BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Alur koordinasi dalam menjalani suatu proyek dalam HenShu Studio merupakan hal yang penting untuk mencapai hasil yang maksimal, efektif, dan juga tepat waktu. Setiap masing-masing anggota tim memiliki perannya yang berpengaruh besar dalam pekerjaan proyek, begitu pula penulis yang berperan sebagai *graphic designer intern* di bawah supervisi langsung dari *creative director*. Berikut merupakan penjabaran mengenai peran atau kedudukan penulis dalam HenShu Studio, beserta penjelasan alur koordinasi penulis dalam mengerjakan proyek desain.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan magang di bawah divisi HenShu Design sebagai graphic designer intern yang bertanggung jawab untuk menyelesaikan kebutuhan desain yang diperlukan klien. HenShu Studio merupakan creative agency yang memiliki struktur organisasi yang tidak terlalu besar, oleh karena itu penulis memiliki kesempatan untuk langsung di supervisi oleh creative director yang juga menjabat sebagai co-founder. Selain itu, penulis juga memiliki mentor yang berperan membantu creative director dalam mengarahkan dan membimbing penulis dalam mendesain.

Dalam pelaksanaan magang, penulis banyak berkoordinasi dan berdiskusi dengan *creative director*, desainer grafis senior selaku *mentor*, serta *project manager* mengenai proyek desain yang dikerjakan oleh penulis. Di samping itu, penulis juga turut berkolaborasi dengan divisi HenShu Motion untuk membuat aset desain dalam beberapa proyek. Melalui komunikasi yang baik antar anggota tim dapat meningkatkan kinerja dalam pengerjaan proyek desain.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam proses pelaksanaan magang, HenShu Design memiliki alur koordinasi yang telah ditetapkan dan menjadi standar operasional di setiap pelaksanaan proyek yang dijalankan. Setiap awal minggu, *project manager* mengirimkan *sheet* yang berisikan *weekly task* yang penulis dan *graphic designer* lainnya perlu selesaikan sesuai tenggat waktu yang sudah ditetapkan. Alur koordinasi dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Alur Koordinasi

Tugas yang diberikan utamanya didapatkan dari klien dan juga dari internal HenShu Studio terkait *branding* atau keperluan desain lainnya. Proyek yang didapatkan dari klien dimulai dari *meeting* yang diadakan antar klien dan HenShu Team, yaitu *creative director, account executive,* dan juga *project manager* membahas kebutuhan desain yang klien inginkan. Setelah *brief* hasil rapat telah disetujui klien, *brief* kemudian disusun dalam aplikasi Notion atau Google Slides yang menjelaskan arahan untuk *graphic designer* dalam mengeksekusi proyek, yang kemudian *project manager* membagikan tugas kepada masing-masing *graphic designer* serta *intern* dan menjelaskan *brief* lebih lanjut melalui WhatsApp.

Sebagai graphic designer intern, penulis memiliki mentor yang mendampingi serta memberi feedback atau arahan dalam mendesain, yaitu graphic designer fulltime di HenShu Design. Alur feedback maupun approval dimulai dengan masukan dari mentor, project manager, lalu creative director yang kemudian akan diserahkan kepada klien. Mentor membantu dan mengarahkan agar desain sesuai dengan brief dan juga brand guideline yang

dimiliki, dalam beberapa proyek tertentu, *project manager* turut serta memberi *feedback* kepada penulis.

Setelah melakukan revisi dan *approval* dari mentor, hasil desain akan diserahkan kepada *creative director* sekaligus *supervisor* penulis dalam pelaksanaan magang di HenShu Design. Pada tahap ini, *creative director* kembali memberi *feedback* kepada penulis, setelah mendapatkan *approval* dari *creative director*, *project manager* akan menyerahkan hasil desain kepada klien dan kembali mendapatkan *feedback* maupun *approval*. Jika klien memberikan *feedback* dan terdapat revisi, alur akan kembali dari awal, yaitu mendapatkan arahan dari *mentor*.

HenShu Design juga rutin mengadakan *weekly meeting* dengan tim setiap hari Sabtu melalui Google Meet. Pertemuan ini berfokuskan dalam membahas kegiatan atau proyek yang telah dilakukan dalam satu minggu tersebut, serta merekap ulang pekerjaan dari masing-masing anggota tim. Dalam *meeting* ini, *project manager* dan *creative director* memberikan rancangan tugas yang akan dikerjakan pada minggu depan, sekaligus memberikan briefing singkat mengenai proyek-proyek tersebut. Melalui rapat ini, tugas-tugas dari anggota tim dapat lebih terorganisir dan dapat membantu merencanakan proyek kedepannya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai graphic designer intern di HenShu Studio, penulis diberikan tanggung jawab untuk mendesain keperluan dari beberapa brand oleh project manager dan juga creative. Berikut adalah rincian dari proyek yang penulis kerjakan selama magang di HenShu Studio.

No.	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3 Februari – 7 Februari 2025	- Kawai Gankyu - GBI KS - HapHapHap	 Resize Packaging Kawai Gankyu – Voxie

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

		- Clearie	 Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Mendeseain <i>supergraphic</i> brand HapHapHap Vectorize Gold Packaging Clearie
2	10 Februari – 14 Februari 2025	 Ayam Keriyuk Nyonya Coet GBI KS Clearie HenShu Mockup 	 Mendesain supergraphic Ayam Keriyuk Mendesain stiker toples Nyonya Coet Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Revisi vectorize gold packaging Clearie Mockup untuk portofolio HenShu (brand Mube dan KTT)
3	17 Februari – 21 Februari 2025	 TCF Beauty GBI KS HenShu Mockup Ghatot Kacha 	 TCF Beauty Packaging Mockup Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Mockup untuk portofolio HenShu (brand HapHapHap, Monocha, dan Nyonya Coet) Ghatot Kacha Logo relayout
4	24 Februari – 28 Februari 2025	 HenShu Mockup GBI KS PT. Chandra Asri Pasifik 	 HenShu (brand Alco Express dan Richeese) Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Sketsa karakter untuk animasi PT. Chandra Asri Pasifik
5	3 Maret – 7 Maret 2025	 PT. Chandra Asri Pasifik GBI KS Kyna deli 	- Sketsa karakter untuk animasi PT. Chandra Asri Pasifik

17

Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

6	10 Maret – 14 Maret 2025	 Imbalance GBI KS Bubu Tarte PT. Chandra Asri Pasifik PT Mitrta Megah Multitech Nyonya Coet 	 Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Mendesain feeds kyna deli bulan Maret Finalisasi logo Imbalance Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Mendesain supergraphic Bubu Tarte Coloring karakter untuk
			animasi PT. Chandra Asri Pasifik - Revisi Spunbond Nyonya Coet
7	17 Maret – 21 Maret 2025	 Nyonya Coet GBI KS Prodia PT. Chandra Asri Pacific 	 Revisi Spunbond Nyonya Coet Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Vectorize Prodia Styleframe untuk animasi 2D Tambahan karakter untuk PT Chandra Asri Pacific
8	24 Maret – 27 Maret 2025	 Prodia Nyonya Coet GBI KS IBM Starlight HenShu Artikel 	 Vectorize Prodia Styleframe untuk animasi 2D Revisi Spunbond Nyonya Coet Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Mendesain thumbnail reels IBM Logo zip Starlight Mendesain konten HenShu artikel untuk LinkedIn
9	8 April – 10 April 2025	AuroraGBI KSHenShu Artikel	- Mendesain Story Aurora April

Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

			 Mendesain Feeds Aurora April Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Mendesain konten HenShu artikel untuk LinkedIn
10	14 April – 17 April 2025 21 April – 25	 Aurora GBI KS Kyna Suijin Keeds Nyonya Coet - PT. Chandra Asri	 Mendesain Story Aurora Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS Mendesain feeds Kyna untuk hari kartini Finalisasi logo Keeds Revisi Nyonya Coet Spunbond Membuat icon untuk PT.
	April 2025	Pacific - Keeds - Kyna deli - HenShu Artikel - GBI KS	 Chandra Asri Pacific Logo zip Keeds Mendesain Feeds Kyna deli Mei Mendesain konten HenShu artikel untuk LinkedIn Membuat ilustrasi member HenShu Design Mendesain Feeds ibadah onsite & Youthnity GBI KS Mengedit Reels GBI KS
12	28 April – 2 Mei 2025	 Kyna deli Aurora Bubbly Buds 	 Mendesain Feeds Kyna deli Mei Mendesain Story Aurora Sketsa Packaging Bubbly Buds
13	5 Mei – 9 Mei 2025	 HenShu Imbalance Merindu Donat Aurora 	 Mockup untuk portofolio HenShu (brand Labxicon dan Bubu Tarte) Revisi HenShu company profile Revisi logo zip Imbalance Relayout packaging Merindu Donat Mendesain feeds Aurora

19 Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

14	13 Mei – 16 Mei 2025	 Aurora HenShu Starlight IBM Kyna deli 	 Revisi feeds Aurora Revisi mockup untuk portofolio HenShu (brand Labxicon dan Bubu Tarte) Membuat pattern Starlight untuk celemek Mendesain thumbnail reels IBM Mendesain Feeds dan Story Kyna deli Juni
15	19 Mei – 23 Mei 2025	- Kyna - HenShu	 Mendesain Feeds dan Story Kyna deli Juni Mockup untuk konten portofolio HenShu (brand Savora, Nyonya Coet)
16	26 Mei – 30 Mei 2025	- HenShu - Lavione	 Mockup untuk konten portofolio HenShu (brand Nyonya Coet dan Mavisha Baby) Finalisasi logo Lavione

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

HenShu Design merupakan salah satu divisi yang berada dalam Agency HenShu Studio. Divisi ini berfokuskan kepada mendesain kebutuhan klien, seperti *branding*, ilustrasi, *packaging design*, *website deisgn*, konten media sosial, dan juga kebutuhan visual lainnya. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai tugastugas yang penulis laksanakan sebagai *graphic designer intern* di HenShu Studio.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Sebagai pemagang di HenShu Studio, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan proyek-proyek dari klien dan juga kebutuhan internal HenShu Design. Salah satu proyek yang penulis kerjakan adalah mendesain Instagram Feeds dan Instagram Story untuk *brand* bernama Kyna Deli. Kyna Deli adalah sebuah brand *food and beverage* yang menjual *homemade cookie* di salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta.



