

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

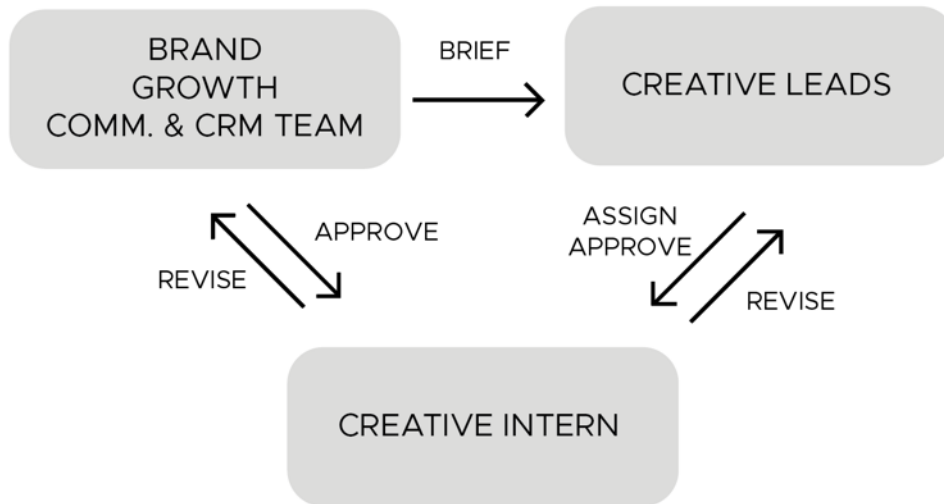
Pada program magang ini, penulis memiliki kedudukan sebagai *Creative Intern* di Mad for Makeup yang memiliki peranan untuk melakukan visualisasi dari keseluruhan keperluan *branding* dari *brand* ini. Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja sama dengan tim visual yang terdiri atas dua *creative designer*, Chiara Anjani Kuntjoro dan juga Floretta Eleora Cinta disertai dengan tiga *creative intern* yaitu penulis, Aurellia Anastacia, dan Nurhaliza Istiqomah. Tim ini kerap melakukan kerjasama dengan tim *brand* lebih tepatnya, *social media officer* dan juga *intern*. Dalam bekerja sama dengan anggota lainnya, penulis melalui proses *creative thinking*, diskusi *brainstorming* terkait *visual calendar* perusahaan, hingga eksekusi seperti perancangan aset visual hingga *layouting* dan *editing*. Pembimbing penulis pada program magang ini adalah Floretta Eleora Cinta.

##### 3.1.1 Kedudukan

Penulis menduduki posisi *creative intern* yang berperan dalam menciptakan visual untuk berbagai keperluan *branding*. Posisi ini tidak menutup kemungkinan bahwa karya yang diciptakan penulis hanya berkecimpung pada lingkup desain grafis saja namun *video editing*, fotografi dan videografi, dan juga *motion graphic*. Hasil luaran yang didesain oleh penulis biasanya cenderung untuk keperluan sosial media, promosi dan juga kampanye-kampanye tertentu seperti *product launching* dan *D2D content*.

### 3.1.2 Koordinasi

Alur koordinasi dari pekerjaan yang dilaksanakan oleh penulis memiliki urutan sebagai berikut :



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Seperti yang tertera pada bagan di atas, *mega brief* dirancang oleh Brand Lead bersama tim sosial media untuk membuat konten harian.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Sehubungan dengan periode magang yang dilaksanakan oleh penulis selama empat bulan di Mad for Makeup, penulis telah menjalankan 18 minggu magang dengan berbagai proyek dengan keterangan yang tertera pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 (22-26 Jan 2024)	<i>Campaign Prep</i> untuk <i>Launching</i> #GlassNotGloss <i>Ink Like Air Glasstick</i>	Mengikuti <i>photoshoot</i> untuk keperluan <i>marketplace</i> Ink Like Air Glasstick (menjadi <i>runner</i> , <i>lighting</i> , dan membantu <i>direct</i> pose serta membantu <i>styling</i> model)

		<p>Konten D2D Bulan Januari</p> <p>SPOTLESS+ #CoversEvenTattoo <i>Special Edition Packaging Campaign</i></p>	<p>Merancang desain Instagram <i>feed</i> “<i>Women of Colors</i>” untuk konten D2D Mad for Makeup</p> <p>Melakukan <i>asset compiling, asset design</i> dan juga <i>video editing</i> untuk konten Instagram <i>reels</i> “Kok Lentik and Why Everyone Loves It”</p> <p>Melakukan <i>brainstorming</i> dan juga desain kemasan edisi spesial SPOTLESS+ untuk kampanye #CoversEvenTattoo</p>
2	2 (29-31 Jan, 1-2 Feb 2024)	<p><i>Mad Visionary Program : Step 1 Task</i></p> <p>Konten D2D bulan Januari</p>	<p>Melakukan <i>update</i> pada LinkedIn mengenai pengalaman minggu pertama bekerja di Mad for Makeup</p> <p>Melakukan pengumpulan aset, mendesain aset dan juga melakukan <i>video editing</i> untuk keperluan Instagram <i>Reels</i> “<i>Grow Lashes as Fast as Hooaha Hair</i>”</p>
3	3 (5-9 Feb 2024)	<p>SPOTLESS+ #CoversEvenTattoo <i>Special Edition Packaging Campaign</i></p> <p><i>Campaign Prep</i> untuk <i>Launching</i></p>	<p>Melakukan revisi, <i>test print</i> pada kemasan edisi spesial dan asistensi kepada pihak terkait</p> <p>Merancang <i>fixtures</i> untuk <i>offline store display</i> Sociolla</p>

		#GlassNotGloss Ink Like Air Glasstick	
4	4 (12-16 Feb 2024)	SPOTLESS+ #CoversEvenTattoo <i>Special Edition Packaging Campaign</i>  Bridal Shower #GlassNotGloss <i>pre- launch event</i>  Konten D2D bulan Januari  Feel Matcha <i>Partnership Giveaway</i>	Melakukan <i>photoshoot</i> kemasan edisi spesial untuk konten D2D kampanye dan mendesain konten D2D “Giveaway Tattoo”  Membuat desain tato untuk “Giveaway Tattoo”  Membuat desain untuk undangan KOL dan <i>Partner</i> , melakukan asistensi dan revisi kepada <i>brand lead</i> .  Mendapat bagian untuk mendesain slide Instagram <i>feed</i> konten D2D bulan Januari “AIDA + Shade Swatch”  Membuat desain untuk konten “Get a 1 year supply of Feel Matcha”. Melakukan asistensi bersama tim kreatif dan revisi.
5	5 (19-23 Feb 2024)	Bridal Shower #GlassNotGloss <i>pre- launch event</i>	Membuat desain <i>frame</i> photobooth untuk <i>event pre-launch Ink Like Air Glasstick</i> .  Mendesain serangkaian dekorasi untuk acara.  <i>Brainstorming</i> dan mempersiapkan dekorasi bersama tim kreatif.  Membuat <i>motion graphic</i> untuk televisi dalam acara <i>Bridal Shower</i>

		<p>Mad Visionary Program : Step 2 Task</p> <p>#GlassNotGloss Ink Like Air Glasstick</p>	<p>Mengikuti <i>loading in</i> acara, mendekorasi <i>venue</i>, dan mengikuti acara <i>pre-launch</i> bersama anggota tim lainnya.</p> <p>Membuat video Tiktok untuk pengalaman satu bulan di Mad for Makeup</p> <p>Melakukan revisi <i>fixtures</i> untuk <i>offline store display</i> Sociolla</p> <p>Membuat desain v1 untuk konten D2D Ink Like Air Glasstick “Amazing GWP”</p>
6	6 (26-29 Feb, 1 Mar 2024)	<p>#GlassNotGloss Ink Like Air Glasstick</p> <p>Women in Volume</p> <p>SPOTLESS+ In Between</p>	<p>Membuat <i>display picture</i> dan <i>header</i> Twitter untuk <i>teaser Ink Like Air Glasstick</i>.</p> <p>Mengedit Instagram <i>feed</i> konten D2D storytelling produk</p> <p>Melakukan revisi konten “Amazing GWP”</p> <p>Membuat <i>user interface</i> untuk website Women In Volume</p> <p>Mengedit kartu nama Women In Volume</p> <p>Membuat desain kemasan baru botol SPOTLESS+ untuk persiapan <i>shade launch</i> baru.</p>

7	7 (4-8 Mar 2024)	<p>SPOTLESS+ <i>In Between</i></p> <p>Konten D2D Bulan Maret</p> <p><i>Shipping Box Redesign</i></p>	<p>Membuat alternatif kemasan <i>outerbox</i> SPOTLESS+</p> <p>Melakukan <i>asset compiling</i> untuk konten “Its Okay if Your Makeup Looks Textured”</p> <p>Mengambil konten untuk konten Instagram <i>feed</i> “SPOTLESS+ Dumps”</p> <p>Membuat alternatif desain untuk kardus pengiriman, approval dan juga <i>prototype</i> v1</p>
8	8 (12-15 Mar 2024)	<p>Konten D2D Bulan Maret</p> <p><i>Shipping Box Redesign</i></p>	<p>Mengikuti <i>photoshoot</i> untuk keperluan konten D2D</p> <p>Melakukan <i>test print</i> kemasan kardus untuk pengiriman</p>
9	9 (18-22 Mar 2024)	<p>Konten D2D Bulan Maret</p> <p><i>Aretta’s Office</i></p> <p><i>Shipping Box Redesign</i></p>	<p>Mendesain Instagram <i>feed</i> untuk konten “The Glasstick Chain &amp; Ribbon is Back!”, revisi dan <i>approval</i></p> <p>Mendesain studio dan juga renovasi kantor.</p> <p>Melakukan revisi desain, mendesain kartu dan juga stiker.</p>

10	10 (25-29 Mar 2024)	<p><i>Aretta's Office</i></p> <p><i>New Product Prep</i></p> <p><i>Tellavision Collab</i></p>	<p>Mendesain studio dan juga renovasi kantor.</p> <p>Mendesain kemasan untuk produk baru Mad for Makeup.</p> <p>Membuat desain dan <i>motion graphic</i> Instagram <i>story</i> untuk konten pengumuman <i>giveaway</i> kolaborasi bersama Tellavision</p>
11	11 (1-5 April 2024)	<p>Konten D2D Bulan April</p> <p><i>Shipping Box Redesign</i></p> <p><i>Marketplace Photoshoot</i></p>	<p>Mendesain konten Instagram <i>feed</i> untuk “Glasstick Restock”</p> <p>Membuat desain untuk konten “Lebaran Starterpack”</p> <p>Membuat kartu <i>collectibles</i> untuk pengiriman</p> <p>Melakukan persiapan untuk <i>photoshoot marketplace</i></p> <p>Mengikuti sesi <i>photoshoot</i> sebagai <i>crew</i> dan membantu <i>direct pose</i></p>
12	12 (8-12 April 2024)	Libur Lebaran	

13	13 (15-19 April 2024)	<i>Shipping Box Redesign</i>  <b>SPOTLESS+ In Between</b>	Finalisasi kartu, <i>wrapping paper</i> dan juga revisi <i>box</i>  Persiapan wardrobe untuk KV <i>photoshoot</i> .  Merancang & membuat busana untuk <i>wardrobe KV photoshoot</i>  Membeli <i>props</i> untuk KV <i>photoshoot</i>  Membuat desain PR kit dan <i>product knowledge</i>
14	14 (22-26 April 2024)	<b>SPOTLESS+ In Between</b>  Madnal Midnul Halal Bi Halal <i>Event</i>  Aretta's <i>Office</i>	Melakukan revisi dan <i>test print</i> PR kit dan <i>product knowledge</i>  Melakukan <i>photoshoot</i> produk dan model untuk KV  Membuat KV <i>event</i> Madnal Midnul  Merancang undangan digital untuk anggota Rebel Secret Society  Mendesain dekorasi dan peralatan makan Madnal Midnul  Melakukan finalisasi desain renovasi kantor



