yang pertama yaitu menggunakan *display* yang dirancang sendiri oleh *brand* yang bersangkutan dan pilihan kedua yaitu *display* template yang telah disediakan pihak Sociolla. Opsi *makeup wall* yang dipilih yaitu menggunakan *product display* yang dibuat sendiri secara custom oleh Mad for Makeup. Lalu dalam pengerjaan *display booth*, pihak Sociolla memberikan jatah 4 *product display* dari Mad for Makeup yang akan diletakkan dalam satu *makeup wall*.



Gambar 3.34. Opsi *Display* Sociolla

Berikut ini adalah spesifikasi ukuran beserta referensi yang diberikan oleh pihak Sociolla, dan ketentuan yang harus diperhatikan dalam pembuatan *booth* ini.



Gambar 3.35. Ketentuan *Booth* Sociolla

Ukuran yang sesuai dengan ketentuan dari pihak Sociolla yakni untuk ketebalannya 5 cm, panjang 70 cm dan lebar 20 cm. Selain itu untuk tinggi antar levelnya masing-masing 27 cm sehingga ada sedikit ruang untuk mengambil stok yang diletakkan dibagian belakang *display*. Hal lain yang perlu diperhatikan yaitu *product display* yang dibuat tidak boleh menyebabkan kerusakan permanen pada area yang telah disediakan oleh Sociolla kepada masing-masing *brand* yang bekerja sama dengan Sociolla. Untuk itu, akan ada pihak dari Sociolla yang memberikan persetujuan apakah *booth* yang dibuat sudah sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh pihak Sociolla atau masih diperlukan adanya perubahan hingga akhirnya *booth* tersebut dapat difinalisasi.

Selain itu, pihak Sociolla juga memberikan permintaan tambahan agar Mad for Makeup membuat *booth* yang lebih menarik dan tidak terlalu minimalis seperti *booth* yang sebelumnya pernah dibuat. Contoh yang diberikan yaitu *booth* dari *brand* Jacquelle, yang menggunakan desain dengan edisi khusus dengan tema minnie mouse untuk gambaran eksplorasi yang dapat direalisasi dan sebagai referensi.



Gambar 3.36. Referensi *Display Brand* Jacquelle

3.3.5.2. Survei Contoh *Booth* Sociolla dan Kompetitor

Proses selanjutnya yaitu survei lapangan yang dilakukan di Sociolla *Store*. Survei ini dilakukan oleh *Art director* bersama dengan staff dari divisi *product development* dan divisi *marketing* untuk melihat referensi *makeup wall* yang ada di Sociolla *Store*. Survei dilakukan untuk melihat referensi jenis material yang dapat digunakan untuk pembuatan *product display* dan riset desain *product display* yang telah dibuat oleh kompetitor. Berikut ini

merupakan beberapa foto contoh desain *booth* kompetitor yang diambil oleh *Art director* di Sociolla Store.



Gambar 3.37. Referensi *Display* di Sociolla Store

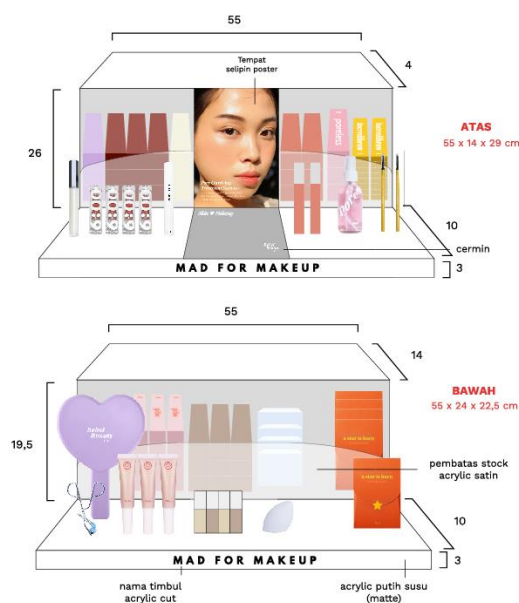
Berdasarkan hasil pengamatan penulis dari foto-foto survei yang diberikan, terdapat beberapa contoh peletakkan produk yaitu untuk highlight *product* yang diletakkan dibagian atas, lalu untuk level *display* produk lainnya disesuaikan dengan kategori dari masing-masing produk. Misalnya, dalam satu level *product display* dikhususkan untuk bagian mata lalu untuk level selanjutnya dikhususkan untuk bagian bibir. Selain itu dalam mengkategorikan produk juga dapat dilakukan dengan pemisahan kompartemen sehingga memudahkan customer dalam mencari produk yang diinginkan. Bentuk dari kompartemen sendiri juga disesuaikan dengan tujuan agar customer dapat mengambil produk dengan mudah. Selain itu masing-masing kompetitor juga membuat desain *product display* yang menggambarkan karakter dari *brand* tersebut.

