

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam menunjang suatu pekerjaan diperlukan suatu kedudukan dan koordinasi yang jelas serta akurat untuk dapat memberikan posisi serta pembagian deskripsi kerja yang efektif dan efisien. Kedudukan yang diberikan dalam pelaksanaan kerja magang ini merupakan suatu posisi yang diberikan kepercayaannya kepada penulis untuk dapat melaksanakan dedikasi dan tugasnya selama menjalankan program magang di PT. Graha Kreasi Darani. Berhubungan dengan kedudukan, koordinasi juga diperlukan karena sebagai metode menjalin komunikasi dan juga metode untuk menentukan penanggung jawaban sebuah pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan magang. Di bawah ini merupakan penjabaran kedudukan dan koordinasi yang dimiliki oleh penulis selama menjalani program magang di PT. Graha Kreasi Darani.

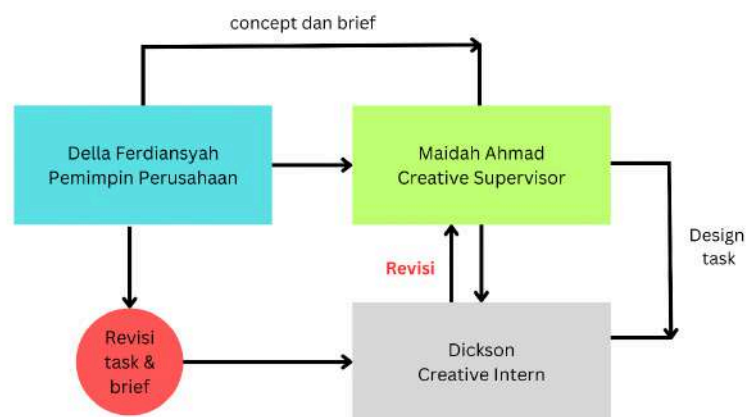
3.1.1 Kedudukan

Selama berdedikasi di PT. Graha Kreasi Darani, penulis dipercayakan oleh perusahaan untuk menjadi bagian dari Departemen *creative* dan menduduki posisi sebagai desainer grafis. Dalam divisi ini penulis dipercayakan untuk membuat perancangan *creative brief* dan juga perancangan *key visual*. Perancangan *creative brief* dan *key visual* ini pada akhirnya akan dikembangkan kembali menjadi turunan media kolateral. Bentuk turunan dari *key visual* yang telah dirancang berupa media seperti poster, *banner*, dan *stage screen* yang dapat diaplikasikan dalam suatu kegiatan atau acara yang dipercayakan kepada PT. Graha Kreasi Darani.

3.1.2 Koordinasi

Dalam proses pengerjaan tugas-tugas yang diberikan dan juga posisi sebagai desainer grafis di PT. Graha Kreasi Darani. Perusahaan

memiliki suatu mekanisme komunikasi dan dijalankan secara operasional untuk menunjang proses perjalanannya suatu pengerjaan Project dengan lancar. Alur komunikasi tersebut diatur oleh perusahaan sehingga tidak terjadi miskomunikasi dan dapat dipertanggungjawabkan oleh pemimpin perusahaan dan masing-masing posisi. Di bawah ini merupakan suatu bagan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menunjang proses komunikasi yang baik dan juga efektif.



Gambar 3.1 Koordinasi dan Mekanisme Komunikasi
Sumber: Della Ferdiansyah

Berdasarkan dengan bagan yang ada di atas digambarkan bahwa Della Ferdiansyah memegang tanggung jawab sebagai pemimpin perusahaan yang menerima proyek kemudian proyek tersebut dikaji untuk menghasilkan sebuah konsep dan juga *brief*. Dalam proses penghasilan sebuah konsep dan juga *brief* memilih ide dan menentukan tema, melakukan koordinasi dengan pelanggan untuk mengetahui konsep apa yang ingin dibawa dalam sebuah kegiatan atau sebuah acara. Setelah mendapatkan sebuah komposisi hasil konsep dan berita tersebut akan diberikan batas pengerjaan. Selain itu, konsep tersebut juga diberikan batas waktu untuk melakukan *preview* sehingga hasil karya dapat tetap selaras dengan konsep yang diinginkan.

Setelah mendapatkan konsep dan brief yang diberikan, selaku

pemimpin departemen kreatif, Maidah Ahmad memberikan rincian *brief* yang perlu dilakukan. Rincian tersebut dimulai dengan langkah-langkah, proses pembuatan, *brainstorming*, pembuatan sketsa, pemilihan elemen, dan juga proses eksekusi untuk menghasilkan sebuah karya dipantau oleh Maidah Ahmad selaku pemimpin departemen kreatif. Dalam tahap ini Maidah Ahmad juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan pemeriksaan sebelum karya dapat diteruskan kembali kepada pimpinan perusahaan sebelum dipresentasikan kembali kepada pelanggan. Pemimpin departemen kreatif juga bertugas untuk menyempurnakan hasil karya yang telah dirancang oleh penulis untuk diberikan tambahan elemen ataupun penyempurnaan yang sesuai dengan hasil yang diinginkan oleh pelanggan sesuai diskusi antara pelanggan, pemimpin perusahaan, dan juga pimpinan departemen kreatif yang bersangkutan.

Konsep dan *brief* yang telah diturunkan kepada penulis sebagai *graphic designer intern* akan dikerjakan sesuai dengan linimasa yang telah diberikan dan juga mengerjakan sesuai dengan konsep yang telah disetujui bersama dengan pemimpin departemen kreatif. Setelah penulis selesai mengerjakan tugas-tugasnya, hasil karya tersebut akan ditinjau kembali oleh pemimpin Departemen kreatif sebelum dapat diberikan kembali kepada pemimpin perusahaan. Setelah adanya revisi ataupun masukan yang diberikan oleh kedua belah pihak antara pemimpin departemen kreatif dan juga pemimpin perusahaan, penulis melakukan pekerjaan kembali berdasarkan hasil revisi tersebut untuk menghasilkan sebuah karya final. Hasil karya yang menjalankan beberapa tahap revisi dan juga tahap *preview* akan disempurnakan oleh selaku pemimpin departemen kreatif, setelah itu akan diberikan kembali kepada penulis untuk merancang hasil turunan dari karya *key visual* tersebut.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama proses menjalani program magang di PT. Graha Kreasi Darani, terdapat beberapa proyek yang dipercayakan kepada penulis untuk diselesaikan. Proyek-proyek tersebut merupakan proyek yang berhubungan dengan pembuatan key visual dan turunan media collateral yang diaplikasikan sesuai dengan kaidah-kaidah yang diberikan oleh pemimpin departemen. Berikut adalah tabel mengenai proyek-proyek yang dikerjakan oleh penulis selama masa magang.

Tabel 3.1 Proyek dalam Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (1 Februari - 3 Februari)	DAIKIN Awards	<ul style="list-style-type: none"> - Perancangan <i>key visual</i> - Perancangan <i>media collateral</i>
2	Minggu 2 (5 Februari - 11 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> - OCBC <i>Chinese New Year</i> - YPO <i>New Year Gathering</i> - DAIKIN Awards - HSBC <i>Chinese New Year Night</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Perancangan <i>Media collateral</i> (OCBC CNY) - Perancangan <i>signage</i> (OCBC CNY) - Perancangan <i>Key Visual</i> (YPO) - Revisi <i>key visual</i> (DAIKIN) - Revisi <i>Media collateral</i> (DAIKIN) - Perancangan <i>collateral art installation</i> (HSBC)
3	Minggu 3 (12 Februari - 17 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> - OCBC <i>Chinese New Year Gathering</i> - DAIKIN <i>Proshop Awards</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>Media collateral</i> (OCBC CNY) - Revisi <i>signage</i> (OCBC CNY) - Revisi <i>key visual</i> (DAIKIN)