15	15 (29 April - 3 Mei 2024)	SPOTLESS+ <i>In Between</i>  Konten D2D Bulan Juni	Melakukan revisi <i>product knowledge</i>  Membuat desain untuk konten D2D bulan Juni “Shade Styles”
16	16 (6-10 Mei 2024)	Konten D2D Bulan Juni  SPOTLESS+ <i>In Between</i>	Membuat desain untuk konten D2D bulan Juni “How to Choose Shades”  Membuat desain untuk konten D2D bulan Juni “Coverage Test on Acne, Undereye, Tattoo”  Melakukan finalisasi <i>product knowledge</i>
17	17 (13-18 Mei 2024)	JXB <i>Preparation</i>	Merancang desain <i>paperbag</i> untuk Jakarta X Beauty Fair 2024  Merancang desain poster A2 untuk “Spotless Swap” dan “Jastipers”  Membuat desain V1 slip order



18	18 (20-24 Mei 2024)	JXB Preparation	<p>Melakukan revisi untuk desain <i>paperbag</i></p> <p>Melanjutkan desain promo poster A2</p> <p>Melakukan <i>follow up</i> untuk kebutuhan <i>copy</i> poster JXB</p> <p>Melakukan <i>listing</i> kebutuhan dekorasi</p> <p>Membuat sketsa untuk <i>display</i> produk</p> <p>Melakukan <i>test print paperbag</i></p> <p>Membuat deskripsi produk.</p> <p>Membuat desain konten “Jastip”</p> <p>Membuat daftar harga untuk “Jastipers”</p>
----	---------------------------	-----------------	---

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada pelaksanaan kerja magang, penulis mengerjakan pekerjaan yang meliputi perancangan visual dari kemasan, kampanye melalui sosial media, *fixtures* untuk toko *offline*, kemudian keperluan *marketplace* toko *online* dari Mad for Makeup. Penulis juga terlibat dalam *video editing* untuk keperluan D2D content untuk keperluan tim sosial media.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Berikut merupakan lima proyek yang telah dikerjakan oleh penulis selama pelaksanaan magang di perusahaan Mad for Makeup dalam kurun waktu empat bulan.

### 3.3.1.1 Kampanye Ink Like Air Glasstick

Proyek ini merupakan sebuah kampanye untuk meleakukan *launching* produk yang diberi nama *Ink Like Air Glasstick*. Ini merupakan produk lipstik yang memiliki kilau yang memberikan efek kilau seperti kaca. Produk ini merupakan inovasi baru dan improvisasi dari produk yang sebelumnya telah dimiliki Mad for Makeup yaitu *Glosstick* yang menjadi produk favorit para ‘*rebels*’. Produk ini memiliki fitur yang lebih baik dibandingkan produk sebelumnya dikarenakan ada formula melembapkan yang dimultiplikasi sebanyak tiga kali lipat, kandungan vitamin lebih, *natural stain*, pigmentasi warna yang sangat baik sehingga dapat menutupi bibir yang berwarna gelap sekaligus *cera-shine tech* yang memberi kilau yang menyerupai *lipgloss*. Oleh karena itu, produk ini diberi nama *Glasstick* dan *hashtag* utama #GlassNotGloss yang ingin menyampaikan bahwa produk ini memiliki kilau yang sangat baik dan memiliki pigmen yang tebal dan *vibrant*.

Tema besar dari kampanye utama ini adalah ‘*Runaway Bride*’ yang berarti pengantin wanita yang “melarikan diri” di hari pernikahannya. Tema ini diambil karena memiliki unsur unik dan juga memiliki kesan ‘ikonik’. Terlebih lagi, lipstik merupakan salah satu hal esensial yang pasti digunakan oleh pengantin dan menjadi warna yang cukup mencolok dari fitur wajahnya sehingga selaras dan cocok untuk digunakan sebagai tema besar dari produk yang hendak dirilis yaitu lipstik. Tema besar ini juga diiringi dengan *keyword* feminim, *glam*, dan juga *whimsical* yang akan menjadi *benchmark* atau patokan tim dalam menciptakan visual-visual yang berkaitan dengan kampanye ini.

Penulis mengikuti beberapa *meeting* bersama tim *brand* dan kreatif yang berfokuskan dalam visual *marketplace* dikarenakan *photoshoot key visual* kampanye ini telah dilakukan sebelum periode magang penulis dimulai. Dalam kampanye ini, penulis diberikan tugas

untuk membantu memegang beberapa konten dan juga elemen yang diperlukan. Dikarenakan produk ini merupakan suatu hal yang baru, kampanye ini menjadi salah satu proyek terbesar yang melibatkan penulis dalam periode magang ini.

### **1) *Marketplace Photoshoot***

Tugas pertama penulis di proyek ini adalah untuk mengikuti *photoshoot* yang didedikasikan untuk keperluan *marketplace* yaitu Shopee yang menjadi *platform* utama dalam kampanye perilsan produk *Glasstick* ini. Penulis mengikuti *meeting* pada tanggal 22 Januari untuk pembagian tugas dalam *photoshoot* yang akan dilaksanakan pada tanggal 24 Januari 2024. Penulis mendapat bagian untuk menjadi *runner*, *lighting setup*, dan membantu mengarahkan pose dan komposisi aksesoris dari model. *Photoshoot* ini memiliki *matrix* utama yaitu kesan *desirable* dan *clarity* yang mencakup kejelasan dari produk yang membuat orang mengagumi dan tertarik untuk membelinya.

*Photoshoot* ini dimulai dari pukul 06.30 yang dimana menjadi saat penulis melakukan *setup* untuk *lighting* dan juga studio. Pada sesi pemotretan ini, penulis dan tim memfoto tiga model yang merepresentasikan tiga warna kulit yaitu kulit berwarna terang, sedang dan juga gelap untuk memberikan visualisasi *shade* warna lipstik yang sesuai dengan pengguna nantinya. Pada sesi pertama, penulis dan tim melakukan sesi foto bibir sebelum menggunakan lipstik, dilanjut dengan cara penggunaan produk yang menjadi *mandatory* dikarenakan tekstur *Glasstick* yang mirip dengan *balm*. Hal ini dilakukan untuk memberikan instruksi yang jelas pada pengguna agar dapat menggunakan produk dengan tepat. Sesi foto kemudian dilanjut

dengan foto enam *shade Glasstick* pada berbagai model. Hal ini kemudian diulang pada ketiga model hingga selesai.

Dalam proses, penulis juga berperan untuk melakukan sedikit *styling* model dengan berbagai aksesoris yang didominasi dengan mutiara beserta kalung rantai. Hal ini menjadi salah satu *shotlist* dari tim kreatif untuk memberikan kesan ‘mewah’ dan juga korelasi dengan produk *Glasstick* yang nantinya akan dijual beserta *gift with product* yang berupa gelang rantai atau gelang mutiara. Untuk mengkorelasikan aksesoris dengan bibir, model diarahkan untuk bermain dengan aksesoris pada daerah bibir seperti menggigit, membuka mulut dan lain-lain.

Setelah melakukan pemotretan, tim melakukan *shooting video* untuk keperluan konten beserta visual *marketplace* dalam menunjukkan berbagai warna pada bibir, tekstur, dan juga keperluan estetika dari kampanye *Glasstick* ini. Setelah sesi foto berakhir, penulis dan tim melakukan evaluasi dan memastikan semua *shotlist* telah tercapai.

## **2) Display Picture**

Seiring kampanye ini, Mad for Makeup melakukan strategi untuk membagikan ‘*mini teaser*’ pada akun sosial medianya yaitu Instagram dan Twitter. Strategi ini dilaksanakan dengan menggunakan *profile picture* yang secara tidak langsung menunjukkan produk baru mereka yaitu *Glasstick*. *Brief* diberikan pada penulis oleh tim sosial media yang dimana mereka ingin menunjukkan sedikit *teaser* dari produk yang hendak dirilis. Hal ini dapat berupa produk, kemasan maupun gambar model sehingga terdapat beberapa opsi. Dari *brief* tersebut, penulis membuat beberapa alternatif untuk keperluan *display picture* akun media sosial Mad for Makeup sebelum melakukan *product launching*. Penulis mendapat *brief* dari tim

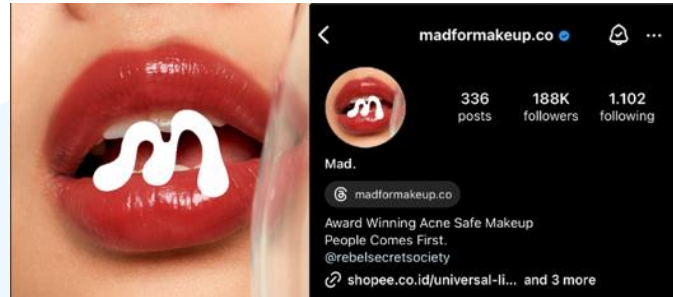
*brand* untuk merancang sebuah *display picture* yang juga berfungsi sebagai *teaser* dari produk yang hendak dirilis.



Gambar 3.1 Proses *Layouting* Alternatif *Profile Picture*

Pada tahapan pertama, penulis melakukan kurasi foto melalui Google Drive pribadi dari tim visual Mad for Makeup yang meliputi foto *key visual* beserta foto produk. Foto-foto yang dipilih merupakan aset yang telah dikurasi oleh tim sehingga proses pemilihan dari tim sosial media dapat lebih mudah dan cepat. Penulis memilih 20 foto yang *dicrop* oleh penulis untuk menyesuaikan rasio 1:1 berukuran 1080 x 1080 untuk *display picture* agar menunjukkan gambar yang pas. Penulis menggunakan aplikasi Adobe Illustrator untuk *layouting* dan kemudian melengkapi foto dengan menambahkan

logogram dari Mad for Makeup di bagian tengah yang menjadi standar *profile picture* mereka.



Gambar 3.2 Profile Picture Final Mad for Makeup edisi Glasstick dan Implementasinya

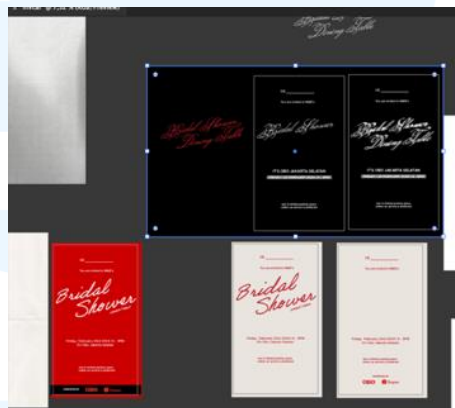
Setelah proses *layout* selesai, penulis melakukan export file dengan format JPG yang kemudian diserahkan pada tim sosial media untuk kurasi serta pemilihan foto final yang hendak digunakan dalam kampanye ini. Selesaiannya diskusi memberikan hasil akhir bahwa opsi yang dipilih merupakan foto *profile picture* dengan gambar bibir yang memiliki *shade* 'cherry wine' yang memiliki warna merah mencolok. Hal ini dipilih karena memberikan kejelasan produk apa yang dijual, warna dengan pigmentasi yang kuat, dan juga kesan *glossy* yang juga nampak pada foto yang ada.

### 3) *Bridal Shower*

Kampanye ini juga dimeriahkan dengan *pre-launching* event yang bertemakan *bridal shower* yang memiliki tema selaras dengan *runaway bride* dan pernikahan. Event ini merupakan sebuah acara yang dimana terdapat KOL dan komunitas dari Mad for Makeup untuk memberitahukan informasi mengenai produk yang hendak diluncurkan dan sekaligus menjadi tempat berkumpul komunitas dari Mad for Makeup. Acara ini diselenggarakan pada tanggal 23 Februari 2024 bertempat di It's OBO Jakarta Selatan.