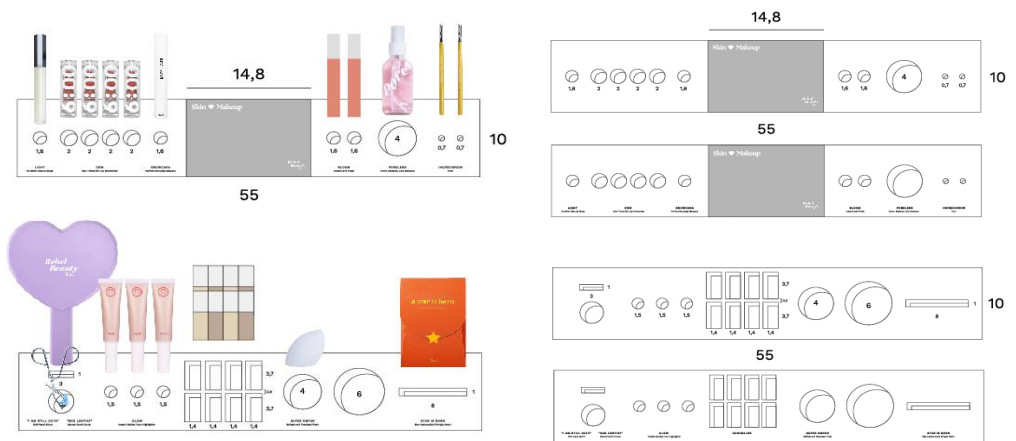
Setelah menganalisa hasil survei yang telah dilakukan, penulis bersama dengan *Art director* menentukan desain seperti apa yang tepat dan dapat direalisasikan dengan menyesuaikan *budget* yang telah ditentukan.

Untuk bagian kompartemen, *Art director* meminta penulis untuk membuat alternatif desain dengan posisi penempatan produk seperti pada *booth* BLP yaitu terdapat *product highlight* di bagian paling atas lalu terdapat kompartemen yang ukurannya universal dan fleksibel apabila sewaktu-waktu produk yang diletakkan pada *display* ingin diganti atau dipindahkan. Lalu untuk konsep desain *booth* tetap menggunakan warna putih sebagai warna yang utama dengan maksimal font yang digunakan yaitu dua jenis font, dan terdapat cermin untuk memudahkan customer yang ingin mencoba produk dari Mad for Makeup. Dan yang terakhir, *booth* harus informatif berisi keterangan singkat tentang produk, serta menampilkan poster, cermin untuk memudahkan pembeli ketika melakukan tester produk serta *free daily slips* untuk customer yang ingin mengetahui informasi lebih lanjut tentang produk produk Mad for Makeup.

3.3.5.3. Referensi Desain *Booth* Mad for Makeup

Selanjutnya penulis juga meminta contoh hasil *booth* yang telah dikerjakan oleh tim desain dari Mad for Makeup sebelumnya, disertai dengan keterangan ukuran tempat meletakkan produk, beserta list produk apa saja yang akan diletakkan pada *display booth* yang akan dibuat. Berikut ini merupakan contoh file desain dan *mockup booth* Sociolla yang sudah disetujui oleh pihak Sociolla.





Gambar 3.38. Desain *Booth* Mad for Makeup Sebelumnya

Selanjutnya *Art director* juga memberikan contoh foto *booth* Mad for Makeup yang telah direalisasikan dan sudah ada di Sociolla Store. Evaluasi pada desain *booth* sebelumnya yaitu tempat untuk meletakkan produk tester yang kurang banyak, *booth* yang terlihat terlalu polos dan cermin yang tidak dapat digunakan karena menghadap ke arah atas.



