

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Kerja profesi dilaksanakan dengan penempatan di PT Harum Nama Baiknya (FAIVERS) sebagai Product Development. Uraian pekerjaan yang dilakukan antara lain melakukan perancangan desain kemasan parfum, desain *layouting* booth untuk acara-acara *offline* Faivers (sketsa 2D dan desain 3D), mengembangkan produk, berpartisipasi dalam evaluasi tim, dan membantu dalam menyusun laporan dan strategi produk.

Tugas yang dijalankan oleh praktikan selama program Kerja Profesi berkaitan dengan pengembangan desain kemasan produk parfum serta perancangan layout booth untuk acara-acara penjualan *offline*. Dalam hal ini, proses produksi aktual akan ditangani oleh tim lain, sehingga praktikan difokuskan pada aspek pengembangan dan desain dengan optimal. Hal ini bertujuan agar kontribusi praktikan dalam aspek perancangan dapat mendukung peningkatan efektivitas dan efisiensi proses pengembangan perusahaan secara keseluruhan.

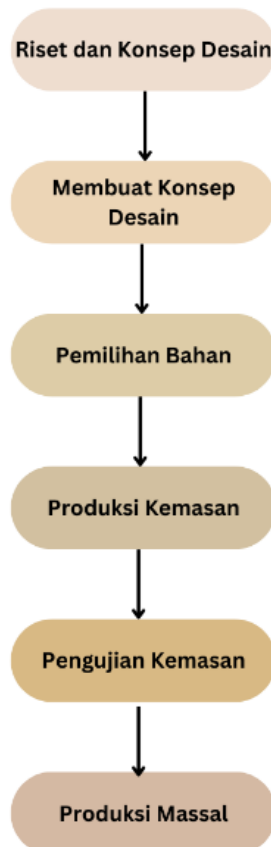
Alur kerja di divisi pengembangan produk melibatkan beberapa tahap utama, yaitu pengumpulan data terkait produk parfum serta booth yang akan dirancang layout-nya, kemudian proses desain produk dan layout, diikuti oleh evaluasi, perbaikan, dan penyusunan laporan. Pelaksanaan program Kerja Profesi ini dikoordinasikan oleh Kak Denisa, selaku Brand Communication di PT Harum Nama Baiknya, yang juga bertindak sebagai pembimbing lapangan. Dalam proses penyelesaian tugas, pembimbing lapangan bertanggung jawab untuk mengarahkan dan mengoordinasikan setiap tahap agar tugas-tugas tersebut diselesaikan sesuai dengan standar yang diharapkan dan tepat waktu.

Dalam proses perancangan desain, praktikan memulai dengan membuat konsep awal dalam bentuk sketsa 2D kasar, yang kemudian diimplementasikan ke dalam model 3D. Sketsa 2D dibuat sebagai langkah awal untuk merumuskan ide dasar dari proyek yang diberikan. Setelah sketsa awal selesai, konsep tersebut diserahkan kepada tim lain untuk memperoleh masukan dan saran perbaikan.

Masukan ini kemudian diintegrasikan oleh praktikan, yang terus memperbaiki desain hingga tidak ada lagi revisi yang diperlukan.

Setelah desain 2D final disetujui, praktikan melanjutkan dengan pembuatan model 3D. Proses ini dilakukan menggunakan perangkat lunak khusus untuk memvisualisasikan objek secara lebih nyata. Pembuatan model 3D ini bertujuan memberikan gambaran yang lebih detail terkait bentuk, dimensi, dan proporsi produk, sehingga perusahaan dapat memiliki visualisasi yang lebih jelas mengenai hasil akhir dari produk yang akan diproduksi.

Untuk meningkatkan kualitas presentasi dan memberikan visualisasi yang lebih realistis, praktikan juga melakukan rendering model 3D yang telah dibuat. Proses rendering ini melibatkan penerapan tekstur, material, warna, dan pencahayaan, sehingga menghasilkan gambar yang menyerupai produk akhir. Hasil rendering ini digunakan dalam presentasi kepada tim manajemen dan konsumen, membantu memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang produk yang akan diproduksi.



Gambar 3.1 Alur Langkah Produksi Kemasan

PT Harum Nama Baiknya (2024)

3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan kerja profesi sesuai dengan ketentuan yaitu 440 jam, terhitung sejak 15 Juli 2024 hingga 27 September 2024. Tugas yang dilakukan praktikan selama bekerja di PT Harum Nama Baiknya (FAIVERS) sebagai desainer produk diantaranya adalah memberikan ide, konsep dan juga perancangan desain *booth*, kemasan dan digital *mockup* untuk seluruh produk parfum FAIVERS, baik yang masih dikembangkan maupun yang sudah ada dalam bentuk 2 dimensi maupun 3 dimensi, serta membuat ide konten promosi di sosial media. Selain itu, praktikan juga melakukan komunikasi langsung dengan divisi operasional terkait teknis pembuatan / konsep booth yang dirancang oleh praktikan. Pada pelaksanaan kerja, praktikan diharuskan untuk dapat mengoperasikan dan menguasai *software* 3D. *Software* 3D digunakan sebagai media visualisasi saat sebuah ide dan konsep telah dibuat sehingga dapat menjadi bayangan kelanjutannya. Melalui visualisasi Ddalam bentuk 3D, *owner* dapat membuat keputusan yang lebih baik karena memiliki gambaran sebelum membuat Keputusan. Selain itu, *software* 3D juga digunakan untuk membuat gambar teknik, yang nantinya dapat membantu Ketika melakukan proses produksi. Selanjutnya praktikan harus merender desain dengan kualitas gambar/video tinggi untuk tampilan yang lebih nyata dan realistis, sehingga dapat membantu praktikan untuk mempresentasikan ide dengan lebih efektif kepada divisi *marketing* dan juga *owner*.

3.2.1 Poster Sosial Media FAIVERS

Tujuan utama dari poster ini adalah memperkenalkan warna dan tema khas Faivers kepada audiens festival. Pemilihan warna merupakan aspek penting karena warna dapat mencerminkan identitas merek, menarik perhatian, dan menyampaikan pesan emosional kepada audiens. Misalnya, jika Faivers memiliki tema warna yang lembut dan alami, seperti pastel atau earthy tones, maka desain poster akan fokus pada warna-warna tersebut untuk membangun hubungan emosional dan menciptakan kesan elegan. Tema ini juga dapat diperkuat melalui elemen grafis yang konsisten, seperti ikon atau pola yang mencerminkan esensi dari aroma Faivers.

Selain warna, tata letak dan komposisi elemen pada poster harus mempertimbangkan aspek keterbacaan dan daya tarik visual. Dalam desain untuk

sosial media, informasi yang ingin disampaikan harus dapat ditangkap dalam waktu singkat. Oleh karena itu, penggunaan hierarki visual sangat penting, dengan menonjolkan elemen-elemen kunci seperti nama produk, tanggal acara, dan lokasi booth. Hierarki visual ini membantu audiens dalam mengenali informasi penting dengan mudah dan mendorong mereka untuk mengunjungi booth Faivers di Soundfest 2024.

Sebagai penutup, desain poster ini diharapkan mampu menyampaikan pengalaman merek Faivers kepada audiens melalui pendekatan visual yang strategis. Setiap elemen pada poster, mulai dari warna, tipografi, hingga grafis, harus dipilih dan disusun secara cermat agar poster dapat berfungsi tidak hanya sebagai media informasi tetapi juga sebagai representasi dari kualitas dan karakteristik parfum Faivers. Dengan memanfaatkan Adobe Illustrator, desainer dapat mengeksplorasi berbagai elemen desain yang menunjang branding dan menarik perhatian audiens di media sosial.



Gambar 3.2 Poster Feeds Sosial Media FAIVERS

Penulis (2024)



Gambar 3.3 Poster Feeds Sosial Media FAIVERS

Penulis (2024)

3.2.2 Desain Booth untuk Acara Offline FAIVERS

Faivers merupakan salah satu dari banyak perusahaan parfum di Indonesia, dengan fokus utama pada penjualan secara online. Meskipun penjualannya berbasis daring, Faivers sering kali berpartisipasi dalam acara-acara *offline* dengan membuka booth di berbagai event di sekitar Jakarta. Dalam upaya meningkatkan interaksi langsung dengan konsumen, Faivers berkolaborasi dengan sejumlah festival besar untuk menghadirkan pengalaman produk secara langsung. Selama menjalani kerja profesi di Faivers, Praktikkan mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam proses desain booth sebanyak tiga kali, yaitu di acara *Soundfest*, *Local Fest*, dan *Jakarta Sneakers Day*. Seperti halnya proyek sebelumnya, Praktikkan mengikuti alur perancangan yang terstruktur sebelum memulai proses desain *booth*, mulai dari perencanaan *layout*, pemilihan elemen visual, hingga pengaturan produk yang akan ditampilkan.



