

BAB III

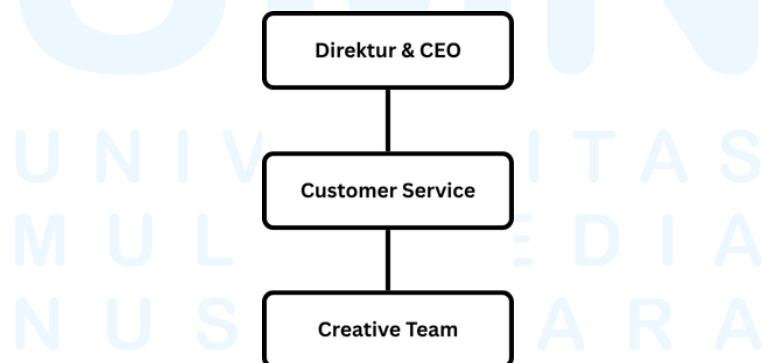
PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Penulis berperan sebagai *Graphic Design Intern* di perusahaan Shenelin selama masa magang yaitu dari 21 Juli 2025 hingga 21 Januari 2026. Tanggung jawab penulis berkaitan dengan segala kebutuhan desain dan visual guna mendukung berlangsungnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Setiap proyek dimulai dari pemberian *brief* dari Direktur atau tim *Customer Service* dan *brief* tersebut akan menjadi panduan dalam membuat desain promosi. Setiap proyek yang diselesaikan akan diberikan kepada pihak yang memberikan *brief* lalu akan ditinjau secara langsung untuk mendapatkan *feedback* dan *review* agar dapat memenuhi tujuan permintaan *brief* tersebut.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Tim kreatif di Shenelin terdiri atas dua anggota yaitu satu *Graphic Design* dan satu *Content Creator*. Seluruh penugasan tim kreatif berada di bawah pengelolaan Direktur, dibantu oleh tim *Customer Service* mengenai kebutuhan visual maupun promosi perusahaan. Koordinasi dalam struktur perusahaan yang sederhana ini memberikan kemudahan berkomunikasi secara efisien sehingga proses *review* dapat berjalan dengan cepat.

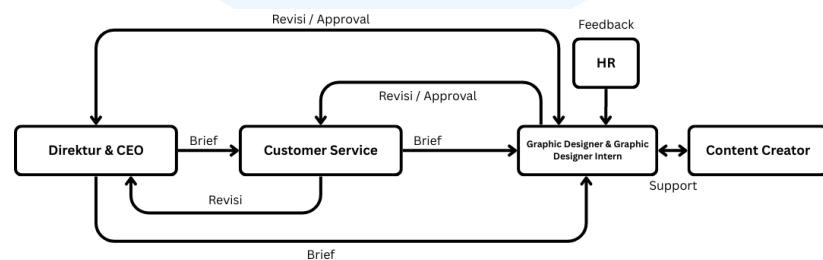


Gambar 3.1 Bagan Alur Kedudukan Pelaksanaan Kerja
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Posisi teratas pelaksanaan kerja tim kreatif di Shenelin diduduki oleh Direktur yang bertanggung jawab memberikan keperluan desain kepada tim *Customer Service* maupun tim kreatif secara langsung. Tim *Customer Service* juga dapat memberikan penugasan desain kepada tim kreatif sebagai pihak yang mengurus *marketplace* secara langsung. Tim kreatif terdiri atas satu anggota *Content Creator* dan satu *Graphic Designer* di mana kedua anggota saling mendukung dalam proses perancangan kebutuhan visual Shenelin. Sebagai satu-satunya anggota *graphic design* di dalam tim, penulis bertugas dalam membuat berbagai keperluan desain media digital dan membantu *Content Creator* dalam proses pengambilan video dan foto di lapangan.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan magang di tim kreatif Shenelin, penulis mengikuti alur pelaksanaan kerja dalam bentuk koordinasi tim yang sederhana. Berikut penggambaran alur koordinasi penugasan desain dalam Shenelin.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Pelaksanaan Kerja
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Alur kerja dimulai ketika Direktur ataupun tim *Customer Service* memberikan *brief* keperluan desain kepada tim kreatif. Tim kreatif terdiri dari anggota *Graphic Designer* dan *Content Creator* yang memiliki kedudukan yang setara dan bekerja sama secara langsung. *Brief* tersebut lalu diolah oleh penulis menjadi sebuah karya visual. Setelah proses perancangan, penulis memberikan desain kepada pihak yang memberikan *brief*. Dalam proyek tertentu, HR juga dapat ikut serta memberikan pendapat dan revisi mengenai proyeknya. Jika karya mendapatkan *feedback* untuk revisi, penulis akan melakukan evaluasi dan menerapkan saran revisi untuk memperbaiki

karya. Setelah proses revisi, penulis akan memberikan hasil karya untuk ditinjau kembali. Apabila karya sudah memenuhi standar, Direktur akan menyampaikan kepada tim *Customer Service* untuk segera melakukan pengunggahan karya ke *website* maupun *marketplace* Shenelin.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis mulai melaksanakan magang sejak 21 Juli 2025. Selama magang di Shenelin, penulis memiliki tugas membuat berbagai keperluan visual untuk kebutuhan media sosial maupun *marketplace*. Seluruh tugas yang telah dilakukan memiliki peran penting dalam memenuhi kegiatan pemasaran Shenelin sebagai perusahaan. Berikut adalah rincian tugas yang telah dilakukan oleh penulis selama berlangsungnya kegiatan magang:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	21—25 Juli 2025	<i>Banner Payday Juli 2025</i> dan <i>Video Ads</i>	Penulis mendesain <i>banner</i> dan <i>cover live</i> untuk <i>marketplace</i> . Perangkat utama yang digunakan dalam tugas ini adalah Adobe Illustrator. Penulis juga merancang sebuah video iklan singkat mengenai produk Cathy Jeans untuk kebutuhan iklan di media sosial. Proses <i>copywriting</i> dibuat oleh penulis lebih dahulu lalu di <i>review</i> dan diberikan <i>feedback</i> langsung oleh Direktur. CapCut merupakan perangkat utama yang digunakan dalam tugas tersebut.
2	28 Juli — 1 Agustus 2025	<i>Poster Color Choices, Size Chart</i> , dan <i>Banner VIP</i>	Penulis membuat desain poster pilihan warna produk dan poster panduan ukuran produk mengikuti <i>update size</i> produk. Dalam proses tugas ini, penulis menggunakan <i>template</i> desain yang sudah ada dan melakukan pengeditan di Adobe Photoshop. Penulis juga merancang <i>banner</i> untuk grup khusus <i>customer</i> sesuai arahan tim <i>Customer Service</i> .

			Tugas tersebut menggunakan Adobe Photoshop sebagai perangkat utama.
3	4 — 8 Agustus 2025	<i>Poster Cover Product Bra Tops, Photoshoot, dan Banner Exclusive Launching</i>	Penulis membuat desain <i>cover product</i> untuk Bra Tops, menunjukkan detail dalam setiap produk sesuai <i>brief</i> CEO. Perangkat utama yang digunakan adalah Figma untuk tugas tersebut. Penulis melakukan pengeditan foto hasil <i>photoshoot</i> untuk menambahkan aset perusahaan menggunakan Adobe Photoshop. Penulis juga mendesain <i>banner Exclusive Launching</i> produk baru Vanessa Vest untuk keperluan <i>marketplace</i> . Penulis menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator untuk mengerjakan tugas tersebut.
4	11 — 15 Agustus 2025	<i>Carousel Ads</i> dan <i>Video Ads</i>	Penulis membuat video iklan singkat dengan mengedit menggunakan aset video produk Selina Culottes dan Signature Jeans. Penulis juga membuat <i>ads</i> berbentuk <i>slideshow</i> untuk kedua produk tersebut dengan menuliskan detail fitur produk.
5	18 — 22 Agustus 2025	<i>Video Ads</i> dan <i>Banner Marketplace</i>	Penulis membuat video iklan singkat menggunakan aset video produk Aria dan Signature. Penulis juga merancang <i>banner marketplace</i> untuk mempromosikan <i>flash sale</i> dan <i>payday sale</i> .
6	25 — 29 Agustus 2025	<i>Video Ads</i> dan <i>Banner Garansi</i>	Penulis menggunakan aset video produk Ankle dan Stella untuk membuat video iklan singkat guna keperluan promosi di media sosial. Penulis juga menyesuaikan ukuran <i>banner garansi</i> untuk <i>marketplace</i> dengan aset yang sudah ada.
7	1 — 5 September 2025	<i>Banner Marketplace</i> dan <i>Photo Editing</i>	Penulis mendesain <i>banner marketplace</i> Tokopedia untuk promosi <i>double date</i> . Penulis juga melakukan pengeditan aset foto produk Mendy menjadi warna lain

			yaitu <i>medium blue</i> , <i>snow black</i> , dan <i>dark blue</i> .
8	8 — 12 September 2025	<i>Video Ads, Banner Marketplace, Birthday Card</i>	Penulis membuat iklan video singkat untuk produk Rumi, membuat <i>banner</i> promosi <i>double date</i> untuk <i>marketplace</i> Shopee dan TikTok. Penulis juga mendesain kartu ucapan ulang tahun untuk <i>customer</i> Shenelin.
9	15 — 19 September 2025	<i>Product Catalog, Photo Editing</i>	Penulis mendesain beberapa katalog berisikan rekomendasi produk untuk beberapa jenis kategori <i>customer</i> . Penulis juga melakukan pengeditan foto dan video dari <i>photoshoot</i> yang sudah dilakukan untuk ditambahkan ke aset visual perusahaan.
10	22 — 26 September 2025	<i>Carousel Ads, Photoshoot</i>	Penulis mendesain <i>carousel ads</i> untuk keperluan iklan media sosial di Instagram dan Facebook dengan produk Mom Jeans dan Signature. Penulis juga melaksanakan <i>photoshoot</i> dengan <i>content creator</i> untuk mengambil foto produk baru Asha dan Chloe.
11	29 September — 3 Oktober 2025	<i>Birthday Card, Mystery Door Game</i>	Penulis mendesain kartu ucapan <i>Birthday Card</i> dengan promo yang berbeda yaitu mendapatkan <i>free product</i> agar lebih menarik bagi <i>customer</i> . Penulis juga merancang sebuah game simpel <i>Mystery Door</i> untuk <i>customer</i> yang berulang tahun agar dapat memilih hadiah secara <i>acak</i> dengan memilih satu pintu dari tiga pintu game <i>Mystery Door</i> .
12	6 — 10 Oktober 2025	<i>Banner Free Delivery, Video Ads, Interactive Games</i>	Penulis membuat <i>banner</i> gratis ongkir untuk media sosial dan komunitas Shenelin, membuat iklan singkat produk Mom Jeans, dan mendesain permainan sederhana untuk interaksi di Instagram Story.
13	13 — 17 Oktober 2025	<i>Photoshoot, Banner Cara Pencucian,</i>	Penulis melakukan <i>photoshoot</i> untuk pengambilan video guna membuat konten media sosial. Penulis juga membuat poster cara pencucian untuk

