

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Berikut merupakan gambaran dari kedudukan penulis sebagai *graphic design intern*.



Gambar 3.1. Struktur organisasi bagian *creative*

#### 1. Kedudukan

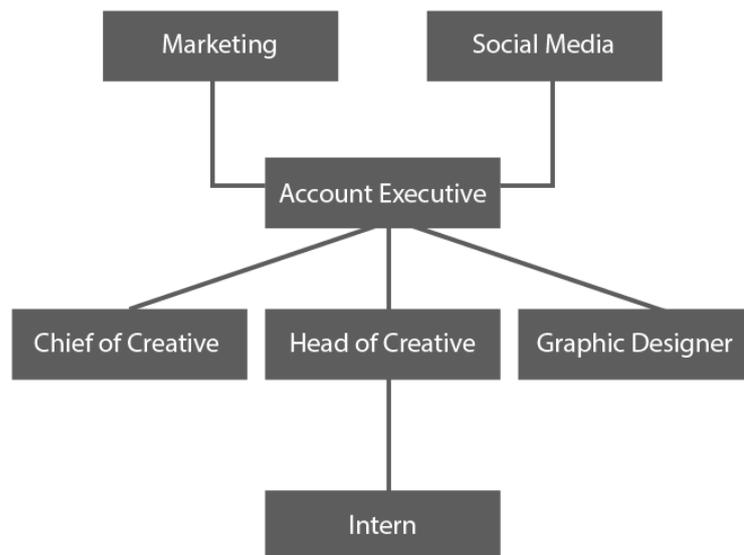
Penulis ditempatkan pada divisi *creative* dengan posisi sebagai *Graphic Design Intern* yang difokuskan untuk konten media promosi digital dan *social media* Parentstory. Penulis dibimbing langsung oleh Daniel Yahya, selaku *Head of Creative*.

#### 2. Koordinasi

Alur koordinasi diawali dengan divisi *Marketing* dan *Social Media Performance* untuk menentukan konten media promosi. Selanjutnya, konten akan diringkas menjadi *brief* dan akan diserahkan kepada *Account Executive*. Kemudian, saat *Account Executive* menerima *brief*, *Account Executive* akan membuat *creative brief* dengan menyusun *list* konten berdasarkan *brief* beserta tanggal *deliver* dalam sebuah *google sheet* dan *Account Executive* akan membagikan pekerjaan untuk tim kreatif. Dengan koordinasi dengan tim kreatif lainnya, *Account Executive* akan membagi pekerjaan tim kreatif kepada

anak magang termasuk penulis. Setelah alur koordinasi awal telah siap, tim kreatif dapat memulai proses mendesain.

Setelah konten diselesaikan penulis, penulis akan mengirim *e-mail* untuk *Chief Creative Team*, *Head of Creative*, dan *Senior Graphic Designers* untuk melakukan proses revisi. Setelah dikoreksi oleh tim kreatif melalui *Head of Creative*, penulis melakukan revisi. Jika sudah disetujui (*final*) desain penulis akan diperiksa oleh divisi *Social Media* dan *Copywriter*. Setelah sudah dikoreksi, pekerjaan penulis akan di *publish* melalui *social media*, *email* dan melanjutkan proses percetakan jika media promosi yang diperlukan merupakan media cetak.



Gambar 3.2. Bagan Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan yang Dilakukan Penulis