Gambar 3.4 Alur Langkah Produksi Booth
 PT Harum Nama Baiknya (2024)

a. Desain Booth Offline Jakarta Sneakrs Day

Sebelum memulai proses desain *booth*, Praktikkan terlebih dahulu melakukan riset dan analisis mendalam untuk memastikan desain yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan fungsional serta mencerminkan identitas *brand* secara tepat. Proses ini dimulai dengan memahami dimensi fisik booth yang akan digunakan dalam setiap acara, seperti ukuran booth untuk *Jakarta Sneakers Day* adalah 3x3m, Analisis tidak hanya berfokus pada dimensi fisik, namun juga memperhitungkan aspek konsep acara dan target pasar yang akan berinteraksi dengan booth. Jakarta Sneakers Day itu sendiri adalah acara festival booth local yang terkesan simpel dan *fresh* karena biasanya dihadiri oleh anak muda. Setelah melakukan riset yang menyeluruh, Praktikkan akan memulai tahap perancangan visual booth dalam bentuk 3D. Pembuatan model 3D ini merupakan langkah penting karena memberikan

representasi yang lebih nyata dari *booth*, sehingga memudahkan atasan dan divisi lain dalam memahami rancangan yang diusulkan.



Gambar 3.5 Desain 3D Booth Jakarta Sneakers Day FAIVERS

Penulis (2024)

Misalnya, di acara seperti Soundfest yang lebih mengarah pada audiens anak muda dan pencinta musik, desain booth perlu dirancang dengan elemen yang lebih dinamis dan interaktif, sedangkan untuk acara seperti *Local Fest*, pendekatan desain bisa lebih minimalis dan terfokus pada elemen lokal yang relevan dengan audiens.

Visualisasi tiga dimensi juga membantu dalam memprediksi bagaimana elemen-elemen desain seperti tata letak produk, *signage*, dan dekorasi lainnya akan terlihat dan berfungsi di ruang yang sebenarnya. Proses asistensi kemudian dilakukan dengan atasan dan divisi terkait untuk mendapatkan masukan lebih lanjut. Jika selama proses asistensi terdapat koreksi atau arahan tambahan dari pihak terkait, Praktikkan akan segera memperbaiki desain sesuai dengan feedback yang diterima. Proses ini bersifat iteratif, di mana desain akan terus disempurnakan hingga mencapai hasil akhir yang sesuai dengan visi perusahaan dan kebutuhan acara. Desain *booth* yang matang diharapkan tidak hanya mampu menarik perhatian pengunjung, tetapi juga memberikan pengalaman brand yang menyeluruh dan memaksimalkan keterlibatan dengan target pasar.

Setelah desain layouting telah diterima oleh seluruh tim, praktikkan akan langsung membuat rendering dari desain 3D yang telah dibuat. Fungsi dari *rendering* itu sendiri adalah untuk melihat hasil desain secara lebih detail dari berbagai arah sehingga mengurangi kekurangan ketika booth akan dibuat secara nyata.



Gambar 3.6 Desain 3D Booth USS Feeds
Penulis (2024)

Setelah desain dan render selesai, file desain akan diserahkan langsung kepada tim perlengkapan untuk dieksekusi sesuai rencana visual yang telah disusun. Tim perlengkapan akan menggunakan desain tersebut sebagai panduan utama dalam menyusun elemen-elemen booth, memastikan agar setiap detail sesuai dengan konsep visual yang ingin disampaikan oleh Faivers. Pentingnya tahap ini adalah untuk menjaga konsistensi antara konsep desain dan implementasi di lapangan, sehingga pengalaman merek yang diharapkan dapat tersampaikan dengan maksimal kepada pengunjung festival.

Pada hari pembukaan booth, praktikkan akan hadir untuk melakukan pengecekan langsung guna memastikan booth telah disusun sesuai spesifikasi desain. Pengecekan langsung ini memungkinkan praktikkan untuk mengidentifikasi dan segera memperbaiki potensi masalah atau ketidaksesuaian antara desain dan realitas lapangan. Jika diperlukan, revisi dan penyesuaian akan dilakukan secara cepat agar booth

tetap optimal dalam menarik perhatian pengunjung dan menyampaikan tema Faivers dengan tepat



Gambar 3.7 Hasil Layouting Booth Jakarta Sneakers Day

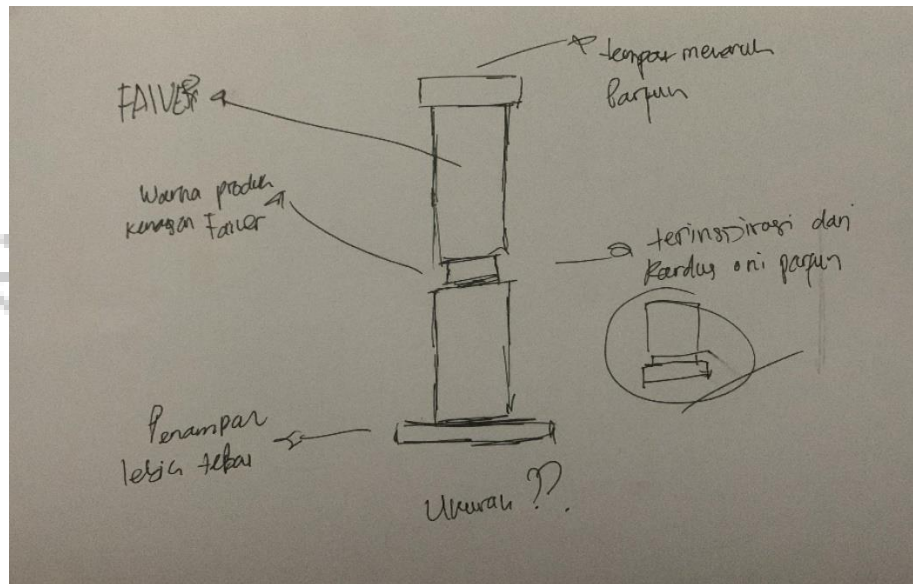
Penulis (2024)

b. Desain Booth Offline Soundfest 2024

Untuk merancang booth Faivers di Soundfest 2024, ukuran 3x3 meter dianggap cukup efisien untuk menciptakan ruang yang menarik dan fungsional. Booth ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan produk parfum Faivers tetapi juga sebagai representasi visual yang memperkuat identitas merek. Desain booth harus dapat mengakomodasi aliran pengunjung dan menonjol di antara booth lainnya, mengingat kompetisi di acara seperti Soundfest. Oleh karena itu, elemen-elemen seperti posisi display produk, meja, dan elemen dekoratif harus dirancang dengan pertimbangan terhadap keterjangkauan serta visual yang mengundang.

Pengalaman dari evaluasi acara Jakarta Sneakers Day lalu memberikan wawasan penting mengenai cara menyajikan produk dengan daya tarik yang lebih kuat kepada pengunjung. Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, tambahan meja pajangan khusus telah diminta untuk memfokuskan perhatian pada produk parfum. Langkah awal yang

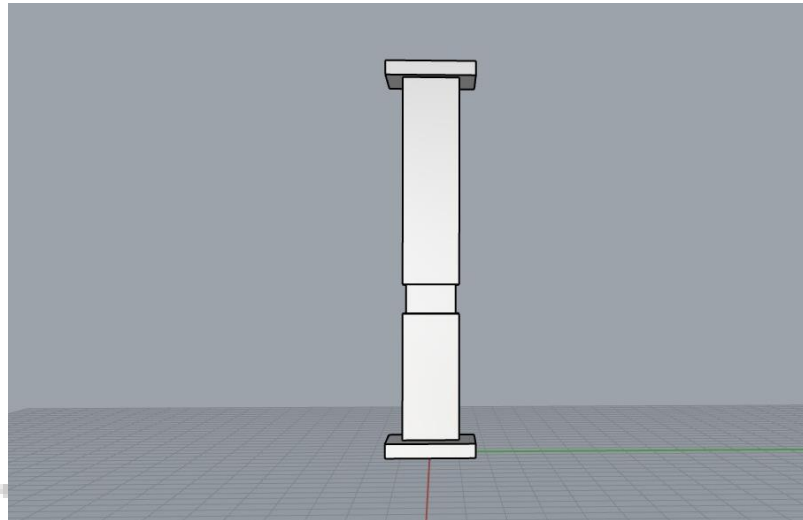
diambil adalah dengan membuat sketsa kasar sebagai dasar desain meja pajangan ini. Inspirasi untuk desain berasal dari kemasan Faivers untuk tiga varian utama parfum, yaitu Bitter Honey, Ambroxy Wood, dan Royal Oak, sehingga menciptakan koneksi visual yang familiar bagi konsumen terhadap produk tersebut.