### A. Invitation

Dalam persiapannya, penulis diberikan tugas untuk merancang undangan berbentuk digital yang nantinya akan dibagikan pada KOL dan tamu-tamu lainnya yang diundang pada acara ini. Penulis mendapat *brief* untuk merancang dalam format 9:16 yang dipilih sehingga para tamu undangan dapat melakukan *posting* pada laman sosial media mereka. Berdasarkan rekues dari pihak tim *brand*, desain disarankan untuk selaras dengan gaya visual Glasstick namun dalam bentuk *approach* yang lebih kasual dan bukan komersil.



Gambar 3.3 Trial Pertama *Digital Invitation Bridal Shower*

Dari arahan tersebut, penulis melakukan *brainstorming* untuk merancang tema besar yang akan menjadi *key visual* atau patokan dalam perancangan ini agar semua aset yang dirancang bersifat selaras. Penulis mengusulkan untuk menggunakan warna merah sebagai warna utama pada acara *bridal shower* ini karena warnanya yang mencolok dan juga sering digunakan dalam acara-acara perayaan *bridal shower*. Setelah mendapat *brief* dan juga *copy*, penulis membuat beberapa alternatif *layout* untuk undangan. Proses *layouting* ini dilakukan pada aplikasi Adobe Illustrator.



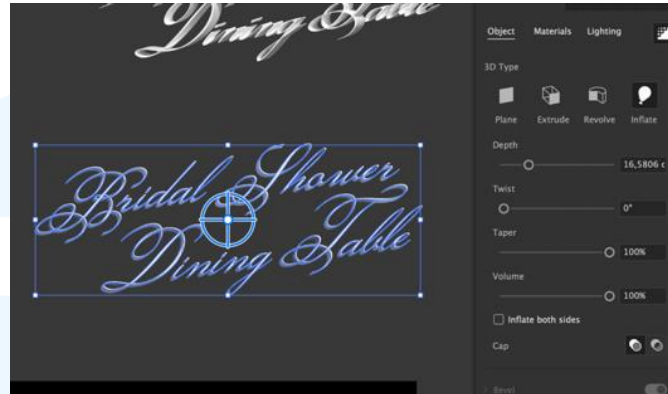
Penulis bereksperimen dan juga mencoba alternatif tulisan dengan mempertimbangkan *readability* dan juga estetika dari undangan ini.



Gambar 3.4 *Layout Final Copy* pada Undangan

Gambar di atas merupakan *layout* final yang dirancang dengan orientasi rata tengah sehingga *flow* membaca dapat lebih nyaman. Kemudian, beberapa hal penting yang ingin di*highlight* menggunakan font dengan huruf *uppercase* atau kapital sehingga dapat dibaca dengan lebih jelas dan terdapat penekanan yang nampak secara langsung. Penulis menyisakan bagian atas tengah untuk penempatan judul atau nama dari acara *bridal shower* ini. Penulis membuat “*Bridal Shower Dining Table*” yang merupakan nama acara ini. Penulis merancang tulisan dengan *typeface* dengan kategori *cursive* atau tulisan tangan untuk memberikan kesan elegan dan juga mewah yaitu dengan *font* Monsieur La Doulaise Regular. Tulisan ini diberi warna putih dan kemudian diberikan efek 3D and Materials yang

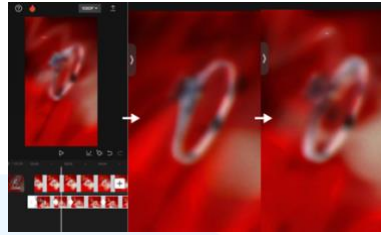
merupakan sebuah fitur pada aplikasi Adobe Illustrator untuk membuat efek 3D dengan lebih mudah.



Gambar 3.5 Efek 3D & Materials pada Headline Undangan

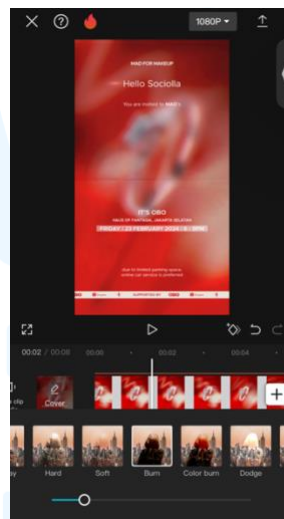
Setelah aset tersebut telah jadi, penulis kemudian menggunakan aplikasi Procreate untuk membuat sebuah *background motion*. Penulis menggunakan *brush* dan juga efek *halftone*, *grain* dan juga *blending mode* untuk menciptakan tekstur yang menarik dan unik. Pada tahapan pertama, penulis mewarnai kanvas menjadi merah sebagai warna dasar, kemudian penulis menambahkan warna putih dengan berbagai macam tingkat *opacity* agar memberikan warna yang berbeda-beda. Setelah itu, penulis menyalakan *fitur screen recording* untuk merekam layar dan penulis menggunakan fitur *liquify* untuk ‘mencampur’ warna yang telah diwarnai pada kanvas digital tersebut sehingga memberikan visual gambar yang bergerak.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.6 Permainan *Keyframe* pada *Layer Overlay*

Setelah video tersebut terekam, penulis melakukan *editing* pada aplikasi *Capcut mobile* dimulai dengan video yang telah direkam pada aplikasi *Procreate* tersebut, penulis melakukan *cropping* dengan rasio 16:9. Kemudian, penulis menambahkan *overlay* dengan efek *blending mode* 'burn' untuk memberikan efek lebih gelap. Penulis kemudian memainkan *keyframe* dengan menggerakkan, membesar-kecilkan *layer* 'burn' tersebut. Hal ini menghasilkan visual yang lebih *fluid* dan tidak membosankan. Untuk sentuhan akhir, penulis menambahkan *overlay* tekstur *lipatan* kertas, gambar cincin yang diunduh melalui *website* Envato milik tim visual yang kemudian diberikan efek *gaussian blur*.



Gambar 3.7 Hasil Penggabungan Background dan Tipografi

Penulis pun menambahkan *headline* atau judul dari acara ini yang kemudian melalui proses revisi nama dari

'*bridal shower dining table*' menjadi '*bridal shower*' saja. Penulis juga memberikan efek yang berbeda dimana penulis memainkan *base property* dari objek di adobe illustrator dan menaikkan tingkat metalik dari objek sehingga terlihat berkilau dan berwarna silver.

Setelah aset tulisan tersebut jadi, penulis menambahkan tulisan tersebut pada undangan di Capcut dan memberikan *keyframe* dengan membesar-kecilkan serta memberikan sedikit rotasi agar tulisan terlihat lebih dinamis. Pada brief juga terdapat rekues dimana terdapat nama sponsor dan partner untuk dapat dicantumkan pada undangan ini yaitu Shopee, It's OBO dan Anori Pictures sehingga penulis menambahkan *banner* tipis berukuran. 3500 x 82px untuk menjadi moving banner pada bagian bawah yang digerakkan dengan keyframe. Video ini pun kemudian melalui proses *approval* dan di *export* untuk disebarluaskan pada tamu undangan.

### **B. Welcome Sign & Table Mat**

Berhubung dengan diselenggarakannya acara ini di tempat umum yaitu tepatnya di It's OBO *eatery* di Jakarta selatan, penulis memerlukan beberapa dekorasi agar membuat tempat lebih senada dan cocok dengan tema yaitu *bridal shower*. Salah satunya adalah *welcome sign* atau tanda selamat datang. Tanda ini memiliki desain turunan dari *key visual* undangan yang telah dibuat. Penulis mengambil *overlay* dari *background* undangan untuk diaplikasikan dalam *welcome sign* dan penulis juga menambahkan beberapa

aset lainnya seperti logo ikon #GlassNotGloss, barcode, logo sponsor dan partner untuk di layout.

Melalui aset tersebut, penulis memutuskan untuk membuat beberapa alternatif *welcome sign*. Hal ini juga diterapkan paralel dengan perancangan *table mat*. Desain dibuat secara paralel untuk memudahkan proses asistensi kepada supervisor dan juga pihak terkait. Penulis memilih beberapa aset ini dikarenakan ingin menciptakan sebuah kolateral dengan *look and feel* yang serupa dengan kolateral lainnya.



Gambar 3. 8 Persiapan Aset untuk Adaptasi Desain *Welcome Sign & Tablemat*

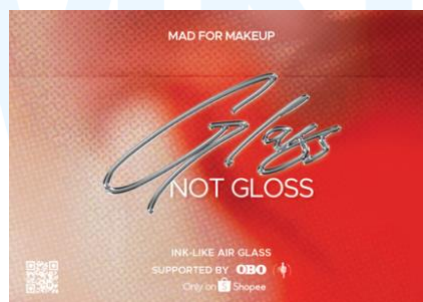
Penulis kemudian membuat beberapa alternatif desain dengan aset yang ada. Penulis memilih dua opsi penulisan rata tengah dan juga *justify* hal ini dilakukan agar memberikan komposisi yang seimbang dan enak untuk dipandang. Untuk desain *welcome sign* tidak memiliki tulisan sambutan apa-apa karena berdasarkan objektif dari *brief*, penulis diarahkan untuk hanya membuat tanda untuk mengindikasikan keberadaan *event* ini. Penulis menggunakan beberapa opsi warna dari aset logo #GlassNotGloss yang diadaptasikan juga dengan berbagai *background* yang digunakan.

Untuk desain *tablemat* penulis ingin bereksperimen untuk menggunakan *lasercut* pada *finishing* nantinya sehingga penulis membuat bentuk oval sebagai opsi agar bentuk dan komposisi di dekorasi meja akan lebih menarik dan unik. Penulis bereksperimen untuk merancang total 9 (sembilan) opsi gambar yang kemudian diasistensikan kepada *supervisor* dan juga *brand lead*.



Gambar 3. 9 Alternatif Desain *Table Mat* dan *Welcome Sign*

Setelah melakukan asistensi, penulis mendapat *approval* langsung dari pihak yang bersangkutan. Hasil keputusan untuk *welcome sign* jatuh kepada desain sebagai berikut.



Gambar 3. 10 Hasil *Welcome Sign*

Desain ini kemudian di cetak pada kertas artpaper dengan gramasi 210 dengan ukuran A4. Sedangkan *tablemat* yang dipilih adalah opsi bentuk oval yang akan dicetak pada kertas HVS dengan gramasi 100.



Gambar 3. 11 Hasil Implementasi *Table Mat*

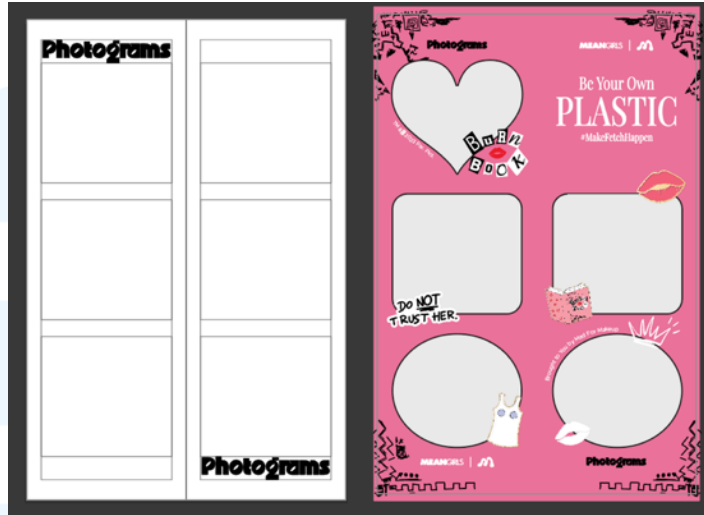
Hasil potongan dari *table mat* ini diletakkan pada setiap meja sebagai alas makan dan hal ini juga dipadukan dengan menu yang telah didesain juga. Hal ini membantu agar tema terpancar di setiap sudut ruangan dan menjadi bahan *marketing* juga.