HenShu Studio telah bekerja sama dengan Kyna Deli sejak tahun 2024 yang diawali dengan merancang logo Kyna Deli. Selain logo, Kyna Deli juga mempercayakan HenShu Studio untuk membuat konten Instagram dan juga foto produk untuk kebutuhan marketing di media sosial.

Pada proyek ini, penulis diberi tanggung jawab untuk mendesain Feeds dan Story untuk Instagram Kyna Deli. Perencanaan konten dirancang oleh creative assistant di Google Slides, yang kemudian akan diajukan ke pihak Kyna Deli untuk approval. Setelah mendapat approval dari pihak klien, penulis kemudian mendesain Feeds dan Story sesuai dengan perencanaan konten dan referensi yang telah dibuat.



Gambar 3.3 Contoh Content Plan Kyna Deli

21 Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

Konten Instagram Feeds dan Instagram Story Kyna Deli dirancang untuk satu bulan dengan total 15 konten Instagram Feeds dan 10 konten Instagram Story. Isi konten Instagram Feeds dan Instagram Story cukup beragam d interaktif, seperti feeds varian *cookies* yang dijual, *quiz puzzle*, Instagram Polling, dan juga lainnya. *Creative assistant* merancang konten untuk satu bulan dengan foto referensi untuk acuan desain di masing-masing Instagram Feeds dan Instagram Story.

Selain mengacu kepada *content planner*, penulis mendesain Instagram Feeds dan Instagram Story mengikuti *guide* yang telah dirancang oleh *graphic designer* di HenShu Studio. Sebelumnya, HenShu Design telah merancang *brand guideline* untuk Kyna Deli yang berisikan mengenai penggunaan logo, *font*, warna, serta *guide style* untuk merancang Instagram Feeds dan Instagram Story. Dengan *brand guideline* yang dirancang dengan baik dan jelas dapat membantu penulis mendesain Instagram Feeds dan Instagram Story untuk Kyna Deli yang sesuai dengan *brand identity* yang dimiliki.



Gambar 3.4 Brand Guideline Kyna Deli

Penggunaan logo Kyna Deli yang digunakan dapat berupa warna merah, merah muda, dan juga putih. Penggunaan logo disesuaikan Kembali dengan penggunaan *background*, jika *background* berwarna solid, maka dapat menggunakan warna merah dan merah muda, sedangkan jika *background* berbasis foto atau kompleks, dapat menggunakan logo yang berwarna putih. Warna utama yang digunakan untuk mendesain konten Instagram Kyna Deli adalah warna merah marun, merah, dan merah muda, dengan warna putih, hijau, biru, oranye, dan coklat sebagai warna aksennya. *Font* utama yang digunakan adalah Poppins, dengan perpaduan dengan *font* Playfair Display sebagai *secondary font*. Di dalam *brand guideline* juga terdapat contoh desain untuk konten Instagram Feeds dan Instagram Story, untuk Instagram Feeds menggunakan ukuran 4:5 atau 1080x1350, dan Instagram Story yang berukuran 9:16 atau 1080x1920. *Style* yang digunakan dalam desain visual Kyna Deli memadukan fotografi dan juga *vector style*.

3.3.1.1 Kyna Deli Instagram Feeds

Kyna Deli memiliki akun Instagram yang aktif mengunggah *post* promosi guna meningkatkan penjualan dan juga membangun hubungan antara *brand* dan *customer*. Kyna Deli mempercayakan HenShu Studio untuk merancang konten dan visual untuk Instagram Feeds dengan jumlah total 15 Feeds per bulannya. Berikut ini adalah beberapa contoh Feeds yang penulis desain untuk Kyna Deli sebagai *graphic designer intern* di HenShu Studio.

1. Brief

Penulis mendapatkan tugas mendesain Feeds Kyna Deli diberikan oleh *project manager* pada awal minggu melalui WhatsApp. Dalam pesan tersebut, terlampir *link* menuju Google Sheet yang berisi *content plan* yang telah dibuat oleh *assistant creative* dan disetujui oleh klien. Meskipun demikian, terkadang penulis mendapatkan kendala dalam arahan *content plan* dikarenakan terkadang terdapat perubahan mendadak, baik dari pihak klien maupun *internal*. Dari 15 konten, penulis akan memilih 3 konten yang dapat menggambarkan variasi konten yang dimiliki oleh Kyna Deli.

	Copywriting:	Happy Labor Day
	Caption:	Happy Labor Day! 💪 Today, we
		celebrate the hard work and
	2	dedication of every worker. Treat
1		yourself to something sweet – you
		deserve it!
		#kynadeli #kyna #Cookies
		#kynadeliCookies #LaborDay
		#SweetTreats
	Referensi:	
		SELAMAT Hari Buruh Sedunia Bu Tagathar Can Gos
		Bit Torgether Char Cod Internegeneit (* 1866) * Statise

Tabel 3.2 Content plan Feeds Kyna Deli 1

Untuk Feeds pertama yang penulis dapatkan adalah merancang ucapan hari buruh. Dalam content plan terdapat copywriting yang perlu ditulis didalam desain Feeds beserta caption yang ditulis saat mengunggah Feeds. Tak hanya copywriting, creative assistant juga menyertai referensi desain untuk konten ucapan hari buruh, yaitu berupa foto/gambar kepalan tangan dan juga peralatan tangan yang identik dengan buruh. Secara keseluruhan, konten ini ingin memperlihatkan ucapan untuk para buruh dengan visual yang menggambarkan buruh.

Tabel 3.3 Content plan Feeds Kyna Deli 2

Copywriting:	Slide 1:
--------------	----------

		Yay or Nay combination
		Slide 2:
		Golden Summer + Tea
		Royal Spring + Earl Grey Tea
		Burn Autumn + Milk
		Malty Winter + Coffee
	Caption::	We're curious about your kyna deli
1		taste preferences! Take a look at
		these yummy combinations and tell
		us what you think:
		- The bright zest of Golden
		Summer with a comforting Tea
		- The delicate floral notes of Royal
		Spring paired with aromatic Earl
		Grey Tea
		- The warm, cozy vibes of Burn
		Autumn with creamy Milk
		- The rich, malty goodness of Malty
		Winter alongside bold Coffee
		Drop your Yays or Nays below!
		#kynadeli #kyna #Cookies
		#TastePreferences
	Referensi:	TEA & BREAD
J	NIVER	SI
	111 7 1 8	
VI	ULIIN	Setting term part of days
J	USAN	

Pada Feeds selanjutnya, penulis mendapatkan Feeds Carousel, yaitu Feeds dengan beberapa *slides*. Dalam konten ini

Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

memberikan informasi mengenai perpaduan antara minuman dan juga cookies Kyna Deli yang cocok dikonsumsi bersamaan. Melalui content plan, penulis perlu membuat Feeds Carousel dengan jumlah 2 slides, dimana slide pertama merupakan thumbnail, dan slide kedua merupakan informasi utama yang menampilkan 4 visual cookies Kyna Deli. Pada referensi yang diberikan, menggambarkan cangkir minuman dan piring makanan yang terbagi menjadi dua untuk memperlihatkan kombinasi.

	Copywriting:	What's unique about our cookies?
		- Misutgaru
		- Coffee
		- Almond
	Caption:	Our cookies stand out for a reason!
		Experience the unique blend of
		nutty misutgaru, rich coffee, and
		crunchy almond. You won't find
		this everywhere!
		#MaltyWinter #kynadeli #kyna
		#Cookies
	Referensi:	Ce
		What Makes Our Cookies Special?
	NIVER	Giutan-Free Premium Bour Bucter
J	NIVER	S Brown Sugar
5	III TIN	Cark
	C L I I I	

Tabel 3.4 Content plan Feeds Kyna Deli 3

Konten selanjutnya adalah konten yang berisikan informasi mengenai bahan-bahan dari cookies milik Kyna Deli yang membuat spesial dari brand ini. Variasi yang digunakan untuk Feeds ini adalah Malty Winter, salah satu dari 4 variasi *cookies* Kyna Deli. Dari referensi yang menjadi acuan, terdapat panah-panah yang menunjukkan bahan yang terkandung dalam sebuah *cookies*.