		dan Animasi <i>Mystery Door</i>	<i>marketplace</i> , serta menyelesaikan animasi <i>Mystery Door</i> untuk ulang tahun <i>customer</i> .
14	20 — 24 Oktober 2025	Video <i>Ads</i> , dan <i>Template Games</i>	Penulis membuat iklan video singkat untuk produk Ankle dan membuat <i>template</i> kontes <i>Best OOTD</i> dan <i>Best Review</i> untuk highlight Instagram Story Shenelin.
15	27 — 31 Oktober 2025	<i>Games Tebak Gambar</i> dan <i>Edit Foto Website</i>	Penulis merancang permainan simpel tebak gambar dalam format video untuk <i>marketplace</i> . Penulis juga melakukan pengecekan foto di <i>website</i> Shenelin yang buram dan menggantikannya dengan foto yang lebih tajam.
16	3 — 7 November 2025	Video <i>Ads</i> , dan <i>Banner Marketplace</i>	Penulis membuat iklan video singkat untuk Chloe Knit, Stella Pants, dan Ultra Jeggings. Penulis juga membuat <i>banner marketplace</i> untuk promosi tanggal kembar November.
17	10 — 14 November 2025	<i>Photoshoot</i> , dan <i>Video Ads</i>	Penulis melakukan <i>photoshoot</i> ke studio untuk mengambil konten <i>heavy edit</i> . Selain itu, penulis membuat iklan singkat untuk produk Agnes Knit baru.
19	17 — 20 November 2025	<i>Poster Review</i> dan <i>Banner Marketplace</i>	Penulis merancang poster penilaian terbaik terhadap produk Ankle Fit dan Signature. Penulis juga membuat <i>banner marketplace</i> untuk persiapan promosi tanggal gajian.
20	21 — 24 November 2025	<i>Photoshoot</i> dan <i>Editing</i>	Penulis melakukan <i>photoshoot</i> ke studio untuk mengambil aset foto dan video dan melakukan editing.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis berperan sebagai *graphic design intern* selama masa magang di Shenelin. Penulis menerima tugas yang beragam pada setiap harinya, dengan tanggung jawab dapat memenuhi kebutuhan aset visual melalui *brief* yang diberikan. Metode Design Thinking oleh IDEO yang memiliki tiga tahap utama

yaitu *Inspiration*, *Ideation*, dan *Implementation* (IDEO, 2015, h.11) digunakan oleh penulis sebagai dasar perancangan. Namun, karena perusahaan tidak memiliki standar metode perancangan, penulis mengimplementasikan metode Design Thinking tersebut dengan cara sendiri yaitu membagi tahap *Inspiration* ke dalam proses *brief* dan referensi, tahap *Ideation* ke dalam proses perancangan, dan tahap *Implementation* ke dalam proses revisi dan finalisasi. Berbagai tugas desain yang dikerjakan oleh penulis termasuk pembuatan konten iklan, pembuatan aset visual, hingga pembuatan konten interaktif. Penulis menjalankan proses kreatif dalam pengerjaan setiap proyek, diawali dengan mengolah *creative brief*, merancang ide awal, lalu melakukan finalisasi desain.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Selama magang di Shenelin, penulis memilih proyek perancangan *banner* promosi *New Product* sebagai tugas utama. Perancangan *banner* ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa Shenelin mengeluarkan produk baru untuk *customer* Shenelin. Perancangan *banner* ini dibuat dengan fokus ke nama dan foto produk, sekaligus menyusun *layout* guna meningkatkan keterbacaan dan estetika sebagai *banner* di *marketplace* TikTok. Penulis memilih perancangan *banner* promosi *New Product* sebagai tugas utama karena *banner* *New Product* memiliki peran besar dalam membuat *customer* Shenelin tertarik untuk membeli produk terbaru yang dikeluarkan oleh Shenelin.

1. *Brief*

Penulis menerima *brief* dari tim *Customer Service* melalui chat WhatsApp mengenai permintaan untuk membuat *banner* untuk di *marketplace* TikTok. Penulis diminta untuk membuat dua *banner* sekaligus karena pada saat itu, Shenelin mengeluarkan dua produk baru secara bersamaan. Tim *Customer Service* juga menyampaikan agar desain dilengkapi tulisan detail masing-masing produk, mengikuti deskripsi produk yang tertera di *website* Shenelin. Selain *brief* tugas, tim *Customer Service* juga memberikan contoh referensi desain yang

diinginkan, sehingga penulis mencari referensi tambahan mengikuti referensi desain utama yang sudah diberikan oleh tim *Customer Service*.



Gambar 3.3 Pemberian *Brief* Oleh Supervisor *Customer Service*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Setelah menerima *brief*, penulis memastikan kembali dengan melakukan konfirmasi secara langsung ke tim *Customer Service* mengenai tulisan detail yang ingin dituliskan di dalam desain. Penulis diminta melihat secara langsung melalui *website* Shenelin lalu penulis melakukan pencarian produk untuk mendapatkan detail produk yang ingin dituliskan. Setelah menemukan detail tersebut, penulis mencatat ulang teks detail produk untuk dipakai dalam perancangan karya.

2. Referensi

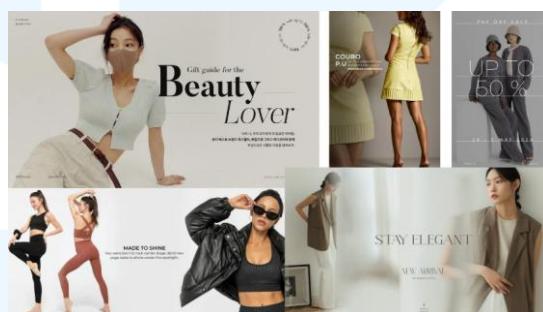
Penulis mencari referensi tambahan setelah mendapatkan *brief* melalui aplikasi Pinterest. Hal ini dilakukan karena penulis merasa bahwa referensi yang diberikan oleh tim *Customer Service* kurang sesuai untuk digunakan sebagai panduan dalam merancang *banner marketplace* TikTok. Maka dari itu, penulis merasa perlu menambahkan referensi pribadi agar dapat memperbanyak ide sebelum membuat karya. Penulis berupaya mencari referensi yang serupa dengan contoh dari tim *Customer Service*, namun melakukan eksplorasi gaya dengan memilih gaya visual yang berbeda pada tiap referensi yang diambil.



Gambar 3.4 Referensi dari *Supervisor Customer Service*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Penulis mencari referensi dengan menggunakan kata kunci *minimalist*, *clean*, dan *elegant*. Hal ini dilakukan agar penulis dapat merancang sebuah karya yang mencerminkan identitas *brand* Shenelin yang cenderung *clean* dan minimalis. Penulis juga ingin menjaga agar karya yang akan dibuat memiliki gaya yang konsisten dengan karya yang sudah pernah dibuat dan digunakan sebelumnya untuk kegiatan promosi di *marketplace*.



Gambar 3.5 Reference Board Perancangan New Product Banner

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Pada referensi di atas, *minimalist* terlihat dari keseluruhan desain yang memanfaatkan *white space* melalui penggunaan elemen visual yang minim sehingga membuat *emphasis*. Unsur *clean* dapat terlihat pada penggunaan *layout* desain yang rapi dan tidak berserakan, memanfaatkan *white space*. Poin *elegant* tercermin dari pemilihan kombinasi tipografi modern dan *classy*, menciptakan gaya desain yang *stylish* namun tetap anggun.

3. Perancangan

Setelah menyusun referensi, penulis dan *Content Creator* melakukan kegiatan *photoshoot* ke studio untuk proses pengambilan gambar asset foto produk guna menambah asset perusahaan dan digunakan untuk melakukan promosi. Pada saat *photoshoot*, penulis berperan sebagai fotografer yang membantu mengatur pencahayaan, latar belakang, dan posisi *Content Creator* sebagai model. *Content Creator* berperan untuk mencari pose yang sesuai dengan produk yang dikenakan.

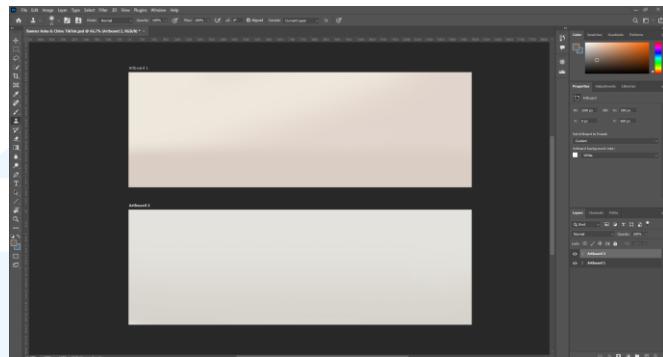
Kemudian, penulis dan *Content Creator* melakukan proses sortir foto untuk memilih foto-foto yang memiliki kualitas baik dengan melakukan *rename file* dalam Google Drive. Kemudian, penulis melakukan pengeditan terhadap foto-foto yang telah di sortir tersebut dengan mengunduhnya terlebih dahulu dan melakukan proses pengeditan di Photoshop. Menggunakan Photoshop, penulis melakukan pengeditan yang ringan seperti menyesuaikan pencahayaan dan membersihkan kotoran yang terlihat di latar belakang.



Gambar 3.6 Proses Pengeditan Foto
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

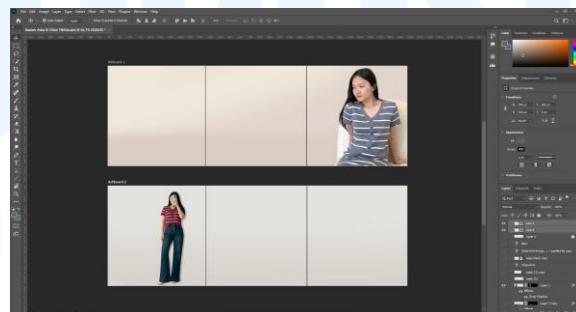
Selanjutnya, penulis mulai mendesain dengan membuat *canvas* dalam *workspace* sesuai dengan ukuran *banner* yang diterima di *marketplace* TikTok yaitu 1500 px x 500 px. Karena membuat dua desain sekaligus, penulis menambahkan satu *artboard* di *workspace* yang sama. Setelah itu, penulis membuat persegi panjang untuk latar belakang menggunakan *rectangle tool* di Photoshop. Persegi panjang tersebut diberikan warna yang netral sesuai dengan *tone* foto produk yang akan

digunakan yaitu warna lebih *warm* untuk produk Asha Oneset dan warna lebih *cool* untuk produk Chloe Tops.



Gambar 3.7 Pembuatan Latar Belakang Desain *New Product Banner*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

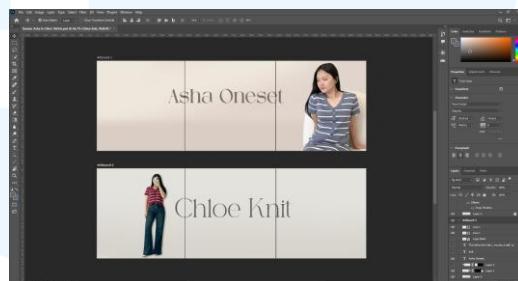
Penulis mengunduh *file* foto produk dari Google Drive Shenelin dan memasukkannya ke dalam *file* Photoshop. Selanjutnya, penulis melakukan penghapusan latar belakang kedua foto produk tersebut. Proses ini dilakukan dengan menggunakan fitur seleksi pada subyek, lalu menggunakan efek *masking* dan *layer mask* untuk menyembunyikan latar belakang. Hasil awal *masking* tersebut masih kasar sehingga penulis perlu merapikan menggunakan *brush tool* pada *mask layer* tersebut agar *outline* terlihat lebih halus dan rapi. Ketika sudah rapi, penulis menempatkan masing-masing foto di dalam *artboard* sesuai posisi *layout* yang ingin dibuat.