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Story</li> <li>• IG Post</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Engagement IG Story</li> <li>• Parentstink IG Post</li> <li>• IG Post ‘anak menangis saat ditinggal’</li> </ul>
2	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• IG Ads</li> <li>• London Taxi Promotion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post Independence Day</li> <li>• IG Ads Parentstory Club</li> <li>• IG Post Quote</li> <li>• IG Post London Taxi Promotion</li> </ul>
3	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• Carousel Promotion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘Mengajarkan Anak Beres-beres</li> <li>• IG Post ‘Marah ditempat umum’</li> </ul>
4	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• IG Ads</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘Jenis-jenis Pijat Bayi’</li> <li>• IG Post Funny Statement ‘Ibu Saat Weekend’</li> <li>• IG Ads Carousel</li> </ul>
5	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flyer</li> <li>• IG Post</li> <li>• Relayout IG Story</li> <li>• Bulan Ceria</li> <li>• Email Direct Marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Flyer</i> Parentstory</li> <li>• IG Post ‘Sibling Rivalry’</li> <li>• Relayout IG Story Promotion Template</li> <li>• IG Post ‘Picky Eater’</li> <li>• IG Post Carousel Promotion ‘rekanan baru’</li> <li>• Bulan Ceria Asset</li> <li>• Tokopedia Payment EDM</li> </ul>

6	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• EDM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘Lempar Barang’</li> <li>• IG Post Funny Statement ‘Ayah’</li> <li>• IG Post ‘Manfaat Bermain Sambil Bercermin’</li> <li>• IG Post ‘P3K’</li> <li>• IG Post Carousel ‘Bayi Menangis’</li> <li>• EDM Perpanjang Membership</li> </ul>
7	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mom n Jo</li> <li>• IG Post</li> <li>• EDM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post &amp; Flyer Mom n Jo</li> <li>• EDM Daily</li> <li>• IG Post ‘Bayi Mandi Sore’</li> <li>• IG Post ‘Hafal Lagu’</li> <li>• IG Post ‘Main Gadget’</li> </ul>
8	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• Campaign App Install</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘Anak Berbohong’</li> <li>• IG Post ‘Perjuangan Ayah’</li> <li>• IG Post ‘Dongeng Ekspresif’</li> <li>• IG Post ‘Konsumsi Garam Gula’</li> <li>• New Asset Campaign App Install</li> <li>• IG Post Carousel ‘Free Trial’</li> </ul>
9	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• Carousel IG Ads</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post Carousel ‘Playground’</li> <li>• Revisi Carousel IG Ads</li> </ul>
10	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘Nama Julukan Anak’</li> <li>• IG Post ‘Mitos atau Fakta’</li> <li>• IG Post ‘Ekspektasi dan Realita Bermain Bersama Ayah’</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘Mengenalkan Makanan Baru’</li> <li>• IG Post ‘Anak Manja’</li> </ul>
11	11	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• POS</li> <li>• BUUMI Playscape</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘ Mendidik Anak Disiplin’</li> <li>• IG Post ‘Mitos atau Fakta Menarik Hidung’</li> <li>• POS</li> <li>• BUUMI Projects Asset</li> <li>• IG Post ‘Ayah Pulang Cepat’</li> </ul>
12	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• New Asset App Install</li> <li>• EDM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘Kejutan Lucu si Kecil’</li> <li>• IG Post ‘Pandai Meniru’</li> <li>• New Asset Parentstory App Install Campaign</li> <li>• Relayout Banner EDM</li> </ul>
13	13	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘ Tanda Cinta si Kecil’</li> <li>• IG Post ‘Obesitas’</li> <li>• IG Post ‘Teething’</li> <li>• IG Post ‘Kegiatan Bersama’</li> </ul>
14	14	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post</li> <li>• POS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IG Post ‘Menerima Kekurangan Anak’</li> <li>• IG Post ‘Durasi Waktu Tidur’</li> <li>• IG Post ‘Kebutuhan Air’</li> <li>• IG Post ‘Kandungan Nutrisi Sayuran’</li> <li>• Relayout POS</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