2. Perancangan

Setelah penulis memahami *style* Kyna Deli melalui *brand guideline* dan penjelasan dari mentor, serta membaca *content plan*, kemudian penulis mulai mendesain konten menggunakan Adobe Illustrator, dimana penulis dapat menggunakan *tools* yang sesuai dengan *style* yang dibutuhkan oleh *brand* ini. Pertama, penulis mendesain Instagram Feeds dengan menyiapkan *document* baru dengan mode warna RGB, *artboard* yang digunakan berukuran 1080x1350 yang menyesuaikan dengan ukuran terbaru dari Instagram. Setelah itu, penulis membuat *grid* untuk membantu penulis dalam *layouting* konten, *grid* yang digunakan adalah *single column grid*.



Gambar 3.5 Persiapan document dan artboard Instagram Feeds Kyna Deli

Tata letak perancangan Instagram Feeds Kyna Deli mengikuti dari *guide* yang telah dirancang sebelumnya oleh desainer *fulltime* dan menyesuaikan kembali dengan konten yang akan dirancang. Untuk konten pertama, ucapan hari buruh, penulis ingin membuat visual yang lebih *soft* mengingat *brand* Kyna Deli merupakan *brand* yang memiliki sifat feminine, oleh karena itu penulis memilih untuk menggunakan vector style kepalan tangan. Untuk mencari ilustrasi vector, penulis menggunakan situs penyedia aset desain yang menyediakan aset gratis dengan lisensi penggunaan komersial. Penggunaan aset berlisensi komersial penting untuk memastikan bahwa seluruh elemen visual yang digunakan dalam proyek dapat dipublikasikan secara legal tanpa melanggar hak cipta.



Gambar 3.6 Perancangan Kyna Deli 1

Setelah menemukan aset yang sesuai dengan tema, penulis kemudian mengunduhnya dan memasukannya ke dalam Adobe Illustrator pada document yang telah disiapkan sebelumnya. Gambar yang disebelah kiri adalah aset gambar commercial use, yang kemudian penulis memilih beberapa aset yang dibutuhkan, seperti tangan yang menggenggam palu, dan juga aset roda gigi untuk menambah ornamen hari buruh. Warna ilustrasi penulis ubah menyesuaikan color palette brand, yaitu pink, merah, dan juga putih, serta mengganti outline profile menjadi width profile 2, mengikuti arahan brand guideline. Pada background yang digunakan adalah warna *pink* tua, dan menggunakan *supergraphic* dengan warna yang lebih gelap untuk menambah aksen. Font yang digunakan untuk Headline adalah Poppins Regular dan Poppins Light untuk penulisan tanggal. Pada perancangan konten kedua, yaitu Feeds Carousel kombinasi minuman dan cookies Kyna Deli, penulis akan menggunakan aset foto cookies Kyna Deli yang dapat diakses melalui Google Drive milik brand dan HenShu Design, serta penulis mengunduh foto minuman, seperti teh, kopi, dan susu melalui aset komersial.



Gambar 3.7 Perancangan Kyna Deli 2

Slide pertama yang penulis rancang akan menjadi *thumbnail* yang muncul di *homepage* akun Instagram Kyna Deli, oleh karena itu penulis membuat *thumbnail* yang menarik perhatian audiens agar dapat menuju *slide* berikutnya. Aset visual yang penulis gunakan adalah tumpukan *cookies* dan juga symbol plus serta 3 tanda tanya untuk memberi kesan *playful* dari *brand* Kyna Deli. *Copywriting* yang digunakan adalah 'Yay or Nay Combination' yang penulis dapatkan dari *content plan*, kemudian penulis menggunakan *font* Poppins Regular untuk kalimat 'Yay or Nay' dan Playfair Display untuk kata 'Combination'.

Background yang digunakan adalah *pink* muda dengan aksen supergraphic yang berwarna lebih gelap, begitupula *background* pada *slide* kedua. Aset visual untuk *slide* kedua penulis menggunakan foto cangkir dengan lisesnsi komersial yang diunduh sebelumnya, serta foto *cookies* yang penulis dapat dari Google Drive internal. Kemudian penulis menggunakan fitur *clipping mask* untuk menghilangkan *background* dan memotong cangkir dan *cookies* menjadi setengah. Hal ini penulis lakukan pada satu aplikasi, yaitu Adobe Illustrator karena kendala *storage* laptop penulis yang kurang memadai jika membuka Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop secara bersamaan, cara ini dapat memudahkan penulis bekerja menjadi lebih cepat dan efisien.



Gambar 3.8 Perancangan Kyna Deli 3

Konten ketiga adalah konten mengenai informasi mengenai bahan dari *cookies* Kyna Deli varian Malty Winter. Penulis menggunakan aset foto *cookies* yang diambil dari atas yang kemudian ditumpuk dan ditata diagonal. Penulis juga menambahkan panah yang menunjukan bahan kandungan *cookies* tersebut sesuai dengan referensi yang diberikan. Penulis memadukan *font* Poppis Regular dan Playfair Display untuk *headline* dan Poppins Regular untuk *bodytext. Background* yang digunakan adalah warna putih dengan *supergraphic* berwarna *pink* muda untuk kedua *slides*.

3. Asistensi dan Finalisasi

Setelah penulis selesai merancang desain konten Instagram Feeds, hal berikutnya yang penulis lakukan adalah mengirimkan screenshot hasil desain kepada mentor melalui WhatsApp. Pada brand Kyna Deli, penulis tidak butuh approval dari creative director atau supervisor penulis, sehingga butuh mendapatkan approval dari mentor yang memegang tanggung jawab atas brand ini. Kemudian penulis akan mendapatkan feedback mengenai hasil desain Feeds melalui WhatsApp. *Feedback* untuk Feeds pertama adalah mengubah warnya supergraphic yang sebelumnya berwarna *pink* yang lebih gelap daripada *background* menjadi warna putih dengan *opacity* rendah. Selain itu penulis juga diberi arahan untuk memperbesar tulisan dan mengganti kata 'Labor Day' menjadi *font* Playfair Display yang sebelumnya adalah Poppins Regular. Setelah memahami dan mencatat revisi dari *mentor*, berikut adalah hasil revisi berdasarkan *feedback* dan sudah Kembali di *approve* oleh *mentor*.



Gambar 3.9 Final Kyna Deli 1

Konten kedua yang penulis rancang, adalah konten kombinasi minuman dan cookies dari Kyna Deli, merupakan salah satu konten yang mendapat respons positif dari mentor tanpa memerlukan revisi. Dalam proses evaluasi melalui aplikasi WhatsApp, mentor menyatakan bahwa desain tersebut sudah baik secara visual, konsisten dengan gaya brand, serta sesuai dengan brief dan content plan yang telah disepakati sebelumnya. Konten yang tidak mengalami revisi seperti ini dapat langsung dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu dikirimkan kepada project manager untuk kemudian diteruskan kepada klien sebagai *final output*. Kecepatan dalam proses approval ini juga membantu mempercepat alur kerja tim dan menjaga timeline produksi agar tetap sesuai rencana. Berikut merupakan hasil akhir dari konten kedua yang penulis rancang sebagai bagian dari proyek ini.



Gambar 3.10 Final Kyna Deli 2

Pada konten ketiga yang penulis rancang, penulis mendapatkan *feedback* secara verbal saat WFO dengan revisi yang cukup besar. Setelah mengirimkan hasil desain kepada *mentor*, *feedback* yang diberikan adalah mengganti aset visual yang sebelumnya foto dengan *background* warna *solid* menjadi aset visual *photobased* varian Malty Winter yang terdapat di Google Drive. Setelah mendapatkan *feedback*, penulis mengakses foto-foto katalog Kyna Deli untuk mencari gambar yang sesuai. Berikut adalah hasil akhir yang telah di *approve* oleh *mentor*.



Gambar 3.11 Final Kyna Deli 3

Setelah seluruh konten mendapatkan *approval* dari *mentor*, langkah berikutnya adalah mendapatkan *feedback* dari klien melalui *project manager*. Waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan *feedback* sekitar 2-5 hari. Dalam proyek desain konten Instagram Kyna Deli bulan Mei tidak memiliki banyak revisi dari klien, sehingga *project manager* langsung mengarahkan untuk mengunggah seluruh hasil desain ke Google Drive sehingga klien dapat mengaksesnya dan mengunduh dengan resolusi yang baik.