4	Minggu 4 (19 Februari - 24 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> - OCBC <i>Chinese New Year Gathering</i> - OCBC <i>Ramadhan Greetings cards</i> - <i>Zig Zag Instagram content</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>Media collateral - Digital</i> (OCBC CNY) - Revisi <i>Media collateral</i> (OCBC CNY) - Revisi <i>signage</i> (OCBC CNY) - Perancangan <i>greetings card Ramadhan</i> (OCBC) - Perancangan konten media sosial <i>16 post</i> (Zig Zag)
5	Minggu 5 (26 Februari - 2 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - OCBC <i>Ramadhan Greetings cards</i> - <i>Zig Zag Instagram content</i> - <i>Tobias's 17th Birthday</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Finalisasi <i>greetings card Ramadhan</i> (OCBC) - Revisi + posting konten media sosial <i>6 post</i> (Zig Zag) - Perancangan <i>signage (Tobias's 17th Birthday)</i>
6	Minggu 6 (4 Maret - 9 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Zig Zag Instagram content</i> - SATUPADU - Djarum <i>Buka Puasa Bersama Media</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi + posting konten media sosial <i>3 post</i> (Zig Zag) - Perancangan <i>Key Visual</i> (SATUPADU) - Revisi <i>Media collateral</i> (Djarum)
7	Minggu 7 (11 Maret - 16 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - SATUPADU - Djarum <i>Buka Puasa Bersama Media</i> - <i>DAIKIN Designer Awards</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>Key Visual</i> (SATUPADU) - Perancangan <i>Media collateral + Photobooth</i> (DJARUM) - Perancangan <i>Media collateral</i> (DAIKIN <i>Designer Awards</i>)
8	Minggu 8 (18 Maret - 23 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Djarum <i>Buka Puasa Bersama Media</i> - CIMB <i>OPeRA</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>Media collateral + photo booth</i> (DJARUM) - Perancangan <i>Key Visual</i> (CIMB <i>OPeRA</i>) - Perancangan <i>Media collateral</i> (CIMB <i>OPeRA</i>)
9	Minggu 9 (25 Maret - 30 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - CIMB <i>OPeRA</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>Key Visual</i>

	Maret - 31 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tasha's Birthday</i> - HUT 73 Djarum 	<ul style="list-style-type: none"> (CIMB OPeRA) - Revisi <i>Media collateral</i> (CIMB OPeRA) - Perancangan <i>Key Visual (Tasha's Birthday)</i> - Perancangan <i>Media collateral (Tasha's Birthday)</i> - <i>Brainstorming photo booth + stage + media collateral</i> (HUT 73 Djarum)
10	Minggu 10 (1 April - 4 April)	<ul style="list-style-type: none"> - HUT 73 Djarum - HSBC x Plaza Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> - Perancangan <i>photo booth + stage + media collateral</i> (HUT 73 Djarum) - Revisi <i>Layout Design</i> (HSBC x Plaza Indonesia)
11	Minggu 11 (15 April - 21 April)	<ul style="list-style-type: none"> - HUT 73 Djarum - HSBC x Plaza Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>photo booth + stage + media collateral</i> (HUT 73 Djarum) - Revisi <i>Layout Design</i> (HSBC x Plaza Indonesia)
12	Minggu 12 (22 April - 27 April)	<ul style="list-style-type: none"> - HSBC x Plaza Indonesia - OCBC <i>Market Outlook</i> - CIMB NIAGA BOD <i>Outing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>Layout Design</i> (HSBC x Plaza Indonesia) - Perancangan <i>Key Visual</i> (OCBC <i>Market Outlook</i>) - Perancangan <i>Media collateral</i> (OCBC <i>Market Outlook</i>) - Perancangan <i>Key Visual</i> (CIMB NIAGA BOD <i>Outing</i>) - Perancangan <i>Media collateral</i> (CIMB NIAGA BOD <i>Outing</i>)
13	Minggu 13 (29 April - 3 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> - OCBC <i>Business Forum</i> - OCBC <i>Market Outlook</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Perancangan <i>Key Visual</i> (OCBC <i>Business Forum</i>) - Perancangan <i>Media</i>

		<ul style="list-style-type: none"> - CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell - HSBC x Plaza Indonesia - CIMB NIAGA BOD Outing 	<ul style="list-style-type: none"> <i>collateral</i> (OCBC Business Forum) - Revisi <i>Key Visual</i> (OCBC Market Outlook) - Revisi <i>Media collateral</i> (OCBC Market Outlook) - Revisi <i>Layout Design</i> (HSBC x Plaza Indonesia) - Revisi <i>Media collateral</i> (CIMB NIAGA BOD Outing) - Perancangan <i>Key Visual</i> (CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell) - Perancangan <i>Media collateral</i> (CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell)
14	Minggu 14 (6 Mei - 10 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> - OCBC Business Forum - OCBC Market Outlook - CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell - HSBC PressCon 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>Key Visual</i> (OCBC Business Forum) - Revisi <i>Media collateral</i> (OCBC Business Forum) - Revisi <i>Key Visual</i> (OCBC Market Outlook) - Revisi <i>Media collateral</i> (OCBC Market Outlook) - Revisi <i>Layout Design</i> (HSBC PressCon) - Revisi <i>Media collateral</i> (HSBC PressCon) - Revisi <i>Key Visual</i> (CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell) - Revisi <i>Media collateral</i> (CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell)
15	Minggu 15 (6 Mei - 10 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> - OCBC Business Forum - OCBC Market Outlook - CIMB NIAGA Dato 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi <i>Key Visual</i> (OCBC Business Forum) - Revisi <i>Media collateral</i> (OCBC

		<ul style="list-style-type: none"> - Rahman Farewell - HSBC PressCon 	<ul style="list-style-type: none"> - Business Forum) - Revisi Key Visual (OCBC Market Outlook) - Revisi Media collateral (OCBC Market Outlook) - Revisi Layout Design (HSBC PressCon) - Revisi Media collateral (HSBC PressCon) - Revisi Key Visual (CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell) - Revisi Media collateral (CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell)
16	Minggu 16 (13 Mei - 17 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> - OCBC Market Outlook - CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell - HSBC PressCon - OCBC Business Forum 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi Key Visual (OCBC Market Outlook) - Revisi Media collateral (OCBC Market Outlook) - Revisi Layout Design (HSBC PressCon) - Revisi Media collateral (HSBC PressCon) - Perancangan booth (HSBC PressCon) - Revisi Key Visual (CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell) - Revisi Media collateral (CIMB NIAGA Dato Rahman Farewell) - Revisi Media Sosial Zig Zag - Pembuatan konten 1 - Pembuatan konten 2 - Pembuatan konten 3 - Pembuatan konten 4 - Pembuatan konten 5

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

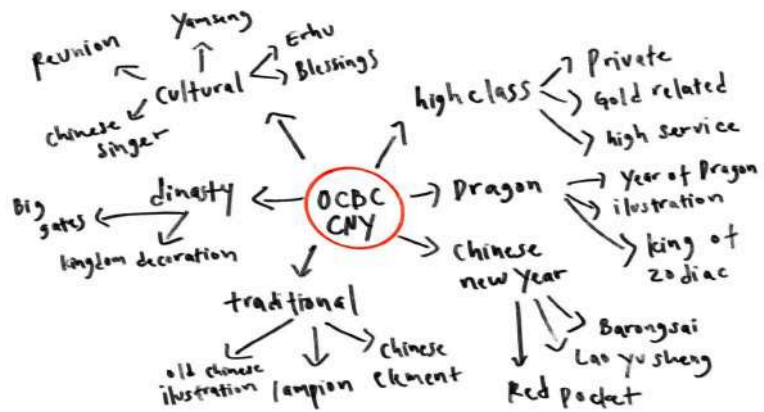
Dalam proses berjalannya program magang, sistematika pelaksanaannya dikelompokkan menjadi tiga bagian dengan uraian yaitu proses pelaksanaan dalam kerja magang, kendala yang ditemukan, serta solusi yang akhirnya ditemukan oleh penulis. Hasil pengelompokan tiga bagian ini merupakan sebuah uraian yang telah disesuaikan dengan langkah kerja penulis lama melakukan magang. Dalam bagian ini juga memuat informasi dan penjelasan, serta deskripsi tentang tugas-tugas yang telah dipercayakan oleh perusahaan kepada penulis selama melakukan magang di PT. Graha Kreasi Darani.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Dalam tahap proses pelaksanaan ini menjelaskan dan memberikan deskripsi mengenai segala rincian tugas dan pekerjaan yang diberikan kepada penulis dengan penjabaran yang rinci. Rincian tugas dipaparkan dalam bentuk *brief* yang didapatkan oleh penulis kemudian dikembangkan menjadi sebuah hasil karya yang dimulai dari proses *brainstorming*, sketsa dan hingga ke finalisasi karya akhir.