#### 1. Pembuatan Konten Instagram Ads Carousel

Salah satu cara Parentstory untuk memasarkan produknya adalah dengan menggunakan fitur Instagram Ads. Penulis diberikan tugas untuk membuat salah satu konten Instagram Ads. Tujuan Instagram Ads yang diberikan untuk penulis adalah untuk memberi informasi kepada *audience* mengenai keuntungan yang didapatkan jika bergabung Parentstory Club. Tahap pertama adalah tim *marketing* dan *social media* memberikan *request* kepada *Account Executive* mengenai konten Instagram Ads tersebut. Selanjutnya, *Account Executive* memberikan *brief* secara verbal kepada penulis mengenai konten dari Instagram Ads. Isi *Brief* kurang lebih adalah membuat Instagram Ads dalam bentuk *carousel*. *Slide* pertama memberikan informasi keuntungan yang didapatkan jika bergabung dengan Parentstory Club. Lalu *slide* selanjutnya menampilkan foto, potongan harga, dan logo dari beberapa *partners playground* yang paling diminati. *Style* digunakan diharuskan sesuai dengan *style* dari konten-konten Parentstory Club yang pernah dirancang sebelum penulis melakukan program kerja magang. Walaupun menampilkan foto-foto *partners*, Instagram Ads harus tetap ilustratif dan memberi kesan *cheerful*.

Pada tahap selanjutnya, penulis mempelajari terlebih dahulu *style* dari Parentstory Club untuk bisa merancang desain dengan *style* yang sama dan mempelajari juga *moodboard* dari Parentstory. Sebelumnya, saat hari pertama melakukan kerja magang, penulis juga diberikan daftar *font* yang sering digunakan oleh Parentstory, contoh *asset* dari konten Parentstory yang pernah dibuat, termasuk dengan *moodboard* warna. Hal tersebut dilakukan agar identitas Parentstory tetap konsisten dalam setiap konten.



Gambar 3.3. Contoh *style* Parentstory Club yang pernah dirancang



Gambar 3.4. *Moodboard* warna dari Parentstory

Setelah mempelajari *style* dan *moodboard* dari Parentstory dan Parentstory Club, penulis mulai merancang. Tantangan dalam membuat tugas ini adalah komposisi dari ilustrasi dan info harus sebanding. Karena itu, penulis harus berfikir bagaimana *audience* dapat dengan mudah membaca pesan namun tetap menarik secara visual. Penulis memutuskan untuk merancang Instagram Ads dengan warna dasar kuning sesuai *moodboard* mengingat warna khas dari

Parentstory adalah kuning dan ungu. Pada bagian *slide* berisi foto-foto, penulis merancang desain bingkai foto untuk menambah kesan ilustratif. Penulis sempat mengalami kendala, yaitu terdapat satu *partner* yang harus mencantumkan dua harga berbeda sedangkan *partner* lainnya hanya memiliki satu harga sehingga akan mempengaruhi *layout*.



Gambar 3.5. Asistensi pertama

Gambar 3.5 merupakan asistensi pertama dari penulis kepada *Head of Creative*. Ia menilai bahwa *copy* yang harus di *highlight* merupakan angka diskon sehingga ukuran tulisan harus memiliki ukuran lebih besar dibanding *copy* yang lain. Hal tersebut mengingat *audience* akan lebih tertarik dengan angka diskon sehingga jika penempatan angka diskon dibuat lebih besar, *engagement* yang didapatkan tim *marketing* akan lebih besar. Selain itu, foto dianggap terlalu besar dan *tone* warna kurang sesuai pada foto satu dengan yang lainnya. Hal tersebut juga menjadi kendala bagi penulis karena foto yang dimiliki antar *partner* menggunakan *tone* warna yang berbeda-beda, terdapat *partner* yang cenderung menggunakan *warm color* dan terdapat *partner* yang cenderung menggunakan *tone* warna yang lebih *cold* untuk foto-foto mereka. Selanjutnya, ia menilai bahwa *partner* yang memiliki dua harga sedikit membingungkan secara *layout*. Namun, setelah berdiskusi dengan tim *marketing* dan tim *Performance Social Media*, harga yang digunakan akhirnya cukup satu dengan memilih angka lebih kecil. Menurut tim *marketing*, pemilihan angka yang lebih kecil dipercaya lebih dapat menarik *audience*. Karena itu, *copy weekend* dan *weekday* juga ikut dihilangkan.