Gambar 3.39. Contoh *Booth* Mad for Makeup di Sociolla

3.3.5.4. Ide dan Konsep

Sebelum masuk ke tahap pengerjaan, *Art director* memberikan list produk apa saja yang akan diletakkan dalam *booth* Sociolla. Tidak semua produk dari Mad for Makeup akan dijual secara *offline* di Sociolla Store. Beberapa produk yang masuk kedalam list *product display* yakni Poreless, Growcara, Dew, Concealer, Glow, Bloom, Super Empuk, makeup pads, LWUG dan Incredibrow. Penulis membagi produk-produk tersebut ke dalam beberapa kategori yakni untuk level pertama yaitu bagian paling atas berisi produk-produk *best seller* dari Mad for Makeup yaitu Poreless dan Dew atau sebagai highlight produk baru. Selanjutnya untuk level dua, berupa kategori produk untuk bagian mata dan bibir, yaitu produk Dew, Growcara dan juga LWUG. Lalu untuk level tiga, berisi kategori produk untuk bagian wajah dan pipi yaitu Glow, Concealer, dan juga Bloom *blush*. Dan yang terakhir, untuk level empat berisi kategori produk *makeup tools* berupa *beauty spon*s dan juga *makeup pads*.

Konsep dari *booth* yang akan dibuat yakni tetap minimalis karena warna dari *packaging* Mad for Makeup sendiri bermacam-macam, sehingga lebih baik tidak menggunakan terlalu banyak warna lagi. Selanjutnya agar tidak terkesan terlalu polos, *Art director* menyarankan adanya tambahan sedikit elemen visual yang menggambarkan Mad for Makeup yang dapat berupa foto ataupun eksplorasi bentuk dari kompartemen yang akan dibuat. Penulis juga dibebaskan untuk menentukan material yang sesuai dengan konsep namun yang masih sesuai dengan *budget* yang tersedia.

3.3.5.5. Moodboard dan Referensi

Setelah mendapatkan *brief* dan berbagai referensi yang telah dijelaskan pada uraian diatas, *Art director* memberikan *moodboard* yang dapat digunakan sebagai acuan dalam proses pembuatan desain yang menggambarkan identitas visual dari Mad for Makeup.



“Mad. MAKES ME HAPPY”

Gambar 3.40. Moodboard

Selanjutnya penulis menyusun referensi desain *booth* yang minimalis. Penulis juga menambahkan beberapa opsi referensi *product display* yang ada dipasaran agar dapat dipilih yang paling sesuai dengan kebutuhan produk dari Mad for Makeup.



N. 1

N. 2



HIGHLIGHT AREA

Gambar 3.41. Referensi *Display Product*

Pada referensi pertama, pilihan desain *display* lebih eksploratif dengan inspirasi berupa penambahan bunga di dalam kompartemen *acrylic* sehingga lebih terkesan elegan dan tidak terlalu polos. Penggunaan

material transparan juga membuat *display* lebih terlihat minimalis dan tetap dapat menonjolkan produknya. Lalu penulis juga mendapatkan inspirasi cermin berbentuk bulat yang dapat digunakan sebagai aksesoris yang diletakkan pada desain *booth*.

Selanjutnya pada referensi kedua, penulis mengambil inspirasi desain *display* yang menggunakan banyak elemen kaca dan cermin sehingga desain terlihat lebih *clean*. Pada elemen kaca juga dapat ditambahkan sticker dengan tulisan agar lebih menarik. Elemen garis bersusun yang memberikan kesan minimalis dan menambah komponen *texture* pada bagian *booth*.

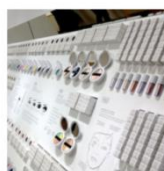
Penulis juga menyertakan contoh *highlight area* pada referensi desain *booth*, sebagai inspirasi untuk membuat desain pada bagian paling atas atau level satu pada area *display*. *Display* dapat berupa balok yang dibuat bertingkat atau menambahkan elemen *background* pada bagian belakang *display*.

Selain dari segi material, peletakkan produk juga mempengaruhi estetika dan kenyamanan customer ketika mencoba berbagai produk yang terdapat di *product display*. Berikut ini adalah beberapa referensi cara meletakkan produk yang penulis bagi menjadi *product display* dengan posisi berdiri, *product display* dengan posisi tidur, dan *product display* dengan posisi kombinasi keduanya.