Gambar 3.8 Sketsa Kasar Pajangan Parfum FAIVERS

Penulis (2024)

Setelah sketsa kasar selesai, langkah berikutnya adalah mengonversinya ke bentuk 3D digital. Proses ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai proporsi, bentuk, dan estetika keseluruhan dari meja pajangan, serta memudahkan asistensi dengan divisi lain. Visualisasi 3D memungkinkan tim untuk mengidentifikasi potensi masalah dalam desain dan memberikan saran yang relevan sebelum produksi dimulai, yang tentunya menghemat waktu dan biaya.



Gambar 3.9 Sketsa 3D Pajangan Parfum FAIVERS

Penulis (2024)

Praktikkan menggunakan data ergonomi sebagai panduan untuk memastikan desain meja tidak hanya estetik tetapi juga fungsional *dan user-friendly*, sehingga dapat memberikan pengalaman interaksi yang optimal antara pelanggan dan produk. Dengan demikian, meja pajangan ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk dan sekaligus meningkatkan keterlibatan pengunjung terhadap brand Faivers.

Tabel 3.2 Ergonomi Tubuh dan Tinggi di Indonesia

Dimensi	Keterangan	5th	50th	95th	SD
D1	Tinggi Tubuh	117.54	152.58	187.63	21.3
D2	Panjang Rentang Tangan ke Depan	48.36	66.18	84	10.83
D3	Panjang bahu-genggaman tangan ke depan	43.75	56.72	69.7	7.89
D4	Panjang genggaman tangan ke depan	45.52	64.51	83.5	11.54

Dalam proses asistensi, beberapa revisi kecil dilakukan untuk meningkatkan fungsi dan daya tarik visual dari meja pajangan. Revisi meliputi pembesaran ukuran penampah bawah agar lebih stabil dan warna yang disesuaikan agar selaras dengan tema booth. Perubahan ini

memastikan bahwa meja tidak hanya estetik tetapi juga praktis untuk digunakan selama acara berlangsung. Salah satu aspek penting dalam desain meja pajangan ini adalah pemilihan material yang cocok. Berdasarkan diskusi dengan tim dan perusahaan, kayu Jati Belanda dipilih sebagai material utama karena sifatnya yang kuat, tahan lama, dan memiliki karakteristik estetik yang sesuai dengan merek Faivers. Penggunaan kayu ini menambah nuansa alami yang harmonis dengan konsep aroma parfum yang ditampilkan, menciptakan kesan elegan sekaligus ramah lingkungan.



Gambar 3.10 Kayu Jati Belanda

Google (2023)

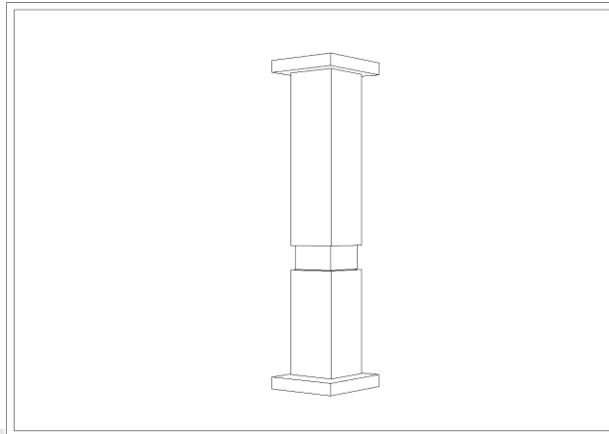
Untuk memperkaya tampilan, kayu Jati Belanda ini kemudian divernis dengan cat putih. Varnish putih tidak hanya menonjolkan serat kayu yang alami tetapi juga memberikan hasil akhir yang bersih dan profesional. Warna putih dianggap netral dan mampu memperlihatkan produk parfum dengan lebih baik, memastikan bahwa fokus pengunjung tetap tertuju pada produk yang dipajang. Dengan pendekatan desain yang teoritis dan terencana ini, meja pajangan parfum diharapkan mampu menjadi elemen utama yang menarik perhatian dan mendukung strategi pemasaran Faivers selama Soundfest 2024. Setiap aspek mulai dari ukuran, material, hingga warna telah dirancang untuk memaksimalkan estetika dan fungsi, sehingga booth Faivers dapat meninggalkan kesan mendalam pada pengunjung festival.

Setelah desain meja pajangan dan material telah disepakati, tahap berikutnya adalah melakukan render visual yang detail dari desain tersebut. Rendering bertujuan untuk memastikan bahwa elemen-elemen visual dan karakteristik material, seperti tekstur kayu Jati Belanda yang divernis putih, benar-benar terealisasi dengan baik sesuai konsep. Proses ini membantu praktikan untuk memastikan konsistensi antara rencana desain dan tampilan nyata, terutama dalam hal proporsi, warna, dan kesan estetik keseluruhan dari meja pajangan. Melalui render ini, praktikan dapat melakukan revisi lebih awal jika terdapat ketidaksesuaian yang muncul setelah pemilihan material.

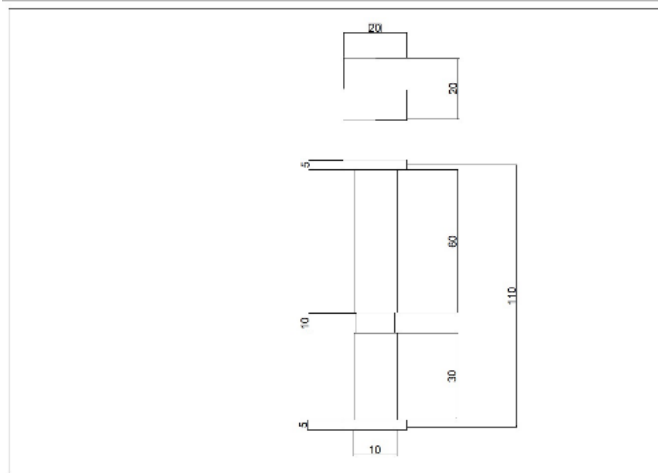


Gambar 3.11 Render Mejs Psjsngsn
Penulis (2024)

Setelah pengecekan dan tidak ada perbaikan yang diperlukan, desain teknik disiapkan secara rinci. Desain teknik mencakup spesifikasi dimensi, panduan perakitan, dan detail teknis lain yang dibutuhkan tim produksi agar pembuatan meja dapat dilakukan dengan akurat. Dengan memberikan desain teknik kepada tim produksi, praktikan memastikan bahwa desain meja pajangan dapat diwujudkan dalam bentuk fisik sesuai rencana tanpa ada penyimpangan dari desain awal, sehingga hasil akhir memiliki kualitas yang sesuai dengan standar Faivers.