3.3.1.1 Perancangan *Key Visual* dan *Media Collateral* OCBC Chinese New Year Gathering

Dalam pelaksanaan proyek pertama ini, penulis diberikan *brief* untuk merancang *key visual* dan juga media kolateral untuk sebuah acara milik OCBC yang bertujuan merayakan Tahun Baru Imlek 2024. *Key visual* ini dibuat untuk menjadi sebuah panduan agar dapat menghasilkan kolateral media yang disesuaikan dengan bentuk dan keperluan media lainnya. Perancangan ini juga didasari dengan tema yaitu mengusung Tahun Baru Imlek Shio Naga di tahun 2024 ini. Dengan demikian dibuatlah sebuah *mind map* yang direncanakan untuk dapat menghasilkan sebuah karya yang sesuai dan dapat memberikan kesan yang mendalam sesuai dengan tujuan acara yaitu perayaan Tahun Baru Imlek 2024.



Gambar 3.2 Mind Map OCBC CNY Gathering

Hasil perancangan *mind map* di atas, didapatkan beberapa kata kunci yang akan digunakan dalam proses perancangan media visual utama, dan juga turunannya sehingga dapat dijadikan sebagai kolateral media yang bersangkutan. Sehingga didapatkan beberapa kata kunci yaitu *Year of Dragon*, *Kingdom decoration*, *Yam Seng*. Beberapa kata kunci berikut ini memberikan Penjelasan bahwa tema yang akan digunakan dalam kegiatan ini yaitu bertemakan tahun naga sebagai tahun imlek, menggunakan dekorasi secara dinasti negara tiongkok, dan tradisi *Yam Seng* yang akan menjadi *highlight* dalam kegiatan.



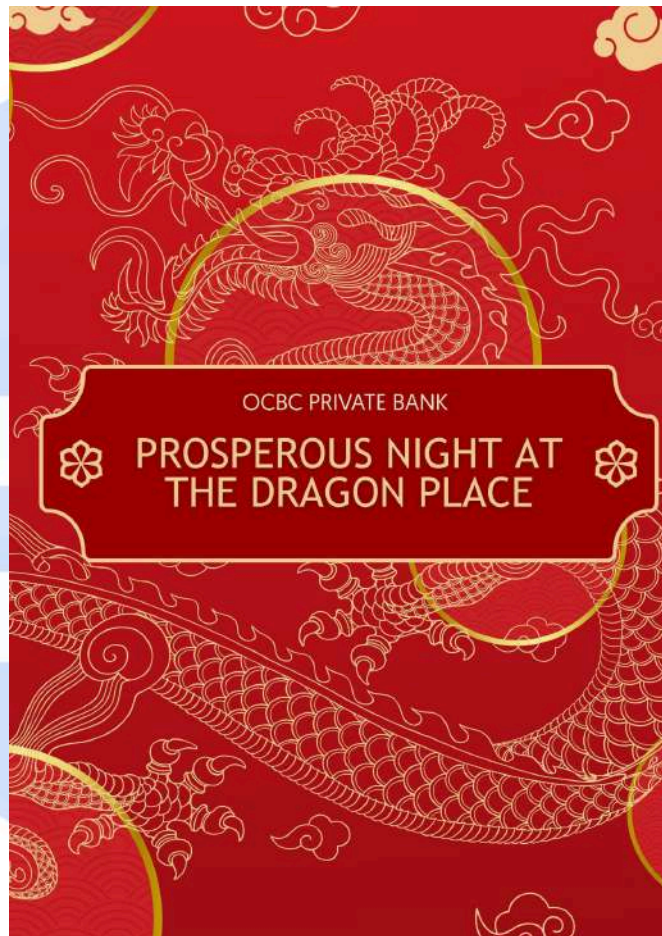
Gambar 3.3 Moodboard dan Referensi OCBC CNY Gathering

Setelah melakukan sesi *brainstorming* bersama tim, dan melakukan beberapa kali diskusi akhirnya didapatkan sebuah *moodboard* dan referensi didapatkan hasil sesuai dengan gambar yang ada di atas. berdasarkan hasil penggambaran di atas didapatkan bahwa penggunaan visual utama akan menggunakan unsur dekorasi kuno Dinasti. Selain itu, akan juga menggunakan warna merah sebagai warna utama dalam kegiatan ini karena warna merah merupakan warna yang selaras dengan branding OCBC. Hal ini juga dikarenakan warna merah memiliki makna kekuatan sesuai dengan Tahun Baru Imlek 2024 yaitu tahun naga diharapkan dapat memberikan kekuatan yang besar dan juga kemakmuran yang besar pula (Kampus Merdeka, 2022).



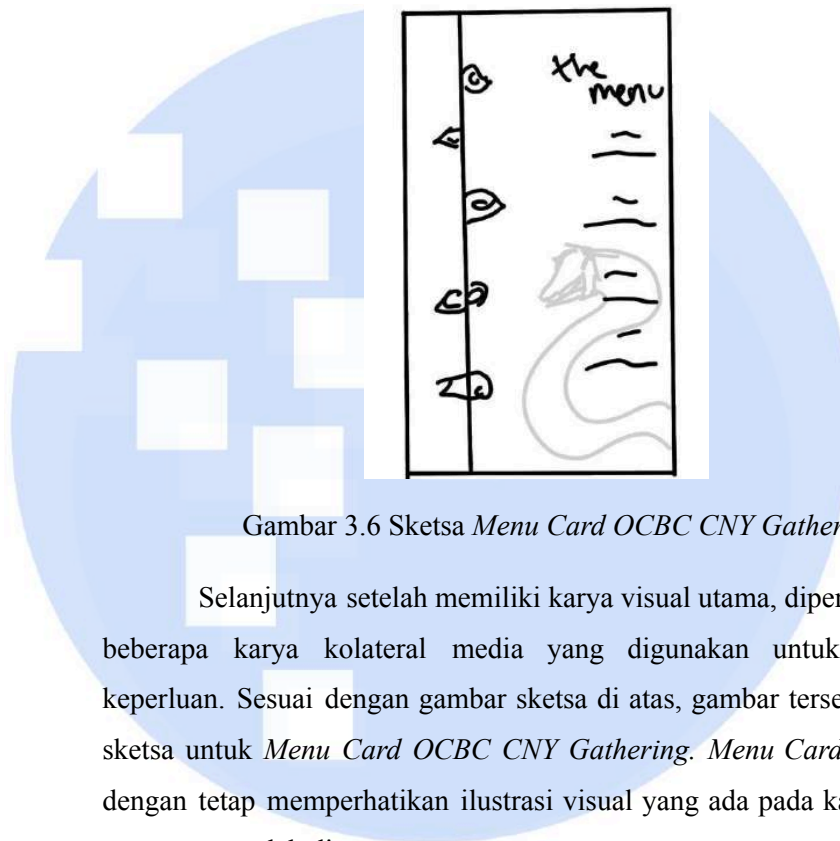
Gambar 3.4 Sketsa *Key Visual OCBC CNY Gathering*

Setelah melakukan tahap diskusi untuk mendapatkan sebuah konsep yang diharapkan. Dengan demikian, tahap selanjutnya yang dilaksanakan yaitu merancang sketsa untuk menghasilkan sebuah karya seni atau visual utama yang akan digunakan sebagai acuan dalam kegiatan sehingga dapat menghasilkan sebuah turunan karya yang akan diterapkan pada beberapa *collateral media*. Rincian gambaran ilustrasi sketsa yang ada pada gambar di atas menjelaskan bahwa visual utama akan menggunakan ilustrasi naga.



Gambar 3.5 Karya *Key Visual OCBC CNY Gathering*

Dalam proses pembuatan visual utama yang mengikuti gambaran sketsa, gambar di atas merupakan hasil dari perancangan yang telah disesuaikan dari tahap *Mindmap* hingga sketsa sehingga menghasilkan karya baru. Hasil perancangan diatas memiliki judul "*Prosperous Night at The Dragon Place*" yang memiliki arti bahwa sebuah malam kemakmuran di kediaman naga. Hal ini, memiliki maksud untuk menggambarkan kebesaran naga dan kemakmuran yang didapatkan sehingga diharapkan tahun 2024 akan menjadi sebuah tahun yang makmur bagi peserta yang datang. Perancangan ini dibuat dengan Menggabungkan beberapa aset visual yaitu aset naga, kemudian menggunakan aset awan, aset dekorasi yang bertemakan dinasti, serta penggunaan warna merah, dengan aset naga milik pelanggan yang digunakan pada karya.