3.3.1.2 Kyna Deli Instagram Story

Selain Instagram Feeds, penulis juga merancang Instagram Story. Jumlah Instagram Story yang perlu didesain berjumlah 10 konten, namun terdapat beberapa desain yang sama dengan desain Instagram Feeds sebelumnya, yang biasanya disebut Story *mirror*. Pada konten Kyna Deli bulan Mei, penulis diberikan tugas untuk membuat Story *mirror* dan Story lainnya diserahkan kepada anggota tim yang lain

1. Brief

Sama seperti proses pengerjaan proyek sebelumnya, penulis diberikan tugas oleh *project manager* melalui WhatsApp beserta *link* Google Slides yang berisikan *content plan* Instagram Kyna Deli bulan Mei. *Link* yang diberikan merupakan *file* yang sama seperti *content plan* Instagram Feeds. Di dalam *content plan* tersebut, terdapat *copywriting* yang perlu penulis masukkan ke dalam desain, serta *creative assistant* memberikan foto referensi yang dapat membantu penulis dalam merancang desain Story. Perbedaan yang cukup signifikan dari *content plan* Instagram Feeds dan Instagram Story adalah pada Instagram Story tidak memiliki *caption* seperti Instagram Feeds.



Tabel 3.5 Content plan Story Kyna Deli

Content plan yang didapatkan merupakan mirror dari Instagram Feeds yang berisikan mengenai informasi paket cookie jar yang ditawarkan oleh Kyna Deli. Dalam arahan yang diberikan, penulis perlu memberikan visual dari 5 paket bundle yang berbeda, mulai dari bundle 2 toples, hingga 4 toples. Referensi yang terdapat pada content plan merupakan gambar toples-toples yang dijajarkan, selain penulis mendapatkan referensi dari desain yang telah dirancang sebelumnya.

2. Perancangan

Setelah memahami brief yang diberikan melalui content plan, langkah berikutnya adalah penulis menyiapkan dokumen baru di Adobe Illustrator. Penulis memisah dokumen untuk Instagram Story dan Instagram Feeds untuk mencegah file terlalu berat jika menggabungkannya menjadi satu. Pada dokumen Instagram Story, ukuran artboard yang digunakan adalah 1080x1920 pixel, sesuai dengan ukuran yang mendukung pada media sosial Instagram. Dokumen dibuat dengan RGB *color mode* untuk hasil *digital,* dan penulis menyiapkan *single column grid* untuk membantu dalam proses perancangan *layout*.



Gambar 3.12 Persiapan Document dan Artboard Instagram Story Kyna Deli

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, penulis merancang Story *mirror* dari Instagram Feeds, sehingga penulis telah merancang konten yang sama namun dengan ukuran Instagram Feeds. Meskipun demikian, proses perancangan tidak hanya mengubah ukuran *artboard*, namun juga harus memperhatikan komposisi yang tentunya cukup berbeda dari Instagram Story. Pada peracangan konten ini, terdapat tantangan, yaitu dimana pada konten Instagram Feeds merupakan Feeds Carousel dengan 2 *slides*, yang *slide* pertama merupakan *thumbnail* dengan 4 toples *cookies* dan *copywriting headline* yang menunjukkan paket *bundle* toples *cookies* Kyna Deli, sedangkan *slide* kedua adalah pilihan-pilihan *bundle* lainnya dengan total 4 paket yang menawarkan pilihan *bundle* yang berbeda. Berdasarkan arahan dari *content plan* dan juga *project manager*, penulis harus menggabungkan 2 *slides* tersebut menjadi 1 *artboard* Instagram Story dengan total 5 paket *bundle cookies* Kyna Deli.



Gambar 3.13 Perancangan Instagram Story Kyna Deli

Gambar disebelah kiri merupakan hasil desain Instagram Feeds dengan konten yang sama. Pada slide pertama menggunakan photobased yang menampilkan bundle 4 toples cookies Kyna Deli, sedangkan untuk slide kedua, penulis menggunakan aset dari photoshoot yang dapat diakses dari Google Drive untuk menampilkan bundle toples cookies. Kemudian penulis memutuskan untuk menggunakan layout yang serupa dengan slide kedua untuk menampilkan 5 paket bundle toples cookies. Pada desain Instagram Story, penulis menggunakan background berwarna pink, dengan warna merah untuk font. Penulis juga menggabungkan font Poppins Regular dan Playfair Display untuk headline konten, dengan memperbesar 'Seasons Package' untuk memberikan emphasis pada pesan yang ingin diberikan. Pada bagian visual, penulis menggunakan tata letak zig-zag agar artboard cukup untuk mengisi 5 paket bundle toples cookies. Pada bagian belakang tiap paket bundle, penulis memberikan supergraphic berwarna putih dengan opacity rendah untuk memberikan emphasis kepada jumlah toples per paketnya. Tidak hanya menggunakan visual jumlah toples, penulis juga memberikan informasi tambahan mengenai varian toples per paketnya agar audiens dapat memilih paket bundle yang cocok untuk mereka.

3. Asistensi dan Finalisasi

Setelah merancang desain Instagram Story *mirror*, langkah berikutnya adalah mengirim hasil desain kepada *mentor*. Penulis mengirim hasil desain melalui WhatsApp beserta hasil desain lainnya untuk mendapatkan *feedback* dan arahan dari *mentor* agar hasil desain sesuai dengan *brief* dan juga *brand guideline*. Kemudian *mentor* membalas pesan dan memberikan *feedback* melalui WhatsApp kepada penulis, berikut adalah *feedback* yang diberikan oleh *mentor*.

Feedback yang didapatkan dari *mentor* merupakan perubahan dari posisi paket *bundle*. Kemudian *mentor* memberikan arahan untuk menukar urutannya sehingga menjadi 2 toples Petite, 4 toples Petite, 4 toples Noni, 2 toples Mama, dan 4 toples Mama untuk mengelompokkan varian toples menjadi lebih urut. Penulis kemudian melakukan revisi sesuai arahan *mentor*, dengan mengubah urutan toples. Berikut adalah hasil akhir yang kemudian telah di *approve* oleh *mentor*.



Gambar 3.14 Final Instagram Story Kyna Deli

Setelah *mentor* memberikan *approval*, hasil desain penulis berikan kepada *project manager* untuk diserahkan ke klien melalui WhatsApp. Setelah menunggu 1-2 hari, *project manager* mengabari bahwa tidak ada revisi dari klien dan *project* konten Instagram Kyna

Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

Deli bulan Mei sudah selesai. Penulis kemudian mengunggah seluruh konten Instagram Kyna Deli ke Google Drive dengan membagi menjadi satu persatu *folder* desain agar mempermudah klien untuk mengunduhnya.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain mengerjakan proyek tugas utama, sebagai *graphic design intern*, penulis juga diberikan beberapa proyek desain lainnya. Tugas-tugas tambahan lainnya yang diberikan kepada penulis memiliki berbagai macam *output* desain, seperti supergrafik, sketsa karakter, vektorisasi *styleframe*, dan juga vektorisasi logo. Melalui proyek-proyek ini, penulis dapat belajar banyak hal dan mencoba hal baru dari setiap *output*nya. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai tugas-tugas tambahan selama penulis magang di HenShu Studio

3.3.2.1 Supergrafik HapHapHap

HapHapHap merupakan sebuah *brand* dari seorang *influencer*, Cucu Apho yang berfokus pada kuliner makanan. Cucu Apho mempercayakan HenShu Studio untuk merancang *brand identity* dari *brand* barunya, seperti logo dan juga supergrafik. Pada proyek ini, penulis diberi tanggung jawab untuk merancang supergrafik *brand* HapHapHap, berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai perancangan proyek ini.

1. Brief

Penulis mendapatkan *brief brand* HapHapHap melalui Notion yang dikirim oleh *project manager* melalui WhatsApp. Selain penjelasan *brief* melalui Notion, penulis juga dibimbing oleh *supervisor* selaku *creative director* yang juga sedang mengerjakan proyek yang sama. Berdasarkan *brief* yang disampaikan, *brand* HapHapHap ingin memberikan kesan *fun* dan *fresh* dari berbagai kuliner yang ada di Indonesia. Di dalam *brief* juga terdapat referensi visual yang telah disusun oleh *creative director* melalui Pinterest. Setelah membaca dan memahami *brief* yang diberikan, penulis kemudian menyiapkan dokumen untuk tahap selanjutnya.

2. Perancangan

Berdasarkan *brief* yang diberikan, yaitu merancang supergrafik, penulis menggunakan aplikasi Adobe Illustrator untuk mendapatkan hasil grafis vektor. Sebelum merancang, penulis dan *creative director* membahas mengenai referensi visual untuk supergrafik HapHapHap, penulis diberikan *link* menuju Pinterest yang berisi referensi-referensi visual yang ingin digunakan dalam perancangan *brand* ini. Setelah melihat referensi yang diberikan, kemudian penulis mencari kembali referensi yang sesuai dari arahan *creative director*, keseluruhan hasil referensi visual penulis gabung menjadi satu *moodboard*.



Gambar 3.15 Referensi Visual Supergrafik HapHapHap

Setelah menyusun referensi visual, dokumen baru di Adobe Illustrator dibuat menggunakan *color mode* RGB dengan ukuran *artboard* 17x9 cm. Berdasarkan referensi dan juga *brief* yang telah diberikan, supergrafik dirancang menyerupai stiker dengan berbagai bentuk, seperti lingkaran dan bintang untuk memperlihatkan sisi *fun* dari *brand*. Penulis mulai merancang supergrafik mengikuti referensi menggunakan *shape*, dan juga effect distort and transform untuk mendapatkan shape yang diinginkan.