Gambar 3.12 Gambar Teknik Isometri Mejs Psjsngsn
Penulis (2024)



Gambar 3.13 Gambar Teknik Tampak Mejs Psjsngsn
Penulis (2024)



Gambar 3.14 Hasil Mejs Psjsngsn
Penulis (2024)

Setelah meja pajangan selesai dalam bentuk fisik, praktikkan melanjutkan pada tahap pembuatan layouting booth untuk Soundfest 2024. Layouting ini dirancang secara strategis agar booth Faivers bisa berfungsi maksimal di acara yang ramai seperti Soundfest. Praktikkan mempertimbangkan karakter festival dengan arus pengunjung yang cepat dan volume besar, sehingga booth harus menarik perhatian dalam sekejap. Oleh karena itu, meja pajangan yang memuat parfum ditempatkan di bagian depan booth, sehingga produk dapat dilihat dengan jelas bahkan oleh pengunjung yang hanya melintas. Selanjutnya, praktikkan menyusun layout booth dalam bentuk 3D untuk memastikan bahwa aliran ruang dan penempatan elemen-elemen dalam booth telah diatur secara efektif. Dengan membuat denah 3D, praktikkan mendapatkan visualisasi menyeluruh dari booth, termasuk aksesibilitas pengunjung dan posisi barang pajangan, yang dapat memudahkan pengunjung untuk berinteraksi dengan produk. Visualisasi 3D ini juga memungkinkan tim perusahaan memberikan umpan balik secara lebih spesifik sebelum layout disetujui untuk tahap implementasi.



Gambar 3.15 Layouting Booth 3D Soundfest 2024

Penulis (2024)

Proses asistensi dengan perusahaan dilakukan untuk memastikan layout memenuhi ekspektasi branding dan strategi pemasaran Faivers. Dalam asistensi ini, layout akan ditinjau dari segi kepraktisan dan kesesuaian dengan konsep visual. Apabila ada perubahan yang

diperlukan berdasarkan masukan perusahaan, praktikan akan segera memperbarui layout dan melakukan revisi yang diperlukan untuk mencapai hasil akhir yang optimal. Setelah layout disetujui oleh perusahaan, praktikan membuat render layout secara detail agar dapat diperiksa dari berbagai sisi. Render ini menjadi media untuk melakukan evaluasi terakhir, memungkinkan tim untuk mengecek kembali jika terdapat aspek desain yang masih memerlukan penyesuaian sebelum produksi booth dimulai. Dengan memeriksa layout dari berbagai sudut, praktikan dapat mengantisipasi kendala di lapangan dan memastikan bahwa semua elemen di booth akan terlihat proporsional dan menarik bagi pengunjung.



Gambar 3.16 Render Booth 3D Soundfest 2024

Penulis (2024)

Pada hari pertama acara, praktikan hadir langsung di lokasi untuk melakukan pengecekan dan pemantauan layout booth yang telah dibuat. Praktikan memastikan semua elemen booth, termasuk meja pajangan dan material branding lainnya, telah ditempatkan sesuai desain dan memberikan kesan sesuai dengan identitas Faivers. Praktikan juga melakukan evaluasi langsung terhadap booth setelah pengaturan selesai. Evaluasi ini dilakukan untuk menilai efektivitas desain dan aliran pengunjung di booth, serta melihat apakah ada kekurangan yang perlu diperbaiki di hari berikutnya. Evaluasi ini akan memberikan masukan

berharga bagi praktikkan untuk acara-acara selanjutnya, sehingga Faivers dapat terus meningkatkan kualitas presentasi produk dan pengalaman pengunjung di setiap event yang akan datang.



Gambar 3.17 QR hasil Booth Soundfest 2024

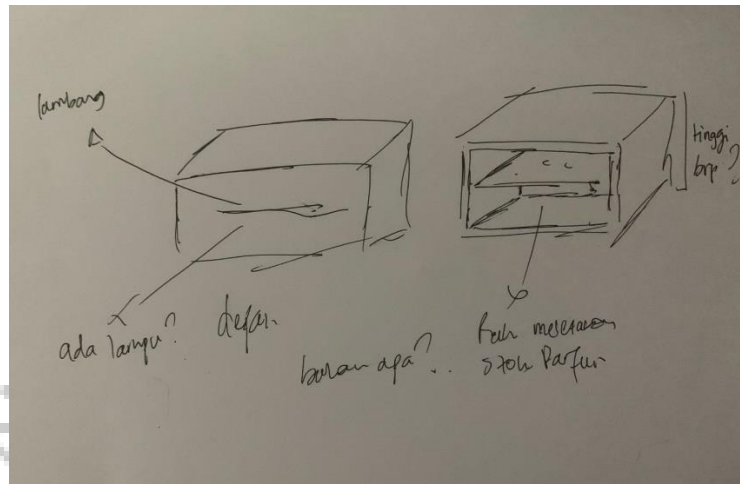
Penulis (2024)

c. **Desain Booth Offline Local Fest 2024**

Local Fest 2024 menjadi kesempatan penting bagi Faivers untuk memamerkan produk mereka dalam lingkungan yang merayakan produk-produk lokal. Berlokasi di Senayan Park, Jakarta, praktikkan diberi tugas untuk merancang booth dengan ukuran 3x1,5 meter yang mampu menarik perhatian dan memberikan pengalaman menarik bagi pengunjung. Dengan ruang yang terbatas, praktikkan harus membuat layout yang efisien, di mana setiap elemen terorganisir untuk memaksimalkan visibilitas produk serta memfasilitasi interaksi pengunjung.

Dari evaluasi di acara Soundfest sebelumnya, penting untuk menciptakan area khusus display dan tester parfum agar lebih menarik bagi calon pembeli. Berdasarkan masukan tim, praktikkan menambahkan meja pajangan di bagian depan booth untuk meningkatkan daya tarik dan memudahkan akses pengunjung yang tertarik mencoba aroma produk. Tahapan awal dalam proyek ini melibatkan pembuatan sketsa kasar meja pajangan yang dirancang

sesuai kebutuhan ini, termasuk aspek ukuran dan estetika yang mencerminkan identitas Faivers.



Gambar 3.18 Sketsa Kasar Meja Pajangan Parfum FAIVERS

Penulis (2024)

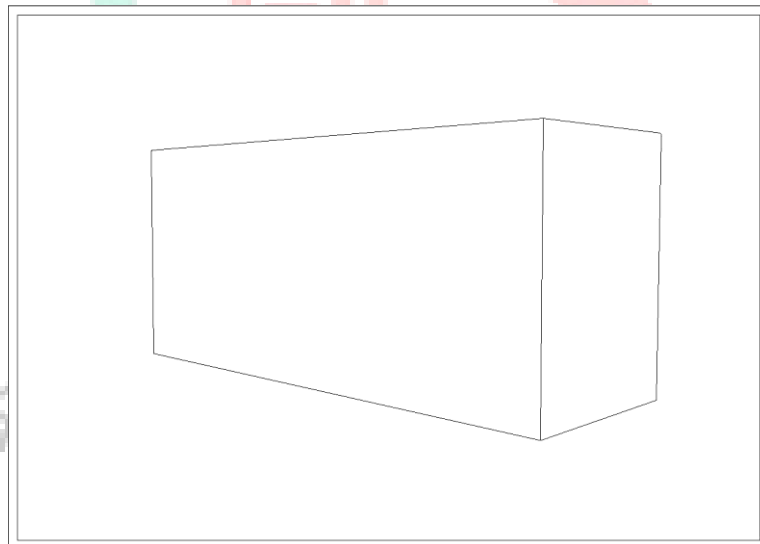
Meja pajangan ini dirancang dengan gaya simpel dan warna dasar putih, terinspirasi oleh kemasan original dari parfum Faivers. Warna putih memberikan kesan bersih dan elegan yang mendukung tampilan visual booth secara keseluruhan, serta memberikan latar netral yang menonjolkan produk parfum. Dengan desain yang tidak terlalu kompleks, meja ini mampu berfungsi optimal sebagai display dan area tester tanpa mengurangi ruang sirkulasi di dalam booth. Setelah sketsa kasar selesai, praktikkan memindahkan desain ini ke dalam bentuk 3D digital. Visualisasi 3D memungkinkan gambaran lebih konkret tentang proporsi meja.