Gambar 3.6 Sketsa *Menu Card OCBC CNY Gathering*

Selanjutnya setelah memiliki karya visual utama, diperlukan juga beberapa karya kolateral media yang digunakan untuk beberapa keperluan. Sesuai dengan gambar sketsa di atas, gambar tersebut adalah sketsa untuk *Menu Card OCBC CNY Gathering*. *Menu Card* dirancang dengan tetap memperhatikan ilustrasi visual yang ada pada karya visual utama yang telah dirancang.



Gambar 3.7 Karya *Menu Card OCBC CNY Gathering*

Berdasarkan gambar di atas gambar tersebut merupakan hasil karya akhir untuk perancangan *Menu Card OCBC CNY Gathering*. Hasil karya di atas dirancang dengan ukuran 11 cm x 6 cm. Dengan ukuran demikian memudahkan kepada tamu-tamu untuk dapat membaca isi konten yang ada pada karya tersebut. Perancangan karya tersebut juga digunakan untuk memberikan informasi tentang jenis-jenis makanan yang dapat dipilih oleh tamu-tamu yang hadir pada acara tersebut. Perancangan Karya di atas tetap menggunakan elemen visual utama serta membagi elemen-elemen lainnya sehingga tetap memiliki suatu kesatuan sesuai dengan karya utama yang telah dirancang pada kegiatan ini. elemen yang digunakan adalah ilustrasi naga, penggunaan elemen ilustrasi awan, serta menggunakan warna-warna yang sesuai dengan karya visual utama.



Gambar 3.8 Sketsa *Table Number OCBC CNY Gathering*

Perancangan berikutnya adalah perancangan *Table Number OCBC CNY Gathering* yang digunakan untuk menandakan tempat-tempat sesuai dengan nomor sehingga para pengunjung yang datang dapat mencari tempat duduk sesuai dengan nama yang telah di reservasikan sesuai dengan nomor meja tersebut. Perancangan ini dibuat dengan tetap memperhatikan elemen visual pada karya visual utama. Karya ini dibuat dengan ukuran 6 sehingga dapat tetap terbaca.



Gambar 3.9 Karya *Table Number OCBC CNY Gathering*

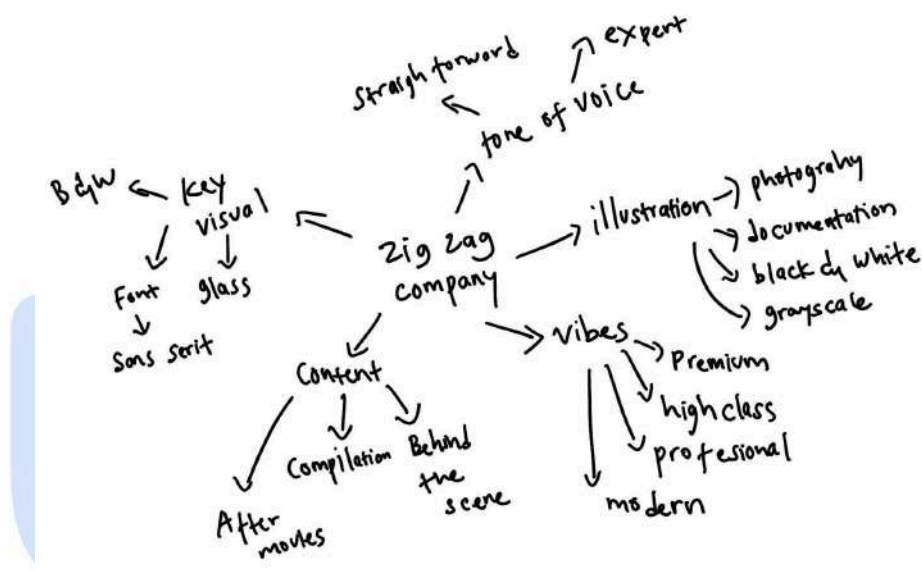
Setelah melewati tahap Sketsa, perancangan karya untuk collateral media berupa *Table Number OCBC CNY Gathering* dapat dilihat pada gambar di atas. Gambar di atas menunjukkan hasil finalisasi untuk karya penomoran meja yang tetap memiliki elemen visual utama yaitu menggunakan ilustrasi naga serta menambahkan logo dari merek untuk dapat memberikan sebuah identitas. Penggunaan warna yang diaplikasikan pada karya ini juga tetap memperhatikan warna-warna yang telah dikoordinasi sesuai dengan karya media utama.

3.3.1.2 Perancangan Konten Media Sosial Zig Zag Indonesia

Perancangan dalam pelaksanaan proyek kedua ini, penulis dijabarkan sebuah *brief* untuk merancang konten media sosial untuk Zig Zag Indonesia yang dapat digunakan dengan berkesinambungan dan terus-menerus sehingga diperlukan juga sebuah *key visual* yang dapat dijadikan sebagai salah satu elemen yang dapat digunakan secara terus-menerus hingga ke depannya sehingga konten media sosial diunggah

pada media sosial milik Zig Zag Indonesia dapat terlihat rapi dan tersusun dengan rapi pula. 2024.

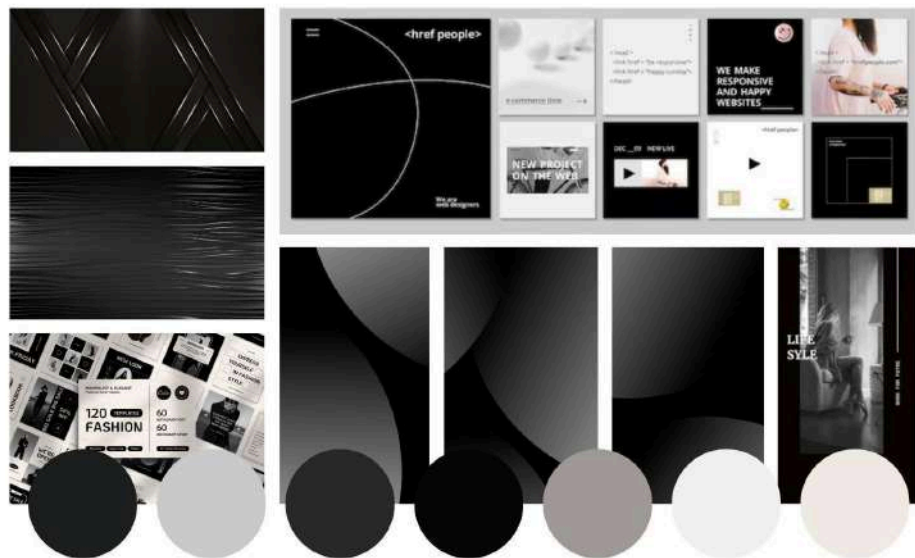
Perancangan untuk konten media sosial tentu dilalui beberapa tahap dimulai dengan tahap diskusi dengan tim *creative* dan juga melakukan *brainstorming* serta diskusi secara bersama-sama. Secara rinci konten media sosial yang diinginkan adalah untuk menghasilkan sebuah kesan bahwa Zig Zag Indonesia memiliki kesan yang canggih serta modern. Oleh karena itu setelah melakukan pembahasan dihasilkan lah sebuah *mind map* yang didapatkan oleh penulis untuk dapat merancang sebuah konten media sosial yang berkesinambungan serta menghasilkan sebuah *key visual* yang dapat digunakan secara terus-menerus untuk konten media sosial milik Zig Zag Indonesia.



Gambar 3.10 *Mind Map Social Media Zig Zag Indonesia*

Selaras dengan hasil penggambaran *Moodboard* Di atas ini, menjelaskan bahwa perancangan terdiri dari beberapa titik fokus yaitu melihat dari *tone of voice*, perancangan *key visual*, dan isi konten yang ingin diberikan kepada target konsumen. Dengan begitu, didapatkanlah beberapa kata kunci yang dapat digunakan untuk menghasilkan sebuah karya yang sesuai dan dapat

memberikan kesan yang sesuai dengan tujuan Zig Zag Indonesia yang antara lain adalah *straightforward*, *glass*, dan *modern*. Dengan menghasilkan beberapa kata kunci ini dapat menjadi sebagai panduan dalam merancang karya.