Gambar 3.8 Pembuatan *Grid* dan Penghapusan Latar Belakang Aset Foto
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Penulis menggunakan *grid* 1x3 untuk menata elemen pada *banner Product Launch* ini agar dapat menyusun elemen gambar dan elemen teks menjadi nyaman untuk dilihat. Setelah itu, penulis

memasukkan teks yang akan menjadi judul dan yang akan menjadi deskripsi detail produk. Penulis ingin membuat nama produk menjadi fokus utama sehingga teks yang digunakan sebagai judul dibuat dengan ukuran yang lebih besar yaitu “Chloe Knit Tops” dan “Asha Oneset Knit”. Font yang digunakan adalah perpaduan font yang elegan agar dapat langsung menarik perhatian, namun mudah untuk dibaca agar tidak membingungkan. “Asha Oneset” ditulis dengan font Chetta Visto dan diberikan warna coklat tua, namun tidak yang terlalu tua agar terkesan halus dan tidak terlalu mencolok dari warna elemen visual di sekitarnya. Hal yang sama dilakukan pada teks “Chloe Knit”, tetapi menggunakan font yang berbeda yaitu Paris Forbel.



Gambar 3.9 Proses Memasukkan Teks *Heading* Desain *New Product Banner*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Teks deskripsi dibuat sebagai elemen visual yang menambahkan *balance* agar tidak terlihat kosong pada bagian bawah. Font yang digunakan dalam menulis teks deskripsi adalah Ridley Grotesk, dan penulisan deskripsi dibuat dengan ukuran yang jauh lebih kecil agar untuk menciptakan hierarki. Penulis juga menambahkan teks “knit” dan “tops” pada desain di sebelah kanan bawah nama produk agar menambahkan kesan dinamis. Kedua teks tersebut menggunakan typeface skrip yaitu font Aston Script Bold untuk “knit” dan font Edwardian Script ITC untuk “tops”. Warna kedua teks tersebut juga dibuat serupa dengan judul masing-masing desain agar menjaga keselarasan desain.



Gambar 3.10 Proses Memasukkan *Body Text*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Selanjutnya, penulis menambahkan foto pendukung di bagian belakang untuk menciptakan *balance* di ruang yang masih kosong pada desain. Foto pendukung diatur supaya menyatu dengan latar belakang dengan cara menurunkan *opacity*. Karena foto masih memiliki garis yang terlihat jelas kurang menyatu dengan latar belakang, penulis menggunakan *eraser tool* dengan memilih *soft brush* dan menghapus garis yang terdapat di pinggir foto agar menghasilkan gradasi yang lembut.



Gambar 3.11 Proses Membuat Siluet dari Aset Foto

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Setelah tahap tersebut, penulis memasukkan logo Shenelin untuk melengkapi desain. Logo Shenelin diletakkan di atas setiap nama produk, dengan posisi di tengah. Hal ini dilakukan penulis untuk menjaga hierarki jelas yaitu menjaga agar teks nama produk dan foto produk tetap menjadi fokus utama dari desain.



Gambar 3.12 Proses Memasukkan Logo Perusahaan ke dalam Desain
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Kemudian, penulis menunjukkan *banner* kepada tim *Customer Service* untuk ditinjau secara langsung. Sebelum meminta *feedback*, penulis menghilangkan garis vertikal yang menjadi *grid*. Penulis melakukan hal ini agar nyaman untuk dilihat secara langsung tanpa adanya gangguan dari garis *grid*.

4. Revisi

Penulis menunjukkan karya yang sudah selesai kepada tim *Customer Service* melalui chat WhatsApp. Tim *Customer Service* melakukan peninjauan secara langsung dan memberikan revisi kepada penulis secara lisan dengan cara menghampiri meja penulis. Revisi yang diberikan adalah untuk *banner* Chloe Knit Tops dengan catatan foto model kurang besar dan terlihat terlalu polos seperti tempelan gambar yang tidak natural dan kaku.



Gambar 3.13 Hasil Desain Sebelum Revisi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Namun, supervisor *Customer Service* mengatakan bahwa desain *banner* Asha Oneset sudah memenuhi standar sehingga revisi hanya diberikan untuk *banner* Chloe Knit Tops. Oleh karena itu, penulis memberikan pendapat untuk menambahkan refleksi bayangan menciptakan sebuah *harmony* desain yang menyatu. Supervisor *Customer Service* menyetujui dan meminta penulis untuk menerapkan hal tersebut ke dalam desain.

5. Finalisasi

Langkah pertama yang penulis lakukan dalam membuat refleksi bayangan foto model adalah *duplicate* gambar model dan menggunakan fitur *transform* untuk mendistorsi gambar yang akan dijadikan tampak seperti bayangan. Lalu penulis memindahkan layer bayangan di bawah layer gambar model, dan menurunkan *opacity*. Setelah itu, penulis mengubah warna bayangan menggunakan fitur *alpha lock* untuk mengunci area gambar yang ingin diwarnai dan gambar tersebut ditimpas dengan warna abu menggunakan *brush*. Karena bayangan masih terlihat terlalu mencolok, penulis menghapus bagian bayangan yang paling jauh menggunakan *eraser* dengan *soft brush* untuk membuat gradasi yang halus sehingga bayangan terlihat *natural*.



Gambar 3.14 Finalisasi Desain Setelah Menerapkan Revisi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Penulis juga memastikan asset gambar lainnya yang terdapat di latar belakang agar terlihat lebih seimbang dan nyaman sebagai bentuk finalisasi karya. Karya yang telah melewati proses revisi ini kemudian diterima oleh tim *Customer Service* karena sudah memenuhi standar. Oleh karena itu, penulis langsung mengunggah karya ke dalam Google

Drive Shenelin agar dapat langsung digunakan oleh tim *Customer Service* untuk diunggah ke *marketplace* TikTok Shenelin.

6. Hal yang Dipelajari

Dalam proses perancangan *banner New Product* ini, penulis mempelajari metode penghapusan latar belakang sebuah gambar yang baik agar dapat menghasilkan gambar tanpa latar belakang yang rapi. Penulis juga melakukan eksplorasi kombinasi tipografi yang estetik namun tetap nyaman dan mudah untuk dibaca. Kesulitan yang dialami oleh penulis adalah dalam merancang *layout* yang bermain seputar *white space* karena menurut penulis, membuat sebuah karya yang minimalis memerlukan kemampuan untuk menyusun *layout* desain dengan selaras.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Dalam menjalankan magang di Shenelin, penulis juga diberikan beberapa proyek desain lainnya untuk keperluan program promosi perusahaan. Tugas-tugas tersebut di antaranya adalah desain *engaging Instagram Story games, mystery door customer birthday, product recommendation catalogue, dan product cover marketplace*. Penulis menerapkan metode perancangan yang serupa dalam proses pelaksanaan tugas tambahan kerja. Berikut penulis jabarkan secara rinci mengenai proses perancangan tugas tambahan magang yang telah penulis lakukan.

3.3.2.1 Proyek Instagram *Engaging Story Games*

Penulis diberikan proyek untuk membuat sebuah desain *games* untuk Instagram Story Shenelin oleh Direktur. Tugas ini diberikan dengan tujuan upaya menaikkan *engagement* akun Instagram Shenelin.

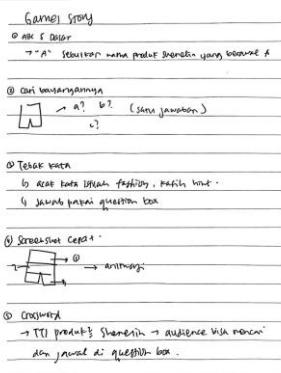
1. *Brief*

Penulis menghadiri rapat dengan Direktur dan CEO dan diberikan *brief* tugas untuk membuat *games* sederhana untuk meningkatkan interaksi dengan audiens Instagram Shenelin melalui Instagram Story. Dalam rapat tersebut, Direktur memberikan

gambaran *games* yang dapat dibuat dengan menggambar di sebuah kertas, mengilustrasikan beberapa *games* yang pernah Direktur temukan di media sosial seperti "Gelas Manakah yang Akan Terisi Terlebih Dahulu" dan "Games Screenshot di Waktu yang Tepat". Direktur menyampaikan untuk mencoba merancang *games* yang sederhana agar banyak dari audiens Shenelin dapat menjawab pertanyaan dari *games* tersebut dengan mudah tanpa banyak berpikir.

2. Referensi

Dalam mencari referensi, penulis menggunakan media sosial Instagram, TikTok, dan Pinterest. Referensi yang dicari adalah berbagai *games* sederhana yang dapat diterapkan di Instagram Story menggunakan fitur yang tersedia seperti *question box*, *polling*, *slider*, dan *yes or no*. Ketika melakukan pencarian, penulis mencatat semua ide yang muncul di dalam buku catatan penulis agar dapat dikumpulkan untuk berdiskusi dengan *Content Creator*.



Gambar 3.15 Catatan Brainstorming Mencari Ide Games Instagram Story
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Penulis berdiskusi dengan *Content Creator* untuk menentukan ide games yang paling sesuai diterapkan untuk audiens Shenelin yang mayoritas merupakan ibu-ibu. Melalui diskusi tersebut, penulis dan *Content Creator* menentukan *games* "Tebak Kata" sebagai salah satu yang diharapkan mampu menarik perhatian banyak audiens Instagram Story Shenelin. *Games* ini juga ditentukan

karena penulis dan *Content Creator* berpendapat bahwa tidak akan terlalu sulit bagi audiens.



Gambar 3.16 Reference Board Instagram Engaging Story Games
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

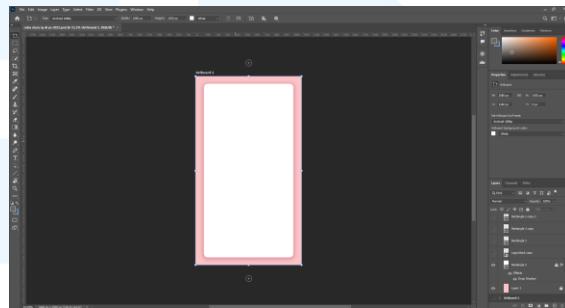
Dalam melakukan pencarian, penulis mengumpulkan referensi desain dan menyatukannya ke dalam *reference board* yang nantinya akan digunakan sebagai panduan dalam proses perancangan desain *games* Instagram Story “Tebak Kata” ini. Pada referensi di atas, terlihat bahwa penulis mengumpulkan referensi dengan gaya desain yang tidak terlalu ramai, namun tidak terlalu sepi, dan menggunakan warna-warna yang terang agar dapat menarik perhatian para audiens Instagram Story Shenelin.

Sebelum memulai proses perancangan, penulis dan *Content Creator* menentukan kata yang ingin digunakan sebagai pertanyaan dalam *games* “Tebak Kata”. Kata yang dipilih adalah “Straight”, yang merupakan salah satu jenis model cuttingan jeans. Kata tersebut dipilih karena berkaitan dengan Shenelin sebagai *brand* yang menjual berbagai produk jeans.