Gambar 3.19 Sketsa 3D Meja Pajangan Parfum FAIVERS

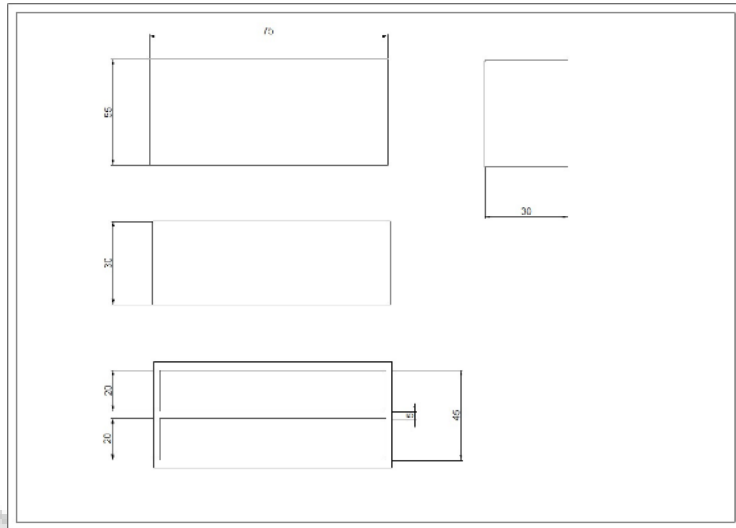
Penulis (2024)

Selama asistensi, praktikan dan perusahaan mendiskusikan material dan ukuran yang paling cocok untuk meja pajangan ini. Setelah mempertimbangkan berbagai pilihan, Jati Belanda dipilih sebagai material utama. Kayu ini dipilih karena kekuatan dan tampilan alami yang sejalan dengan konsep produk Faivers, serta kemampuan kayu untuk di-finishing dengan baik. Untuk menyelaraskan tampilan dengan warna booth, kayu ini di-vernish menggunakan cat putih, memberikan hasil akhir yang bersih dan tahan lama. Ukuran meja disesuaikan agar sesuai dengan skala booth, dengan dimensi akhir sebesar 55x35x60cm. Ukuran ini dipilih karena cukup untuk menampilkan beberapa botol parfum sekaligus tester tanpa terlalu banyak menghabiskan ruang. Dengan proporsi yang dirancang secara hati-hati, meja ini mampu memberikan kesan estetis yang menyatu dengan booth tanpa mengurangi fungsionalitasnya sebagai area display utama.



Gambar 3.20 Gambar Teknik Isometri Mejs Psjsngsn

Penulis (2024)



Gambar 3.21 Gambar Teknik Tampak Mejs Psjsngsn

Penulis (2024)



Gambar 3.22 Hasil Jadi Mejs Psjsngsn

Penulis (2024)

Setelah desain meja pajangan selesai dan disepakati, praktikkan akan melanjutkan dengan layout booth secara keseluruhan. Layout ini mencakup penempatan produk, posisi meja, serta elemen visual lain yang mendukung branding Faivers. Desain dalam bentuk 3D akan memudahkan perusahaan untuk mengevaluasi apakah penempatan dan aliran pengunjung telah dioptimalkan, serta melakukan revisi sebelum produksi fisik booth dimulai.



Gambar 3.23 Desain 3D Booth Local Fest 2024

Penulis (2024)

Pada hari pembukaan Local Fest 2024, praktikkan hadir langsung untuk memantau dan mengevaluasi hasil akhir dari booth ini. Kehadiran praktikkan penting untuk memastikan semua elemen berjalan sesuai desain dan jika ada kekurangan yang perlu diperbaiki, agar booth Faivers dapat memberikan kesan yang optimal kepada pengunjung selama acara berlangsung. Setelah pengaturan selesai, di hari pertama, Praktikkan akan melakukan uji coba terhadap layout yang telah dibuat untuk mengevaluasi efektivitasnya. Uji coba ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah pengaturan yang telah dilakukan memberikan dampak positif terhadap pengalaman pengunjung. Selama evaluasi, Praktikkan akan memperhatikan kemudahan akses, daya tarik visual, dan interaksi pengunjung dengan elemen-elemen booth. Jika ditemukan bahwa layout yang ada kurang efektif, Praktikkan akan melakukan revisi yang diperlukan agar penempatan barang lebih optimal untuk digunakan pada hari pembukaan. Proses ini mencerminkan pentingnya adaptabilitas dan evaluasi berkelanjutan dalam mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan, serta memastikan booth dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung.

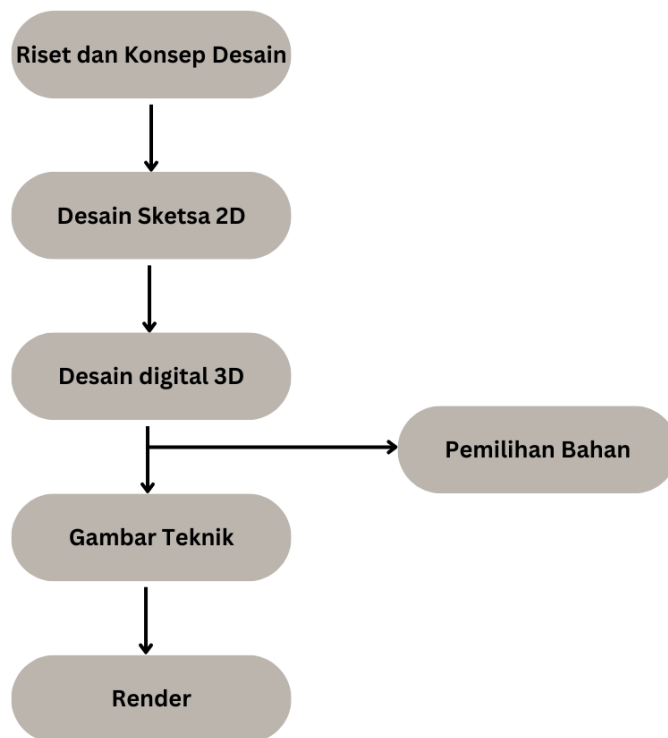


Gambar 3.24 Hasil Jadi Booth Local Fest 2024

Penulis (2024)

3.2.3 Desain Kemasan Varian Ramuan Para Pesona

Parfum Ramuan Para Pesona adalah salah satu varian parfum yang diproduksi dan dipasarkan oleh FAIVERS. Pada varian ini Perusahaan berkolaborasi dengan salah satu penyanyi band di Indonesia yaitu Lomba Sihir. Varian Parfum ini memiliki ciri khas wangi buah-buahan manis antara lain ada stroberi, rasberi, melati dan minyak nilam. Praktikan dipercaya oleh Perusahaan untuk membuat kemasan Ramuan Para Pesona yang berukuran 50ml. Pada awalnya pratikan akan membahas terlebih dahulu kepada Perusahaan mengenai arahan pembuatan kemasan ini seperti refrensi bentuk, warna, tulisan dan ukuran. Setelah mendapatkan informasi refrensi yang cukup, praktikan akan mulai mendesain dengan teliti sebelum di asistensikan kepada Perusahaan. Setelah itu praktikkan akan mulai mendesain. Langkah awal praktikkan akan membuat desain secara 2D lalu praktikkan akan mengimplementasikan sketsa yang telah dibuat dalam bentuk #D digital, lalu setelah desain sudah disetujui oleh tim, praktikan akan mulai membuat gambar teknik dan rendernya dengan tujuan untuk mempermudah tim dalam menggambarkan produk yang akan diproduksi.



Gambar 3.25 Alur Langkah Produksi Kemasan

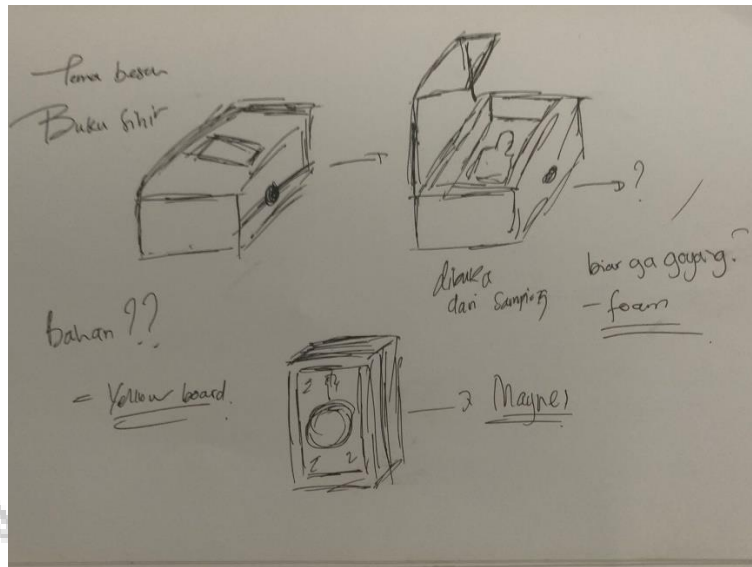
PT Harum Nama Baiknya (2024)

a. Riset dan Konsep Desain

Pada awalnya pratikan akan membahas terlebih dahulu kepada Perusahaan mengenai arahan pembuatan kemasan ini seperti refrensi bentuk, warna, tulisan dan ukuran. Praktikkan juga akan mengambil tema utama dari kemasan yang akan praktikkan buat, dan tema yang akan diambil adalah kemasan yang berbentuk seperti buku sihir.