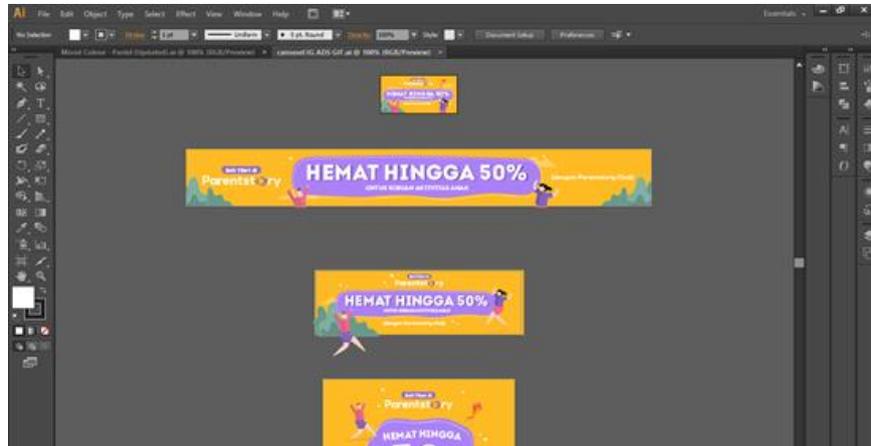
Gambar 3.6. Konten Instagram Ads Carousel

Pada gambar 3.6 merupakan hasil setelah revisi. Sebelumnya, terdapat beberapa revisi-revisi *minor* seperti ukuran tulisan, ukuran foto, posisi ilustrasi dan terdapat beberapa visual ilustrasi yang dihilangkan karena dinilai mengganggu. Setelah itu, tim *marketing* akan menerbitkan konten melalui fitur Instagram Ads.

Setelah seminggu berjalan, ternyata *project* Instagram Ads ini memiliki *engagement* yang cukup besar. Sehingga, tim *Marketing* dan *Performance Social Media* memutuskan untuk menjadikan *visual ads* ini dalam beberapa ukuran yang nantinya akan diposisikan dalam berbagai *website*. Tim *marketing* melakukan *request* sebanyak dua kali, pertama kali hanya meminta dijadikan beberapa ukuran dan pada kedua kali meminta dikonversikan menjadi format GIF dengan beberapa ukuran tambahan. Karena perbedaan ukuran akan mempengaruhi *layout*, penulis mengerjakan desain tambahan ini dengan konsultasi kepada *Head of Creative* dan *Graphic Designers* mengenai penempatan dan lain sebagainya. Revisi dari *creative team* pada tahap ini terhitung tidak banyak karena menggunakan visual yang sama, hanya revisi *minor* mengenai penempatan elemen dan ukuran tulisan.



Gambar 3.7. *Email request* dari tim *marketing*



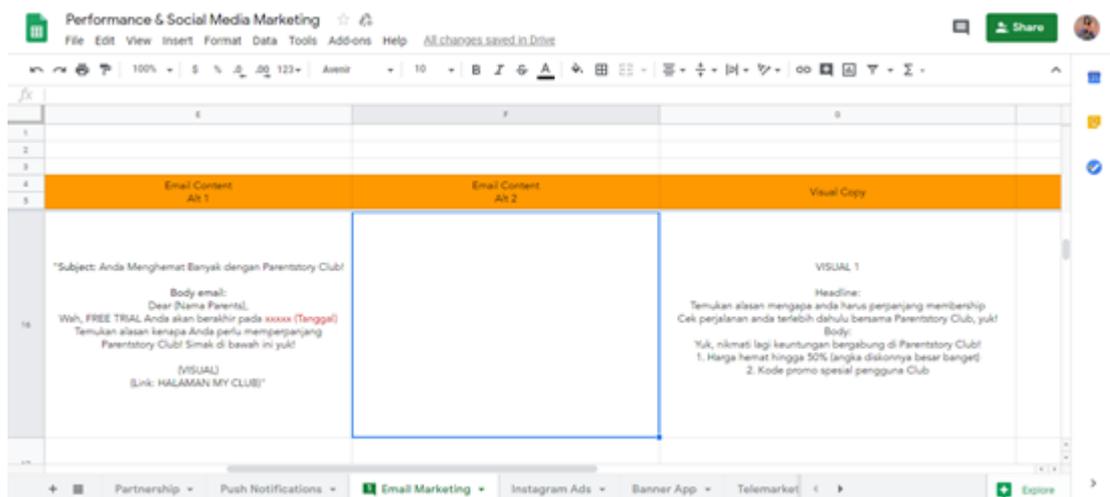
Gambar 3.8. *Artboards* dari penulis untuk ukuran tambahan