Gambar 3.16 Perancangan awal Supergrafik HapHapHap

Hasil perancangan supergrafik HapHapHap yang pertama menghasilkan 6 aset supergrafik yang berbentuk stiker, supergrafik yang dibuat berupa gambar wajah atau *emoji* dengan ekspresi yang sedang melahap dan juga menjulurkan lidah untuk memperlihatkan sisi *fun* serta gestur yang identik saat menyicipi makanan enak. Selain supergrafik bergambar wajah, terdapat supergrafik lingkaran yang bergelombang dan bentuk bintang, serta *shape* lainnya yang berbentuk setengah lingkaran. Kendala yang ditemukan saat merancang supergrafik ini adalah *brief* mengenai *brand* yang kurang lengkap, seperti logo dan *brand guideline* yang belum selesai, sehingga penulis perlu kembali bertanya terkait warna dan *font* yang digunakan.

3. Asistensi dan Finalisasi

Setelah merancang supergrafik HapHapHap yang menyesuaikan dengan referensi visual, langkah berikutnya adalah mengirimkannya kepada *creative director* dan *mentor* yang bertanggung jawab atas perancangan *brand* ini. Penulis mengirimkan *preview* supergrafik melalui WhatsApp untuk mendapatkan *feedback* dan arahan lebih lanjut mengenai

perancangan proyek ini. Setelah melakukan *review* pada hasil supergrafik, *creative director* memberikan *feedback* untuk mengganti warnanya mengikuti warna *palette* milik *brand*, yaitu kuning, biru, merah, serta *broken white*. Karena *brand guideline* masih dalam pengerjaan, *creative director* mengirim *file* berisi logo *brand* yang kemudian penulis menggunakan *eyedrop* untuk mengambil warna yang sesuai. Selain *feedback* mengenai warna, penulis juga diberi arahan untuk menambahkan jumlah aset supergrafik agar menjadi lebih ramai. Dari hasil *feedback* yang didapatkan, penulis kemudian merevisi hasil perancangan sebagai berikut.



Gambar 3.17 Hasil revisi Supergrafik HapHapHap

Setelah kembali mendapatkan feedback, penulis mengeksplorasi referensi-referensi yang bisa mendukung perancangan brand ini untuk menambahkan jumlah supergrafik sesuai arahan creative director. Hasil dari revisi didapatkan 15 tambahan aset baru dengan berbagai shape untuk menonjolkan sisi fun dari brand. Penulis menambahkan shadow berwarna biru tua dibalik setiap aset supergrafik untuk memberikan kesan stiker berdasarkan pemaparan brief sebelumnya, selain itu penulis juga sudah mengubah warna menyesuaikan color palette brand HapHapHap. Kemudian penulis mengirimkan review hasil revisi

perancangan kepada *creative director* untuk kembali mendapatkan *feedback.*

Feedback kembali diberikan oleh *creative director* kepada penulis perihal *shadow* berwarna biru tua yang berada dibelakang aset supergrafik untuk diberikan variasi, seperti menggunakan merah atau menggunakan *stroke* putih. Selain *shadow*, penulis juga diarahkan untuk mengganti *font* menggunakan *font commercial use* dan menambahkan lagi aset supergrafik menjadi lebih banyak. Arahan mengenai aset supergrafik diberikan seperti menggunakan aset ilustrasi mata, menggunakan aset berbentuk perangko, serta menambahkan wajah atau tulisan di *shape* yang kosong. Setelah mendapatkan *feedback*, penulis kembali melakukan revisi sesuai arahan yang telah diberikan.



Gambar 3.18 Finalisasi Supergrafik HapHapHap

Setelah melakukan revisi pada *font, shape* aset, *shadow* aset, dan menambahkan kembali beberapa aset supergrafik, penulis kembali mengirimkannya ke *creative director* untuk mendapatkan *feedback*. Kemudian *creative director* meninjau hasil perancangan supergrafik penulis dan memberikan *approval* untuk proyek ini, kemudian *creative director* kembali memberikan arahan untuk melakukan finalisasi supergrafik sebelum mengunggahnya ke Google Drive. Dokumen supergrafik diarahkan untuk *export package*, dimana semua aset seperti *font* akan terbentuk *file*, sehingga desainer lain dapat dengan mudah mengakses *font* tersebut. Selain *export package*, supergrafik perlu di *expand* sehingga *font* yang terdapat dalam desain akan berbentuk *shape* untuk mempermudah penggunaan supergrafik di berbagai media tanpa perlu mengunduh *font* terlebih dahulu. Setelah semua *file* sudah siap, penulis kemudian mengunggahnya ke Google Drive millik HenShu Studio.

3.3.2.2 Ilurstasi Karakter PT. Chandra Asia Pacific

PT. Chandra Asia Pacific merupakan perusahaan publik asal Indonesia yang berfokus pada industri petrokimia. Perusahaan ini bekerja sama dengan HenShu Studio untuk membuat animasi 3D mengenai program PT. Chandra Asia Pacific. Pada proyek ini, penulis berkesempatan untuk membuat ilustrasi karakter dari pekerja Perusahaan dan karakter pendukung lainnya dalam bentuk 2D, yang kemudian akan diserahkan kepada tim HenShu Motion untuk membuat animasi 3D. Proses perancangan yang akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian berikut.

1. Brief

Pada proyek ini, *creative director* memberikan *brief* mengenai perancangan ilustrasi karakter PT. Chandra Asia Pacific yang nantinya akan dibuat animasi 3D. *Brief* yang diberikan berupa Google Slides yang berisikan mengenai detail ilustrasi yang perlu dikerjakan. Penulis perlu membuat ilustrasi sisi depan dan belakang dengan total 14 karakter, dengan 2 pekerja proyek, 3 karyawan, 1 vendor, 3 nelayan, dan 5 karakter pendukung. Dalam Google Slides yang diberikan juga terdapat detail baju dan seragam dari para pekerja dan karyawan perusahaan ini, yang dimana penulis perlu menggambarkan detailnya. Tak hanya *brief* mengenai penjelasan ilustrasi yang dibuat, *creative director* juga melampirkan referensi *art style* yang ingin dicapai dalam proyek ini. Setelah memahami *brief,* penulis kemudian mempersiapkan dokumen untuk membuat ilustrasi.

2. Perancangan

Penulis menggunakan aplikasi MediBang Paint Pro untuk mengerjakan proyek ini. MediBang Paint Pro merupakan aplikasi gambar *digital* berbasis raster yang menyerupai Adobe Photoshop, penulis menggunakan aplikasi ini untuk mencegah kendala Adobe Photoshop yang tidak memiliki *storage* yang cukup. Dalam aplikasi ini, penulis menyiapkan *artboard* berukuran A4 atau 21x29,7 cm dengan *color profile* RGB. Kemudian penulis mulai membuat sketsa ilustrasi menggunakan *pen tab* mengikuti arahan referensi *style* yang telah diberikan pada tahap *brief* sebelumnya.



Gambar 3.19 Sketsa awal PT. Chandra Asia Pacific

Tahap awal penulis mencoba untuk menggambar 2 karakter laki-laki dan perempuan sebagai *base* atau acuan awal sebelum mulai menggambar keseluruhan karakter. Berdasarkan *style* yang diberikan, penggambaran karakter menggunakan *style* yang simpel dan lebih kartunis, yang dapat mempermudah perancangan 3D karakter dengan melakukan simplifikasi pada detail-detail setiap karakternya. Setelah menemukan *style* yang akan digunakan dalam proyek ini, penulis kembali melanjutkan menggambar ilustrasi keseluruhan karakter.



Gambar 3.20 Sketsa Karyawan Menggunakan APD

Karakter pertama yang penulis gambar adalah karakter karyawan yang menggunakan APD. Foto referensi karyawan menggunakan APD didapatkan dari Google Drive milik perusahaan yang diberikan untuk keperluan mendesain karakter. Ilustrasi karakter ini cukup menantang karena memerlukan detail pada bagian *harness*nya, sedangkan dalam foto referensi tidak ditunjukkan bagian belakang dari *harness*, sehingga penulis kembali mencari referensi *harness* di Google. Selain menggunakan *harness*, karakter ini juga menggunakan *safety hat* dan sarung tangan untuk pekerjaan di lapangan.



Karakter berikutnya adalah karyawan yang menggunakan seragam *fullbody*. Foto referensi yang diberikan oleh perusahaan terdapat dibagian kiri, namun ingin menambahkan logo pada bagian dada sebelah kiri. Pada karakter karyawan ini juga diberi

Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

notes untuk digambarkan mengenakan *safety hat* seperti karyawan yang menggunakan APD sebelumnya. Untuk aset-aset yang sering digunakan berulang kali, penulis menggunakan fitur *copy-paste* dan kemudian penulis sedikit mengubahnya untuk menyamai dengan karakter yang sedang digambar.