Gambar 3.11 Moodboard dan Referensi Social Media Zig Zag Indonesia

Tujuannya dengan memilih beberapa kata kunci ini dengan harapan Untuk dapat memberikan sebuah konten yang tepat sasaran, singkat, padat, serta jelas. Penggunaan elemen kaca untuk dapat memberikan sebuah kesan transparansi atau transparan yang menunjukkan bahwa Zig Zag Indonesia memiliki potensi dan juga kualitas yang baik yang dapat dilihat oleh seluruh kalangan umum. Penggunaan kesan yang modern untuk dapat menunjukkan bahwa Zig Zag Indonesia tempat senantiasa bertumbuh bersama perkembangan zaman. Selain itu, Dalam perancangan konten media sosial akan menggunakan warna hitam untuk dapat menunjukkan kecanggihan serta sisi modern dari Zig Zag Indonesia (Kampus Merdeka, 2022)

Perancangan konten sosial media untuk Zig Zag Indonesia akan memuat tentang informasi seputar jasa apa saja yang akan diberikan atau yang terbuka untuk masyarakat oleh Zig Zag Indonesia. Ditambahkan, adanya beberapa informasi yang bersifat kolaborasi yang akan ditampilkan pada konten sosial media. Disisi lain, media sosial Zig Zag Indonesia akan dipergunakan untuk

memuat tentang dokumentasi mengenai kegiatan-kegiatan ataupun perencanaan *event* yang pernah dijalankan oleh Zig Zag Indonesia. Sebagai tambahan, media sosial juga akan digunakan sebagai wadah untuk menampilkan profil dari Zig Zag Indonesia sehingga dapat menarik lebih banyak target konsumen dan dapat menilai pengalaman perusahaan sesuai dengan *company profile* yang tersedia pada media sosial milik perusahaan.



Gambar 3.12 Sketsa Konten *Social Media* Zig Zag Indonesia

Setelah melalui proses diskusi, dan setelah melakukan proses menentukan kata kunci dan juga *mood board*. Tahap selanjutnya yang dilakukan adalah merancang sketsa untuk konten media sosial. Perancangan konten ini dibagi menjadi dua bagian. Hal ini dikarenakan bagian pertama digunakan untuk sebagai profil perkenalan tentang perusahaan. Dimana konten tersebut akan memuat informasi tentang jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Sedangkan pada bagian kedua, akan berisi informasi tentang kegiatan yang pernah dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk portofolio yang dapat dilihat oleh khalayak umum sehingga dapat mendatangkan target atau calon konsumen. Pembagian ini dilakukan dengan membagi dua jenis konten ke dalam 6 bagian. Demikian, konten yang pertama memiliki tiga bagian yang akan

mengisi informasi tentang profil perusahaan. Selanjutnya, konten yang kedua akan memiliki tiga bagian juga yang berisi tentang salah satu kegiatan yang sering dijalankan oleh Zig Zag Indonesia.



Gambar 3.13 Karya Konten *Social Media* Zig Zag Indonesia

Tahap terakhir dalam perancangan karya ini yaitu melaksanakan pengerjaan karya tersebut. Berdasarkan dari gambar diatas, gambar tersebut merupakan hasil finalisasi karya akhir konten sosial media Zig Zag Indonesia. Sesuai dengan tahap perancangannya, konten pada tiga unggahan di bawah merupakan unggahan yang bertujuan untuk dapat memberikan informasi tentang profil perusahaan mulai dari jasa apa yang dilayani, menunjukkan logo dari perusahaan, dan memberikan informasi tentang keahlian dari perusahaan. Kemudian, pada 3 unggahan terakhir merupakan unggahan yang didedikasikan untuk menampilkan hasil dokumentasi, hasil kerja lapangan milik Zig Zag Indonesia. Isi konten tersebut merupakan salah satu jenis kegiatan yang pernah dilaksanakan dan dikoordinasi oleh Zig Zag Indonesia. Kegiatan yang dilaksanakan adalah forum bisnis antara Indonesia dengan Australia. Aplikasi visual pada karya ini juga menerapkan penggunaan warna hitam Serta adanya elemen kaca yang dapat menampilkan Sisi transparansi perusahaan. serta adanya penggunaan cahaya yang diterapkan untuk dapat memberikan kesan kontras pada

beberapa bagian tampilan konten, Selain itu, visual yang digunakan sengaja dibuat berkesinambungan sehingga dapat diterapkan secara terus-menerus untuk konten-konten berikutnya. Konten juga disusun dengan rapi dan sistematis sehingga memudahkan pengguna untuk dapat melihat isi konten apa saja yang terdapat pada profil media sosial Zig Zag Indonesia.

3.3.1.3 Perancangan *Media Collateral* DJARUM Buka Puasa Bersama Media 2024

Dalam proyek ketiga yang dipercayakan kepada penulis ini, penulis diberikan paparan *brief* untuk merancang media kolateral untuk keperluan kegiatan DJARUM Buka Puasa Bersama Media 2024. Perancangan ini diperlukan dikarenakan PT. DJARUM akan mengadakan kegiatan untuk ikut serta dalam melakukan kegiatan atau acara buka puasa bersama di bulan Ramadhan tahun 2024. Perancangan media kolateral ini digunakan untuk sebagai lokasi atau tempat bagi para tamu yang diundang untuk melakukan sesi foto bersama, ataupun sebagai tempat untuk melakukan wawancara dan berbagai kegiatan yang dapat direkam untuk kepentingan konten dari perusahaan PT. DJARUM. Dengan demikian, diperlukan media yang memiliki nilai ataupun esensi yang sesuai dengan rangkaian kegiatan yang sedang diselenggarakan oleh PT. DJARUM itu sendiri.



Gambar 3.14 *Mindmap* DJARUM Buka Puasa Bersama Media 2024

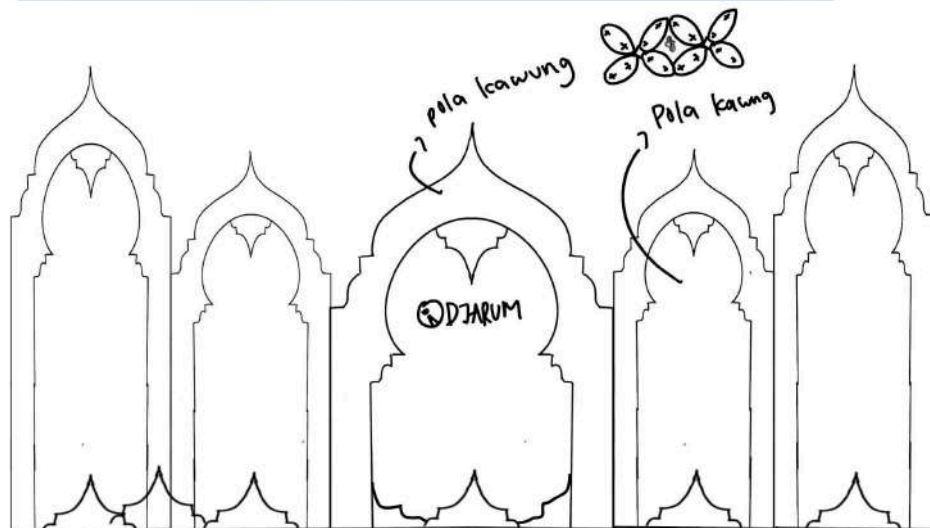
Dengan demikian dibuatlah sebuah *mind map* yang telah dirancang dan direncanakan untuk dapat menghasilkan sebuah karya yang sesuai dan dapat menghasilkan sebuah media yang tepat sasaran serta tetap memiliki kesinambungan dengan rangkaian kegiatan yang bersangkutan. Perancangan *mind map* DJARUM Buka Puasa Bersama Media yaitu dengan rincian antara lain yaitu ditemukan beberapa kata kunci utama yang dapat menunjang perancangan media kolateral ini yaitu *family vibes*, *islamic*, dan batik. Kata kunci yang didapatkan ini digunakan untuk dapat merancang konsep media kolateral yang berupa *photowall*. Perancangan dengan konsep akan digunakan dengan merancang bentuk yang sesuai dengan tema *family vibes*, *islamic* yang berhubungan dengan Ramadhan serta mengusung tema kekeluargaan. Selain itu berdasarkan kedua poin tersebut akan digabungkan dengan batik sebagai elemen Indonesia.