b. Desain Sketsa 2D

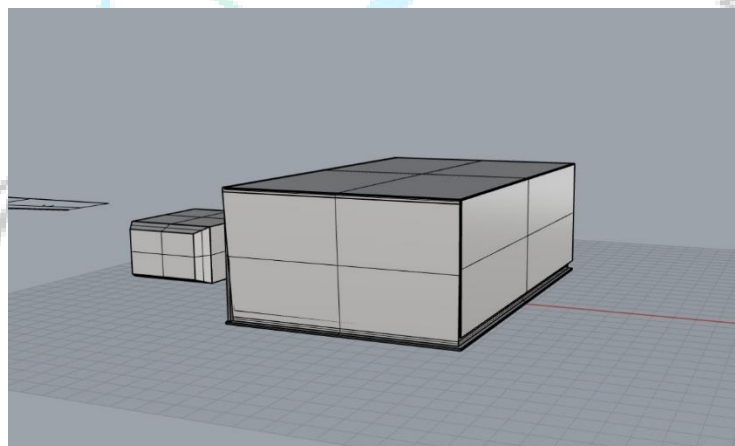
Setelah mendapatkan informasi refrensi yang cukup, praktikan akan mulai mendesain dengan teliti sebelum di asistensikan kepada Perusahaan. Praktikkan pada awalnya akan melakukan sketsa kasar di kertas sebelum mulai mendesain secara langsung di *software* 3D. Hal ini sangat sangat penting agar praktikkan memiliki Gambaran terlebih dahulu sebelum membuat desain dalam bentuk 3D.



Gambar 3.26 Sketsa Kasar Kemasan Ramuan Para Pesona
PT Harum Nama Baiknya (2024)

c. Desain Digital 3D dan Desain Kemasan

Lah desain sketsa yang dibuat oleh praktikkan telah di asistensikan dan sudah disetujui oleh tim yang lain, praktikkan akan membuat desain lanjutan dalam bentuk 3D. Tujuan pembuatan 3D ini adalah untuk memberikan gambaran bentuk dari beberapa arah. *Software* 3D yang pratikkan gunakan adalah *Rhinceros*.



Gambar 3.27 Desain 3D Kemasan Ramuan Para Pesona
PT Harum Nama Baiknya (2024)

. Setelah mencapai kesepakatan desain bentuk, praktikkan akan melanjutkan untuk membuat desain 2D untuk dicetak pada box kemasan yang telah di desain. Praktikkan menggunakan 2 software 2D yaitu, Adobe Illustrator dan juga Figma. Desain kemasan yang terpilih akan berwarna ungu karena ungu merupakan warna yang identic dengan hal sihir. Untuk ornament hiasan, praktikkan menambahkan beberapa ornamen yang identic dengan sihir yaitu, bulan sabit, ular, Bintang dan wajik.



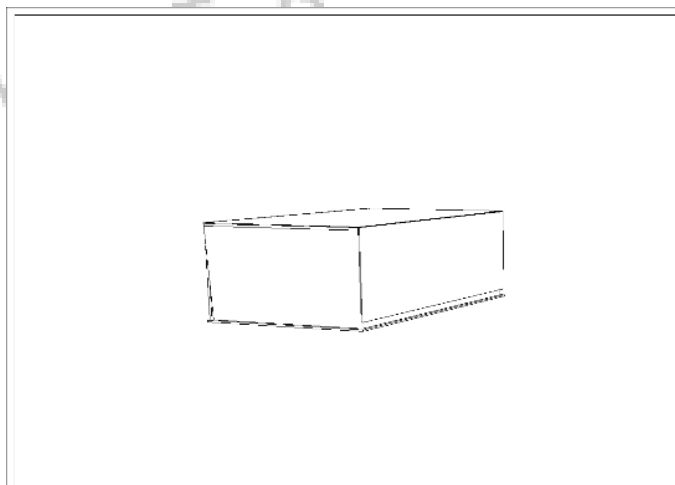
Gambar 3.28 Desain Kemasan Ramuan Para Pesona

PT Harum Nama Baiknya (2024)

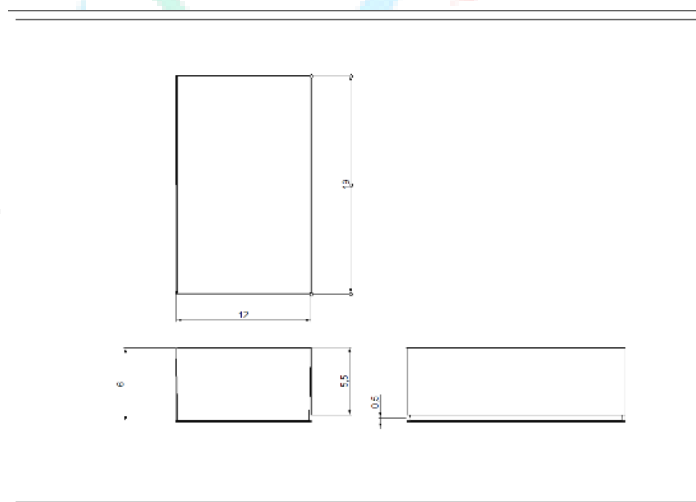
d. Gambar Teknik

Gambar teknik kerja adalah representasi visual yang digunakan untuk menggambarkan cara suatu mesin, perangkat, atau sistem bekerja secara rinci. Gambar ini mencakup ilustrasi tentang struktur, komponen-komponen utama, dan bagaimana bagian-bagian tersebut terhubung serta berfungsi. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang alur kerja dan operasi sistem, sehingga memudahkan teknisi atau pengguna dalam proses perakitan, pemeliharaan, serta perbaikan. Selain itu, gambar teknik kerja juga berfungsi sebagai panduan untuk memastikan setiap komponen bekerja sesuai dengan fungsinya, menjaga efisiensi dan keamanan dalam penggunaan sistem tersebut. Setelah desain disetujui, praktikan diberikan tanggung jawab untuk menyusun gambar kerja. Gambar kerja merupakan representasi

teknis yang mencakup informasi lengkap mengenai rakitan serta spesifikasi detail untuk proses produksi suatu desain. Penyusunan gambar ini harus dilakukan dengan ketelitian dan kerapian, memastikan setiap elemen diperiksa secara mendalam. Gambar kerja tersebut mencakup detail ukuran serta tampilan dari berbagai sudut, seperti tampak depan, samping, atas, dan perspektif, guna memberikan panduan yang jelas dan komprehensif dalam proses pembuatan produk.



Gambar 3.29 Gambar Teknik Isometri Kemasan Ramuan Para Pesona
PT Harum Nama Baiknya (2024)



Gambar 3.30 Gambar Teknik Tampak Kemasan Ramuan Para Pesona
PT Harum Nama Baiknya (2024)

e. Render

Setelah Gambar Teknik telah dibuat praktikkan akan langsung membuat gambar render dari kemasan yang akan diproduksi. Tujuan dari render

ini adalah untuk pemastian tahap akhir desain yang dibuat telah sesuai, baik dari segi fungsi maupun estetika.



Gambar 3.31 Gambar render Kemasan Ramuan Para Pesona
PT Harum Nama Baiknya (2024)

Praktikkan dan tim produksi akan memulai diskusi mengenai bahan material yang akan digunakan. Untuk memastikan kekokohan kemasan, dipilihlah *yellow board* sebagai bahan utama. *Yellow board* memiliki daya tahan yang tinggi sehingga kemasan dapat menjaga bentuknya dengan baik dan melindungi produk di dalamnya. Selain itu, untuk menambah daya tarik visual, kemasan akan dilapisi dengan digital printing yang diberi laminasi *doff*, menciptakan tampilan mengkilap yang elegan dan menarik perhatian. Tidak hanya estetika, kemasan ini juga dirancang dengan fungsi yang praktis. Magnet akan ditambahkan sebagai mekanisme penutup, memudahkan kemasan untuk terkunci rapat dan aman. Di bagian dalam, busa foam akan dipasang untuk menjaga parfum tetap stabil dan tidak mudah bergerak, terutama karena perusahaan juga menerima penjualan secara *online*. Dengan desain ini, kemasan diharapkan tidak hanya memberikan kesan mewah tetapi juga memberikan perlindungan maksimal selama proses pengiriman.