Gambar 3.22 Sketsa Karyawan

Ilustrasi berikutnya adalah ilustrasi 3 karyawan yang menggunakan seragam. Pada karakter ini, penulis diberi *notes* untuk menggambar 2 karakter perempuan dan 1 karakter laki-laki. Penulis mengikuti referensi pada gambar yang diberikan oleh perusahaan melalui Google Drive. Agar memberikan kesan *diversity*, penulis melakukan eksplorasi dalam detail karakter, seperti bentuk tubuh, dan juga aksesoris yang digunakan. Pada karakter laki-laki penulis menggambarkan karakter memiliki badan yang lebih berisi daripada karakter lainnya, dan salah satu karakter perempuan digambarkan menggunakan hijab yang menyesuaikan dengan seragam karyawan perusahaan.



Gambar 3.23 Sketsa Vendor

46 Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara Karakter berikutnya adalah vendor. Brief yang diberikan adalah menggambar karakter laki-laki dengan pakaian berupa kemeja putih dan celana hitam, namun tidak disertai referensi visual sebagai acuan. Penulis menggambarkan karakter ini dengan gaya rambut yang rapi, mengenakan kemeja berlengan panjang, serta sepatu pantofel yang membedakannya dari tampilan karakter karyawan perusahaan. Tampilan ini dipilih untuk memberi kesan profesional namun tetap memiliki identitas tersendiri sebagai pihak luar perusahaan.



Gambar 3.24 Sketsa Karakter Pendukung

Berikutnya adalah sketsa karakter pendukung, yaitu karakter masyarakat. Berdasarkan *brief* yang telah diberikan, karakter masyarakat digambar sejumlah 5 orang dan tidak diberikan referensi gender dan pakaian. Penulis membuat ilustrasi karakter masyarakat dengan 3 orang laki-laki dan 2 orang perempuan, pakaian yang dikenakannya juga bervariasi, seperti pakaian semi formal dan juga pakaian santai. Detail dari masing-masing karakter juga penulis buat bervariatif, seperti ada yang menggunakan kacamata dan topi.



Gambar 3.25 Sketsa Nelayan

Karakter yang terakhir adalah nelayan, *brief* untuk karakter ini diluar dari *brief* yang ada di Google Slides, klien menyampaikan langsung kepada *creative director* untuk meminta karakter tambahan. Berdasarkan arahan dari *creative director*, penulis membuat 2 gambar nelayan dengan 1 karakter menggunakan topi. Bagi detail pakaian penulis menggambar karakter ini mengenakan kaos lengan pendek dan celana dengan potongan dibawah lutut, lalu alas kaki yang berupa sandal jepit yang sering dijumpai di masyarakat sekitar. Setelah penulis menyelesaikan sketsa seluruh karakter, langkah berikutnya adalah mengirimkannya kepada *creative director* untuk diberi *feedback*.

3. Asistensi dan Finalisasi

Preview sketsa karakter penulis kirim kepada *creative director* melalui WhatsApp untuk memastikan ilustrasi memiliki hasil yang sesuai dengan *brief* dan keinginan dari klien. Setelah *creative director* melakukan *review* dari hasil sketsa, penulis diberikan *approval* tanpa revisi, dan akan diserahkan kepada klien untuk ditinjau oleh mereka. Penulis kemudian memasukan hasil sketsa ke Google Slides agar klien dapat meninjau hasil sketsa karakter untuk proyek ini. *Feedback* yang didapatkan dari klien membutuhkan waktu yang cukup lama sekitar 1 minggu, *creative director* menyampaikan bahwa terdapat revisi minor pada bagian karakter karyawan las untuk diberikan kacamata pelindung dan penutup kuping.



Gambar 3.26 Revisi Karyawan Las

Setelah mengirimkan hasil revisi mendapatkan *approval* dari pihak internal dan eksternal, penulis kembali membuka aplikasi MediBang Paint Pro untuk melakukan tahap mewarnai. Berdasarkan hasil diskusi bersama *creative director*, penulis hanya perlu mewarnai *base color* tanpa perlu *shading* karena warna hanya digunakan sebagai acuan untuk tim *motion* membuat tampilan 3D. Warna yang penulis gunakan mengikuti warna utama dari PT. Chandra Asia Pacific, yaitu biru muda untuk para karyawannya, dan biru tua untuk pakaian *fullbody*.



Gambar 3.27 Finalisasi Ilustrasi Karakter PT. Chandra Asia Pacific

Setelah mewarnai para karyawan dari perusahaan, penulis kemudian melanjutkan mewarnai karakter masyarakat. Warna yang digunakan untuk mewarnai pakaian karakter lainnya menyesuaikan dengan warna utama sehingga keseluruhan karakter jika disandingkan bersebelahan terlihat harmonis. Pakaian para masyarakat digambarkan warna-warni dan menyesuaikan dengan *style* yang dikenakan. Kemudian karakter nelayan penulis diberi arahan untuk membuat 1 karakter tambahan dengan *base* yang sama, namun memiliki warna yang berbeda. Para nelayan menggunakan warna yang netral dan penulis membedakan warna dari masing-masing sandal yang dikenakan. Untuk warna karakter vendor menggunakan warna putih untuk kemeja dan hitam untuk celana sesuai arahan pada *brief*.

Setelah seluruh pewarnaan karakter selesai, penulis menyerahkannya kembali kepada *creative director* untuk ditinjau. *Creative director* menemukan hasil ilustrasi sudah baik dan sesuai dengan *brief,* sehingga hasil ilustrasi diserahkan kepada klien. Klien kembali memberikan *feedback* yang positif dan memberikan *approval* pada hasil ilustrasi karakter PT. Chandra Asia Pacific. Kemudian penulis kembali mengunggah hasil ilustrasi ke Google Slides untuk kemudian dilanjutkan oleh tim HenShu Motion.

3.3.2.3 Vektorisasi Styleframe Prodia

Prodia merupakan perusahaan layanan laboratorium kesehatan yang dikenal luas di Indonesia. Prodia berinovasi untuk meluncurkan aplikasi baru bernama U by Prodia, yang dirancang untuk memudahkan pengguna mengontrol kesehatannya melalui fitur-fitur yang ditawarkan, dan membuat jadwal konsultasi kesehatan secara digital. Dalam kebutuhan pembuatan video iklan aplikasi tersebut, Prodia mempercayakan HenShu Studiu dalam proses pembuatan animasi 2D. Pada proyek ini penulis mendapatkan tugas untuk melakukan proses vektorisasi *styleframe* berdasarkan sketsa awal yang telah dibuat oleh anggota tim lainnya. Proyek ini juga merupakan proyek kolaborasi antara dua divisi, yaitu HenShu Design dan HenShu Motion.

1. Brief

Penugasan proyek ini diberikan oleh *project manager* melalui WhatsApp. Dalam proyek ini penulis diarahkan untuk melakukan vektorisasi dari *styleframe* yang telah dibuat oleh anggota lainnya. Penulis diberikan *link* Google Drive yang berisi sketsa *styleframe* yang berjumlah 16 halaman, dan juga penulis diberi *file brief* yang berisi tujuan serta *storyboard* dari animasi yang akan dibuat.



Gambar 3.28 Contoh Hasil Output 2 Ukuran Video

Output video animasi akan menjadi 2 video, dengan tampilan vertikal dan horizontal, oleh karena itu penulis diberi arahan untuk mengerjakan proyek didalam *artboard* berukuran 1920x1920 pixel agar satu *styleframe* dapat digunakan dalam 2 *output* ukuran yang berbeda. Desainer yang bertanggung jawab sudah memastikan bahwa objek utama dari video sudah berada di zona aman, sehingga yang penulis lakukan hanya langsung melakukan proses vektorisasi.

2. Perancangan

Langkah berikutnya adalah penulis menyiapkan dokumen baru di Adobe Illustrator untuk mendapatkan hasil *output* vektor. Dokumen dibuat per *styleframe* untuk mencegah *file* terlalu berat dan menghambat proses perancangan, oleh karena itu penulis membuat 16 dokumen dalam proyek kali ini. Berdasarkan arahan yang diberikan oleh *creative director* pada tahap *brief*, penulis perlu memisahkan setiap *shape* dengan menambah *layer* baru, baik *shape* yang membentuk karakter orang, maupun *shape* pada *background*. Hal ini dilakukan untuk mempermudah tim *motion* dalam memproduksi video animasi dengan objek per *layer*. Berikut ini adalah contoh dari *part* yang perlu dipisah.



Gambar 3.29 Pemisahan Shape per layer

Setelah memahami cara pengerjaan vektorisasi *styleframe*, langkah berikutnya adalah memulai proses vektorisasi per *frame*. Dari keseluruhan 16 *styleframe* terdapat beberapa yang identik, sehingga penulis hanya perlu melakukan *duplicate* dan mengubah detail-detail kecil. *Styleframe* yang memiliki persamaan antara lain adalah *styleframe* 1-4, *styleframe* 5-9,12, dan *styleframe* 10-11. Dalam proses vektorisasi, penulis menggunakan *shape tools* yang kemudian penulis modifikasi menggunakan *curvature tool, pen tool,* dan *direct selection tool*. Warna yang penulis gunakan diambil dari sketsa yang diberikan menggunakan *eyedrop tool*.