### **C. Photostrip Frame**

Penulis juga mendapatkan *brief* untuk membuat *photostrip frame* untuk kebutuhan *partner* bersama Anori Pictures. Penulis menyamakan tema dengan keseluruhan tema *bridal shower* agar pengguna dari *photobooth* dapat membawa pulang foto dan menjadikan hal tersebut menjadi memento mereka saat pulang dari acara ini. Pada awalnya, penulis menggunakan *template* turunan dari *photobooth event* Mad for Makeup yang sebelumnya. Hal ini menjadi panduan bagi penulis untuk memiliki patokan ukuran



yang lebih tepat dan meminimalisir *cropping error* dalam hasil foto.

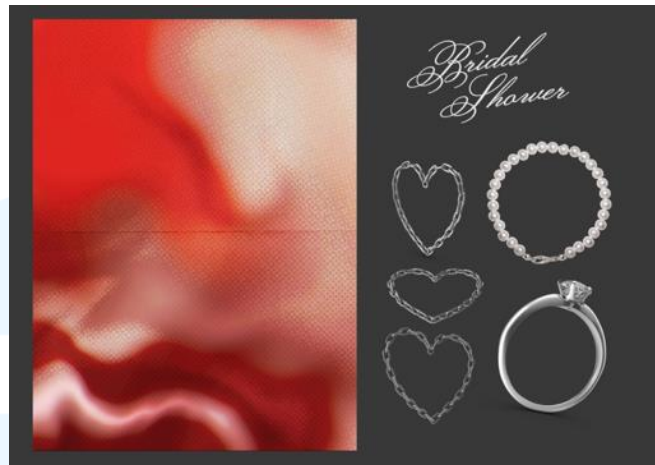


Gambar 3. 12 Template Desain *Photostrip Event Mean Girls x Mad for Makeup*

Sumber: Mad for Makeup Creative Team (2023)

Penulis merancang *frame* ini dengan menggunakan aset yang serupa dengan aset *table mat* dan *invitation* yang berupa grafik *key visual*. Penulis menggunakan hal tersebut guna memberikan *frame* yang memiliki grafis yang dapat menyeimbangi foto dan tidak berlebihan. Terinspirasi dari tema *bridal shower*, penulis memikirkan untuk menginkorporasikan beberapa elemen yang bertemakan pernikahan dan juga produk Glasstick seperti cincin, rantai dan mutiara yang merupakan GWP dari produk ini. Penulis mempersiapkan aset dengan mengunduh 3D *asset* dari situs Envato Element dan mempersiapkan aset tersebut di Adobe Illustrator.





Gambar 3. 13 Aset-aset untuk Desain *Photo Strip Frame*

Setelah keseluruhan aset terkumpul, penulis mulai melakukan *copy guide* untuk menjadi panduan di *artboard* yang baru. Hal ini dilakukan agar penulis mengetahui mana posisi dan lubang untuk bagian foto akan dicetak. Penulis pun melakukan layouting berdasarkan kolom-kolom yang ada dan memberikan beberapa bentuk berwarna putih untuk mengindikasikan posisi foto akan dicetak. Penulis juga menambahkan nama dari *event* yang akan diselenggarakan beserta logo Mad for Makeup, dan *partner* kerjasama. Penulis membuat opsi dikarenakan *frame* foto ini akan dipotong nantinya sehingga menjadi dua *strip* sehingga desain kiri dan kanan dapat dibuat serupa maupun berbeda.

Setelah keseluruhan aset terkumpul, penulis mulai melakukan *copy guide* untuk menjadi panduan di *artboard* yang baru. Hal ini dilakukan agar penulis mengetahui mana posisi dan lubang untuk bagian foto akan dicetak. Penulis pun melakukan layouting berdasarkan kolom-kolom yang ada dan memberikan beberapa bentuk berwarna putih untuk

mengindikasikan posisi foto akan dicetak. Penulis juga menambahkan nama dari *event* yang akan diselenggarakan beserta logo Mad for Makeup, dan *partner* kerjasama. Penulis membuat opsi dikarenakan *frame* foto ini akan dipotong nantinya sehingga menjadi dua *strip* sehingga desain kiri dan kanan dapat dibuat serupa maupun berbeda.



Gambar 3. 14 Draf Pertama *Photo Strip Frame*

Penulis pun melakukan asistensi bersama dengan *supervisor* dan juga *brand lead* untuk asistensi dan untuk desain ini, penulis juga melakukan *crosscheck* kepada vendor *photobooth* untuk memastikan ukuran dan juga proporsi bersifat tepat. Setelah mendapat *feedback*, para pihak terkait menyatakan bahwa penulis perlu membuat beberapa alternatif yang dapat menyeimbangi sisi kiri dan kanan agar tidak monoton dan terdapat permintaan untuk menambahkan tulisan *#GlassNotGloss* pada desain.



Gambar 3. 15 Penambahan Bentuk Gradien untuk Kontras

Penulis pun mencoba untuk menggabungkan kedua hal tersebut dengan desain yang sudah ada. Untuk melakukan *adjustment* kontras, penulis menambahkan beberapa bentuk yang dibuat dari *curvature tool* berwarna merah dan putih yang kemudian diberikan *gaussian blur* untuk membuat gradien yang *seamless*. Melalui bentuk tersebut, penulis memiliki tujuan untuk membuat beberapa area terlihat lebih gelap maupun terang. Penulis menggunakan *opacity overlay* untuk membuat *transparency* dari bentuk tersebut terlihat lebih mulus.



Gambar 3. 16 Hasil PNG Photostrip Frame

Penulis menambahkan elemen #GlassNotGloss pada salah satu bagian *frame* agar menciptakan *photostrip* yang tidak repetitif dan sama pada bagian kiri dan kanannya. Pada langkah terakhir untuk menggabungkan semua komponen bersama, penulis menggunakan fitur *clipping mask* dengan satu per satu bentuk sehingga dapat menciptakan grafis transparan pada bagian cetak foto dan menjadi sebuah *frame*.



Gambar 3.17 Hasil Cetak Fisik Photobooth (kiri) dan Hasil Digital (kanan)

### 3.3.1.2 Desain Kemasan Produk SPOTLESS+ untuk Kampanye #CoversEvenTattoo

Proyek ini diserahkan pada penulis pada minggu ke-2 periode magang. Inisiasi perancangan kampanye ini dilakukan dengan maksud utama untuk mempromosikan kembali produk SPOTLESS+ yang telah diluncurkan pada tahun 2023 lalu. Mad for Makeup membuat formula baru yang memberikan *coverage* lebih dari produk *concealer* ini. Pada kasus ini, penulis berkesempatan untuk mengikuti *major meeting* bersama CEO untuk melakukan *brainstorming* mengenai proyek ini. Penulis kemudian mendapat *brief* final dari *creative leads* yaitu untuk merancang sebuah kemasan edisi spesial yang akan dijual secara terbatas.

Kampanye #CoversEvenTattoo ini memiliki pesan utama yang meng-*highlight* pada *coverage* dari SPOTLESS+ yang bahkan dapat menutupi tato. Konsep ini diadaptasi dari kasus nyata dimana tato memiliki tinta warna hitam yang pekat dan melekat pada kulit dan hal ini dinilai sulit untuk ditutupi terutama dengan *makeup*. SPOTLESS+ merupakan *concealer* yang berfungsi untuk menutupi bekas jerawat, luka, ataupun kantong mata yang ada pada wajah. Konsep tato ini diharapkan dapat memberikan pesan kekuatan SPOTLESS+ untuk dapat memberikan *coverage* yang terbaik pada kulit sekaligus memberikan *treatment* pada jerawat.

Desain kemasan yang digunakan mengikuti bentuk kemasan SPOTLESS+ yang sebelumnya yaitu merupakan *sliding box*. Penulis ditugaskan untuk merancang kemasan bagian terluar dari boks dan bagian dalam *sliding box* akan menggunakan kemasan yang saat ini digunakan. Pada proyek ini, penulis mengawali pengerjaan dengan pembuatan sketsa gambar yang akan dimasukkan ke dalam kemasan. Desain utama yang ingin dicapai adalah gambar tato pada kulit yang memiliki desain yang sejalan dengan *persona* Mad for Makeup. Dengan brief tersebut, penulis melakukan perancangan ini dengan tahapan sebagai berikut:

#### 1) Sketsa

Penulis mengawali dengan melakukan sketsa alternatif tato-tato yang nantinya akan digunakan. Penulis mencari inspirasi dengan melihat *moodboard persona* internal dari perusahaan. Acuan ini membantu untuk mencari tahu tato jenis apa yang sekiranya digunakan oleh pengguna produk Mad for Makeup juga. Hal ini dilakukan agar visual yang digunakan nantinya tetap selaras dengan target audiens dari Mad for Makeup.



Gambar 3. 18 Sketsa Tato

Setelah melakukan kurasi dan sketsa, terdapat 10 (sepuluh) tato yang dipilih setelah melakukan asistensi terhadap *supervisor* yaitu *creative lead* dan juga *brand lead* untuk memparalelkan konsep sesuai dengan sketsa dan siap untuk divisualisasikan. Terdapat tato peniti berbentuk hati, buah ceri dengan pita, tulisan tangan “mad”, bintang dan lain-lain. Tidak ada arti atau pesan khusus yang tersirat di setiap elemen namun gaya visual yang digunakan dan juga pemilihan tato didasari dengan kesesuaian gaya gambar dengan *persona* dari Mad for Makeup sekaligus audiensnya.

## 2) Visualisasi

Setelah mendapat persetujuan dari atasan, penulis melanjutkan visualisasi dengan membuat gambar tato melalui aplikasi Procreate untuk menghasilkan desain tato yang telah dipilih. Setelah tahapan tersebut, penulis memindahkan gambar tato ke aplikasi Photoshop untuk melanjutkan ke tahap *digital imaging*. Pemindahan ini dilakukan agar gambar tato dapat diaplikasikan langsung

ke tekstur kulit yang diambil dari *website* Unsplash. Penulis melakukan koreksi terlebih dahulu terhadap tekstur kulit agar pori-pori yang ada pada kulit terlihat lebih realistis ketika dicetak.

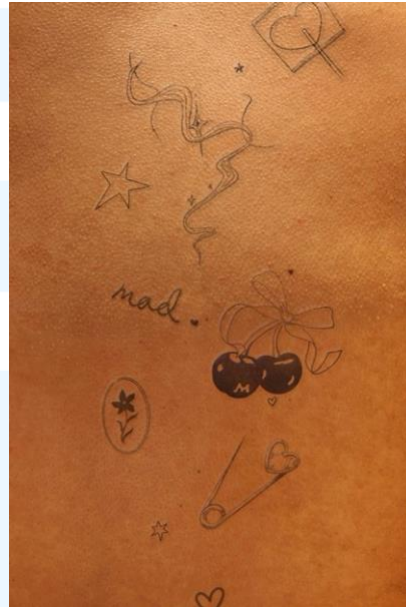
Penulis juga melakukan asistensi berkala terhadap *leads* agar memastikan pekerjaan yang dilakukan telah sesuai dengan *brief* dan juga mengarah ke *output* yang tepat. Setelah tekstur kulit telah disetujui, penulis melakukan *digital imaging* kembali terhadap desain tato yang telah dibuat. Penulis melakukan penghapusan *background* atau latar dari gambar yang telah dibuat dengan menggunakan *background eraser tool* di Photoshop dan kemudian meng*convert object* menjadi *smart object*.

Setelah itu, penulis melakukan duplikasi gambar sehingga menjadi dua *layer*. *Layer* pertama dari setiap desain tato akan digunakan sebagai visual timbul ke *layer* kulit yang akan memberikan efek tato yang baru saja jadi. Penulis melakukan *editing* dengan menaikkan bobot bayangan, arah dari bayangan dan menambahkan *digital painting* agar efek dari kulit terlihat nyata.