Setelah pemilihan bahan disetujui oleh perusahaan, tim produksi akan segera memulai tahap pencetakan kemasan dalam jumlah terbatas, biasanya sebanyak 1-2 buah sebagai contoh. Langkah ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas hasil cetakan dan memastikan bahwa desain yang diusulkan sesuai dengan ekspektasi. Pada tahap ini, setiap elemen dari kemasan, mulai dari

ketebalan *yellow board* hingga hasil digital printing dengan laminasi doff, akan dikaji kembali. Jika ditemukan kekurangan atau ketidaksesuaian, tim akan melakukan penyesuaian atau revisi yang diperlukan agar produk mencapai standar yang diharapkan.

Setelah dua contoh awal diproduksi, baik perusahaan maupun Praktikkan tidak menemukan kekurangan berarti dari kemasan yang telah dihasilkan. Semua aspek, dari kekuatan kemasan hingga tampilan estetik dan fungsionalitas magnet penutup, dinilai sudah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Dengan hasil evaluasi yang memuaskan, perusahaan memutuskan untuk melanjutkan proses produksi dalam skala besar. Proses produksi masal ini dilakukan dengan keyakinan bahwa kemasan sudah siap untuk digunakan dalam distribusi produk secara luas, termasuk penjualan *online* yang memerlukan perlindungan ekstra selama pengiriman.

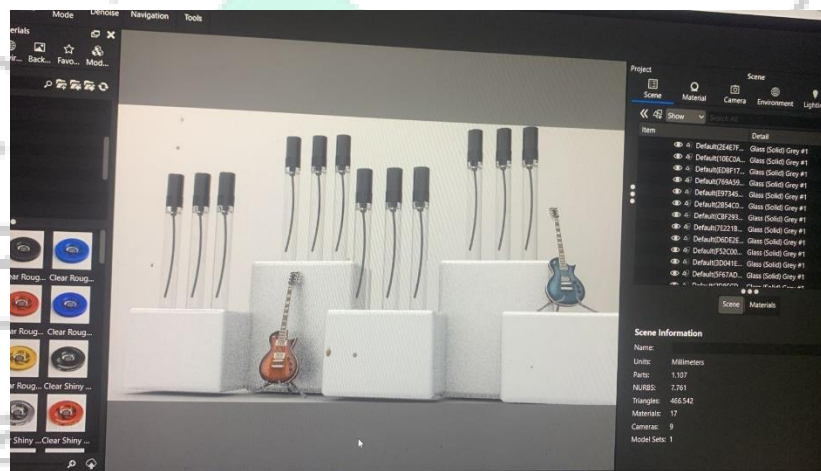


Gambar 3.32 Hasil Jadi Kemasan Ramuan Para Pesona
PT Harum Nama Baiknya (2024)

3.2.4 Membuat Desain Poster 3D untuk Sosial Media

Desain poster untuk tiga feed Instagram Faivers menampilkan produk varian 10ml membutuhkan pendekatan visual yang konsisten, elegan, dan mampu menyampaikan esensi dari setiap produk secara menyeluruh. Dalam pengaturan ini, setiap feed berfungsi sebagai bagian dari rangkaian visual yang saling terhubung. Poster-poster ini tidak hanya sekadar gambar produk, tetapi lebih dari

itu—merupakan representasi dari identitas Faivers yang berusaha dihadirkan kepada audiens. Visual yang ditampilkan di sini tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian tetapi juga menciptakan narasi visual yang selaras dengan konsep brand. Langkah pertama dalam mendesain poster ini adalah memahami elemen-elemen visual yang menjadi ciri khas dari varian 10ml Faivers. Desain ini harus mempertimbangkan bentuk botol, warna, dan elemen branding yang ada pada kemasan. Mengambil perspektif dari produk 3D, posisi dan sudut kamera memainkan peran penting untuk menunjukkan detail botol secara keseluruhan. Sebuah pendekatan clean dan minimalis lebih diutamakan untuk memastikan fokus utama tetap berada pada produk dan branding Faivers tanpa terganggu oleh elemen yang tidak relevan.



Gambar 3.33 Desain 3D Poster
PT Harum Nama Baiknya (2024)

Komposisi poster pada setiap feed diatur agar dapat berfungsi baik secara individual maupun dalam rangkaian. Setiap poster berfokus pada varian tertentu dari Faivers, tetapi ketika dilihat secara keseluruhan, feed akan membentuk satu rangkaian visual yang koheren. Ini berarti pemilihan warna latar belakang, pencahayaan, dan bayangan harus disesuaikan agar setiap poster saling melengkapi. Dengan pemilihan warna dan pencahayaan yang konsisten, desain ini akan memberikan kesan eksklusif dan selaras dengan citra produk premium yang ingin dibangun oleh Faivers.

Untuk lebih menarik audiens di platform Instagram, desain ini dapat mencakup teks singkat yang menjelaskan karakteristik dan aroma dari masing-

masing varian 10ml. Pemilihan font yang elegan dan sederhana akan memperkuat kesan eksklusif tanpa mengurangi estetika visual. Teks harus ditempatkan dengan tata letak yang presisi, sehingga tetap menyatu dengan gambar produk tanpa mengganggu elemen visual utama. Font yang dipilih juga sebaiknya memiliki kemudahan baca dan ukuran yang tepat agar informasi tetap terlihat jelas saat dilihat di perangkat seluler.



Gambar 3.34 Hasil Jadi Desain 3D Poster

PT Harum Nama Baiknya (2024)

Pada akhirnya, desain poster ini memiliki tujuan untuk membangun kesan branding yang kuat serta mendorong interaksi dan engagement dari audiens. Setiap elemen dalam desain poster ini, mulai dari pemilihan sudut 3D produk hingga tata letak teks, bertujuan untuk menciptakan feed yang harmonis di akun Instagram Faivers. Dengan strategi visual yang terencana ini, diharapkan poster-poster tersebut tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga menginspirasi audiens untuk mengenal lebih dalam tentang Faivers dan varian 10ml mereka.



Gambar 3.35 Hasil di Sosial Media Desain 3D Poster

PT Harum Nama Baiknya (2024)

3.2.5 Membuat Desain Poster Bitter Honey 50ml

Mendesain poster 3D untuk kebutuhan sosial media dan e-commerce adalah strategi inovatif yang memungkinkan Faivers mengomunikasikan identitas mereknya dengan cara yang lebih efektif dan terkontrol dibandingkan metode fotografi konvensional. Dengan pendekatan 3D, setiap elemen visual dari poster dapat disesuaikan secara presisi dengan tema “nature” dan “calm” yang menjadi ciri khas Faivers. Render 3D memungkinkan desain yang lebih fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perubahan tren atau permintaan tanpa membutuhkan sesi pemotretan ulang, yang dapat menghemat biaya dan waktu.



Gambar 3.36 Desain 3D Poster Bitter Honey 1

PT Harum Nama Baiknya (2024)



Gambar 3.37 Desain 3D Poster Bitter Honey 2

PT Harum Nama Baiknya (2024)

Tema “nature” dan “calm” ini diekspresikan melalui elemen-elemen visual yang terinspirasi dari alam, seperti warna-warna lembut dan natural serta tekstur yang menenangkan. Palet warna hijau, krem, dan coklat muda dipilih untuk menciptakan nuansa organik dan mengkomunikasikan kesan yang hangat dan menenangkan, seperti yang diinginkan Faivers. Warna-warna ini juga memberikan asosiasi langsung dengan keindahan alam yang memberikan efek psikologis positif kepada konsumen, menekankan pesan produk yang bersifat menenangkan dan ramah lingkungan. Desain poster dibuat minimalis untuk menjaga kesan elegan sekaligus fokus pada produk utama. Pendekatan ini memungkinkan komposisi yang lebih bersih, di mana produk Faivers menjadi pusat perhatian tanpa gangguan elemen visual berlebihan. Elemen-elemen tambahan seperti dedaunan atau latar tekstur kayu digunakan secara selektif untuk memperkaya nuansa alam tanpa mengalihkan perhatian dari produk. Setiap elemen ditempatkan dengan tujuan memberikan kesan bahwa produk berada dalam lingkungan alami yang tenang dan menyejukkan.