## 2. Pembuatan *Email Direct Marketing* (EDM) Perpanjang Membership

Salah satu strategi *marketing* Parentstory adalah dengan mengirimkan *Email Direct Marketing* (EDM) kepada pengguna Parentstory. Kali ini penulis diberikan tugas untuk membuat konten EDM yang berisi tentang *reminder* pengguna mengenai *membership* yang masa berlakunya akan habis. Dalam proses pemberian *brief*, tim *Social Media Performance* dan *Marketing* bekerjasama dalam penyusunan *brief* yang selanjutnya diberikan pada *Account Executive*. Penulis diberikan penjelasan *brief* oleh *Account Executive* dan *Social Media Manager* secara verbal dengan acuan dari *brief* yang telah disusun dalam *google sheet*. *Brief* yang diberikan kurang lebih menyampaikan tujuan dari EDM tersebut terlebih dahulu, yaitu untuk mengingatkan pengguna Parentstory dengan *membership* yang masa berlakunya akan habis dengan diberikan informasi keuntungan-keuntungan apa saja yang telah diberikan Parentstory untuk *user* selama mereka bergabung *membership*. Dalam *brief* awal, desain dibuat menjadi dua bagian berbeda. Bagian pertama merupakan *banner* berisi judul EDM dan bagian kedua berisi keuntungan yang telah didapatkan selama menjadi *member* Parentstory. Diantara kedua bagian tersebut akan diberi *space* berisi data berapa jumlah yang telah dihemat *user* selama menjalani *membership*. Data tersebut akan berubah-ubah sesuai dengan pembelian *user*.



Gambar 3.9. Gambaran EDM Perpanjang Membership



Gambar 3.10. Brief awal

Dalam proses pengerjaan desain EDM ini, penulis diberikan *brief* untuk menggunakan *style* yang sama dengan *project* Instagram Ads, yaitu dengan *style* Parentstory Club. Tantangan bagi penulis dalam *project* ini adalah banyaknya informasi namun visual dengan *style* ilustratif harus tetap menarik untuk dibaca *user* dan tidak membingungkan secara *layout*. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis akhirnya mengganti beberapa informasi dengan *icon* yang menggambarkan informasi tersebut, sehingga *user* lebih mudah menangkap informasi didalam EDM tersebut.



Gambar 3.11. Desain awal

Revisi pertama yang diberikan untuk penulis merupakan *copy* ‘Yuk, nikmati lagi keuntungan bergabung di Parentstory Club’ yang sebaiknya dibuat lurus (tidak dimiringkan) dan tulisan ‘Parentstory Club’ yang diganti menjadi logo Parentstory Club. Selanjutnya, *Head of Creative* menyarankan penulis untuk menambahkan *button* yang diarahkan menuju *microsite* untuk melakukan perpanjangan *membership*. Hal tersebut disampaikan *Head of Creative* dengan perumpamaan jika penulis diposisikan sebagai *user*, penulis akan bingung bagaimana dan harus kemana untuk memperpanjang *membership* Parentstory Club. *Head of Creative* memberikan sedikit demi sedikit ilmu mengenai *User Experience* yang harus diutamakan terutama untuk media promosi digital agar mendapatkan *engagement* yang baik.