PRODUCT DISPLAY - BERDIRI

PRODUCT DISPLAY - TIDUR



Tester berdiri | stock tutup

Tester tidur | stock tutup

Tester berdiri | stock berdiri (sampling)

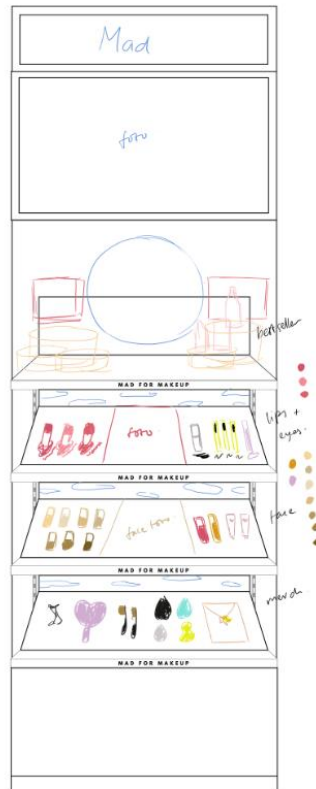
Tester berdiri | stock berdiri (belakang)

1. PRODUCT DISPLAY - KOMBINASI

2. PRODUCT DISPLAY - KOMBINASI

Gambar 3.42. Opsi Penempatan Produk

3.3.5.3. Sketsa



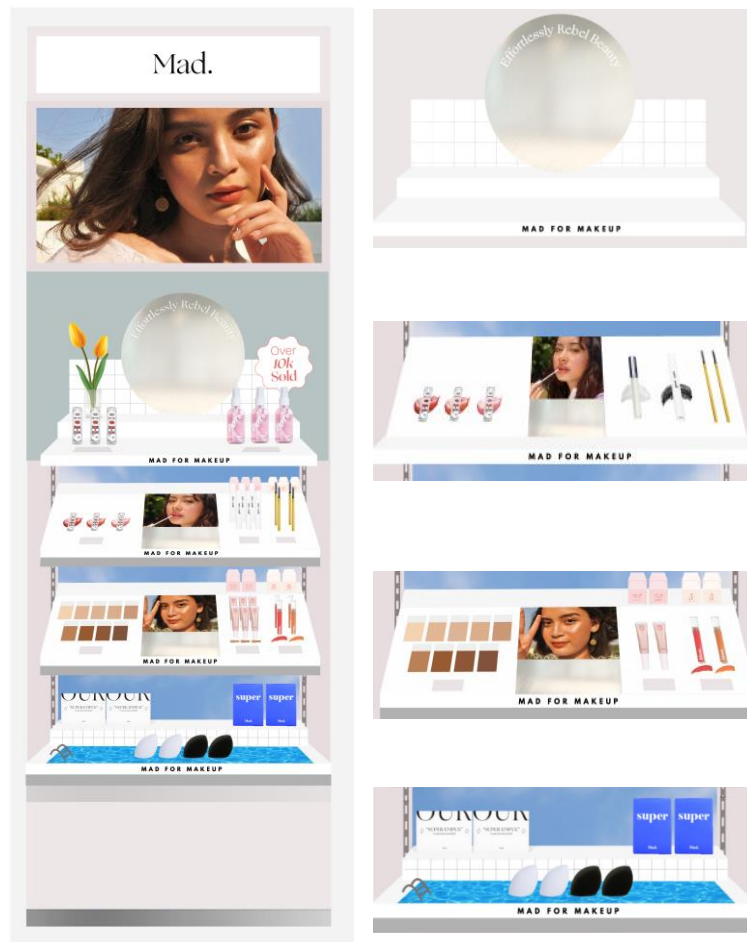
Gambar 3.43. Sketsa

Tahapan selanjutnya yaitu pembuatan sketsa desain *booth*. Penulis menggunakan sketsa digital yang berisi gambaran penempatan produk dan elemen lain yang ingin ditambahkan dalam desain *booth* tersebut. Keterangan kategori produk juga ditambahkan beserta warna dari produk yang akan ditampilkan.

Pada bagian sketsa penulis menggunakan elemen visual berupa foto dan poster yang menggambarkan Mad secara visual. Selanjutnya terdapat cermin pada bagian atas yang berbentuk bulat, serta masing-masing cermin pada level dua dan tiga serta terdapat area yang juga diberikan untuk tempat menaruh aset visual berupa foto. Lalu material yang digunakan untuk keseluruhan *booth* tetap menggunakan *acrylic* warna putih dengan masing-masing huruf dari tulisan Mad for Makeup yang juga seperti sebelumnya dibuat timbul.

3.3.5.4. Digitalisasi

Setelah sketsa disetujui oleh *Art director*, penulis mengerjakan proses digitalisasi dari sketsa yang telah dibuat. Proses digitalisasi menggunakan program Adobe Illustrator dan juga Photoshop. Berikut ini adalah digitalisasi atau *mockup* yang dibuat agar lebih terlihat gambarannya ketika produk sudah diletakkan ke dalam *booth*.



