



# 2.42%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 26 DEC 2024, 12:06 AM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| <span style="color: red;">●</span> IDENTICAL<br>0.56% | <span style="color: orange;">●</span> CHANGED TEXT<br>1.86% | <span style="color: blue;">●</span> QUOTES<br>4.93% | <span style="color: green;">●</span> REFERENCES<br>0.57% |
|---|---|---|--|

## Report #24275675

2 BAB 1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Mahasiswa di Universitas Pembangunan Jaya, wajib menempuh mata kuliah Kerja Profesi dalam kurikulum program studi Desain Komunikasi Visual. Gelar sarjana dapat diraih oleh mahasiswa ketika mereka telah melaksanakan "kerja" profesi (Setiawan & Soerjoatmodjo, 2021). Mata kuliah ini dirancang untuk memberikan pengalaman kerja langsung di lingkungan profesional. Pengetahuan selama berkuliah dapat diterapkan langsung pada situasi nyata "oleh" mahasiswa. Pada pelaksanaan Kerja Profesi, mahasiswa diharapkan mampu memahami dinamika kerja di industri serta mengembangkan kemampuan teknis dan soft skills yang dibutuhkan dalam dunia kerja. Praktikan melaksanakan Kerja Profesi di PT Liquina Innovation International, perusahaan yang beroperasi di sektor perdagangan produk perawatan tubuh. 5 Pertumbuhan bidang industri perawatan diri atau skincare saat ini telah berkembang pesat di seluruh dunia. Pada era globalisasi ini, produk skincare sudah mendominasi pasar, sementara skincare lokal berusaha untuk terus berkembang (Nawiyah, Kaemong, ilham, & Muhammad, 2023). Pada kondisi persaingan yang ketat ini, desain grafis mulai dari perancangan kemasan hingga materi promosi dapat menjadi alat komunikasi strategis dan mampu membangun brand image (Abadi, 2021). Desain grafis akan menjadi alat promosi yang membantu menarik perhatian konsumen dan menciptakan pengalaman visual sehingga dapat memperkuat daya saing 1 produk di

pasar yang penuh persaingan (tandahijau, 2024). Desain grafis dan promosi adalah dua elemen yang saling terkait dalam strategi bisnis saat ini. Keduanya berkolaborasi untuk menarik minat konsumen dan mendorong peningkatan penjualan (machung, 2023). **8 Branding 5** "yang kuat juga merupakan kunci untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. **5 7 12** Pada hal ini, desain grafis memainkan peran yang sangat penting. **5 7 8** Desain grafis menggunakan elemen seperti tata letak, warna, tipografi, dan gambar untuk menyampaikan pesan dan menciptakan identitas visual yang unik untuk sebuah merek (creativeans.com, 2023) Profesi yang merancang elemen-elemen tersebut adalah desainer grafis. Berdasarkan hal di atas, peran desainer grafis sangat berpengaruh dan dibutuhkan dalam industri perawatan diri. Sebuah produk/perusahaan membutuhkan desain yang menarik dengan strategi branding dan promosi yang tepat (Sooca Design, 2015). Pada kesempatan Kerja Profesi ini, praktikan mendapatkan posisi sesuai dengan kebutuhan perusahaan saat ini, yaitu desainer grafis. Pengalaman Kerja Profesi ini memberikan kesempatan berharga bagi mahasiswa untuk belajar bagaimana desain grafis dapat mempengaruhi kesuksesan pemasaran produk, terutama di industri yang kompetitif seperti skincare dan bodycare . Praktikan akan membahas proses perancangan desain grafis yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan promosi dan branding . Laporan ini bertujuan untuk merinci langkah-langkah yang diambil dalam menciptakan materi desain yang efektif, serta mengevaluasi dampaknya terhadap kesadaran merek dan penjualan produk. Dengan demikian, diharapkan laporan ini memberikan peran yang 2 signifikan dalam meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya desain grafis dalam industri perawatan diri. **2 7** 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi Pelaksanaan Kerja Profesi merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang memberikan kesempatan mahasiswa untuk mendapatkan wawasan langsung tentang dunia kerja. **4** Kerja Profesi ini sekaligus dijadikan sebagai kesempatan mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan dalam situasi nyata. Kerja Profesi juga mendorong mahasiswa untuk memperluas jaringan kerja dan memahami tantangan di

dunia kerja, sehingga lebih siap dan percaya diri ketika memulai karir di masa depan. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Berikut adalah tujuan dilaksanakannya Kerja Profesi: ☒ Menghadirkan kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajari selama masa perkuliahan .