Pencahayaan dalam render 3D menjadi faktor penting dalam menciptakan kesan natural dan realisme yang mendukung tema “calm.” Cahaya lembut yang diposisikan secara hati-hati memberi dimensi pada produk, menonjolkan tekstur botol dan kemasan tanpa menghasilkan bayangan keras yang dapat merusak kesan tenang. Efek pencahayaan ini juga memberikan highlight pada bagian-bagian penting dari produk, membuatnya tampak lebih hidup dan menarik perhatian audiens secara halus. Dengan pengaturan cahaya ini, poster berhasil menghadirkan suasana yang elegan dan mendukung pesan dari brand. Selain keindahan visual, poster ini dirancang agar informatif dan tetap efektif dalam menyampaikan pesan merek pada berbagai platform digital. Pada desain e-commerce, teks yang menjelaskan spesifikasi produk diletakkan di posisi yang tidak mengganggu pandangan, namun tetap mudah dibaca. Pemilihan font yang halus dan sederhana memperkuat kesan tenang dan elegan yang ingin disampaikan oleh Faivers, sambil memastikan keterbacaan pada berbagai perangkat digital. Ukuran teks juga disesuaikan agar nyaman dilihat di layar kecil, sehingga informasi tetap bisa diakses dengan mudah oleh konsumen.

Poster 3D ini juga dirancang untuk mendukung kampanye promosi di media sosial. Dengan desain yang fleksibel, elemen visual dapat disesuaikan untuk berbagai kampanye musiman atau penawaran khusus yang dijalankan oleh Faivers. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menjaga konsistensi visual di seluruh platform, tanpa mengorbankan keunikan dari setiap kampanye. Dengan poster 3D yang terstruktur ini, Faivers dapat meningkatkan branding melalui pengalaman visual yang menenangkan, konsisten, dan mengundang audiens untuk lebih dekat dengan merek. Secara keseluruhan, desain poster 3D ini tidak hanya menggantikan metode fotografi, tetapi juga meningkatkan kualitas presentasi produk dengan kontrol yang lebih baik terhadap setiap aspek visual. Desain yang bersifat fleksibel ini memungkinkan Faivers untuk beradaptasi dengan permintaan pasar dan kebutuhan promosi dengan mudah, sehingga menciptakan pengalaman yang konsisten dan efektif bagi konsumen. Poster ini berhasil menggabungkan nilai estetika dan fungsionalitas yang mencerminkan identitas Faivers, sekaligus memperkuat ikatan emosional dengan audiens melalui visualisasi yang mendalam dan menenangkan.



Gambar 3.38 Hasil Desain 3D Poster Bitter Honey 1

PT Harum Nama Baiknya (2024)



Gambar 3.39 Hasil Desain 3D Poster Bitter Honey 2
PT Harum Nama Baiknya (2024)

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi, terdapat beberapa hambatan yang berpotensi mempengaruhi jalannya proses dan hasil akhir laporan. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain:

1. Terbatasnya pemahaman praktikan terkait karakteristik dan spesifikasi produk parfum.
2. Keterbatasan waktu yang tersedia untuk mempelajari dan meneliti produk secara mendalam.
3. Kesulitan yang dialami praktikan dalam memahami materi selama diskusi terkait produk.
4. Pembagian tugas yang berbeda-beda dan spesifik di setiap divisi menyebabkan keterbatasan akses untuk mengamati secara langsung keseluruhan proses produksi.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Mengatasi kendala yang muncul selama pelaksanaan Kerja Profesi memerlukan pendekatan yang sistematis dan berbasis solusi. Beberapa langkah yang diambil untuk mengatasi hambatan tersebut antara lain:

1. Meningkatkan pemahaman mengenai produk melalui penelitian mandiri, bimbingan dari mentor, serta studi literatur yang relevan.
2. Menyusun jadwal kerja yang efektif untuk mengatur penyelesaian setiap tugas, sehingga setiap aktivitas dapat diselesaikan tepat waktu.
3. Mempelajari berbagai jenis material yang digunakan dan aktif bertanya kepada staf lain untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.
4. Melakukan penelitian independen mengenai proses produksi, teknologi yang diterapkan, dan peralatan yang terlibat, guna memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang keseluruhan sistem produksi.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Selama menjalani program Kerja Profesi selama tiga bulan, praktikan memperoleh wawasan mendalam terkait pengembangan dan desain produk, yang memperluas pengetahuan serta meningkatkan keterampilan teknis. Melalui interaksi langsung dengan lingkungan industri, praktikan dapat memahami secara nyata bagaimana konsep desain diterapkan dalam pengembangan produk. Keterlibatan dalam setiap tahapan proses perancangan, mulai dari diskusi ide hingga perancangan prototipe, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika antara kreativitas desain dan kebutuhan perusahaan.

Selain itu, Kerja Profesi ini juga mendorong pengembangan keterampilan praktis dan kreatifitas yang relevan dengan dunia industri. Praktikan ditantang untuk berpikir kritis dalam menciptakan solusi desain yang fungsional dan inovatif, sejalan dengan kebutuhan perusahaan. Melalui pengalaman ini, praktikan tidak hanya belajar mengenai aspek teknis desain produk, tetapi juga mengenai bagaimana mendesain produk yang memiliki nilai guna dan relevansi komersial di dunia nyata.

Selama menjalani Kerja Profesi, praktikan menyadari pentingnya pemahaman mendalam terhadap dinamika pasar dan perilaku konsumen sebagai komponen kunci dalam proses pengembangan produk. Melalui proses penelitian dan analisis data pasar, praktikan memperoleh kemampuan untuk menggali informasi yang relevan guna mengidentifikasi tren, kebutuhan, serta preferensi konsumen. Pengetahuan ini memungkinkan desainer untuk menyesuaikan produk

dengan pasar yang dituju, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya inovatif, tetapi juga relevan secara komersial dan mampu memenuhi ekspektasi pengguna.

Pemahaman mengenai pasar dan konsumen ini diperoleh melalui pendekatan analitis yang melibatkan pengumpulan dan interpretasi data. Praktikan mempelajari bagaimana menggunakan metode riset yang sistematis untuk mengidentifikasi peluang pasar dan menyusun strategi desain yang efektif. Hal ini tidak hanya memperkaya pemahaman praktikan tentang desain produk, tetapi juga memperluas wawasan mengenai pentingnya konteks pasar dalam setiap keputusan desain yang dibuat. Dalam konteks ini, kemampuan untuk menganalisis tren dan menafsirkan data menjadi alat yang *esensial* bagi setiap desainer dalam menciptakan produk yang kompetitif.

Lebih jauh lagi, keterlibatan praktikan dalam tim proyek desain produk, terutama dalam mendesain kemasan dan booth *offline* untuk Faivers, memberikan pengalaman yang langsung dan konkret mengenai praktik industri. Kerja kolaboratif dalam lingkungan profesional ini menuntut pemahaman tidak hanya tentang estetika dan fungsionalitas desain, tetapi juga tentang bagaimana produk fisik harus dikomunikasikan dan dipresentasikan kepada konsumen melalui elemen visual dan taktis yang tepat. Dengan demikian, praktikan memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh tentang bagaimana sebuah produk diintegrasikan dalam pengalaman konsumen di berbagai titik kontak.

Pengalaman tersebut memberikan fondasi yang kuat bagi karir praktikan sebagai desainer produk di masa depan. Selain mengembangkan keterampilan teknis dan kreatifitas, praktikan juga belajar bagaimana berpikir strategis dalam menghasilkan produk yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berdaya saing tinggi di pasar. Keahlian dalam memahami kebutuhan konsumen dan menciptakan produk yang sesuai dengan ekspektasi pasar akan menjadi elemen penting yang mendukung praktikan dalam menghasilkan inovasi-inovasi berkualitas tinggi di masa yang akan datang