Gambar 3.44. Digitalisasi

Pada proses digitalisasi, penulis menambahkan beberapa elemen seperti hiasan bunga pada bagian atas yang juga digunakan ketika *photoshoot* produk dari Mad. Selain itu juga terdapat eksplorasi pada bagian *pattern* di *background acrylic* berupa outline kotak-kotak untuk level bagian paling atas dan paling bawah. Pada level bagian paling bawah, penulis juga membuat desain seperti kolam renang, dimana *beauty spon*s digambarkan seolah-olah berada diatas gambar air sehingga terlihat

seperti pelampung. Desain ini ingin menampilkan kesan *fun* karena mayoritas target market Mad for Makeup yang menasar kalangan mahasiswa dan pelajar. Selanjutnya penggambaran visual Mad dimunculkan dengan menggunakan elemen visual berupa gambar langit.

Selanjutnya untuk bagian *display* produk, penulis memberikan alternatif produk dalam posisi berdiri dan juga dalam posisi tidur atau sejajar dengan permukaan acrylic. Kelebihan *display* produk dengan posisi tidur membuat produk lebih terlihat jelas, juga tidak membuat *booth* terkesan terlalu ramai. Namun dibandingkan dengan *display* produk pada posisi berdiri, *display* dalam posisi tidur tidak dapat memuat banyak produk dalam satu *display*.

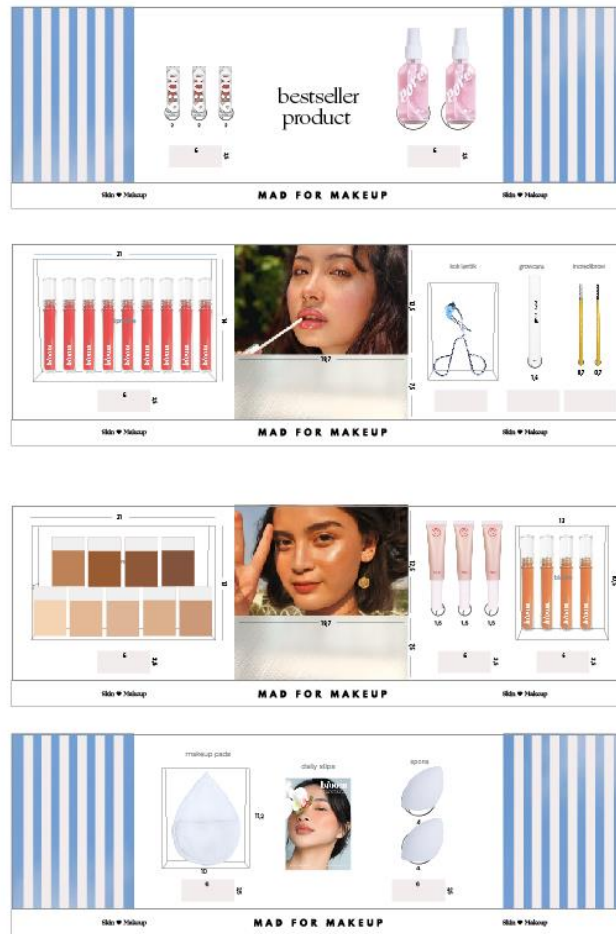
Selain menambahkan gambaran produk yang telah diletakkan pada *booth*, penulis juga menyertakan bagian untuk keterangan produk berupa kertas yang dapat diganti sesuai dengan kebutuhan apabila sewaktu-waktu terdapat perubahan keterangan produk. Lalu keterangan dari shades warna dan tekstur produk juga ditunjukkan dalam bentuk sticker.

Pada bagian cermin penulis menambahkan sticker bertuliskan slogan dari Mad for Makeup yaitu *Effortlessly Rebel Beauty*. Bagian cermin juga diletakkan pada bagian level yang lain pada *booth* agar memudahkan pembeli ketika ingin melihat *swatches* produk yang mereka gunakan. Untuk bagian belakang dari *display* produk digunakan sebagai tempat penyimpanan atau stok produk yang dapat diambil ketika terdapat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Penulis juga menambahkan poster model yang menggunakan produk dari Mad agar lebih menarik dan meletakkan logo Mad dibagian *LED sign*.