☒ Mengembangkan keterampilan soft skills seperti komunikasi, manajemen waktu , kerja sama tim, dan problem solving , yang sangat diperlukan di dunia kerja. ☒ Membangun hubungan dengan para profesional di bidang desai dan industri terkait. ☒ Mengenalkan suasana dan sistematika dunia kerja , sehingga lebih memahami proses kerja yang sesungguhnya . ☒ Membekal

i mahasiswa dengan wawasan yang dapat diterapkan di lingkungan profesional. 3 1.3 Tempat Kerja Profesi Perusahaan ini berdiri pada 29 Desember 2021 hingga saat ini sudah berjalan selama 3 tahun.

Kantor perusahaan saat ini berlokasi di Jl. Bintaro Tengah Blok N2 No 6 40 Bintaro, Pesanggrahan, Jakarta Selatan.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Kerja profesi yang dijalankan berlangsung selama periode 4 bulan, yang dimulai pada 1 Februari 2024 hingga 7 Juni 2024. Kerja Profesi dilakukan dalam seminggu sebanyak 6 kali, dimulai dari senin sampai sabtu.

Kerja profesi ini dilaksanakan pada pukul 10:00 pagi sampai 18:00 sore. 3 Pelaksanaan sistem kerja yang dilakukan yaitu sistem hybrid , dengan 3 hari bekerja di kantor (WFO/ Work From Office ) serta 3 hari bekerja dari mana saja (WFA/ Work From Anywhere ). 1 4 Tabel Error: Reference source not found

1 Jadwal Kerja Profesi di PT Liquina Innovation

International BAB 2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 5 Bulan Sistem

Kerja Jam Kerja Februari Senin, Rabu, Kamis (WFA) Selasa, Jumat, Sabtu (WFO) 10:00 – 18:00 Maret Senin, Rabu, Kamis (WFA) Selasa, Jumat , Sabtu (WFO) 10:00 – 18:00 April Senin, Rabu, Kamis (WFA) Selasa , Jumat, Sabtu (WFO) 10:00 – 18:00 WIB Mei Senin, Rabu, Kamis (WFA ) Selasa, Jumat, Sabtu (WFO) 10:00 – 18:00 Juni Senin, Rabu, Kamis (WFA) Selasa, Jumat, Sabtu (WFO) 10:00 – 18:00 2.1 Sejarah Perusahaan Gambar Error: Reference source not found.1 Logo Perusahaan (Sumber : PT Liquina Innovation International, 2023) PT Liquina Innovation

International (PT LIIT) berdiri sejak 29 Desember 2021. Perusahaan ini berfokus pada industri perdagangan produk perawatan diri, dengan visi untuk menghadirkan produk berkualitas tinggi yang aman dan efektif bagi konsumen. Ibu Aquissa Thahara Halim merupakan pemilik dari perusahaan ini, dengan Ibu Linda Ismirada sebagai Komisaris. Ibu Aquissa Thahara Halim terjun ke industri ini berawal dari memproduksi masker organik di bawah merek Beautetox pada tahun 2016. Beautetox menjadi salah satu merek perawatan diri lokal di Indonesia yang dirintis oleh Ibu Aquissa Thahara Halim. Pada tahun 2020, Ibu Aquissa membentuk CV Liquina Indonesia bersama Direktur Utama, Ibu Linda. Beautetox resmi terdaftar sebagai merek yang tergabung di CV Liquina Indonesia. Beautetox 6 mendapatkan popularitas di kalangan konsumen melalui salah satu produknya, yaitu Gluta Collagen Soap dan Scrub. Pada tahun 2021 CV Liquina Indonesia berubah menjadi PT Liquina Innovation International. Saat ini, PT Liquina Innovation International memproduksi berbagai produk perawatan diri seperti lulur, sabun, masker, serum, serta minuman kesehatan. PT Liquina Innovation International mengelola 4 brand kecantikan yaitu Beautetox, Beautemate, Collablue, dan Hello Papa, yang masing-masing menawarkan produk dengan keunggulan tersendiri. Seluruh produk diproduksi dengan standar yang tinggi, memenuhi persyaratan halal Indonesia, serta telah memperoleh sertifikasi kualitas dari Badan Pengawas Obat dan Makanan.  2 Logo Beautetox (Sumber : PT Liquina Innovation International, 2023) Beautetox yang merupakan merek utama dari PT Liquina Innovation International, yang berfokus pada produk perawatan kecantikan dan kesehatan kulit. Beautetox telah bermitra dengan formulator untuk meningkatkan berbagai produk inovatif, salah satunya produk yang menjadi andalan mereka, yaitu Scrub Tanpa Bilas. Pada bulan Juni 2024, Scrub ini mendapatkan penghargaan sebagai Scrub Tanpa Bilas pertama di Indonesia. Inovasi terus menjadi fokus utama perusahaan untuk memenuhi harapan 7 pelanggan dan menjaga posisi mereka di industri kecantikan yang kompetitif. 2.1.1 Visi dan