Saat penulis melanjutkan desain ini kepada bagian *Marketing* dan *Social Media Performance*, mereka berpendapat bahwa *copy* dari judul pada *banner* EDM kurang menarik. Akhirnya diputuskan untuk mengganti *copy* dengan ‘mau tahu Anda sudah menghemat berapa banyak dengan Parentstory Club?’.



Gambar 3.12. Revisi pertama

Setelah revisi pertama dilakukan, visual telah disetujui oleh *Head of Creative*. Namun, tim *Social Media Performance* menilai sepertinya akan lebih efektif jika desain tidak dijadikan terpisah. Mereka menilai *audience* kemungkinan besar tidak akan membaca informasi yang ada diantara dua desain yang lebih menarik untuk dilihat. Agar *audience* benar-benar menyerap informasi, akhirnya kedua desain digabung menjadi satu. Judul pada *banner* diganti menjadi ‘Berapa yang bisa anda hemat dengan Parentstory Club?’ pada bagian bawah diikuti dengan menampilkan jumlah rata-rata yang telah dihemat *user* Parentstory Club secara keseluruhan.



Gambar 3.13. Revisi kedua

Setelah revisi kedua diselesaikan, terdapat revisi ketiga untuk mengganti judul dengan sebuah *statement* bukan pertanyaan. Dibawahnya tetap ada jumlah rata-rata yang telah dihemat *user* Parentstory club selama setahun namun angka berubah karena ada perubahan angka dari bagian *finance*. Setelah itu, terdapat bagian tambahan yang berisi mengenai fakta angka yang telah disebutkan sebelumnya setara dengan berapa aktivitas dan kursus, sehingga *user* mendapatkan bayangan seberapa untung mereka karena mengikuti *membership* Parentstory. Selanjutnya pada bagian keuntungan Parentstory, bagian *Social Media Performance* menyarankan untuk menambah *bubble* yang menyebutkan ‘ribuan aktivitas dan kursus’ karena pesan tersebut menyampaikan bahwa Parentstory menguntungkan juga karena terdapat beragam sekali pilihan didalamnya sehingga aktivitas dan kursus tidak monoton. Tim *social media* juga menambahkan saran untuk menampilkan beberapa logo dari *partner* premium (*partner* dengan pembelian tiket paling tinggi) pada bagian bawah EDM dengan tujuan menarik antusiasme *audience*. Sedangkan tim *marketing* menambahkan saran untuk menampilkan harga perpanjang *membership* selama setahun agar informasi dalam EDM benar-benar lengkap.

LEBIH HEMAT DENGAN  
Parentstory  
Club

Anda bisa menghemat hingga  
**± Rp 960.000**  
Untuk pembelian aktivitas selama 1 tahun  
(Dengan rata-rata pembelian 2x aktivitas/bulan)

**TAHUKAH PARENTS?**  
Rp960.000 adalah nilai dari **4-9** aktivitas  
di Parentstory lho!

Yuk, nikmati lagi keuntungan bergabung di Parentstory Club!