3. Perancangan

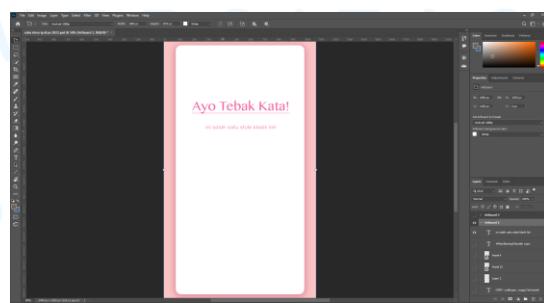
Perancangan dimulai dengan membuat *canvas* rasio 9:16 atau 1080px x 1920px yang sesuai dengan format Instagram Story. Lalu, penulis membuat persegi panjang menggunakan *rectangle tool* sesuai ukuran *canvas* yang telah dibuat. Persegi panjang tersebut diberi warna merah muda sesuai *brand* Shenelin sebagai latar belakang desain. Setelah itu, penulis menggunakan *rectangle tool*

lagi untuk membuat sebuah persegi panjang di atasnya dan diberi warna putih untuk menjadi dasar peletakan elemen teks utama dari desain *games* yang ingin dibuat. Persegi panjang tersebut dimodifikasi untuk memiliki ujung yang membulat agar dan diberikan efek *drop shadow* memberikan kesan yang lembut di mata.



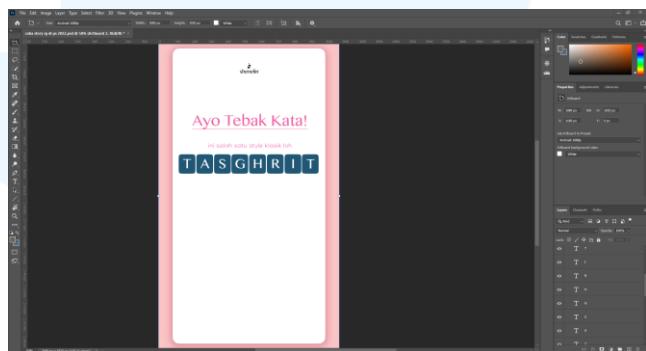
Gambar 3.17 Proses Awal Perancangan Instagram *Engaging Story Games*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Setelah membuat kedua persegi tersebut, penulis mulai merancang elemen dari *games* “Tebak Kata” menggunakan *type tool* untuk menulis kalimat pertanyaan “Ayo Tebak Kata”. Penulisan teks tersebut menggunakan font *brand* Shenelin yaitu Tamil MN, lalu diberi warna pink gelap khas Shenelin, dan diperbesar ukurannya karena akan menjadi judul dalam desain *games* ini. Setelah itu, penulis menggunakan *type tool* lagi untuk membuat teks “ini salah satu style klasik loh” sebagai sub heading. Teks tersebut juga menggunakan warna pink gelap khas Shenelin, namun menggunakan font *brand* Shenelin yang berbeda yaitu Ridley Grotesk dan diberi ukuran yang lebih kecil untuk diletakkan di bawah judul *games*.



Gambar 3.18 Memasukkan Heading Judul Games
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

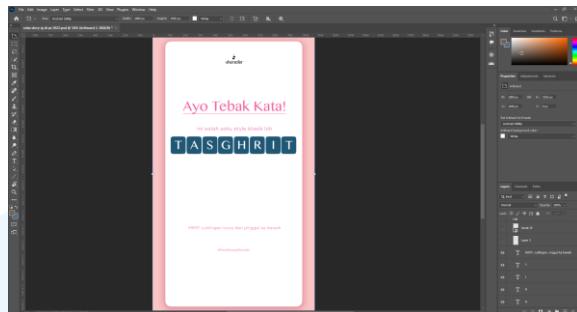
Kata “Straight” memiliki 8 kata, dan penulis membuat 8 kotak berwarna biru tua untuk menuliskan huruf dari kata tersebut secara acak sebagai pertanyaan yang perlu dijawab oleh audiens Instagram Story Shenelin. Dalam menentukan urutan huruf yang akan di acak, penulis menggunakan ChatGPT untuk memberikan rekomendasi urutan huruf dengan menggunakan *prompt* “coba acak kata straight agar pusing dilihat untuk membuat games tebak kata”. Melalui *prompt* tersebut, penulis mendapatkan hasil urutan huruf yaitu “TAGSHRIT” dan menggunakannya untuk membuat pertanyaan *games* “Tebak Kata” ini. Huruf-huruf tersebut penulis tuliskan per abjad menggunakan font Tamil MN warna putih di dalam 8 kotak berwarna biru tua yang sudah dibuat.



Gambar 3.19 Elemen Visual Huruf Acak Games

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Perancangan desain *games* “Tebak Kata” ini mempertimbangkan ukuran fitur *question box* Instagram. Oleh karena itu, desain diberi spasi yang cukup besar untuk meletakkan fitur *question box* tersebut antara bagian elemen pertanyaan dan teks *hint*. Di bagian bawah desain, penulis memberikan teks *hint* “HINT: cuttingan lurus dari pinggang ke bawah” dengan ukuran kecil agar tidak menjadi fokus audiens ketika pertama kali melihat desain.



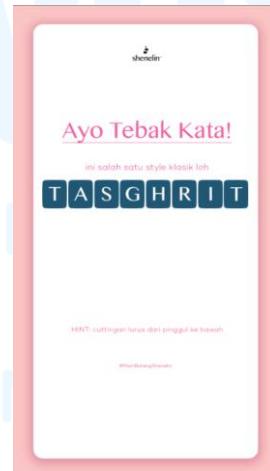
Gambar 3.20 Memasukkan Teks *Hint Games* Tebak Kata

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Teks tersebut menggunakan font Ridley Grotesk dan warna pink gelap Shenelin. Lalu untuk bagian paling bawah, penulis menambahkan teks lagi dengan tulisan #MainBarengShenelin. Teks menggunakan font yang sama dengan teks *hint* namun dengan ukuran yang lebih kecil.

4. Revisi

Penulis menunjukkan karya yang sudah selesai secara langsung kepada *Content Creator* dan beberapa anggota divisi lain yaitu tim *Customer Service* dan *accounting*. Setiap orang melihat karya dan berusaha menjawab pertanyaan dari *games* ini. Tim *Customer Service* dapat langsung menjawab, namun anggota *accounting* memerlukan waktu lebih banyak untuk dapat menjawab dengan benar.



Gambar 3.21 Hasil Desain Sebelum Revisi

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Hal ini membuktikan bahwa *games* yang telah dibuat tidak terlalu mudah dan tidak terlalu sulit. Namun secara desain, semua pihak merasa bahwa desain masih terlihat sepi dan menyarankan untuk menambahkan elemen *bodyshapes* dari aset *brand* yang dimiliki Shenelin. Oleh karena itu penulis melakukan revisi untuk menambahkan aset *bodyshapes* Shenelin tersebut.

5. Finalisasi

Melalui *feedback* yang diberikan oleh setiap orang di fase revisi, penulis menambahkan aset *bodyshapes* Shenelin ke dalam desain. Penulis menggunakan dua aset *bodyshapes* tersebut dan menempatkannya di bagian kiri atas dan dibagian kanan bawah sebagai aksesoris pada *border* yang terbentuk antara persegi panjang merah muda dan persegi panjang putih.



Gambar 3.22 Hasil Akhir Desain Instagram *Engaging Story Games*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Setelah ditambahkan, penulis kembali meminta pendapat kepada setiap orang yang ditanyakan pada fase revisi dan alhasil semua pihak menyatakan bahwa desain sudah memenuhi standar. Penambahan aset tersebut menjadi bagian dari finalisasi dan digunakan untuk melakukan *games* “Tebak Gambar” di Instagram Story Shenelin. Terakhir, penulis mengunggah karya yang sudah selesai ke dalam Google Drive Shenelin.

6. Hal yang Dipelajari

Dalam proses perancangan Instagram *Engaging Story Games* ini, penulis mempelajari bagaimana cara menyusun elemen visual yang *balance* dan memiliki *harmony* yang baik. Penulis juga belajar menciptakan hierarki penataan elemen visual agar dapat menciptakan urutan fokus yang jelas dan nyaman untuk dibaca. Kesulitan yang dialami oleh penulis adalah dalam merancang *layout* yang memiliki keseimbangan meskipun memiliki banyak informasi yang perlu dicantumkan sekaligus.

3.3.2.2 Proyek *Mystery Door Customer Birthday*

1. *Brief*

Penulis menerima *brief* saat menghadiri rapat bersama Direktur dan *Supervisor Customer Service*. Dalam rapat tersebut, Direktur membahas mengenai promosi atau *event* apa yang dapat diberikan kepada *customer* Shenelin yang berulang tahun. Direktur menyatakan bahwa ingin memberikan sesuatu yang dapat membuat *customer* merasa spesial di hari ulang tahunnya, dan proyek ini bertujuan menjadi bentuk dari kepedulian *brand* terhadap *customer*. *Supervisor Customer Service* memberikan usulan untuk membuat sebuah promosi yang dirancang secara interaktif seperti menggunakan *games* karena berdasarkan pengalaman, *customer* yang hanya diberikan *voucher* tidak banyak yang memberikan respons yang diharapkan.

Setelah *Supervisor Customer Service* membahas poin tersebut, penulis mendapatkan ide untuk membuat *games* sederhana “Mystery Door” dengan konsep keberuntungan. Penulis menjelaskan pada rapat tersebut bahwa “Mystery Door” akan dirancang dengan ilustrasi 3 pintu yang dapat dipilih oleh *customer*. Segi interaktifnya akan didapatkan ketika tim *Customer Service* mengirimkan *games* “Mystery Door” tersebut kepada *customer*, lalu *customer* dapat memilih pintu misteri yang diinginkannya. Penulis

juga memiliki ide untuk membuat animasi terbukanya ketiga pintu tersebut, dan setelah semua pintu terbuka, hadiah dapat muncul seperti *pop up* agar menarik. Ide tersebut disetujui oleh Direktur dan *Supervisor Customer Service*.