Setelah setiap efek timbul telah terlihat nyata pada kulit, penulis melanjutkan tahapan manipulasi gambar ke *layer* ke-dua yaitu gambar tato itu sendiri. Penulis mengurangi *opacity* dari gambar tato agar terlihat lebih realistis dan menerapkan efek *blending mode multiply*. Penulis juga kemudian melakukan *adjusting* warna tato dengan mengatur warna RGB pada gambar agar tercapai efek tato yang warnanya tidak begitu hitam pekat namun sedikit ke-ungu hijauan. Penulis kemudian melanjutkan



tahapan tersebut ke semua gambar tato dan melakukan layouting agar dapat membentuk visual yang sesuai untuk implementasi pada kemasan *outerbox* nantinya.



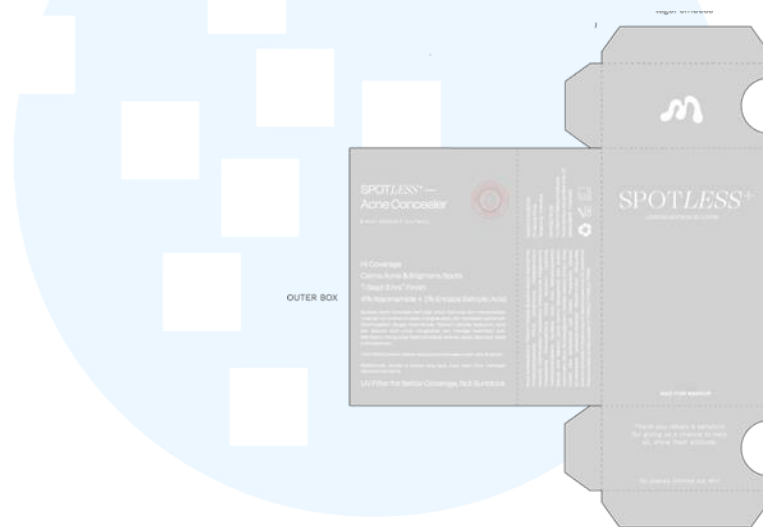
Gambar 3.19 Hasil Visualisasi *Digital Imaging* Tato pada Kulit

Penulis mencoba untuk melakukan *color adjusting* dengan *curves, brightness and contrast* di Photoshop untuk mengatur tingkat kontras dan terang gelapnya gambar sehingga dapat diberikan tipografi yang dapat terbaca dengan jelas pada kemasan. Penulis melakukan *trial and error* dan melakukan asistensi berkala bersama *supervisor* sehingga mendapatkan *output* keputusan untuk menggunakan teks berwarna putih pada gambar corak tato yang telah dirancang. Penulis pun melakukan *export* gambar dan berpindah aplikasi ke Adobe Illustrator untuk implementasi gambar kepada *template diecut* kemasan.



### 3) Aplikasi pada kemasan

Penulis mendapat *template diecut* kemasan SPOTLESS+ yang diserahkan melalui Google Drive tim Mad for Makeup yang kemudian diatur kembali *layoutnya* oleh penulis dikarenakan ada beberapa *copy* tambahan yang diperlukan untuk membuat kemasan kampanye #CoversEvenTattoo ini.



Gambar 3.20 Desain Kemasan Awal SPOTLESS+  
Sumber: Mad for Makeup Creative Team (2023)

Penulis memulai dengan menambahkan seluruh *copy* yang baru kedalam *file template diecut* dan melakukan *layouting* sesuai dengan arahan *supervisor*. Penulis juga melakukan beberapa revisi seiring melakukan *layouting* untuk menyesuaikan penempatan posisi dari tato-tato agar terlihat lebih merata dan nyaman untuk dipandang. Setelah melakukan asistensi final, penulis diarahkan untuk membuat beberapa alternatif warna untuk bagian belakang dari *box*. Penulis kemudian membuat 6 (enam) alternatif warna yaitu sebagai berikut.



Gambar 3.21 Alternatif Warna Bagian Belakang Kemasan

Alasan pemilihan warna-warna ini adalah untuk menyesuaikan tema yang masih sesuai dengan produk serta visual dari kemasan edisi spesial ini yang bertemakan warna kulit yaitu coklat, putih dan hitam yang bersifat netral, hijau neon yang merpresentasikan warna ikonik dari SPOTLESS+ dan juga abu-abu muda yang menyesuaikan dengan visual dari *inner sliding box*. Setelah tahapan tersebut, penulis melakukan konsultasi ulang dengan pihak-pihak yang bersangkutan yang menghasilkan keputusan akhir untuk menggunakan alternatif warna putih sebagai warna bagian belakang yang diiringi dengan teks berwarna coklat tua.

Hasil akhir dari kemasan SPOTLESS+ yang dirancang oleh penulis berupa *box case* bagian terluar dari *outerbox* dengan mekanisme *sliding*. Konsep dari kemasan ini adalah untuk menunjukkan kulit seseorang yang memiliki tato untuk memberikan tampilan baru dari kemasan SPOTLESS+ yang lama. Tato-tato yang ada secara eksplisit menunjukkan keberadaan tato, yang merupakan tinta yang terserap secara permanen pada

kulit manusia dan sulit untuk ditutupi. Hal ini menjadi tema kampanye sehingga digunakan dan diimplementasikan secara langsung pada kemasan.



Gambar 3.22 Test Print Pertama dan Product Testing

Pada bagian depan, terdapat nama merek SPOTLESS+ yang dimana kata “SPOT” menggunakan font Work Sans Bold dan untuk kata “LESS+” menggunakan font Work Sans Italic. Pada bagian bawah kemasan, terdapat logo sekunder Mad for Makeup yang menggunakan font Metropolis light dengan kerning -50. Pada bagian belakang dan samping kiri dari kemasan, terdapat beberapa informasi mengenai produk yang menggunakan font Degular Display Regular.



Gambar 3.23 Desain Final dari Kemasan

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa sentuhan khusus untuk kemasan edisi spesial ini yaitu adanya tulisan pada bagian bawah kemasan yaitu “50 pieces limited ed. #Hi” yang mendeskripsikan bahwa kemasan tersebut bersifat terbatas secara kuantitas sebanyak 50 buah. Pada bagian belakang, juga ditambahkan sebuah *copy* yang bertuliskan “Acne Concealer & Even Tattoos if You Fancy” untuk menunjukkan kekuatan *coverage* dari SPOTLESS+ ini.



Gambar 3.24 Hasil Eksekusi Kemasan Final SPOTLESS+

Setelah kemasan ini disetujui oleh *supervisor* dan tim *assignee*, penulis melakukan *test print* final dan kemudian mengajukan kepada divisi produk untuk proses pencetakan. Proses pencetakan pun kemudian diajukan dari divisi tersebut kepada vendor yang bersangkutan dan dikarenakan terdapat jadwal *launching* produk yang dimajukan, kampanye SPOTLESS+ #CoversEvenTattoo ini di *postpone* terlebih dahulu dan dijadwalkan untuk diedarkan pada 50 KOL pada bulan Mei akhir.

### 3.3.1.3 SPOTLESS+ Packaging Redesign

SPOTLESS+ merupakan salah satu produk unggulan dari Mad for Makeup. Produk ini telah terjual lebih dari 10 ribu

buah dan terus meningkat setiap harinya. Dikarenakan minat konsumen, Mad for Makeup berusaha terus menerus untuk memperbaiki dan terus berinovasi pada produk ini.



Gambar 3.25 Kemasan Lama SPOTLESS+

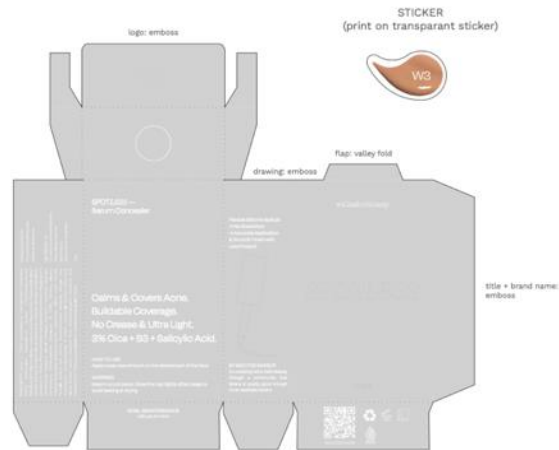
Pada tahun 2024 ini, tim Mad for Makeup memutuskan untuk melakukan *packaging redesign* pada produk ini. Hal ini dilakukan atas pertimbangan untuk mengurangi penggunaan bahan kemasan yang berlebih agar lebih ramah lingkungan dan lebih efisien untuk digunakan oleh konsumen.

#### A. *Outerbox*

Penulis mendapat brief untuk merancang kembali desain kemasan SPOTLESS+ ini pada akhir bulan Maret 2024. Kemasan awal dari produk ini merupakan *sliding box* dan konsep baru yang ingin dieksekusi merupakan kotak yang memiliki mekanisme buka-tutup yang sama seperti kotak rokok. Mekanisme ini dipercaya untuk dapat mengurangi penggunaan bahan kemasan berlebih namun masih dapat melindungi produk dengan baik.

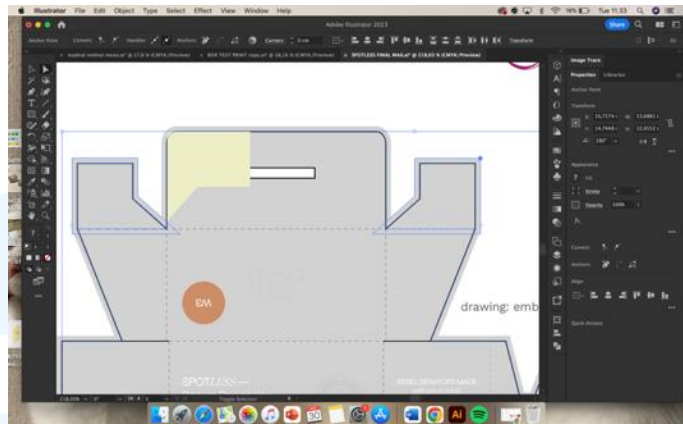
Pada awalnya, penulis mendapat file turunan dari alternatif kemasan SPOTLESS+ yang pernah dirancang dengan tim kreatif sebelumnya. Penulis kemudian mencoba untuk melakukan *testprint* pada jaring-jaring yang sudah ada untuk mencari tahu permasalahan yang ada pada kemasan yang telah didesain agar lebih

memahami permasalahan yang ada dan juga memberikan solusi yang lebih baik dan strategis.



Gambar 3.26 Jaring-jaring SPOTLESS+ Versi Lama  
Sumber: Mad for Makeup Creative Team (2022)

Setelah penulis merakit jaring-jaring yang ada, ditemukan bahwa ukuran kemasan yang telah dibuat bersifat terlalu besar dan memiliki beberapa kesalahan mekanisme di bagian tertentu. Penulis kemudian mulai untuk mengukur kembali ukuran produk SPOTLESS+ agar kemasan dapat secara pas membungkus produk. Setelah itu, penulis membuat perubahan dan memodifikasi ukuran dari jaring-jaring yang ada. Patokan dari ukuran kemasan adalah ukuran produk diberi jarak 3 milimeter lebih agar kemasan tidak terlalu sempit. Kemudian, penulis juga merubah bagian lidah tutup agar lebih sesuai. Penulis juga mengganti beberapa bagian jaring-jaring untuk menyesuaikan bukaan yang lebih baik dan juga *form* dari kemasan agar lebih kokoh.