Gambar 3.30 Styleframe 1-4

Pada *styleframe* 1-4 memiliki ukuran *artboard* 2717x1920 pixel berbeda dari *brief* yang dijelaskan sebelumnya. Hal ini berdasarkan hasil diskusi penulis bersama *creative director* karena terdapat *styleframe* yang berkelanjutan, sehingga diputuskan untuk memperpanjang ukuran *artboard* selama masih dalam zona aman. Dalam *styleframe* ini menceritakan tentang seorang laki-laki yang baru pulang ke rumah, namun merasa sakit kepala dan demam, kejadian berikutnya adalah laki-laki tersebut mengambil *handphone* nya dan membuka aplikasi U by Prodia, yang diindikasikan dengan *pop up* logo aplikasi tersebut. Latar pada *styleframe* ini adalah ruangan di dalam rumah, dengan berbagai barang untuk menghidupkan suasana, seperti gantungan baju, tanaman, lukisan, rak-rak buku, dan sofa.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.31 Styleframe 5-9, 12

Styleframe 5-9, dan 12 merupakan styleframe yang identik secara background. Pada skenario ini menggambarkan interface dari aplikasi U by Prodia yang menampilkan fitur-fitur yang dimilikinya, seperti fitur mencari klinik prodia terdekat dengan lokasi berada, serta fitur konsultasi online dengan dokter-dokter yang bekerja sama Prodia. Dalam memperlihatkan interface dari aplikasi Prodia, creative director mengarahkan untuk mengunduh aplikasi tersebut terlebih dahulu, dan screenshot pada bagian yang dibutuhkan. Kendala yang dialami oleh penulis adalah untuk mengurangi beberapa aplikasi terlebih dahulu agar dapat mengunduh aplikasi U by Prodia karena storage handphone sudah cukup penuh. Selanjutnya untuk mendapatkan tampilan yang sesuai dengan styleframe yang dibutuhkan, penulis harus membuat akun terlebih dahulu. Setelah mendapatkan tampilan interface yang diperlukan, penulis memasukannya ke Adobe Illustrator, dan menggunakan fitur *clipping mask* yang berbentuk *handphone* agar menampilkan tampilan yang serupa jika audiens mengunduh aplikasi tersebut. Langkah selanjutnya penulis hanya perlu mengubah tampilan screenshot sesuai arahan dari sketsa.



Gambar 3.32 Styleframe 10-11

Styleframe selanjutnya adalah penjelasan mengenai layanan konsultasi yang ditawarkan oleh Prodia, yaitu konsultasi *online*, datang langsung ke klinik, dan juga *home visit*. Tampilan *background* pada skenario ini mirip dengan *styleframe* sebelumnya, namun yang berbeda adalah visual utamanya yang menggambarkan layanan yang ditawarkan. Aset visual yang digunakan adalah karakter dokter yang menggunakan jas putih, dan juga karakter utama yang sedang sakit, selain itu juga terdapat aset klinik Prodia yang dindikasikan melalui logo *banner* diatas gedung tersebut. Proses vektorisasi *styleframe* ini membutuhkan detail yang jelas, karena banyak aset-aset berukuran kecil dan harus dipisah *layer* satu demi satu.



Gambar 3.33 *Styleframe* 13-16 55 Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

Vektorisasi *styleframe* selanjutnya adalah halaman *frame* ke 13-16. *Frame* ini menjelaskan mengenai klinik prodia, yang dapat melakukan konsultasi cek kesehatan dengan staff-staff yang ramah dan profesional. Pada *styleframe* ke-15 menunjukkan dokter-dokter spesialis yang praktik di klinik Prodia. Dari keseluruhan *frame* ini, dibutuhkan fokus yang tinggi untuk memisahkan objek per *layer* dan menamai *layer* satu per satu. Setelah seluruh *styleframe* selesai di vektorisasi, penulis kemudian mengirimkannya kepada *creative director* untuk ditinjau.

3. Asistensi dan Finalisasi

Preview yang dikirim oleh penulis merupakan screenshot dari tampilan semua artboard styleframe yang telah di vektorisasi. Penulis mengirimkannya melalui aplikasi WhatsApp untuk creative director beri feedback. Dari hasil peninjauan creative director, penulis diberi arahan untuk mengubah layout styleframe 14 dan mengubah warna background pada styleframe 16. Untuk styleframe lainnya penulis diberi approval dan diarahkan untuk merevisi styleframe yang diberi feedback.



Gambar 3.34 Revisi Styleframe 14 & 16

Setelah *creative director* meninjau *styleframe* 14 visual utama dirasa terlalu kecil dan kurang menonjolkan detail dari ilustrasi, sehingga penulis diarahkan untuk memperbesar visual utama, dengan melebarkannya. Kemudian untuk *styleframe* 16 penulis diarahkan untuk mengganti warna *background* yang sebelumnya berwarna kuning menjadi warna putih. Setelah penulis melakukan revisi pada *styleframe* 14 dan 16, penulis mengirmkannya kembali ke *creative director* melalui WhatsApp, setelah *creative director* meninjau hasil revisi, keseluruhan *styleframe* diberi *approval*. Setelahnya penulis mengunggah semua *file* AI ke Google Drive untuk *creative director* meninjau *layer* pada setiap objek.



Gambar 3.35 Hasil Akhir Vektorisasi Styleframe Prodia

Hasil akhir *file* AI yang telah penulis kerjakan dinilai sudah rapi dan sesuai dengan arahan, sehingga tidak ada revisi tambahan dari *creative director*. Dengan demikian, tugas penulis dalam melakukan vektorisasi *styleframe* Prodia dinyatakan selesai. Proyek kemudian dilanjutkan oleh tim *motion* untuk masuk ke tahap berikutnya, yaitu proses animasi berdasarkan *styleframe* yang telah disiapkan.

3.3.2.4 Vektorisasi Logo Imbalance

Imbalance merupakan *brand* yang menawarkan *sportswear* yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan klien. *Brand* ini merupakan *brand*

baru yang bekerja sama dengan HenShu Studio dalam membuat *brand identitiy*-nya. Peran penulis dalam proyek ini adalah melakukan proses vektorisasi dari logo Imbalance yang telah dirancang oleh anggota tim lainnya. Berikut ini adalah perincian mengenai proses vektorisasi logo yang dilakukan oleh penulis.

1. Brief

Penulis diberikan *brief* oleh *project manager* mengenai finalisasi logo untuk *brand* Imbalance melalui WhatsApp. *Brief* dikirmkan secara singkat dengan menyisipkan gambar dari sketsa logo yang telah dirancang sebelumnya. Dalam HenShu Studio, proses perancangan logo dimulai menggunakan sketsa *digital*, baik logo *icon* dan juga logotype nya, sehingga untuk logotype perlu dilakukan vektorisasi karena tidak menggunakan *font*. Oleh karena itu, penulis perlu melakukan vektorisasi pada bagian logotype. Penjelasan lebih lanjut dapat penulis akses melalui Google Drive yang berisikan informasi mengenai cara melakukan finalisasi logo yang dibuat oleh HenShu Studio.

2. Perancangan

Setelah memahami proses finalisasi logo, penulis kemudian menyiapkan dokumen di Adobe Illustrator dengan ukuran *artboard* 1080x1080 pixel. Selanjutnya penulis meletakan sketsa logo pada *artboard* dan menyesuaikan *width* keseluruhan logo sebesar 600-650 pixel. Untuk menjaga konsistensi bentuk huruf, penulis juga membuat garis bantu atau *guide* sebagai acuan dalam meratakan *x*-*height* dan *baseline* logotype, sehingga setiap elemen tipografi dalam logo dapat terlihat lebih presisi.



Gambar 3.36 Persiapan Vektorisasi Logo

Setelah menyiapkan sketsa dan garis guide, langkah selanjutnya adalah memulai vektorisasi logo. Berdasarkan dari guideline finalisasi logo, disarankan untuk menggunakan shape seperti rectangle atau circle, dan hindari penggunaan pen tool karena dapat membuat logo kurang proporsional. Dalam logo Imbalance, shape yang banyak digunakan adalah rectangle dan juga circle pada bagian yang melengkung. Shape yang digunakan cukup simpel, namun tantangan terbesar dalam melakukan proses vektorisasi logo adalah menyambungkan antara shape satu ke shape yang lainnya. Setiap point dari shape harus menempel sempurna satu sama lainnya agar hasil akhir saat dilakukan shape builder dapat tertutup sempurna tanpa ada shape yang tidak diinginkan timbul, oleh karena itu diperlukan ketelitian yang tinggi saat melakukan vektorisasi logo.