3.3.5.5. Revisi Desain

Setelah mendapatkan *feedback* dari *Art director*, penulis kemudian membuat alternatif desain lain sesuai dengan revisi yang diberikan. Penulis mengubah konsep desain sesuai saran dari *Art director* dengan menggunakan posisi peletakkan produk yang lebih luas dan membuat desain *booth* menjadi lebih minimalis.

Akhirnya penulis melakukan revisi dengan membuat area kompartemen lebih luas sehingga dapat diisi banyak produk dengan



Gambar 3.46. Revisi Desain dengan Gambaran Penempatan Produk

3.3.5.7. Finalisasi Desain *Booth*

Finalisasi desain *booth* ini dilakukan dengan membuat *mockup* agar memudahkan pihak Sociolla melihat rancangan *booth* yang akan dibuat. *Mockup* dibuat dengan menampilkan tampak samping dan tampak depan dari *booth* yang sudah terisi produk Mad maupun yang polos.

Desain ini akhirnya disetujui dan dipilih untuk direalisasikan. Sebelumnya *Art director* memberikan terlebih dahulu kepada pihak Sociolla untuk dilihat apakah desain *booth* yang akan dikerjakan sudah sesuai dengan ketentuan dari pihak Sociolla. Dan setelah menunggu proses asistensi akhirnya desain disetujui dan masuk ke tahapan realisasi proyek.



Gambar 3.47. Hasil Akhir Desain *Booth*

3.3.4. Kendala yang Ditemukan

Selama 3 bulan melaksanakan praktek kerja magang, penulis menemukan sejumlah kendala, baik yang bersifat pribadi maupun dari lingkup pekerjaan. Kendala bersifat pribadi yang dialami penulis yaitu sistem *work from home* yang mengakibatkan terjadinya miskomunikasi dengan tim desain atau dalam pembagian tugas. Selain itu *deadline* yang ketat menyebabkan penulis sedikit kewalahan dalam menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan yang diberikan. Beban kerja yang banyak membuat penulis harus mengerjakan pekerjaan-pekerjaan tersebut secara lembur, bahkan di hari libur. Revisi terus-menerus dari CEO yang tidak satu visi dengan *Art director*, serta perubahan konsep juga sering dialami meski proyek tengah berjalan.

Hambatan diluar faktor internal yakni faktor eksternal dalam mengerjakan suatu proyek seperti, konten yang terlambat dan aset foto serta video yang baru diberikan saat mendekati *deadline*. Hal ini dikarenakan *photoshoot* saat cuaca dan musim yang tidak mendukung sehingga tidak mendapatkan hasil yang diinginkan dan harus melakukan foto ulang.

3.3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Ketika menghadapi suatu masalah, penulis menemukan sejumlah solusi untuk permasalahan-permasalahan yang dihadapi. Untuk kendala dari segi komunikasi, penulis mencoba memahami dengan baik *brief* yang diberikan dan mencatat setiap poin pada rapat rutin yang diadakan untuk mengetahui setiap *progress* dari masing-masing divisi dan hal-hal yang harus segera dikerjakan terlebih dahulu. Selain itu penulis juga bekerja di tempat yang memadai dengan fasilitas internet yang lancar, agar tidak ketinggalan poin-poin penting dan pendapat yang disampaikan. Lalu dari segi manajemen waktu, penulis mencoba menyelesaikan setiap target yang sudah diatur di Asana dan mengkomunikasikan apabila terdapat pekerjaan mendadak yang tidak dapat diselesaikan sendiri dan membutuhkan bantuan orang lain. Dari segi *skill*, penulis juga mencoba terus mengembangkan desain agar dapat menghasilkan karya yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Selanjutnya untuk kendala eksternal, penulis mencoba memberikan saran agar tim *marketing* dan *communication* memberikan jeda waktu yang cukup agar

tim kreatif dapat mengerjakan pekerjaan desain dengan maksimal, dan saling mengingatkan apabila terdapat proyek yang masih belum tersedia kontennya. Selain itu, untuk meminimalisasi aset visual yang terlambat, penulis mencoba membuat terlebih dahulu layout atau template design yang dapat langsung dipergunakan ketika aset foto sudah tersedia. Lalu, untuk kendala saat melangsungkan *photoshoot*, penulis juga menyarankan agar tim kreatif memiliki opsi-opsi lain dan juga rencana tambahan apabila memang konsep yang diinginkan tidak dapat terwujud.