Gambar 3.27 Proses Pengukuran dan *Adjustment* Jaring-Jaring

Berhubung kemasan yang baru merupakan kotak yang cukup dalam, ada kemungkinan untuk konsumen kesulitan mengambil produk sehingga penulis mengambil sedikit potongan pada bagian bibir kemasan sehingga pengguna dapat menggapai produk. Penulis pun kembali melakukan *test print* untuk memastikan bahwa mekanisme ini cukup efektif untuk penggunaannya. Untuk memastikan secara nyata, penulis melakukan *user testing* kepada para tim di Mad for Makeup untuk mendapat *feedback* yang akurat.

Ulasan balik dari pengguna telah menyetujui bahwa mekanisme ini sudah cukup efektif dan nyaman untuk digunakan. Namun, terdapat masukan tambahan yang mengomentari sisi visual dari kemasan yang terlalu polos. Kemasan SPOTLESS+ ini memiliki bahan karton dengan finish *silver matte* dan pada kemasan sebelumnya, terdapat karet berwarna hijau yang mengelilingi bagian tengah kemasan untuk memberikan aksent.





Gambar 3.28 *Prototype* Pita pada Kemasan SPOTLESS+ Versi 1

Berdasarkan hal tersebut, penulis memiliki ide untuk menambahkan pita pada kemasan. Pita ini merupakan pita yang sama digunakan dalam produk Ink Like Air Glasstick dan alasan penggunaan pita yang sama ini adalah untuk memberikan keselarasan dalam produk-produk Mad for Makeup.

*Prototype* pertama dari kemasan ini adalah untuk mengikat kemasan agar tertutup rapat secara vertikal. Namun, ide tersebut kurang bersifat efektif dan tidak memiliki sisi fungsional yang begitu penting sehingga penulis melakukan *brainstorming* kembali dengan membuat mekanisme pita yang dapat mengangkat produk keluar lebih mudah dari kemasan.



Gambar 3.29 *Prototype* Pita pada Kemasan SPOTLESS+

Penulis melakukan *prototype* dengan menggunakan jaring jaring yang dicetak pada kertas karton yang kemudian dilubangi pada bagian tutupnya untuk menjadi tempat keluar-masuknya pita. Pita akan direkatkan pada bagian dalam depan kemasan dan akan



ditekuk untuk membuat sebuah *hook*. Setelah itu, pita ini akan dimasukkan pada lubang pada lidah tutup sehingga ketika dibuka, produk dapat ditarik dengan *hook* pita ini dan naik.

Penulis melakukan *test print* mekanisme ini dengan bahan kertas yang lebih tebal untuk memastikan ukuran sudah bersifat presisi dan akurat serta mencoba mekanisme pita ini dengan lebih baik. Setelah mendapat *approval* dari pihak yang bersangkutan, penulis menginformasi tim produk untuk *costing* harga cetak dan sekaligus melakukan *layouting copy* yang ada pada kemasan ini.

Penulis mengadaptasi dari kemasan yang lama namun terdapat beberapa perubahan pada *copy* kandungan bahan dikarenakan SPOTLESS+ akan meluncurkan beberapa warna baru dan juga kandungan yang telah *diimprove*. Hal ini akan memberikan impresi dan juga indikator kepada calon pengguna bahwa SPOTLESS+ mengalami perubahan.



Gambar 3.30 Revisi Penempatan Logo SPOTLESS+ pada Kemasan

Setelah hal tersebut selesai, penulis mengajukan *print file* kepada *supervisor*, *brand lead* dan juga CEO untuk melakukan *final check*. Terdapat revisi penempatan penulisan logo SPOTLESS+ yang pada akhirnya

dipindahkan di bagian bawah untuk *visibility* yang lebih baik. Setelah itu, penulis akhirnya melakukan finalisasi *print file* dan juga *emboss map* yang akan diserahkan pada tim produk kepada *vendor* yang bersangkutan untuk melakukan proses *sampling*. Kemasan pun akhirnya melalui proses *sampling* tanpa *emboss* terlebih dahulu dan akhirnya telah melalui proses *approval* dan dicetak secara massal oleh tim produk Mad for Makeup.



Gambar 3.31 Kemasan Hasil Prototype Final Kemasan Baru SPOTLESS+

#### B. *Inner Bottle*

Kemasan bagian dalam dari SPOTLESS+ telah mengalami *development* dari kemasan lama. Meski begitu, didapati bahwa masih banyak pengguna maupun audiens yang belum mengenali bahwa terdapat perubahan kemasan yang juga menjadi indikasi adanya *improvement* dari formulasi *concealer* ini. Maka dari itu, tim memutuskan untuk melakukan *redesign* pada kemasan ini yang disertai objektif baru yaitu *fresh & unique*. Ideasi ini muncul ketika tiga peserta magang melakukan *brain fight* untuk merancang masing-masing sepuluh ide dalam merancang kemasan baru SPOTLESS+. Setelah

berdiskusi, muncullah keputusan untuk melakukan perancangan desain ulang pada kemasan ini dengan menambahkan fitur personalisasi botol SPOTLESS+ ini.



Gambar 3.32 Kemasan SPOTLESS+ lama dan baru  
Sumber: Mad for Makeup Creative Team (2021&2023)

Dikarenakan personalisasi dari pihak Mad for Makeup untuk para pelanggan tidak memungkinkan, seluruh tim memutuskan untuk hanya menyediakan *space* untuk para pengguna mendekorasi SPOTLESS+ mereka. Konsep ini memberikan kesan yang baru sehingga dapat sejalan dengan Mad for Makeup dalam melakukan *launching* formulasi baru serta *shade* baru. Penulis pun mulai membuat beberapa *layout* bersama anggota magang lainnya dengan *copy* “property of \_\_\_\_\_” yang memiliki arti properti dari yang pada bagian selanjutnya dapat diberi tulisan dengan stiker maupun spidol. Tulisan dari *copy* bertemakan tulisan tangan untuk memberikan kesan organik sehingga menunjukkan tujuan dari adanya tulisan tersebut untuk didekorasi oleh pembeli.



Gambar 3.33 Alternatif Teks *Innerbottle* SPOTLESS+

Setelah melakukan *layouting*, penulis mendapat *handover* tugas ini secara sepenuhnya dan melanjutkan projek ini dengan melakukan asistensi kepada *supervisor* dan *brand lead*. Setelah proses diskusi, diberikan *feedback* bagi penulis untuk menggunakan *font* yang lebih minimalis. Penulis pun melakukan *revisi* dan membuat alternatif dengan *font* Metropolis Regular agar memberi kesan yang selaras dengan *look & feel* SPOTLESS+ yang bersih dan rapih. Penulis menggunakan *font* Metropolis Regular dan mencari *approval* dalam *meeting* bersama *brand lead*, *supervisor*, dan beserta CEO.

Dalam diskusi *meeting*, terdapat dua alternatif desain baru yang telah mendapat persetujuan dan mulai memilih alternatif warna yang diberikan oleh penulis yaitu putih, UV Spot atau transparan, hijau SPOTLESS+, dan silver. Keseluruhan pihak menyetujui untuk melakukan *test print* pada warna dua desain yaitu silver untuk “*property of*” dan hijau SPOTLESS+ untuk versi yang lebih sederhana yaitu hanya *gap* untuk tempat dekorasi dengan tambahan “s” untuk menandakan kepemilikan.



Gambar 3.34 Hasil *Sampling Innerbottle* SPOTLESS+

Dalam pengajuan *test print* kepada tim produk, penulis harus membuat *brief* yang jelas dan sistematis agar dapat diajukan kepada *vendor* terkait. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir *error* atau kesalahan sebelum produksi. Penulis membuat *brief* dengan tampak depan, belakang yang juga disertai dengan deskripsi tiap-tiap bahan seperti contoh hasil *finish* yang ingin dicapai, warna yang ingin digunakan dan lain-lain. Penulis juga menyertakan ukuran spesifik dan jarak dari tiap tulisan.



Gambar 3.35 Brief Produksi Massal untuk *Innerbottle* SPOTLESS+

Brief produksi inipun diserahkan penulis kepada tim produksi dan melalui *final check* baru kemudian diserahkan kepada vendor. Kemasan ini akan juga dikemas dengan *outerbox* yang baru dan diluncurkan pada bulan Mei 2024.

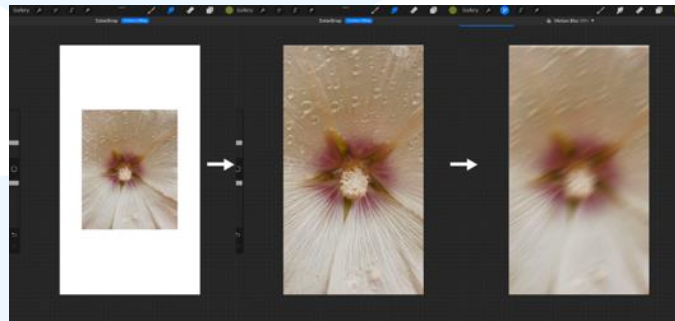
#### **3.3.1.4 Madnal Midnul Halal Bi Halal Event**

Pada bulan April 2024, penulis ditugaskan untuk memegang sebuah proyek yang bernama Madnal Midnul. Proyek ini merupakan acara yang diselenggarakan oleh Mad for Makeup untuk KOL, komunitas Rebel's Secret Society, dan juga Rebel Senator. Madnal Midnul berasal dari kata minal minul yang merupakan acara halal bi halal setelah periode ramadhan berakhir. Tujuan dari Mad for Makeup untuk mengadakan acara ini adalah untuk menjaga koneksi komunitas, memberi wadah dan kesempatan bagi KOL untuk bercengkrama bersama sekaligus sebagai tanda terimakasih perusahaan kepada pihak-pihak yang telah mendukungnya selama ini.

*Event* ini diadakan sebanyak dua kali untuk tamu undangan KOL dan *partners* dan yang kedua meliputi *senator* dan komunitas. Kedua acara ini akan memiliki visual yang sama dan hanya memiliki sedikit perubahan pada *copy*. Penulis diberi *brief* melalui *website* Asana oleh tim *communication* dengan arahan *brand lead* untuk merancang serangkaian kolateral sebagai dekorasi dari acara yang hendak diselenggarakan. Tema dari Madnal Midnul ini adalah bunga, dan *fresh*. Hal ini dipilih untuk memberikan kesan yang segar di bulan ramadhan. Maka dari itu, penulis memulai *brainstorming* dan memiliki konsep besar untuk menggunakan bunga-bunga dan visual dedaunan untuk desain dari acara ini. Penulis secara spesifik memilih warna yang sesuai dengan *moodboard brief* yaitu bunga dan daun dengan warna putih, pudar dan juga hijau.

### A. *Madnal Midnul Invitation*

Dikarenakan acara Madnal Midnul ini bersifat eksklusif, penulis ingin memberikan *approach* yang simpel dan elegan dengan bermain dengan warna dan juga visual yang samar-samar serta tipografi yang tipis. Penulis memulai untuk mengkurasi foto-foto bunga untuk dijadikan aset desain. Kurasi ini dilakukan melalui pencarian gambar pada website *subscription* milik perusahaan. Penulis akhirnya mendapatkan beberapa foto besertakan gambar-gambar lainnya yang dapat digunakan untuk dijadikan aset dan kemudian memindahkannya pada ipad pribadi untuk menjalani proses *photo editing* di aplikasi Procreate. Hal ini dilakukan pada aplikasi tersebut dikarenakan keterbatasan akses penulis pada aplikasi Photoshop sekaligus mempermudah dan mempercepat proses *editing*.