Gambar 3.15 *Moodboard* dan Referensi DJARUM Buka Puasa Bersama Media 2024

Sesudah melewati tahap diskusi dan perencanaan, selanjutnya dilanjutkan dengan menentukan *Moodboard* dan referensi yang dibutuhkan untuk dapat memudahkan proses perancangan. sesuai dengan kata kunci yang digunakan yaitu tentang kekeluargaan dan juga budaya

Islam maka akan menggunakan elemen seperti kubah masjid yang menandakan bentuk rumah serta dapat menggambarkan bentuk kekeluargaan. Selanjutnya pada kata kunci batik akan menggunakan referensi batik Indonesia yang sesuai untuk dapat menggambarkan asimilasi antara budaya Islam dengan batik Indonesia. Selain itu, ada juga penggunaan warna yang menggunakan warna biru karena warna biru merupakan warna branding milik PT. DJARUM. Tidak hanya itu, adanya penggunaan warna biru bertujuan untuk dapat memberikan kesan yang tenang sehingga dapat memudahkan proses menjalani ibadah puasa oleh para tamu (Khattak, 2018).



Gambar 3.16 Sketsa DJARUM Buka Puasa Bersama Media 2024

Menelusuri tahap selanjutnya yaitu tahap perancangan sketsa. Perancangan sketsa yang ada pada gambar diatas akan dijadikan sebagai *photowall* untuk keperluan foto bersama ataupun merekam konten pada saat acara buka puasa bersama media nantinya. Rincian sketsa menggambarkan ada 5 pilar gambaran kubah masjid yang menyerupai atap rumah yang selaras dengan konsep sebelumnya yang menganut poin kekeluargaan dan juga *Islamic*. Pada bagian dalam *photowall* akan diisi dengan bentuk batik kawung yang akan menggunakan warna biru serta beberapa turunan warna biru lainnya yang selaras dengan warna PT.

DJARUM. Disisi lain, pada perancangan ini penulis juga memuat logo dari PT. DJARUM sebagai bentuk identitas yang digambarkan. Dengan demikian, saat akan melakukan konten ataupun proses foto akan tergambar sebuah identitas dari perusahaan yang menandakan bahwa kegiatan ini diselenggarakan oleh perusahaan yang bersangkutan saat akan melakukan konten ataupun proses foto akan tergambar sebuah identitas dari perusahaan yang menandakan bahwa kegiatan ini diselenggarakan oleh perusahaan yang bersangkutan.

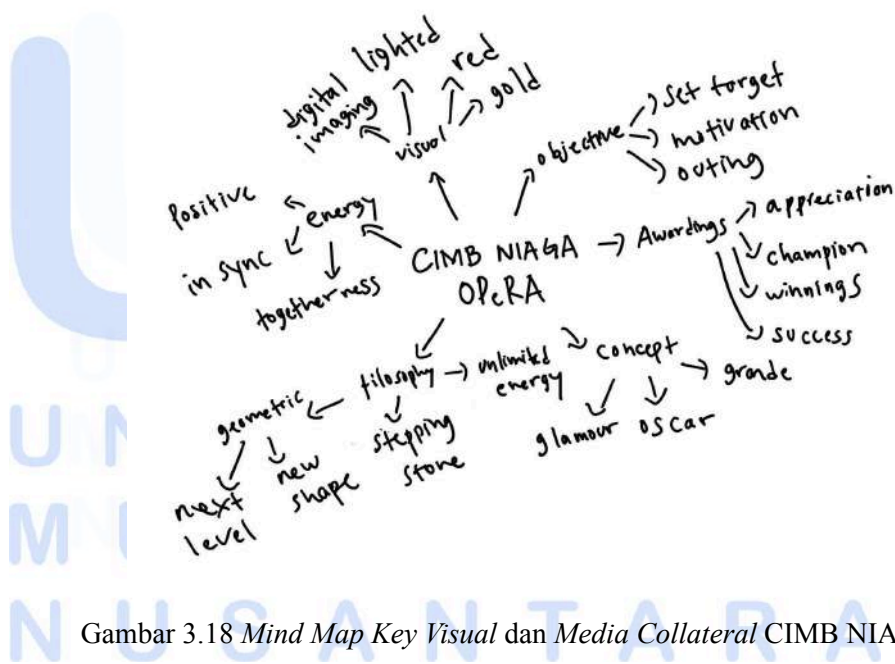


Gambar 3.17 Karya DJARUM Buka Puasa Bersama Media 2024

Pada tahap terakhir merupakan hasil karya yang merupakan finalisasi dari perancangan DJARUM Buka Puasa Bersama Media 2024. Hasil perancangan yang didapatkan yaitu tergambar bentuk *photo wall* dengan ukuran 6 m x 3,3m dengan ruang kedepan 3,44m. penggunaan elemen warna biru yang memiliki warna biru tua dan biru muda digunakan diaplikasikan sebagai hasil warna turunan. Tidak ada bangun ruang saja yang memiliki elemen visual. Akan tetapi, pada bagian *level* panggung untuk *photowall* juga memiliki elemen visual yang selaras yaitu elemen batik.

3.3.1.4 Perancangan *Key Visual* dan *Media Collateral* CIMB NIAGA OPeRA 2023

Rancangan proyek yang keempat ini, penulis dipercayakan untuk merancang *Key Visual* dan *Media Collateral* untuk kegiatan CIMB NIAGA OPeRA 2023. Kegiatan ini merupakan sebuah kegiatan apresiasi kepada para karyawan yang telah mencapai pencapaian tertentu dan memiliki keahlian pada bidang tertentu dari tahun 2023. Perancangan *Key Visual* juga dibutuhkan sebagai landasan untuk menghasilkan sebuah beberapa kolateral media lainnya sebagai turunan dari visual utama yang telah dihasilkan. Berhubungan dengan kegiatan milik CIMB NIAGA OPeRA 2023 yang merupakan sebuah kegiatan malam apresiasi atau malam penghargaan kepada para karyawan. Maka, kegiatan yang dilakukan memerlukan sebuah rancangan visual utama yang memiliki gambaran mengenai penghargaannya. Penulis menerima *brief* yang bertujuan untuk dapat menghasilkan sebuah *Key Visual* yang dapat menggambarkan gerakan yang memotivasi karyawan-karyawan lainnya untuk tetap semangat dan bertumbuh bersama.



Gambar 3.18 *Mind Map Key Visual* dan *Media Collateral* CIMB NIAGA OPeRA 2023

Oleh karena itu, penulis merancang sebuah *mind map* dengan gambaran seperti diatas ini. Gambar ini dirancang demi untuk menghasilkan sebuah proses dan sistematika perancangan yang tepat sasaran dan dapat menghasilkan sebuah karya yang dapat selaras dengan kegiatan yang dilaksanakan. Maka dari itu, perancangan Ini menghasilkan beberapa kata kunci utama yang dapat digunakan sebagai panduan atau acuan untuk dapat diteruskan menjadi bagian penting dalam tolak ukur perancangan. Beberapa kata kunci utama yang akhirnya terpilih antara lain yaitu *next level*, *oscar*, dan *in sync*. Sejalan dengan beberapa kata yang terpilih menjadi kata kunci utama dapat dijabarkan bahwa *next level* memiliki arti untuk dapat mencapai sebuah tahap yang lebih besar dan juga lebih cemerlang. *Oscar* memiliki gambaran sebagai referensi utama dalam menjalankan sebuah acara. *In sync* digunakan untuk memiliki tujuan memacu para karyawan untuk dapat tetap bersinergi dan sabar sama-sama melaju melangkah ke tahap yang lebih baik dan lebih besar serta tetap kokoh bersama sebagai suatu kesatuan perusahaan yang sempurna.