Hemat hingga  
**50%**

**Rp**  
Kode promo spesial  
pengguna Club

**Ribuan aktivitas  
& kursus**  
Puluhan rekanan baru  
hadir setiap minggunya!

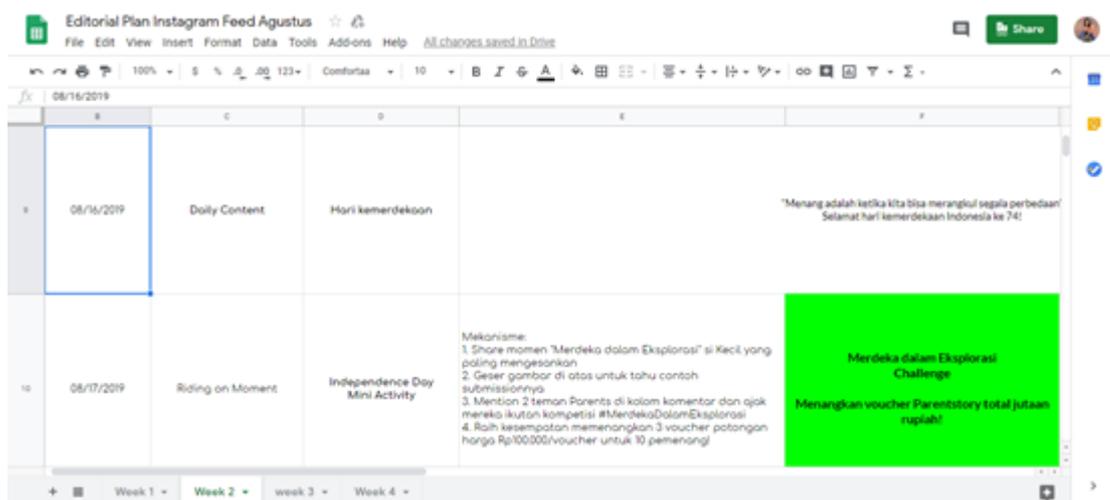
Hanya **Rp99.000/Tahun**  
**PERPANJANG SEKARANG**



Gambar 3.14. Desain final

### 3. Perancangan Konten Instagram Hari Kemerdekaan Indonesia

Salah satu strategi Parentstory dalam mempertahankan *engagement* adalah dengan cara memanfaatkan *social media* Instagram. Cara yang dilakukan adalah dengan membuat konten sehari-hari yang berkaitan dengan *parenting* dan ucapan pada hari-hari besar pada instagram Parentstory. Pada kesempatan ini, penulis diberi tugas untuk mengerjakan konten instagram yang berisi ucapan selamat hari kemerdekaan Indonesia yang ke-74. Untuk konten *social media*, *brief* disusun oleh tim *Social Media Performance* pada sebuah *google sheet* terpisah dari konten-konten lainnya. *Sheet* ini berisi *brief-brief* konten beserta *copy*, *treatment*, dan waktu *deliver*.



	B	C	D	E	F
9	08/16/2019	Daily Content	Hari kemerdekaan		"Menang adalah ketika kita bisa merangkul segala perbedaan" Selamat hari kemerdekaan Indonesia ke 74!
10	08/17/2019	Riding on Moment	Independence Day Mini Activity	Mekanisme: 1. Share momen "Merdeka dalam Eksplorasi" si Kecil yang paling mengesankan 2. Geser gambar di atas untuk tahu contoh submissionnya 3. Mention 2 teman Parents di kolom komentar dan ajak mereka ikuti kompetisi #MerdekaDalamEksplorasi 4. Raih kesempatan memenangkan 3 voucher potongan harga Rp100.000/voucher untuk 10 pemenang!	Merdeka dalam Eksplorasi Challenge Menangkan voucher Parentstory total jutaan rupiah!

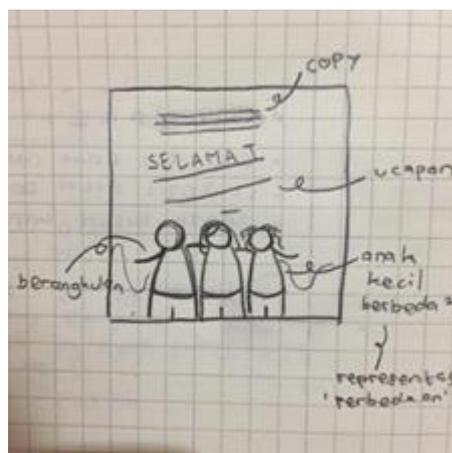
Gambar 3.15. *Brief* melalui *google sheet*

Setelah mendapatkan *brief*, penulis melakukan *brainstorm* untuk menyesuaikan visual yang pas dalam mendukung *copy* “menang adalah ketika kita bisa merangkul segala perbedaan” dan sesuai dengan euforia hari kemerdekaan Indonesia. *Style* yang digunakan disesuaikan dengan *style daily content* dari *social media* Parentstory yang sebelumnya telah dirancang. Kendala yang penulis alami dalam *project* ini adalah untuk menyesuaikan komposisi antara visual yang harus menunjukkan kemeriahan kemerdekaan Indonesia dan *copy* yang cukup panjang agar *audience* dapat mendapatkan makna yang terkandung dalam konten ini dengan baik.