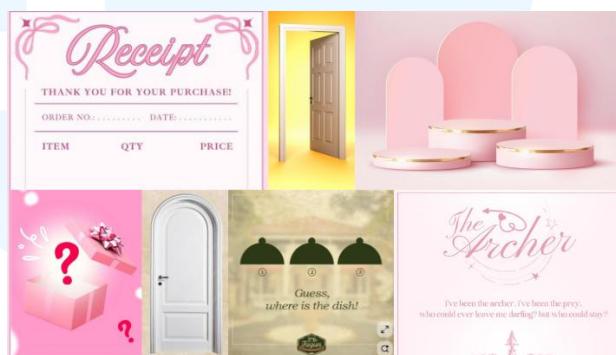
Gambar 3.23 Sketsa Brainstorming Mystery Door Customer Birthday
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Kemudian, penulis bertanya mengenai hadiah apa yang akan ditentukan untuk ketiga pintu tersebut karena penulis perlu memikirkan aset visual yang ingin digunakan untuk membuat gambar hadiah *pop up* tersebut. Direktur menentukan pintu 1 akan berisikan hadiah “Get Free Tops” dengan minimal pembelian Rp. 100.000, pintu 2 akan memberikan *voucher* senilai Rp. 50.000 tanpa minimal pembelian, dan pintu 3 akan berisikan hadiah “Get Free Jeans” dengan minimal pembelian Rp. 499.000. Mengenai desain *pop up* tersebut, penulis memberikan saran untuk memperbesar gambar hadiah yang didapatkan oleh *customer* sehingga akan dibuat 3 variasi guna memberikan *emphasis* dalam desain. Penulis menjelaskan saran tersebut menggunakan kertas dan pensil, dan menggambarkan 3 pintu dengan lingkaran di dalam setiap pintu tersebut. Namun, satu lingkaran digambarkan lebih besar dibandingkan lainnya. Lingkaran yang lebih besar tersebut merepresentasikan gambar hadiah yang didapatkan oleh *customer*. Ilustrasi tersebut dipahami dengan baik oleh Direktur dan *Supervisor*

Customer Service dan kedua pihak menyetujui agar penulis dapat merancang sesuai ide yang telah diberikan.

2. Referensi

Penulis menggunakan Pinterest dalam mencari referensi untuk perancangan *games* “Mystery Door” ini. Referensi yang dicari oleh penulis berupa desain pintu misteri dengan konsep yang minimalis dan feminin agar selaras dengan ciri *brand* Shenelin. Setiap referensi yang dipilih oleh penulis disimpan menggunakan fitur *save* pada website Pinterest. Kemudian, penulis menyusun sebuah *reference board* untuk mengumpulkan semua referensi yang ingin digunakan oleh penulis sebagai panduan dalam mendesain.



Gambar 3.24 *Reference Board Mystery Door Birthday Customer*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Melalui *reference board* tersebut, penulis menentukan beberapa unsur desain yang ingin digunakan oleh penulis dalam membuat desain “Mystery Door”. Unsur yang ditentukan dalam *reference board* tersebut adalah minimalis, klasik, dan *soft*. Minimalis terlihat pada penggunaan *layout* yang tidak banyak menggunakan elemen visual. Klasik terlihat dari desain ilustrasi pintu yang memiliki ornamen dan ukiran beserta penggunaan tipografi *script*. Unsur *soft* diambil dari dominasi warna terang dan halus. Kemudian, unsur-unsur tersebut digunakan oleh penulis dalam menuliskan detail *prompt* AI yang dipakai untuk membuat aset elemen visual dari perancangan “Mystery Door” ini.

3. Perancangan

Perancangan dimulai dengan membuat *prompt* AI untuk menghasilkan asset gambar pintu “Mystery Door” bertema klasik di ChatGPT. Penulis ingin membuat gambar yang memiliki tiga pintu sekaligus, dengan latar belakang berwarna merah muda dan dengan kondisi pencahayaan yang rata sehingga tidak ada bayangan yang keras. *Prompt* pertama yang dituliskan oleh penulis adalah “Tolong buatkan visual *mystery door*. Jadi ada 3 pintu warna putih dengan bentuk yang vintage jadi tidak polos pintu kotak. Buatkan desain yang keseluruhan polos dan minimalis. Jangan ada asset lainnya selain pintu. Latar belakang diberi warna *baby pink* yaitu pink pastel. Fokus ke pintu. Buat *lighting* polos agar tidak ada bayangan yang keras.”



Gambar 3.25 Hasil Aset Pintu *Prompt* AI Pertama
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Hasil *prompt* pertama tersebut tidak sesuai keinginan penulis sehingga penulis memutuskan untuk menyisipkan gambar dari referensi dan mengubah deskripsi *prompt* menjadi semakin detail. *Prompt* kedua yang digunakan penulis adalah “Buatkan visual *mystery door* 3 pintu warna putih dengan bentuk *vintage* sehingga tidak hanya polos pintu kotak. Buatkan desain yang keseluruhan polos dan minimalis tanpa ada asset lainnya selain pintu. Latar belakang diberi warna *baby pink* yaitu pink pastel. Fokus ke pintu. Buat *lighting* polos agar tidak ada bayangan yang keras. Coba tiru bentuk pintu dari gambar yang aku kirim ini. Coba buatkan motif

berbeda di setiap pintunya dari pintu 1, 2, dan 3 agar desainnya berbeda". Penulis menunjukkan hasil pintu yang dibuat dari *prompt* kedua ini kepada anggota lainnya dan semua pihak menyetujui bahwa hasil yang kedua ini bagus. Oleh karena itu, penulis menggunakan hasil kedua ini sebagai aset utama dari "Mystery Door".



Gambar 3.26 Hasil Aset Pintu *Prompt* AI Kedua
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Setelah itu, penulis membuat *prompt* untuk membuat visual pintu yang sudah terbuka dan dipenuhi oleh cahaya di dalamnya. *Prompt* yang ditulis penulis adalah "Buatkan versi pintu yang terbuka menggunakan desain pintu yang aku berikan. Dengan posisi tuas yang sama, dan dibuka ke arah tuas tersebut agar terbuka layaknya seperti pintu yang terbuka dengan benar. Berikan cahaya di dalam pintunya agar kesannya seperti masuk ke dunia pesta ulang tahun". Penulis merasa bahwa hasil desain pintu terbuka dengan adanya pintu di depan akan mengganggu elemen *pop up* yang ingin dibuat sehingga penulis memutuskan untuk memberikan *prompt* tambahan ke ChatGPT.



Gambar 3.27 Hasil Aset Pintu Terbuka *Prompt* AI Pertama
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

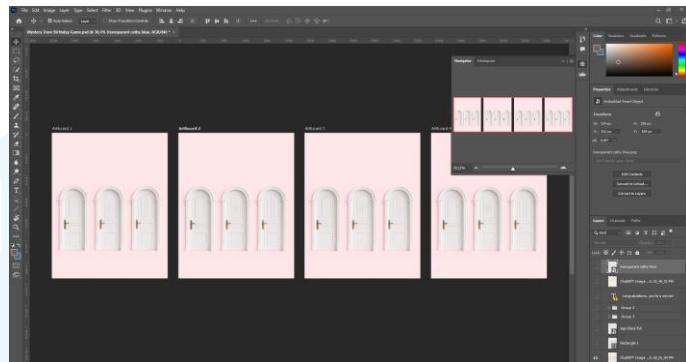
Prompt tambahan tersebut adalah “Coba buatkan versi tanpa pintu yang dibuka sehingga hanya ada cahaya di dalam bingkai tanpa pintu yang terbuka”. Hasil dari *prompt* tambahan ini sesuai dengan keinginan penulis. Penulis juga meminta pendapat kepada anggota lain dan semua pihak setuju dengan penulis. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menggunakan hasilnya sebagai aset visual pintu yang terbuka.



Gambar 3.28 Hasil Aset Pintu Terbuka *Prompt* AI Kedua
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

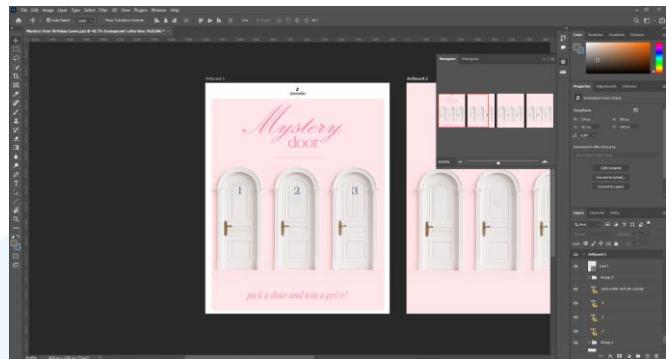
Selanjutnya, penulis membuat file Photoshop dengan ukuran *canvas* 4:5 yaitu 1080 px x 1350 px. Setelah itu, penulis menambahkan jumlah *artboard* menjadi 4 yaitu untuk *cover* pintu yang tertutup, dan pintu yang terbuka semua dengan masing-masing *emphasis* terhadap hadiah yang didapatkan. Penulis meletakkan gambar aset pintu tertutup di tengah *artboard* pertama agar terlihat

seimbang dan asset pintu terbuka pada tiga *artboard* lainnya dengan komposisi yang sama.



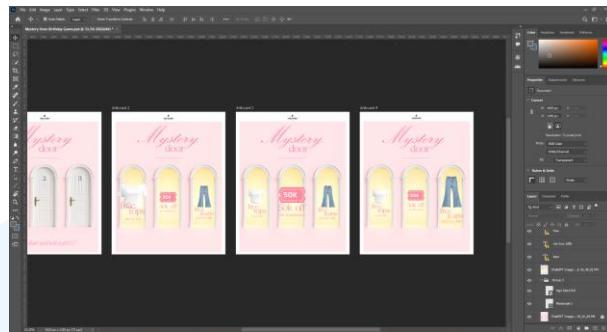
Gambar 3.29 Awal Perancangan *Mystery Door Birthday Customer*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Kemudian, penulis menulis teks “Mystery door” menggunakan gabungan font klasik skrip untuk kata “Mystery” dan font klasik serif untuk kata “door” serta memberikan warna pink tua khas Shenelin. Kedua kata tersebut disusun dengan komposisi di tengah agar seimbang, namun kata “Mystery” dibuat lebih besar dari kata “door” untuk menarik perhatian *customer*. Penulis juga menambahkan satu garis pendek mendatar antara teks dan asset pintu agar tidak terlihat kosong pada jeda teks dan pintu tersebut. Lalu, penulis memberikan angka pada setiap pintu, angka 1 untuk pintu paling kiri, angka 2 untuk pintu tengah, dan angka 3 untuk pintu 3 agar jelas bagi *customer* yang membaca. Angka tersebut penulis berikan biru tua agar lebih menonjol. Pada bagian bawah *canvas*, penulis menambahkan teks “pick a door and win a prize” dengan font serif italic berwarna pink tua khas Shenelin sebagai informasi tambahan bahwa *customer* dapat memilih satu pintu.



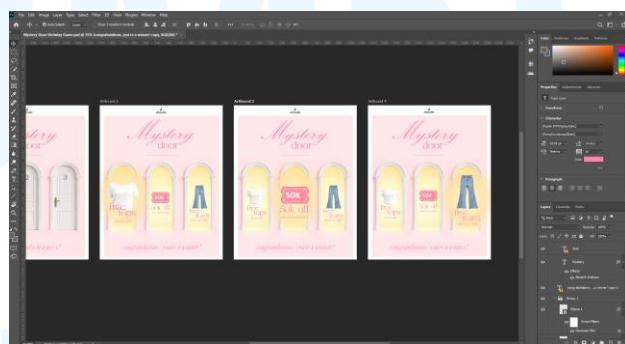
Gambar 3.30 Desain Mystery Door Pintu Tertutup Semua
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Ketiga *canvas* dengan pintu terbuka menggunakan asset gambar pintu terbuka hasil *prompt AI* dan asset gambar hadiah yang sama pada ketiga *canvas* tersebut. Namun, masing-masing dari ketiganya memiliki satu pintu yang menjadi *emphasis* sehingga elemen visual hadiah akan lebih besar dan diberikan elemen visual cahaya di belakangnya. Aset gambar yang digunakan berupa foto baju, gambar *voucher*, dan foto celana jeans. Ketiga elemen tersebut sudah tanpa latar belakang dalam Google Drive Shenelin sehingga langsung dapat penulis unduh dan gunakan. Aset foto baju digunakan pada pintu 1 dan diberikan teks “free tops, min buy 100k”. Aset gambar *voucher* digunakan pada pintu 2 dan diberikan teks “50k off, no minimum”. Lalu asset foto celana jeans digunakan pada pintu 3 dan diberikan teks “free jeans, min buy 499k”. Penulis ingin menekankan hadiah yang didapatkan sehingga teks “free tops”, “50k off”, dan “free jeans” dibuat dengan ukuran yang lebih besar pada masing-masing *artboard* yang sudah ditentukan.