Gambar 3.19 Moodboard dan Referensi Key Visual dan Media Collateral
CIMB NIAGA OPeRA 2023

Setelah mendapatkan konsep perancangan yang diinginkan. Maka, tahap selanjutnya yang diperlukan adalah merancang *Moodboard* dan referensi untuk dapat menghasilkan sebuah gambaran yang sesuai dengan tema dan dapat menguraikan ide-ide yang telah didapatkan sehingga tidak terjadi tumpang tindih ataupun karya yang tidak sesuai dengan tema atau karya yang tidak tepat sasaran. Pada perancangan akan menggunakan patung atau elemen piala yang akan digunakan sebagai tokoh utama dalam perancangan visual utama ini. Selanjutnya juga akan menggunakan bentuk geometris yang digunakan sebagai penggambaran langkah bersama yang bertumpang tindih dengan demikian dapat menghasilkan sebuah gambaran tahap-tahap yang dilangkahi oleh para karyawan secara bersinergi dalam melangkah. Adapun penggunaan warna kuning sebagai pelengkap hal ini karena kuning memiliki arti optimis dan semangat yang sesuai dengan konsep pencapaian ini (Kampus Merdeka, 2022)



Gambar 3.20 Sketsa *Key Visual* CIMB NIAGA OPERA 2023

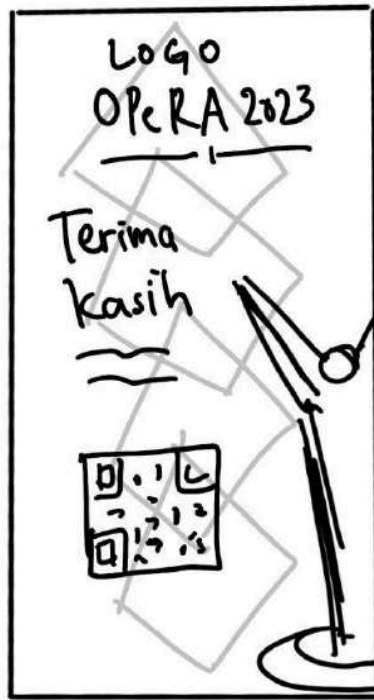
Sejalan dengan rincian pemaparan penjelasan yang ada diatas, sketsa yang dirancang oleh penulis untuk media visual utama ini akan menitikberatkan pada bentuk piala sebagai tokoh utama dan juga akan menggunakan bentuk geometris sebagai latarnya. Perancangan ini didasari dengan adanya konsep yang telah disesuaikan sehingga dapat menghasilkan sebuah karya yang lebih mendeskripsikan kegiatan yang sedang berlangsung. Adapun, ilustrasi atau penggambaran yang digunakan pada visual utama ini akan menambahkan elemen emas (kuning) untuk dapat menunjukkan unsur dari piala dan penghargaan pada kegiatan ini.



Gambar 3.21 Karya *Key Visual* CIMB NIAGA OPeRA 2023

Hasil rancangan dari *Key Visual* CIMB NIAGA OPeRA 2023 terlihat pada gambar diatas. Dimana, eksekusi yang dijalankan adalah menggunakan piala aset milik pelanggan sebagai objek utama yang dilengkapi sinar. Pada bagian latar ditambahkan bentuk geometris yang saling tumpang tindih dan

Selaras berjalan mengarah ke atas. Adapun tambahan yang digunakan berupa penyinaran kepada objek piala ini sebagai satu-satunya objek yang bersinar di dalam visual utama ini. Dengan demikian hasil rancangan media visual utama dapat memberikan sebuah kesan yang menitikberatkan pada Piala sebagai tokoh utama dalam kegiatan CIMB NIAGA OPeRA 2023.



Gambar 3.22 Sketsa *Media Collateral* CIMB NIAGA OPeRA 2023

Setelah adanya perancangan visual utama yang telah jadi, tahap selanjutnya dapat dilanjutkan untuk menghasilkan sebuah media turunan yaitu kolateral media yang digunakan untuk menunjukkan apresiasi atas kesediaan para karyawan untuk hadir dalam acara tersebut. Media ini akan disebarakan setelah kegiatan sudah selesai dan ditampilkan sebuah *barcode* untuk mengakses tautan yang berisi foto-foto bersama yang dapat diakses oleh tamu. Media ini juga merupakan media yang akan disebarakan secara digital Oleh karena itu ukuran media ini akan berukuran 1920 x 1080 px. Dengan gambaran diatas menunjukkan aset milik CIMB NIAGA yang memiliki foto aset piala yang akan digunakan secara langsung.



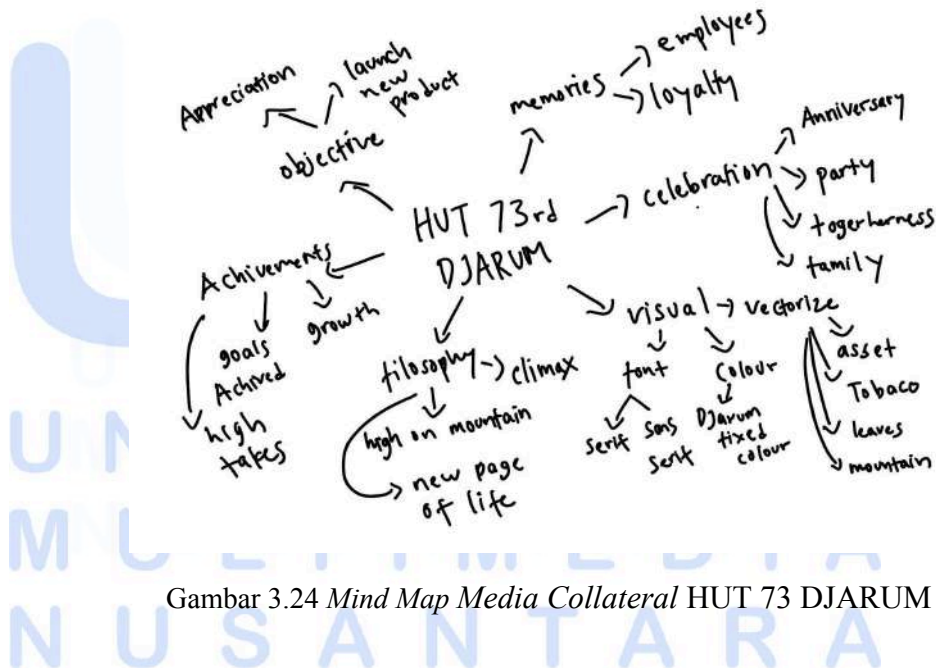
Gambar 3.23 Karya *Media Collateral* CIMB NIAGA OPeRA 2023

Sesuai dengan hasil sketsa yang telah digambarkan oleh penulis, berikut merupakan hasil karya *Media Collateral* CIMB NIAGA OPeRA 2023 yang sudah menggunakan aset piala pelanggan. Secara konten, karya ini memberikan informasi dan apresiasi kepada para peserta yang sudah mengikuti kegiatan hingga selesai diberikan ucapan terima kasih dan tautan untuk mengakses foto. Secara visual, elemen-elemen yang ada pada visual utama tetap digunakan seperti penggunaan gambar piala sebagai bagian utama yang tetap memiliki Sinar serta menggunakan geometris yang berwarna merah pada latar untuk dapat memberikan elemen yang serupa juga. Selain itu juga terdapat beberapa elemen yang digunakan yaitu adanya elemen warna kuning (emas) yang digunakan untuk dapat memberikan pencahayaan pada piala tersebut, serta

menggunakan elemen terang sehingga memiliki kesan yang selaras dengan tujuan kegiatan ini.

3.3.1.5 Perancangan *Media Collateral* HUT 73 DJARUM

Dalam prosesi pelaksanaan proyek kelima ini, penulis diajukan sebuah *brief* yang berisikan untuk merancang media kolateral untuk acara milik PT. DJARUM yaitu HUT 73 DJARUM. Kegiatan ini dilancarkan bertujuan untuk merayakan ulang tahun serta bertujuan untuk menunjukkan pencapaian dari PT. DJARUM. Dikarenakan merupakan sebuah perusahaan rokok maka pada kegiatan ulang tahun ini, pelanggan bertujuan untuk dapat memperkenalkan tanaman tembakau gunung kepada karyawan dan juga khalayak umum. Perayaan ulang tahun ini akan menjadi sebuah acara yang menggambarkan kebersamaan karyawan untuk senantiasa bersama dengan PT. DJARUM serta menggambarkan pencapaian perusahaan sejauh ini selama berdiri 73 tahun. Dengan demikian, penulis membentuk sebuah mind map dengan rincian sebagai berikut ini.