Gambar 3.16. *Style daily content social media* Parentstory

Penulis menyimpulkan bahwa *copy* yang terkandung dalam konten ini memiliki pesan mengenai kebersamaan dan kerukunan dalam perbedaan di Indonesia. Sehingga, penulis membuat konten dengan objek utama visual anak-anak yang sedang berangkul. Mengingat jenis rambut dan warna kulit menjadi tolak ukur perbedaan suku di Indonesia yang dapat dilihat dengan kasat mata, untuk merepresentasikan kata ‘perbedaan’ pada *copy*, anak-anak pada visual penulis rancang dengan perbedaan jenis rambut dan warna kulit.



Gambar 3.17. Asistensi sketsa manual

Setelah melakukan *brainstorm*, penulis melakukan asistensi sketsa manual sebagai gambaran sebelum membuat desain digital. *Head of Creative* berpendapat

bahwa sebaiknya visual anak-anak tidak sampai memperlihatkan bagian kaki karna akan menjadikan *space* tulisan yang lebih sempit.



Gambar 3.18. Desain awal

Revisi pertama yang diberikan adalah konten kurang menampilkan euforia hari kemerdekaan. *Head of Creative* menyarankan untuk membuat visual bendera-bendera yang digantung seperti hiasan-hiasan khas festival. Selanjutnya ia juga menyarankan untuk menampilkan siluet yang menggambarkan perlombaan hari kemerdekaan untuk menambah kesan keceriaan dalam kemerdekaan.



Gambar 3.19. Revisi pertama

Setelah revisi pertama dilakukan, *Head of Creative* menyarankan penulis untuk membuat alternatif kedua yang memberikan *space* tulisan lebih luas. Dilakukan juga revisi minor mengenai ukuran dari tulisan. Tim *Social Media* juga

memperbaiki huruf kapital dan spasi pada *copy*. Setelah revisi kedua diselesaikan, desain final yang dipilih tetap desain yang pertama.



Gambar 3.20. Hasil final dan alternatif

### 3.3.1 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis alami selama melakukan program kerja magang adalah sebagai berikut:

1. *Missed communication*. Beberapa kali penulis mengalami *missed communication* dimana divisi yang memberikan *request* desain tidak memberikan *brief* yang lengkap namun meminta *deliver* dalam waktu yang cepat sehingga saat *Account Executive* melanjutkan *brief* kepada tim kreatif, tim kreatif termasuk penulis seringkali terhambat dalam melakukan pekerjaan karena mempertanyakan satu dan lain hal walaupun harus di *deliver* segera.
2. Koneksi *WIFI* lambat. Dalam melakukan pekerjaan penulis, penulis mengandalkan koneksi internet karena semua *brief* dan data-data harga yang ingin dipromosikan menggunakan *google sheet* yang membutuhkan koneksi internet untuk dapat di akses.

### 3.3.2 Solusi Atas Kendala

Solusi atas kendala-kendala yang dialami penulis merupakan, sebagai berikut:

1. Bertanya dengan detail saat pertama kali *Account Executive* memberikan *brief* desain. Sehingga jika terdapat hal yang kurang, dapat langsung ditanyakan sebelum mendekati waktu *deliver*.
2. Tim kreatif berkonsultasi dengan *chief* mengenai banyaknya jumlah *request* akhir-akhir ini yang diminta mendekati waktu *deliver* yang ditargetkan. Karena itu, *chief* tim kreatif sempat memberi penjelasan kepada divisi lain agar tidak memberikan *request* dengan waktu *deliver* yang berdekatan.
3. Terkadang penulis menggunakan internet pribadi saat internet koneksi *WIFI* sangat lambat dan waktu yang mendesak.