Gambar 3.37 Vektorisasi Logo

59 Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara Pada bagian logo *icon* memiliki bentuk yang saling mencerminkan satu sama lain, sehingga penulis hanya membuat satu bentuk dan akan penulis duplikasi pada bagian bentuk yang bawah. Sisi-sisi yang bersiku menggunakan lingkaran kecil untuk membentuk siku yang tumpul. Pada bagian *logotype*, penulis menggunakan *shape rectangle* yang kemudian di distorsi menggunakan *free transform tool* untuk mendapatkan bentuk yang diinginkan. Penulis juga memastikan ketebalan tiap huruf, serta tinggi dengan ukuran yang konsisten. Sebelum melakukan *shape builder* pada vektorisasi logo, penulis perlu melakukan asistensi ke *creative director* terlebih dahulu.

3. Asistensi dan Finalisasi

Penulis kemudian mengirimkan *review* vektorisasi logo kepada *creative director* untuk ditinjau. Setelah melakukan *review*, *creative director* memberi arahan untuk langsung menduplikasi bentuk yang bercermin pada logo *icon*. Kemudian penulis juga diberi revisi pada bagian huruf 'n', 'c' dan huruf 'e' untuk menempelkan setiap *shape* agar hasil menjadi lebih *seamless*. Penulis dibantu *creative director* dalam pengarahan revisi menggunakan WhatsApp dengan fitur *edit/draw* pada aplikasi tersebut. Setelah memahami arahan yang diberikan oleh *creative director*, penulis mulai merevisi vektorisasi logo.



Gambar 3.38 Hasil Akhir Logo

60 Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

Penulis kembali menata ulang pada bagian-bagian yang perlu diperbaiki, terutama di bagian huruf 'n', 'c' dan huruf 'e' agar hasil akhir dari vektorisasi logo tidak memiliki kekurangan yang fatal. Kemudian penulis kembali mengirimkan screenshot dari hasil revisi kepada creative director, yang kemudian diberikan arahan untuk dilakukan proses shape builder. Pada proses shape builder, penulis harus teliti dalam menggabungkan bentuk-bentuk yang sesuai dengan logo, pada tahap ini dibutuhkan waktu yang cukup lama karena seringkali terdapat gap yang sangat kecil diantara dua shape sehingga tidak bisa dilakukan shape builder. Setelah melewati proses shape builder, hasil vektorisasi logo kembali di review oleh creative director yang kemudian diberikan approval pada hasil logo yang tertera pada gambar diatas. Penulis mengirimkan file AI melalui WhatsApp untuk kemudian dilanjutkan oleh anggota tim lainnya dalam memberi opsi warna pada logo.

3.4 Kendala dan Solusi Magang

Selama proses pelaksanaan magang tidak terlepas dari kendala dan tantangan yang penulis temukan sebagai *graphic designer intern* di HenShu Studio. Melalui kendala-kendala tersebut dapat menjadi bagian dari proses adaptasi penulis terhadap lingkungan kerja profesional dan alur berkomunikasi dalam internal tim. Di bawah, penulis menguraikan hambatan yang dialami serta bagaimana solusi atau penyesuaian dilakukan untuk tetap menyelesaikan tugas dengan baik.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala yang kerap kali penulis hadapi adalah kurangnya komunikasi yang efektif antara anggota tim, terutama dalam hal penyampaian *brief*. Dalam beberapa kesempatan, *brief* yang diberikan tidak disertai dengan informasi yang lengkap atau hanya melalui pesan singkat, sehingga menimbulkan potensi kesalahpahaman terhadap kebutuhan proyek. Ketidaksesuaian ini menyebabkan hasil desain awal sering kali tidak sepenuhnya sejalan dengan ekspektasi *creative director* maupun klien. Seperti penyampaian *brief* tanpa dilengkapi dengan pengenalan *brand* atau *link* yang menuju *brand guideline*. Situasi ini kemudian berujung pada revisi tambahan yang memakan waktu dan berdampak pada efisiensi kerja tim. Kendala penyampaian informasi juga turut mempengaruhi motivasi dan kepercayaan diri anggota tim dalam mengeksekusi tugasnya, karena harus menebak-nebak maksud dari arahan yang diberikan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam upaya untuk mengatasi kendala komunikasi yang kurang efektif, penulis membiasakan diri untuk sering bertanya ketika menerima informasi yang kurang jelas. Dengan bertanya secara aktif, anggota tim dapat menghindari asumsi yang keliru dan memperjelas detail-detail teknis maupun konseptual yang belum tersampaikan secara lengkap. Kebiasaan bertanya juga mendorong terciptanya komunikasi dua arah yang lebih terbuka, di mana informasi tidak hanya mengalir satu arah dari *creative director* atau *project manager* ke tim kreatif, tetapi terjadi interaksi yang saling mendukung. Selain itu, sering bertanya menunjukkan sikap proaktif dan tanggung jawab terhadap hasil kerja, sehingga potensi kesalahan dalam eksekusi dapat diminimalisir sejak awal.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Sebagai penutup dari laporan magang ini, penulis menyimpulkan bahwa pengalaman magang sebagai *graphic designer intern* di HenShu Studio memberikan banyak pelajaran dan wawasan baru, terutama dalam memahami proses kerja profesional di industri kreatif. HenShu Studio memiliki lingkungan kerja yang dinamis dan kolaboratif, di mana penulis didorong untuk terus beradaptasi dengan ritme proyek yang cepat dan target yang beragam, seperti mengerjakan beberapa proyek secara bersamaan. Salah satu hal yang paling berkesan selama magang adalah ragam jenis proyek yang dikerjakan, karena melalui proyek-proyek tersebut penulis dapat mempraktikan secara langsung mengenai berbagai *output* desain grafis setelah mempelajarinya dalam perkuliahan, seperti materi mengenai *layout, font design,* dan logo *design*.

Proyek-proyek yang dikerjakan selama magang di HenShu Studio memiliki jenis yang cukup variatif, mulai dari merancang *brand identity*, desain sosial media, ilustrasi karakter, hingga aset visual untuk animasi. Variasi ini memberikan penulis kesempatan untuk mempelajari berbagai bentuk *output* desain grafis yang berbeda, baik untuk kebutuhan *digital* maupun *branding*. Setiap proyek menuntut pendekatan visual yang berbeda, sehingga penulis dapat memahami bagaimana merancang desain yang sesuai dengan konteks, media, serta tujuan dari perancangan masing-masing *brand*.

4.2 Saran

Bagian ini berisi saran yang penulis berikan bagi:

1. Perusahaan

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan arahan yang diberikan oleh seluruh tim selama menjalani proses magang. Harapan penulis bagi perkembangan HenShu Studio di masa mendatang adalah untuk meningkatkan penyampaian *brief* yang lebih terstruktur dan menyeluruh di awal pengerjaan proyek. Memaksimalkan satu aplikasi sebagai wadah besar bagi penyampaian *brief*, serta informasi lengkap mengenai *brand* dapat membantu tim, termasuk *intern*, untuk memahami kebutuhan proyek secara lebih efisien dan meminimalisasi revisi yang disebabkan oleh ketidaksesuaian arah desain.

2. Universitas Multimedia Nusantara

Saran yang penulis berikan kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara adalah terkait peningkatan penyampaian informasi mengenai alur pelaksanaan magang agar menjadi lebih jelas dan terstruktur. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah penetapan *deadline* yang konsisten dan tidak berubah-ubah selama proses magang berlangsung, sehingga mahasiswa tidak mengalami kebingungan akibat perubahan jadwal secara mendadak.Selain itu, terkait penggunaan *website* Merdeka, penulis menyarankan agar universitas menyediakan video tutorial yang memandu mahasiswa dalam mengakses dan menggunakan fitur-fitur pada website tersebut secara lengkap. Hal ini penting agar informasi tersampaikan dengan baik, sehingga pada akhir semester mahasiswa tidak menghadapi kesulitan dan kebingungan yang dapat menimbulkan beban tambahan. Dengan adanya panduan visual ini, diharapkan mahasiswa dapat lebih mudah memahami prosedur dan persyaratan magang secara mandiri dan efektif.

3. Mahasiswa magang berikutnya

Saran yang penulis berikan bagi mahasiswa yang akan menjalani magang di *creative agency* adalah untuk mempersiapkan kapasitas *storage*yang memadai pada komputer atau laptop. Hal ini penting mengingat berbagai proyek desain biasanya memerlukan ruang penyimpanan yang besar, terutama untuk file-file berukuran besar seperti gambar beresolusi tinggi. Selain itu, mahasiswa juga disarankan untuk menguasai dan memiliki akses ke aplikasi Adobe yang umum digunakan di industri kreatif, seperti Adobe Illustrator, Photoshop, Lightroom, dan After Effects. Penguasaan *software* ini akan sangat

64

Perancangan Desain Media..., Kania Wulandari, Universitas Multimedia Nusantara

membantu dalam mendukung kelancaran tugas dan proyek yang diberikan selama magang.

Selain keterampilan teknis dalam penggunaan perangkat lunak desain, mahasiswa juga disarankan untuk mengembangkan kemampuan ilustrasi, baik secara manual maupun digital. Meskipun tidak semua proyek di *creative agency* memerlukan ilustrasi, kemampuan ini dapat menjadi nilai tambah yang berguna ketika menghadapi tugas atau proyek yang membutuhkan gaya visual ilustratif.