Gambar 3.24 *Mind Map Media Collateral* HUT 73 DJARUM

Berdasarkan ilustrasi gambaran *Mind Map* diatas didapatkan bahwa beberapa kata kunci yang dapat digunakan untuk dapat menunjang sebuah karya yang tepat sasaran juga sesuai dengan konsep yang ingin dibawakan pada ulang tahun PT. DJARUM yang ke 73 ini. Kata kunci utama yang telah terpilih yaitu *climax*, *tobacco*, dan *anniversary*. Gambaran klimaks yang digunakan dalam perancangan karya ini adalah adanya bentuk yang memuncak untuk menggambarkan sebuah pencapaian yang tertinggi dan bersiap untuk menghadapi tantangan berikutnya untuk mencapai mencapai lebih tinggi lagi daripada yang saat ini. selanjutnya adanya menggunakan elemen tembakau sebagai salah satu bagian utama atau tokoh utama dalam kegiatan ini karena \ ditujukan untuk memperkenalkan tembakau gunung kepada khalayak umum sehingga akan digunakan sebagai salah satu elemen visual utama. Selanjutnya penggambaran secara keseluruhan yaitu menggambarkan perayaan ulang tahun secara rangkaian kegiatan HUT 73 DJARUM.



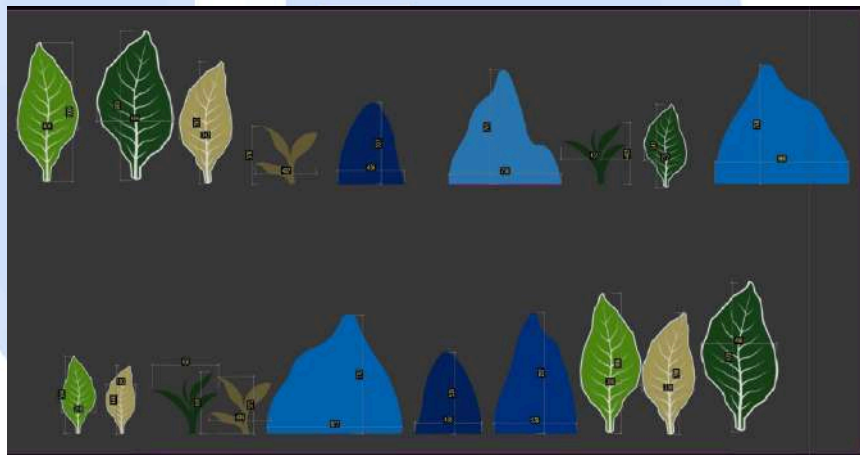
Gambar 3.25 Moodboard dan Referensi HUT 73 DJARUM

Selaras dengan hasil penjabaran mengenai *mind map* diatas, perancangan juga membutuhkan sebuah pengecutan ide dengan mengumpulkan beberapa referensi untuk dapat menggambarkan dan menciptakan sebuah visualisasi yang tepat sasaran. Dengan demikian nantinya hasil perancangan dapat tetap menjadi sebuah karya yang selaras serta sesuai dengan tujuannya. Dikarenakan perancangan kontra media yang akan dibuat adalah berbentuk *photowall*, maka referensi yang dikumpulkan juga merupakan referensi yang berhubungan dengan instalasi. Berdasarkan hasil pengumpulan ide didapatkan bahwa perancangan akan menggunakan elemen yang dapat menggambarkan pencapaian serta elemen yang menggambarkan tembakau gunung. Oleh karena itu di gabungkanlah perancangan yang melibatkan ilustrasi pohon dan juga gunung. Disisi lain, penulis juga menerapkan warna biru hal ini dikarenakan warna biru menggambarkan sebuah pengetahuan (Shraman, 2020). Dalam konteks ini PT. DJARUM telah mencapai sebuah pengetahuan yang lebih tinggi seiring berjalannya karir dan penemuannya terhadap tembakau gunung.



Gambar 3.26 Sketsa *Media Collateral* HUT 73 DJARUM

Sejalan dengan perancangan konsep dan juga pengerutan ide diatas, penulis menghasilkan sketsa sebagai berikut. Gimana penggambaran menggunakan papan yang memiliki dinamika tinggi dan rendah sebagai bentuk pegunungan dan juga menggambarkan pencapaian yang dimiliki oleh perusahaan. Ada juga penggunaan elemen yang menggambarkan ilustrasi mengenai tumbuhan tembakau gunung dan juga elemen gunung lainnya.



Gambar 3.27 Sketsa 2 *Media Collateral* HUT 73 DJARUM

Selain itu, penulis juga memberikan rincian ukuran mengenai beberapa instalasi yang akan dipasang sesuai dengan perancangan yang didesain oleh penulis. Aset-aset yang telah di desain oleh penulis ini menggambarkan bentuk tanaman tembakau dan juga gambaran gunung yang nantinya akan dipasang lampu untuk dapat memberikan suasana yang lebih terang ketika akan melakukan sesi foto bersama. Demikian dibawah ini merupakan hasil karya dari

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

perancangan *photo wall* untuk HUT 73 DJARUM.

Gambar 3.28 Karya *Media Collateral* HUT 73 DJARUM

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam proses menekuni program magang di PT. Graha Kreasi Darani tentu penulis mendapatkan banyak ilmu yang berharga dan juga dapat menjadi bahan pelajaran yang berguna untuk kedepannya terutama di bidang seni dan desain dan bagaimana cara pengaplikasiannya. Akan tetapi tentu dalam proses menjalani magang ini ada beberapa kesulitan atau kendala yang ditemukan oleh penulis selama mengerjakan beberapa proyek. Kendala yang dihadapi merupakan kendala secara teknis. Beberapa kendala yang dihadapi oleh penulis antara lain yaitu kesulitan dalam menentukan material yang cocok digunakan sebelum melakukan percetakan, kesulitan menyatukan ide dari rekan kerja yang lain dan juga pimpinan tim kreatif. Selain itu, penulis juga merasa mengalami kendala dalam berkomunikasi dengan beberapa rekan kerja.

Pada bagian kendala mengenai penutup material dialami dikarenakan penulis belum paham dengan jelas tentang penggunaan material serta kelebihan dan kekurangan setiap material yang akan digunakan. Oleh karena itu ketika diberi tanggung jawab oleh perusahaan



untuk menentukan sebuah material atau ketika dimintai pendapat oleh pelanggan, penulis merasa kesulitan saat akan menjelaskan alasan

pemilihan material. Pada kendala menyatukan ide, penulis merasa sulit untuk mendapatkan suatu karya akhir di karena banyak sekali ide yang berbeda diantara rekan kerja oleh karena itu diperlukan rasa percaya diri sendiri untuk dapat memberikan ide sendiri dan memberikan pendapat sendiri sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dan bahan diskusi oleh semua orang yang terlibat.

Selanjutnya kendala terakhir yaitu kendala dalam berkomunikasi. Hal ini, dialami saat penulis harus mengkomunikasikan hasil karya kepada pelanggan ataupun kepada rekan kerja lainnya dengan menjelaskan filosofi serta alasan pemilihan konsep yang digunakan. Hal ini menjadi sebuah tantangan yang besar dikarenakan banyak sekali hal-hal yang belum dikomunikasikan oleh pimpinan kreatif kepada penulis dan dapat memicu miskomunikasi sehingga hasil yang dikerjakan memiliki kemungkinan untuk tidak maksimal. Selain itu, beresiko untuk menghasilkan sebuah karya yang tidak tepat sasaran dan tidak sesuai dengan tujuan pelanggan.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Tentunya berdasarkan kendala yang dihadapi ada juga solusi yang dapat ditempuh oleh penulis. Mengenai kendala dalam penentuan material penulis akhirnya mempelajari sendiri mengenai material-material apa saja yang biasa digunakan, serta melakukan edukasi diri terhadap rekan-rekan kerja lainnya untuk mendapat ilmu mengenai penggunaan materi. Berhubungan dengan sulit menggabungkan ide dan pikiran, penulis akhirnya melakukan diskusi kembali serta memberikan beberapa alternatif desain sehingga dapat dipilih secara langsung oleh rekan-rekan kerja lainnya dan juga oleh pimpinan tim kreatif. Mengenai kendala yang berhubungan dengan sulit menjalin komunikasi, penulis pendekatan diri kepada pelanggan dan juga kepada rekan kerja lainnya dengan demikian dapat menghasilkan sebuah komunikasi yang lebih baik dan meminimalisir terjadinya miskomunikasi dalam pekerjaan karya desain.