Gambar 3.31 Desain Pintu dengan Hadiah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

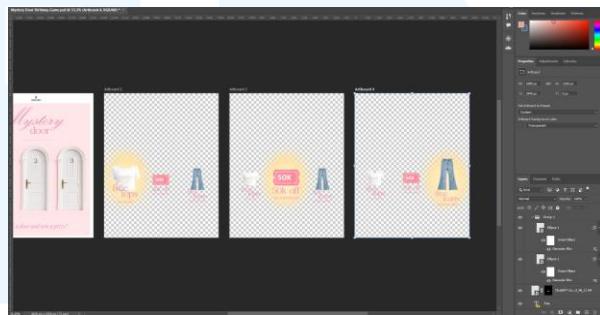
Elemen cahaya dibuat menggunakan *ellipse tool*, membentuk sebuah oval lalu diberikan warna kuning serupa dengan warna cahaya di dalam pintu. Oval tersebut diletakkan di belakang elemen visual hadiah. Besarnya oval tersebut dibuat menyerupai ukuran bingkai pintu namun tidak menutupi pintu secara keseluruhan. Setelah itu, penulis menggunakan efek *gaussian blur* untuk memberikan efek blur yang halus seperti cahaya yang keluar dari pintu. Oval ini hanya digunakan pada satu pintu di setiap *artboard*, berdasarkan pintu yang dipilih oleh *customer*. Seperti jika yang dimenangkan adalah free tops, cahaya akan di belakang aset gambar baju, dan hal yang sama diterapkan pada pembuatan desain kedua hadiah lainnya yaitu voucher 50k off dan free jeans.



Gambar 3.32 Menambahkan Elemen Cahaya Di Belakang Aset Hadiah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Pada setiap *artboard* pintu berhadiah, teks di bagian bawah memiliki teks yang berbeda dengan *artboard* pintu tertutup. Penulis menuliskan “congratulations, you’re a winner” dengan font serif

klasik berwarna pink tua khas Shenelin. Teks ini penulis buat pada setiap *artboard* untuk menekankan bahwa semua *customer* memenangkan sebuah hadiah. Untuk keperluan pengeditan video, penulis memisahkan *file* pintu terbuka tanpa aset visual hadiah dan juga *file* PNG transparan yang hanya berisikan elemen visual hadiah yang akan dibuat menjadi elemen *pop up*



Gambar 3.33 Desain Elemen Hadiah Tanpa Latar Belakang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Kemudian, penulis membuat animasi membuka pintu “Mystery Door” menggunakan AI dari website www.lumalabs.ai. Penulis menyisipkan desain pintu tertutup pada bagian *insert keyframe* awal dan pintu terbuka pada bagian *insert keyframe* pada website tersebut. Lalu, penulis membuat *prompt* untuk membuat animasi terbukanya ketika pintu tersebut secara bersamaan. *Prompt* yang dituliskan adalah “Buatkan animasi terbukanya ketiga pintu pada gambar agar terbuka hingga memperlihatkan cahaya di dalam pintu seperti gambar kedua. Buatlah animasi pintu yang terbuka masuk ke dalam sampai pintunya tidak terlihat. Jangan ubah pencahayaan maupun bayangan dari gambar yang aku beri. Hanya buatkan animasi pada pintunya hingga terbuka lebar”. Animasi yang dihasilkan dari *prompt* tersebut langsung memenuhi keinginan penulis sehingga penulis langsung mengunduh video AI tersebut



Gambar 3.34 Video Animasi Mystery Door Terbuka
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Video animasi hanya sampai terbukanya pintu dan belum hingga menunjukkan hadiah yang *pop up* sehingga penulis mengolah kembali video tersebut secara pribadi menggunakan program CapCut. Penulis membuat *template* 4:5 berukuran 1.536 px x 1.920 px. Kemudian penulis melakukan *import file* video animasi membuka pintu, asset PNG transparan gambar hadiah, dan asset gambar pintu terbuka yang polos untuk diberi *overlay pop up* hadiah.



Gambar 3.35 Pengeditan Video Animasi Mystery Door
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pertama, penulis memasukkan video animasi dan gambar pintu terbuka yang polos pada *layer* pertama. Kemudian, penulis memasukkan *file* PNG transparan hadiah pertama dengan gambar baju yang diberi cahaya dan ukuran lebih besar dan meletakkannya di atas *layer* pertama tersebut. Menggunakan *keyframe*, penulis

mengatur *opacity* PNG transparan tersebut pada 0 persen pada titik awal aset, lalu membuat *keyframe* dengan selang 0,5 detik dengan pengaturan 100% *opacity* agar terlihat seperti efek *pop up fade*. Langkah tersebut dilakukan untuk semua hadiah menggunakan aset PNG transparannya masing-masing untuk di *export*, menghasilkan tiga video yang berbeda.

4. Revisi

Setelah perancangan selesai, penulis menunjukkan karya kepada anggota tim lainnya termasuk tim *customer service*, tim *accounting*, dan HR. Dari semua anggota, tidak ada yang memberikan *feedback* negatif dan semua memberikan pendapat bahwa proyek ini memiliki potensi untuk meningkatkan respons *customer* terhadap program ulang tahun yang dimiliki oleh Shenelin. Oleh karena itu, penulis tidak mengubah desain dan melanjutkan ke proses finalisasi.

5. Finalisasi

Proses finalisasi proyek ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan tim *Customer Service*. Tim *Customer Service* memerlukan ukuran *file* yang lebih kecil agar dapat memudahkan *customer* dalam mengunduh video yang akan dikirimkan oleh *customer service*. Oleh karena itu, penulis membantu untuk mengompres ketiga *file* video tersebut menjadi lebih kecil menggunakan *website* www.freeconvert.com. Setelah itu, penulis mengunggah semua *file* orisinal dan *file* yang sudah di kompres ke dalam Google Drive Shenelin dengan folder yang berbeda agar lebih mudah untuk ditemukan.

6. Hal yang Dipelajari

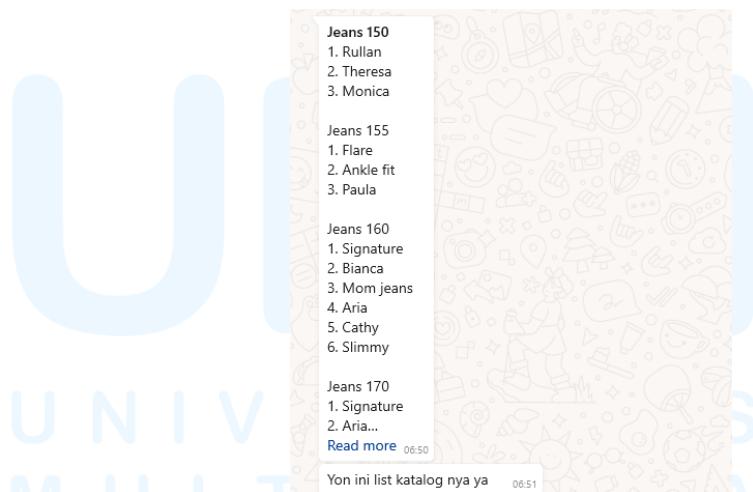
Dalam proses perancangan *Mystery Door Customer Birthday* ini, penulis mempelajari metode menulis *prompt* AI yang detail untuk membuat aset visual sesuai keinginan. Kesulitan yang dihadapi adalah dalam *prompting* AI. Hal ini menjadi kesulitan

karena sifat AI yang tidak sempurna sehingga penulis perlu menjelaskan sedetail mungkin dalam menjelaskan elemen visual yang ingin dihasilkan.

3.3.2.3 Proyek *Product Recommendation Catalogue*

1. Brief

Penulis menerima *brief* dari *Supervisor Customer Service* secara tatap muka mengenai kebutuhan katalog rekomendasi produk. *Supervisor Customer Service* menjelaskan bahwa tim *Customer Service* membutuhkan desain katalog yang dapat mempermudah dalam memberikan rekomendasi produk berdasarkan kategori jeans dan non jeans sesuai dengan tinggi badan *customer*. Katalog perlu memiliki gambar produk yang jelas dengan model agar *customer* dapat mengetahui wujud asli dari produk-produk Shenelin ketika dikenakan. Dijelaskan juga bahwa katalog perlu memiliki deskripsi singkat atau fitur pada setiap produknya agar *customer* dapat mengetahui keunggulan masing-masing produk secara langsung.



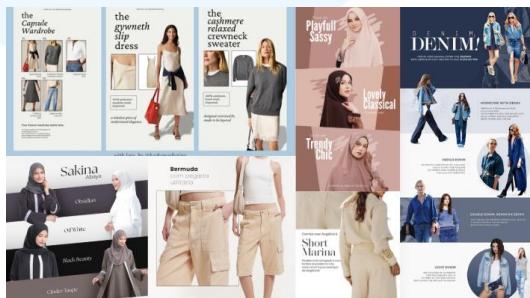
Gambar 3.36 Pemberian Daftar Produk Oleh Supervisor *Customer Service*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Supervisor Customer Service juga memberikan daftar produk berdasarkan kategori bahan beserta tinggi badan *customer* melalui WhatsApp. Selain itu, penulis diminta untuk membuat harga

terlihat hemat dengan cara menuliskan harga produk yang ditinggikan dan dicoret, lalu dituliskan harga jual dengan kesan yang lebih *bold* yang agar membuat *customer* merasa tertarik karena potongan harga yang besar.

2. Referensi

Setelah menerima *brief*, penulis melakukan pencarian referensi melalui Google Drive Shenelin terlebih dahulu untuk mengetahui gaya desain yang digunakan ketika membuat sebuah katalog. Setelah menemukan referensi dalam Google Drive tersebut, penulis menyimpulkan bahwa katalog perlu dibuat dengan gaya yang minimalis dan fokus menunjukkan model produk. Namun, penulis juga merasa bahwa desain lama ini kurang menarik karena elemen visualnya terkesan membosankan dan kurang memiliki unsur menarik. Oleh karena itu, penulis melakukan pencarian referensi tambahan di Pinterest.



Gambar 3.37 Reference Board Product Recommendation Catalogue

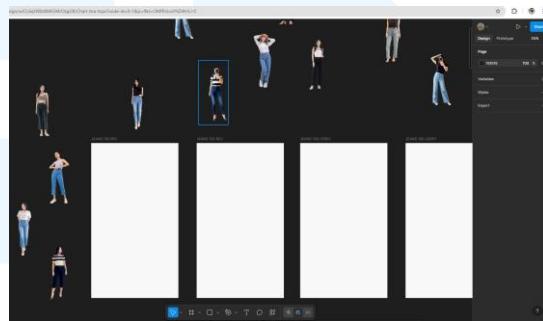
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis mencari desain yang fokus dalam menampilkan produk dan model, namun memiliki gaya desain yang *clean*, minimalis, namun dapat memberikan sebuah *emphasis*. Penulis juga mencari referensi melalui akun media sosial yang menjual berbagai pakaian. Setelah itu, referensi yang sudah terkumpulkan disusun menjadi sebuah *reference board*.