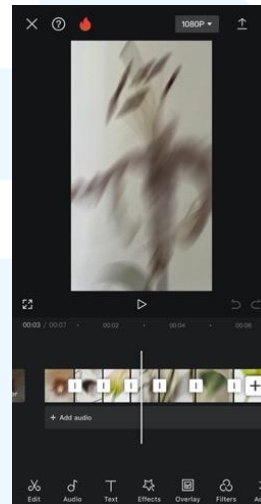


Gambar 3.36 Proses Tahapan *Insert Photo* hingga Pengaplikasian Efek *Motion Blur*

Penulis menggunakan efek *motion blur* untuk menciptakan gambar yang samar dan *blur* namun masih memiliki dimensi serta visual yang tidak *flat*. Penulis juga melakukan *photo stacking* dan memainkan *blending mode* serta *smudge tool* untuk menciptakan visual yang lebih menarik. Setelah melalui proses editing, penulis mengexport aset-aset tersebut untuk dimasukkan pada aplikasi Capcut untuk melalui proses *video editing* undangan. Proses ini



serupa dengan proses undangan pada kampanye *launching* Ink Like Air Glasstick, “Bridal Shower” yang memiliki *output* undangan dengan *background* yang bergerak. Apa yang menjadi pembedanya adalah latar gambar pada undangan ini hanya bersifat foto yang berganti-ganti.



Gambar 3.37 Proses Memasukkan Foto dan *Adjusting* Durasi

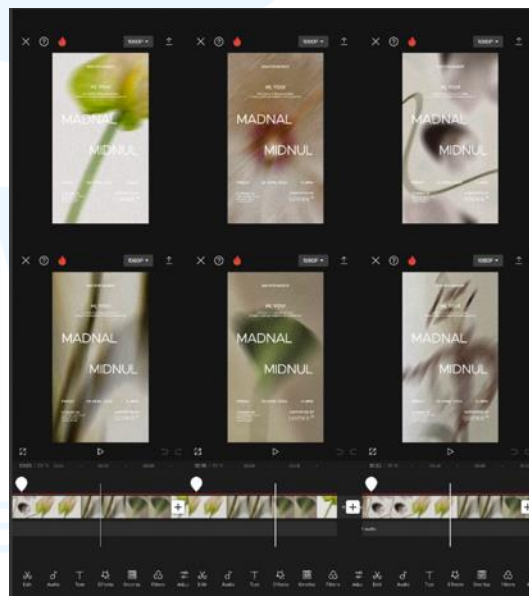
Penulis mengatur kecepatan foto secepat 0,9 detik seiap fotonya dan mengaplikasikan efek *motion blur* sebanyak 100% serta blend sebanyak 100% juga. Hal ini memberikan visual transisi yang lebih lembut sehingga lebih nyaman untuk dipandang. Penulis kemudian membuat layout tulisan pada Adobe Illustrator dengan *copy* yang telah diberitahukan oleh pihak tim yang bersangkutan. Penulis membuat dua versi dari layout tulisan dan tipografi ini untuk menyesuaikan dua acara dengan tamu yang berbeda.



Gambar 3.38 *Layout Copy* Undangan Madnal Midnul



Penulisan menggunakan *font* Metropolis, sebuah *typeface* sans serif yang menjadi standar perusahaan dalam merancang sebuah desain dan juga kolateral. Pada penulisannya, penulis menggunakan warna putih agar terlihat kontras namun masih memiliki *look and feel* yang elegan. Untuk penulisan kata sambutan, penulis menggunakan orientasi rata tengah dan dilanjut dengan *headline* yang berorientasikan rata kiri untuk kata “Madnal” dan juga rata kanan untuk kata “Midnul”. Hal ini dirancang sedemikian rupa untuk memberikan efek tulisan yang lebih unik dan memanfaatkan banyak *whitespace* agar *background* nampak dengan baik juga. Pada bagian alamat dan tanggal, penulis menggunakan tulisan rata kiri dan partner pada bagian kanan. Penulisan ini akan memberikan visual dengan *approach* yang moderen dan memberikan *emphasis* lebih pada *headline*.



Gambar 3.39 Hasil Akhir *Video* Undangan Madnal Midnul

Setelah hal tersebut diasistensikan oleh penulis dan mendapat approval, penulis memasukkan *layout* tulisan yang telah diexport dalam bentuk png pada aplikasi Capcut dengan fitur *overlay*. Penulis kemudian menyesuaikan durasi *overlay*

tersebut dengan video latar yang digunakan dan video tersebut di *export* dan diserahkan pada pihak tim *brand* beserta *community* untuk *approval* dan disebarluaskan pada tamu undangan.

## **B. Menu**

Setelah merancang visual utama atau *key visual* dengan undangan, penulis merancang turunan desain dari hal tersebut. Penulis membuat menu dengan konsep *accordion* yang dapat dibuka memanjang oleh tamu undangan nantinya. Dikarenakan waktu yang terbatas, penulis membuat tiga konsep yang berbeda secara langsung. Ide ini didasari dengan referensi yang diajukan oleh tim *brand* dan juga sekaligus disesuaikan dengan tema yang dianut.

Opsi pertama merupakan konsep *accordion* satu sisi yang memiliki menu di setiap halamannya sedangkan opsi dua memiliki konsep menu satu halaman dengan dua sisi yang memiliki bentuk penggabungan tiga buah oval yang di gabungkan dengan *pathfinder* dan diatur ketajaman ujungnya dengan *direct selection tool*. Konsep ini dirancang untuk memberikan kesan yang unik namun tetap lembut dan memiliki kesan yang sedikit feminim. Opsi terakhir merupakan bentuk persegi panjang biasa.



Gambar 3.40 Alternatif Desain untuk Menu Madnal Midnul

Penulis melakukan asistensi kepada pihak yang bersangkutan dan opsi 1 menjadi pilihan final dari keseluruhan tim. Desain ini dirancang dengan bentuk dasar persegi panjang berukuran 8,2 x 6cm yang dipotong ujungnya dengan bentuk segitiga sama sisi dengan fitur *pathfinder* “*minus front*” hal ini dilakukan untuk memberikan visual yang menyerupai kantong teh yang cocok dengan tema ini. Penulis menggunakan warna hijau *olive* dengan HEX #72725a untuk memberikan warna yang natural, terlihat ‘kalem’ dan menyesuaikan dengan *key visual* undangan yang didominasi dengan warna *undertone* hangat.

Penulis menambahkan persegi berukuran 5,4 x 6cm berwarna putih pada bagian tengah rata samping untuk memulai halaman pertama dari konsep *accordion* ini dan mengulangi tahapan ini hingga terdapat 5 (lima) halaman. Hal ini disesuaikan dengan jumlah menu atau *course* dan ditambah dengan *cover*.

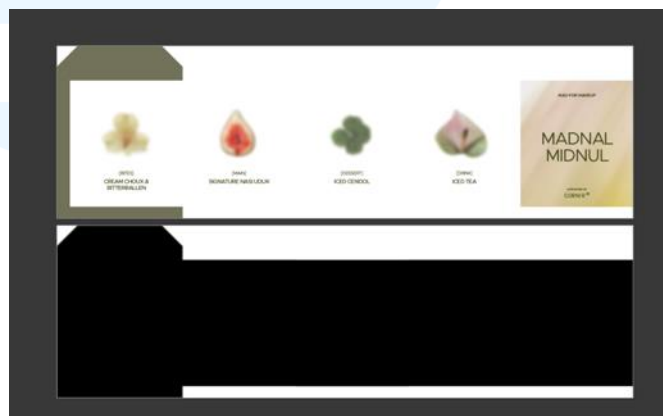


Gambar 3.41 Proses *Layouting* dan *Alignment* Objek pada Menu

Penulis melakukan *alignment* setiap objek dan menggunakan aset-aset bunga yang telah dikurasi pada tahapan pertama dan melakukan *cropping* pada setiap

bunga, daun dan buah. Tahapan ini dilakukan sebelum akhirnya diberikan efek *gaussian blur* pada Adobe Illustrator. Hal ini akan memberikan efek tinta yang terkena air dan memudar pada cetakan ini nantinya. Penulis kemudian melakukan tahapan ini pada ketiga bunga, buah, dan daun lainnya dan menempatkan setiap gambar pada bagian tengah persegi berwarna putih.

Menu makanan dituliskan dengan *font* Metropolis *light* berukuran 2,2mm untuk kategori menu, dan juga *font* yang sama untuk nama menu namun dalam *style medium* dengan format rata tengah. Penempatan tulisan ini diletakkan pada bagian bawah dari gambar dengan jarak 0,7mm untuk keterbacaan yang lebih baik.



Gambar 3.42 File Print Menu Madnal Midnul

Penulis pun mengulangi tahapan yang sama pada setiap halaman menu dan kemudian memberikan *cover* dengan background yang telah digunakan di undangan beserta logo perusahaan pada bagian atas, nama *event* pada bagian tengah dengan orientasi rata tengah untuk menyesuaikan ukuran, dan juga partner pada bagian bawah. Menu ini akan dicetak dengan bahan *bookpaper* sehingga penulis juga membuat *file cutting* yang

kemudian di *export* menjadi satu PDF untuk diserahkan pada *vendor printing* oleh tim produk.



Gambar 3.43 Hasil Cetak Menu

### 3.3.1.5 *Shipping Box*

Projek ini diberikan pada bulan Maret awal oleh CEO dan juga supervisor kepada penulis. Saat ini, Mad for Makeup telah memiliki dus pengiriman dengan bahan *corrugated box* polos yang ditempel stiker *custom* berwarna silver. Apa yang menjadi permasalahan adalah bentuk dari dus ini yang dinilai oleh tim tidak memiliki ciri khas, banyaknya macam ukuran box yang harus disediakan agar dapat menyesuaikan bermacam-macam jumlah beserta juga ukuran produk yang dijual dan selain itu, kemasan yang saat ini dimiliki oleh Mad for Makeup dinilai kurang aman dan memerlukan bubble wrap tambahan karena bersifat kurang kokoh dan mudah tergencet saat pengiriman.

Penulis mendapat sebuah *brief* dengan objektif *fresh, unique, simple but aligned with* Mad for Makeup. Penulis diberikan waktu untuk melakukan *brainstorming* terlebih dahulu dan penulis pada akhirnya menghasilkan sebuah *deck* berisikan beberapa ide yang dihasilkan. Penulis pun kemudian menjadwalkan sebuah *meeting* bersama CEO sekaligus *brand lead* yang akan turut mengkurasi bentuk dan memberikan *approval* pertama sebelum *supervisor*.

Proyek ini terdiri atas dua komponen yaitu dus dan juga elemen *experience* yang akan diberikan melalui *freebies* yang akan dirancang juga nantinya. Tujuan dari kombinasi ini adalah untuk

memberikan pengalaman *unboxing* atau membuka paket yang lebih menyenangkan yang dinilai dapat memberikan impresi yang baik terhadap sebuah *brand* terutama untuk Mad for Makeup yang merupakan perusahaan yang mengutamakan *customer satisfaction*.



Gambar 3.44 Opsi Shipping Box

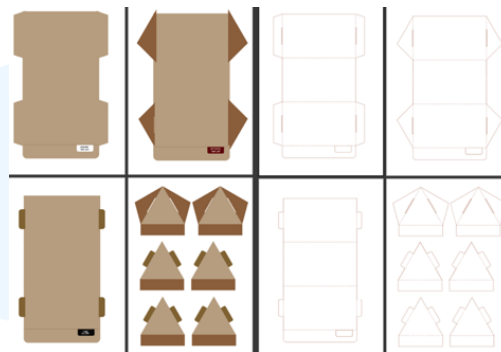
Penulis merancang tiga opsi dengan tema yang berbeda-beda dengan menggunakan fitur 3D dari Adobe Illustrator dan juga *curvature* beserta *pen tool* untuk membantu penulis membuat siluet dari bentuk-bentuk yang hendak dibuat. Opsi pertama adalah kotak berbentuk segitiga dengan *flap* kecil yang menyerupai pembatas *file holder*. Hal ini terinspirasi dengan tren *office siren* yang bertemakan kantor dipadukan dengan wanita karir yang memiliki kesan keren.