3. Perancangan

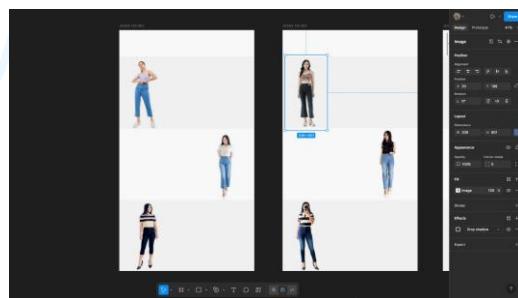
Penulis memulai perancangan dengan membuat *file* di Figma, lalu membuat frame dengan ukuran 1080 px x 1920 px.

Setelah itu, penulis menyiapkan foto masing-masing produk yang diunduh melalui Google Drive Shenelin. Kemudian, penulis menghapus latar belakang dari setiap foto produk tersebut menggunakan Photoshop dan memasukkannya ke dalam *file* Figma yang digunakan untuk perancangan.



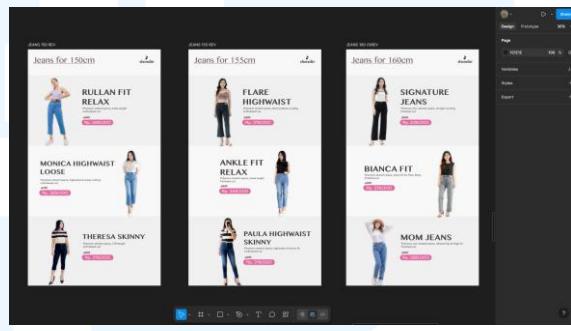
Gambar 3.36 *Reference Board Perancangan New Product Banner*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Warna *frame* dibuat dengan warna putih, lalu penulis membuat dua persegi panjang berwarna abu dan menyusunnya secara bergantian agar terlihat seperti pola *stripes* yang besar. Warna putih dan abu yang bergantian akan digunakan sebagai latar belakang masing-masing produk. Penulis menentukan agar satu katalog berisikan maksimal 3 produk agar tidak terlalu ramai. Penulis menempatkan foto produk pertama di sebelah kiri di dalam persegi pertama yang berwarna abu, produk kedua di sebelah kanan di dalam persegi kedua yang berwarna putih, dan foto produk ketiga di sebelah kiri di dalam persegi ketiga yang berwarna abu. Hal ini dilakukan untuk menciptakan desain yang seimbang namun dinamis.



Gambar 3.38 Proses Awal Desain Katalog
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah itu, penulis menuliskan judul katalog sesuai bahan dan tinggi badan seperti “Non Jeans for 150cm”, “Jeans for 160cm”, “Tops”, dan seterusnya di bagian kiri atas katalog. Penulis menggunakan font berwarna abu tua agar selaras dengan warna yang digunakan pada latar belakang. Penulis juga membuat teks nama produk dengan huruf kapital dan warna abu tua agar terlihat jelas, di sisi kosong masing-masing produk. Deskripsi produk dituliskan dengan font yang lebih kecil dan warna yang lebih terang agar terkesan lebih halus.



Gambar 3.39 Peletakan Elemen Teks Pada Desain Katalog
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian, penulis membuat tulisan harga dengan menuliskan angka yang memiliki jumlah lebih besar terlebih dahulu, namun dengan ukuran yang lebih kecil. Angka besar itu lalu dicoret dengan garis berwarna merah, lalu penulis membuat tulisan harga asli menggunakan bentuk silinder berwarna pink tua untuk memberikan *emphasis*. Teks harga asli tersebut ditulis menggunakan font serif berwarna putih agar kontras dengan warna bentuk yang menjadi latar belakang, namun tetap nyaman untuk dilihat. Elemen teks harga ini ditempatkan berdekatan dengan nama produk serta deskripsinya agar mudah untuk dimengerti.

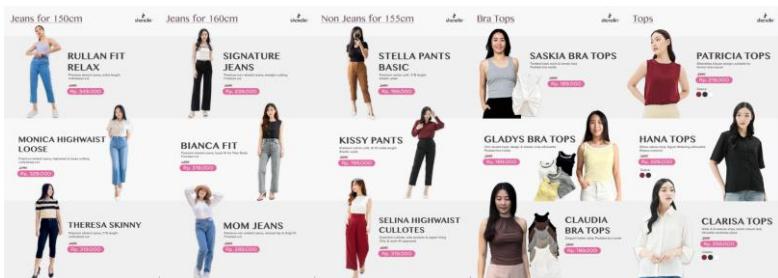
4. Revisi

Setelah menyelesaikan karya, penulis menunjukkan hasil karya kepada *Supervisor Customer Service* secara langsung di mejanya. *Supervisor Customer Service* berpendapat bahwa

keseluruhan elemen dan penataannya sudah bagus, namun merasa bahwa ukuran foto produk dapat diperbesar. Penulis merasa ragu karena merasa bahwa ukuran produk sudah sesuai dengan ukuran persegi yang menjadi latar belakang setiap produk. Tetapi, *Supervisor Customer Service* mengatakan bahwa ukuran foto produk yang melebihi persegi tidak akan menjadi masalah dan dapat mempermudah *customer* dalam membaca katalog. Oleh karena itu, penulis menerima poin tersebut sebagai saran dan melakukan revisi terhadap ukuran foto produk.

5. Finalisasi

Penulis menerapkan saran yang diberikan oleh *Supervisor Customer Service* untuk memperbesar foto produk meskipun akan melebihi persegi yang menjadi latar belakang setiap bagian produk tersebut. Ukuran foto-foto tersebut diperbesar hingga melebihi sedikit dari batas persegi di pada bagian atas. Setelah mengubah semua ukuran foto produk, penulis menunjukkan hasilnya kembali kepada *Supervisor Customer Service*.



Gambar 3.40 Hasil Akhir Desain Katalog

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Karena puas dengan hasilnya, *Supervisor Customer Service* mengatakan bahwa sudah cukup dan tidak perlu diperbesar lagi. Setelah itu, penulis melakukan *export* setiap katalog, dan mengunggahnya ke dalam Google Drive Shenelin. Penulis juga memisahkan folder berdasarkan kategori untuk mempermudah pencarinya.

6. Hal yang Dipelajari

Dalam proses perancangan *Product Reccomendation Catalogue* ini, penulis belajar untuk menempatkan hierarki yang jelas dan menciptakan kesan dinamis pada desain. Awalnya penulis menggunakan ukuran dan penempatan foto produk, namun penulis belajar bahwa aset visual yang dinamis dapat menambahkan keselarasan dalam desain. Hal tersebut dapat membuat desain lebih menarik dan nyaman untuk dilihat.

3.3.2.4 Proyek *Product Cover Marketplace*

1. Brief

Penulis menghadiri rapat dengan Direktur dan tim *Customer Service* untuk membahas mengenai *marketplace* Shopee. Pada rapat tersebut, Direktur membahas mengenai perubahan yang ingin dilakukan pada foto produk dalam etalase toko yang penjualannya tidak terlalu baik. Direktur meminta tim *Customer Service* untuk menuliskan keunggulan dari produk yang ingin diubah fotonya agar bisa dipakai sebagai *hook* di dalam foto etalase tersebut.

Setelah rapat, tim *Customer Service* memberikan penulis sebuah daftar berisikan keunggulan produk Ultra Jeggings dan meminta penulis untuk membuat desainnya. Desain foto etalase ingin diberikan *hook* yang menarik sehingga penulis diberi catatan untuk memberikan emphasis pada *hook* dibandingkan foto produk yang akan dipakai itu sendiri. *Hook* akan diberikan oleh tim *Customer Service* sehingga penulis tidak perlu membuat *hook* sendiri. Penulis juga diminta untuk membuat tiga alternatif agar dapat dilakukan komparasi mana yang lebih menarik dalam rapat mingguan dengan tim lain. Setelah menerima *brief*, penulis mulai melakukan proses pencarian referensi.

2. Referensi

Penulis mencari referensi melalui *marketplace* Shopee dengan cara melihat berbagai toko yang menjual pakaian. Referensi

yang penulis cari adalah foto etalase produk yang memiliki *hook*. Penulis mencari referensi dari berbagai toko yang memiliki gaya desain foto etalase yang berbeda dan memiliki jumlah penjualan yang cukup banyak. Dalam melakukan pencarian, penulis mengumpulkan referensi ke dalam sebuah *reference board*.



Gambar 3.41 *Reference Board Product Cover Marketplace*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

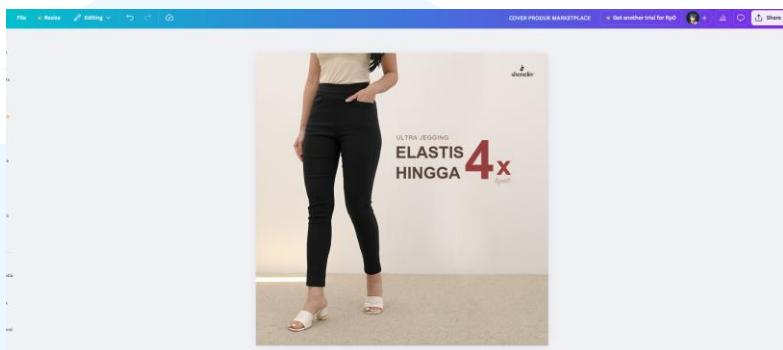
Melalui *reference board* tersebut, penulis mengambil beberapa unsur yang akan dijadikan sebagai patokan dalam membuat desain *cover* foto etalase produk *marketplace* Shenelin. Unsur tersebut yaitu minimalis dan *clean*. Minimalis terlihat dari minimnya penggunaan elemen visual lain selain foto produk utama dan teks *hook*, dan *clean* terlihat dari *white space* yang dimanfaatkan untuk menciptakan kesan premium dan nyaman untuk dibaca.

3. Perancangan

Ketika memulai perancangan alternatif pertama, penulis membuat *canvas* dengan rasio 1:1 dan ukuran 1080 px x 1080 px. Penulis memasukkan gambar produk terlebih dahulu dan membesarkan fotonya untuk membuat *emphasis*.

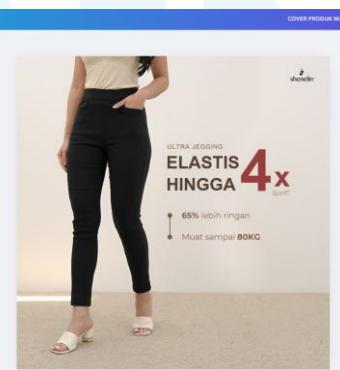
Setelah itu, penulis menuliskan teks yang akan dijadikan *hook* yaitu “Elastis Hingga 4x”. Teks *hook* tersebut diberikan langsung oleh tim *Customer Service* sehingga penulis tidak perlu membuat *hook* sendiri. Penulis menggunakan font serif berwarna coklat tua untuk menuliskan teks *hook* tersebut agar mudah untuk

dibaca dan tetap memiliki harmoni dengan latar belakang yang berwarna krem. Tulisan “4x” dibuat lebih besar dan diberi warna merah untuk menciptakan *emphasis* yang semakin mencolok agar lebih menarik.



Gambar 3.42 Proses Alternatif Pertama Desain Cover Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

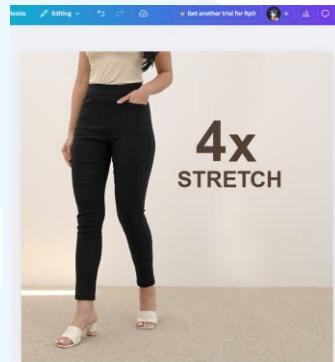
Selain teks *hook* tersebut, penulis juga menambahkan teks dengan *bullet point* “65% lebih ringan” dan “Muat sampai 80KG” sebagai tambahan detail mengenai produk tersebut. Tulisan detail tersebut dibuat dengan ukuran font yang lebih kecil dengan tujuan menciptakan sebuah hierarki yang jelas. Tulisan “65%” dan “80KG” dibuat lebih tebal untuk memberikan penekanan dan terlihat lebih jelas.



Gambar 3.43 Hasil Desain Alternatif Pertama Cover Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

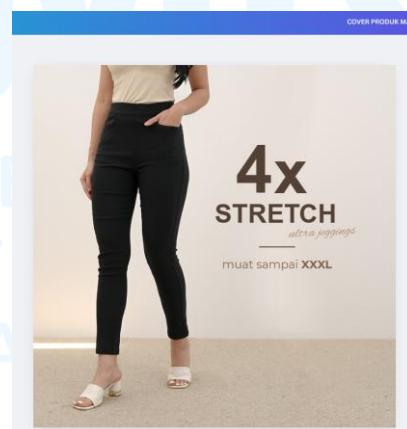
Setelah selesai merancang alternatif pertama, penulis merancang alternatif kedua dengan konsep yang serupa, namun dengan *hook* angka yang lebih besar. Menggunakan foto utama yang

sama dengan alternatif pertama, penulis mengubah desain teks *hook* menjadi “4x Stretch, muat sampai XXXL”. Penulis juga membuat hierarki teks *hook* yang berbeda di mana penulis membuat teks “4x” menjadi lebih besar dan dibandingkan tulisan lainnya.



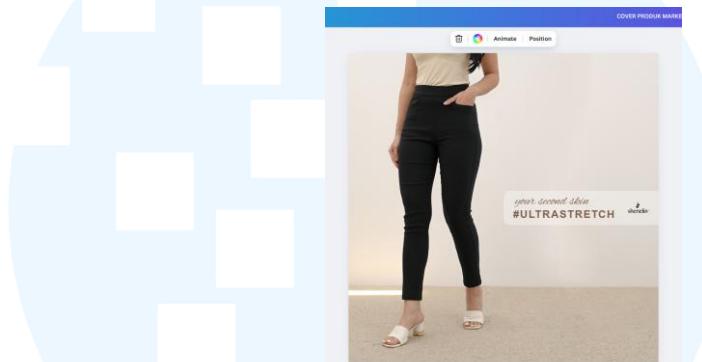
Gambar 3.44 Proses Alternatif Kedua Desain Cover Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian, penulis membuat perbedaan pada penulisan detail produk menjadi lebih singkat yaitu “muat sampai XXXL”. Tulisan tersebut diberikan efek tebal hanya pada “XXXL” untuk memberikan *emphasis*. Namun, agar tidak menjadi fokus utama, penulis memberikan warna coklat muda pada tulisan tersebut agar tidak terlalu mencolok. Perancangan alternatif kedua selesai dan penulis membuat alternatif ketiga dengan foto utama yang sama, namun penulis ingin membuat desain yang lebih minimalis dan fokus ke foto produk.



Gambar 3.45 Hasil Desain Alternatif Kedua Cover Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penulis membuat teks *caption* “your second skin” dengan font *handwriting* untuk membuat kesan desain yang elegan. Lalu, penulis menambahkan teks “#ultrastretch” dengan font sans serif dengan efek tebal sebagai *emphasis* dan fokus utama. Kedua teks tersebut dibuat dengan ukuran kecil dan diletakkan pada bagian kanan foto produk.



Gambar 3.46 Hasil Desain Alternatif Ketiga Cover Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah perancangan selesai, penulis akan melakukan *testing* terhadap desain ketika rapat mingguan untuk mendapatkan *feedback* dari seluruh tim. Sebelum melakukan *testing* tersebut, penulis mengunggah tiga desain yang sudah dibuat ke dalam Google Slide untuk rapat mingguan. Penulis menata ketiga desain tersebut secara berdampingan.

4. Testing dan Revisi

Setelah proses perancangan, penulis menunjukkan karya kepada seluruh tim pada saat melakukan rapat mingguan. Direktur meminta semua tim untuk menutup mata sebelum penulis menunjukkan karya secara bersamaan. Direktur menghitung mundur dari 3 agar semua tim dapat membuka mata secara bersamaan. Direktur hanya memberikan waktu 4 detik untuk melihat karya dan langsung meminta pendapat dari tim mengenai alternatif mana yang langsung dapat menarik perhatian mata.



Gambar 3.47 Slide Presentasi Perbandingan Alternatif Cover Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari 10 anggota, 8 anggota mengatakan bahwa alternatif pertama paling menarik karena adanya perbedaan warna di penulisan *hook* sehingga lebih mencolok. Karena perbedaan hasil pendapat yang langsung terlihat, Direktur memutuskan secara langsung untuk memakai alternatif pertama tanpa bertanya kepada anggota yang memilih jawaban lain. Direktur juga tidak memberikan *feedback* desain sehingga penulis tidak mendapatkan revisi untuk proyek ini.

5. Finalisasi

Proses *testing* selesai dan penulis tidak mendapatkan *feedback* sehingga penulis langsung melakukan proses *export file* tersebut. *File* tersebut kemudian penulis unggah ke dalam Google Drive Shenelin. Penulis juga memberikan info kepada tim *Customer Service* bahwa *file* dapat langsung digunakan untuk mengubah foto produk di etalase tersebut.

6. Hal yang Dipelajari

Dalam proses perancangan *Product Cover Marketplace* ini, penulis mempelajari bagaimana menciptakan *emphasis* ketika ingin menonjolkan dua poin sekaligus dalam sebuah desain. Penulis juga belajar mengenai pemanfaatan elemen visual yang dapat dijadikan *hook* yang menarik perhatian dalam waktu yang singkat. Hal ini adalah karena *hook* berperan besar dalam menarik perhatian di awal.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani magang, penulis tentunya menghadapi beberapa kesulitan dan kendala. Namun, kendala yang dihadapi oleh penulis tidak mempengaruhi pekerjaan penulis secara signifikan sehingga masih dapat teratasi dengan baik. Sebaliknya, kendala yang dihadapi menjadi pembelajaran bagi penulis dalam meningkatkan keterampilan *soft skill* dan keterampilan penyelesaian masalah.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Selama proses mengerjakan desain, penulis mengalami beberapa kendala yaitu sebagai berikut:

1. File Karya yang Terlalu Besar

Selama menjalani magang, penulis menghadapi kendala banyaknya file karya yang terlalu besar sehingga membuat laptop penulis menjadi lambat. Hal ini terkadang membuat laptop penulis *crash* ketika proses membuat karya sehingga penulis kehilangan progres desain. Oleh sebab itu, penulis perlu membuat ulang desain ketika terjadinya *crash* program dan kehilangan progres *file* yang sedang dikerjakan.

2. Kurangnya Pengalaman Membuat Video Ads

Selama menjalani magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat video *ads* untuk keperluan media sosial. Karena kurangnya pengalaman penulis dalam hal membuat konten media sosial, penulis perlu melakukan pencarian banyak referensi untuk dapat membuat sebuah karya yang memenuhi standar dan dapat mencapai tujuan dibuatnya video *ads* tersebut. Kendala ini menjadi tantangan untuk mempelajari ilmu dan teknik membuat editan iklan dan konten di media sosial.

3. Kurangnya Pengalaman Menggunakan AI untuk Menciptakan Aset Visual

Selama mengerjakan beberapa desain proyek magang, penulis dianjurkan untuk menggunakan AI untuk membuat aset visual guna

kemudahan dan efisiensi waktu. Namun, penulis belum memiliki banyak pengalaman menggunakan AI dalam hal menciptakan aset visual. Hal ini menjadi pembelajaran bagi penulis untuk memperluas wawasan dan mempelajari cara membuat sebuah *prompt* AI untuk menghasilkan aset visual dengan kualitas yang baik.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Meskipun penulis mengalami beberapa kendala, tentunya penulis berusaha dalam mencari solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi. Hal ini dilakukan guna mempermudah dan memperlancar proses pengerjaan desain dan meningkatkan keterampilan penulis sebagai *Graphic Designer Intern*. Berikut solusi-solusi yang dilakukan penulis untuk mengatasi kendala yang dihadapi.

1. Membersihkan Penyimpanan Laptop Secara Berkala

Untuk mengatasi kendala laptop yang lambat, penulis membersihkan penyimpanan secara berkala. Tidak hanya itu, penulis juga menjaga penyimpanan *file* proyek agar tetap rapi dengan membuat *file* dan folder dengan yang sesuai. Hal ini dilakukan untuk menghindari mengunduh aset duplikat yang tidak disengaja karena dapat mempercepat penuhnya penyimpanan laptop penulis.

2. Eksplorasi Gaya Video *Ads*

Untuk mengatasi kurangnya pengalaman dalam membuat video *ads*, penulis melakukan eksplorasi gaya pengeditan video melalui media sosial yang membuat iklan video singkat serupa. Eksplorasi ini dilakukan setiap kali sebelum mulai merancang sebuah video *ads* agar karya yang dibuat tidak monoton. Penulis juga belajar untuk mengikuti tren media sosial guna mendapatkan informasi mengenai apa yang sedang tren. Hal ini penting untuk dilakukan karena penting bagi seorang desainer untuk mengikuti tren yang relevan guna meningkatkan efektivitas karya.

3. Eksplorasi Penyusunan *Prompt* AI

Untuk mengatasi kurangnya pengalaman menggunakan AI untuk menciptakan aset visual, penulis belajar untuk membuat sebuah *prompt* sedetail mungkin. Magang di Shenelin menekankan penulis untuk melakukan eksplorasi AI dalam hal membuat aset visual desain maupun produk, mencari ide *copywriting*, serta untuk meningkatkan kualitas aset visual lama. Oleh karena itu tentunya penulis berusaha untuk beradaptasi dengan proses perusahaan, mempelajari berbagai AI untuk setiap fungsi tersebut. Penulis mempelajari bahwa semakin detail penulisan *prompt*, hasil aset visual yang diciptakan AI akan semakin akurat dengan deskripsi yang diberikan dalam *prompt* tersebut. Selain itu, penulis juga menyisipkan gambar sebelum mengirimkan *prompt* sebagai upaya lebih dalam menghasilkan aset visual AI yang sesuai dengan keinginan penulis.