Korelasi dengan bentuk folder adalah hal ini menjadi sebuah alat tulis kantor yang familiar dengan orang-orang dan ketika elemen ini dipadukan dengan dus berbentuk segitiga, akan menjadi kombinasi yang unik. Pada *flap* yang nantinya akan menonjol pada bagian atas, akan ada tulisan '*hot girls agenda*' yang akan menjadi indikasi bahwa hal tersebut merupakan sebuah 'kategori' atau agenda

pekerjaan yang harus dilakukan. Pemilihan bentuk segitiga ini juga didukung dengan konsepsi bersama para supervisor.

Opsi kedua bertemakan DIY atau *do it yourself* dimana kemasan dus memiliki *pre-cut guide* yang dapat dirobek dan dapat menjadi *makeup organizer* atau *holder*. Tema dan konsep ini memiliki tujuan untuk mengurangi sampah kemasan. Opsi terakhir merupakan dus *custom* yang berbentuk kotak surat. Hal ini bertemakan 'Mad's Mail' atau kiriman dari Mad for Makeup kepada pelanggannya.

Penulis kemudian juga mempresentasikan beberapa *box experience components* yang memiliki opsi kertas minyak, stiker lembaran atau *diecut*, *decorating kit*, maupun kartu yang dapat dikoleksi. Setelah melakukan *meeting* dan berdiskusi, penulis dan pihak-pihak yang terlibat mengkalkulasi harga bersama tim produk. Setelah keseluruhan harga keluar, penulis melakukan *meeting* lanjutan bersama CEO untuk memutuskan bentuk dan konsep *shipping box* yang sesuai dengan identitas Mad for Makeup dan juga sesuai dengan *budget*.

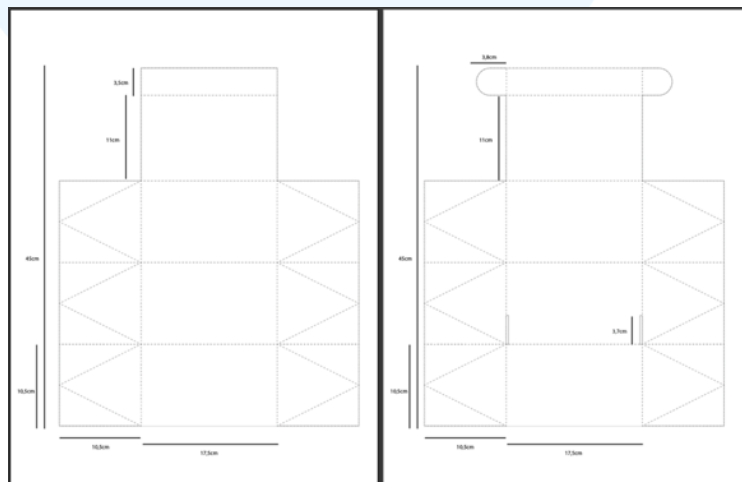


Gambar 3.45 Kerangka *Shipping Box*

Keputusan jatuh kepada opsi pertama yaitu *box* segitiga, kertas minyak dan juga kartu seri yang dapat dikoleksi menjadi semacam *membership* yang dimana pembeli dapat menukarkan hadiah apabila telah mengkoleksi keseluruhan seri yang ada. Setelah konsepsi tersebut matang, penulis memulai untuk merancang sebuah desain *prototype* untuk kerangka *dus* agar dapat dilanjutkan pada

proses *sampling* oleh tim produk. Penulis membuat empat opsi bukaan melalui aplikasi Adobe Illustrator dengan *shapes* beserta garis-garis.

Penulis membuat kerangka dengan persegi panjang dan bentuk segitiga untuk bagian samping. Terdapat empat ruas persegi panjang untuk menjadi kerangka prisma segitiga dan juga bagian tutup dari kardus. Penulis kemudian mengasistensikan hasil dari kerangka yang dibuat kepada supervisor dan penulis mencetak jaring-jaring untuk diuji dari mekanisme buka-tutup beserta ketahanan kemasan. Hasilnya menunjukkan bahwa dus bersifat aman namun masih membutuhkan banyak selotip untuk menutup banyak sisi dari dus sehingga efektifitas *packing* oleh tim operasional akan menjadi kurang efektif dan ditambah kurang baiknya estetika dari dus itu sendiri nantinya.



Gambar 3.46 Kerangka Cutting Shipping Box Versi 2

Dikarenakan terdapat *feedback* mengenai konsep *flap folder* yang dinilai akan berpotensi robek pada pengiriman, penulis dan pihak terkait memutuskan untuk menghilangkan elemen tersebut dan menggantinya dengan stiker yang ditempel pada bagian luar dus. Penulis juga mendapat *request* untuk membuat jaring-jaring baru yang memiliki mekanisme buka-tutup yang lebih baik, nyaman dan juga tidak memerlukan banyak selotip atau lakban. Setelah melakukan *brainstorming*, penulis dan juga *brand lead* mencoba beberapa



*prototype* dan disetujui lah sebuah jaring-jaring yang akhirnya menjadi bentuk final dari *shipping box* ini. Penulis membuat modifikasi kembali dari bentuk kerangka sebelumnya namun menutup celah-celah segitiga sehingga tidak ada bagian dari dus yang berlubang dan memiliki potensi terbuka.



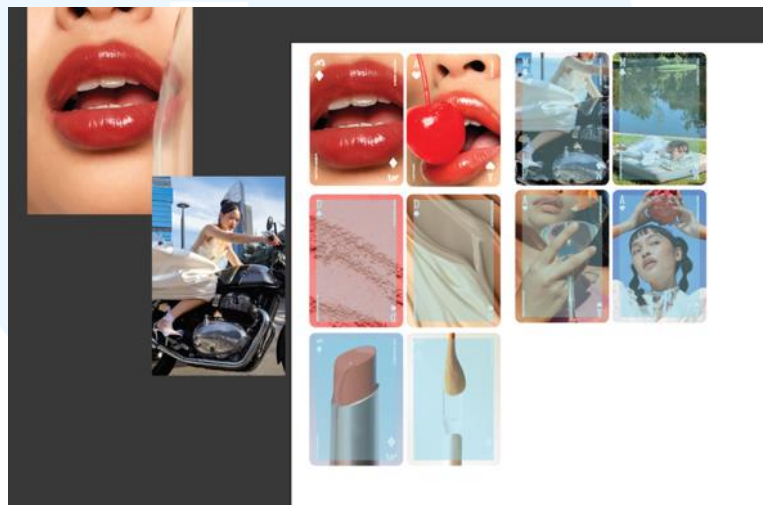
Gambar 3.47 Hasil Prototyping Box Versi 2

Untuk menekan *budget*, penulis kemudian memulai membuat stiker dan juga memulai desain kartu. Stiker memiliki konsep stiker pengiriman yang dipercantik yang berisikan *copy* mengenai Mad for Makeup yang merupakan perusahaan yang menjual *makeup* yang aman untuk jerawat dan hal lainnya. Penulis menambahkan ‘stempel’ buatan dengan membuat logo dipadukan dengan bentuk lingkaran yang kemudian diberi efek *stamp* pada Adobe Illustrator. Penulis membuat ini dengan *background* krem agar bersifat netral yang akan diikuti dengan desain kartu yang menyesuaikan. Desain ini akan dicetak pada stiker *vinyl* dan melalui proses *lasercut*.



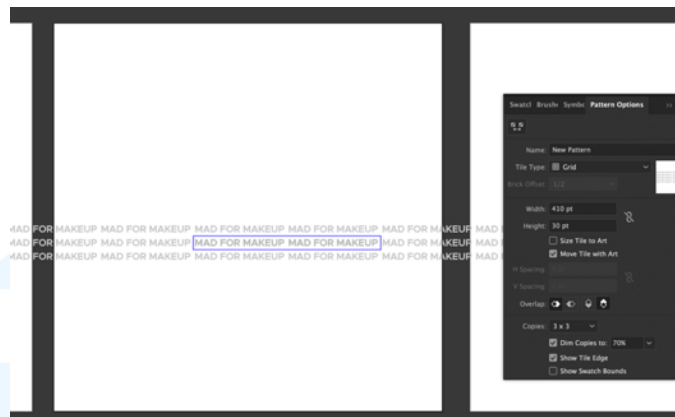
Gambar 3. 48 Desain Stiker Shipping Box

Satu kali pembelian produk akan mendapat satu kartu, apabila keseluruhan tulisan sudah terkumpul, penulis dapat menukarkan dengan produk gratis dari Mad for Makeup. Tulisan ini akan berada pada bagian belakang kartu yang dituliskan dengan *font* metropolis dengan *background* polos berwarna krem muda untuk memberi warna yang netral. Kartu ini akan dicetak dengan bahan artpaper dengan gramasi 210 tanpa laminasi.



Gambar 3.49 Proses Desain *Kartu Collectibles*

Untuk kartu koleksi ini, penulis menggunakan ukuran yang sama seperti ukuran kartu remi pada umumnya dan menambahkan gambar yang telah dikurasi dari *photoshoot* berbagai kampanye yang telah dilakukan Mad for Makeup. Setelah membuat alternatif, penulis melakukan asistensi kepada *supervisor* dan *brand lead* untuk mendapat *approval*. Setelah dipilih empat desain terbaik, penulis melakukan *test print* untuk menguji saturasi dan juga terang-gelapnya warna serta visibilitas tulisan. Uji cetak pertama dilakukan dan menghasilkan warna yang sudah tepat dan sesuai keinginan penulis.



Gambar 3.50 Proses Pembuatan *Pattern Wrapping Paper*

Untuk bagian akhir dari proyek *shipping box* ini, penulis membuat desain sederhana dengan Adobe Illustrator untuk menciptakan sebuah *pattern* atau corak *logotype* Mad for Makeup dengan fitur *pattern*. Desain ini akan digunakan untuk *wrapping paper* berbahan kertas minyak yang berukuran 35x35 cm yang akan dicetak satu sisi dengan warna tinta abu-abu gelap.



Gambar 3.51 Corak *Wrapping Paper Final*

Saat ini, komponen-komponen dari *shipping box* ini sedang menjalani proses pencetakan massal dan belum memiliki hasil final fisik maka dari itu penulis belum dapat menyertakan foto dari produk akhir pada laporan ini.

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam mengerjakan proyek-proyek yang diserahkan, penulis memiliki beberapa kendala terkait *timeline* yang seringkali berubah-ubah

dikarenakan adanya ide dan konsepsi baru, banyaknya *request* yang masuk dari berbagai divisi yang membuat beberapa pengerjaan menjadi terhambat dan juga diundur beberapa kali. Penulis mendapati hal ini menjadi salah satu kendala terbesar dari penulis dikarenakan *workflow* yang terus menerus semakin padat sehingga fokus dari penulis menjadi hilang dan beberapa kali mengalami *burnout*.

Selain itu, penulis juga mendapati bahwa ada beberapa kesulitan pada pengaturan waktu dan jadwal dalam mengerjakan berbagai tugas yang diberikan. Penulis sulit membagi waktu dikarenakan *workflow* yang berganti-ganti membuat penulis kerap kali merasa sedikit kewalahan dan terlewat dari *deadline* yang telah diberikan.

### **3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Setelah beberapa kali mengalami kendala-kendala tersebut, penulis mendapati bahwa solusi pertama yang dapat dilakukan adalah tinggal tenang. Hal ini adalah salah satu kunci penting disaat mengalami kendala. Penulis seringkali memiliki perasaan cemas sehingga tidak dapat berpikir dengan jernih ketika semuanya bersifat berantakan. Apa yang penulis lakukan adalah untuk menghirup udara segar atau mengambil istirahat sejenak untuk berpikir dengan jernih. Setelah hal tersebut sudah diluruskan, penulis biasanya melakukan *schedule organizing* dan konsultasi bersama tim.

Penulis dan tim kreatif kini melakukan *weekly update meeting* setiap hari Senin untuk melakukan *monitoring* status pekerjaan setiap anggota tim dan kendalanya masing-masing. Hal ini dinilai sangat membantu penulis dalam menghadapi berbagai kendala.