Misi Perusahaan PT Liquina Innovation International memiliki visi untuk tumbuh menjadi perusahaan terkemuka di bidang produk kesehatan kulit dan perawatan diri. Perusahaan ini juga berkomitmen untuk mengutamakan kepuasan pelanggan. Melalui visi tersebut, PT Liquina Innovation International menetapkan misi untuk mewujudkan visi, yaitu: 1. Menyediakan produk unggulan yang telah dikembangkan melalui penelitian, inovasi serta teknologi, sehingga tetap sesuai standar bangsa. 2. Menyediakan layanan perawatan terbaik untuk konsumen melalui segala sudut.

## 1 2.2 Struktur Organisasi 8 Gambar Error: Reference source not found 1 3

Struktur Organisasi (Sumber : PT Liquina Innovation International, 2023)

Gambar Error: Reference source not found 4 Struktur Organisasi Praktikan

(Sumber : PT Liquina Innovation International, 2023) 9 Praktikan

bertugas pada divisi Creative Departement , diatur dengan seorang

Creative Manager . Divisi ini mencakup semua kebutuhan desain visual,

mulai dari kebutuhan media sosial, event sampai kebutuhan marketplace .

Graphic Designer bekerja di bawah pengamatan langsung oleh Content

Producer . Tanggung jawab dari seorang Content Producer yaitu mengelola

tim dan memastikan proses produksi dan perkembangan konten berjalan

secara stabil serta efisien. Selain itu, Content Producer bertanggung

jawab dalam memastikan bahwa konten yang dikirimkan dari Content

Strategist setelah mendapat persetujuan oleh Content Producer. 2.3

Kegiatan Umum Perusahaan PT Liquina Innovation International beroperasi di

sektor perdagangan produk perawatan diri. PT Liquina Innovation

International melakukan promosi dengan memanfaatkan media digital baik

berupa perancangan konten platform media sosial, promosi, KOL, serta

kolaborasi dengan sejumlah influencer. Perusahaan memiliki beberapa kegiatan

rutin yang wajib diikuti oleh seluruh karyawan. Berikut adalah kegiatan

rutin perusahaan: 1. Meeting Bulanan ( Monthly Meeting ) : Setiap awal

bulan, seluruh karyawan mengikuti rapat bulanan. Rapat ini bertujuan

untuk membahas rencana kerja perusahaan, target yang ingin dicapai, dan

evaluasi terhadap pencapaian dari bulan sebelumnya. 2. Meeting Mingguan

( Weekly Meeting ): Setiap minggu, divisi marketing dan creative mengadakan rapat mingguan. Pertemuan ini berfokus pada content plan selama 10 seminggu, mulai dari rencana konten untuk media sosial, promosi, hingga kegiatan marketing yang akan dilakukan. Melakukan pemaparan strategi dan konsep konten yang akan mendukung promosi produk, serta memperbarui dari minggu sebelumnya.

3. Sholat Zuhur dan Asar Berjamaah: Karyawan yang beragama Islam diwajibkan melaksanakan sholat Zuhur dan Asar berjamaah di awal waktu. Perusahaan menyediakan ruang khusus untuk melaksanakan ibadah, sehingga karyawan dapat beribadah dengan nyaman.

4. Laporan Bulanan ( Monthly Report ): Di setiap akhir bulan, seluruh karyawan diwajibkan menyusun dan mengirimkan laporan pekerjaan yang telah mereka selesaikan selama satu bulan kepada kepala divisi. Laporan ini mencakup rangkuman tugas, pencapaian yang diperoleh, serta kendala yang dihadapi dalam pekerjaan. Laporan bulanan akan dievaluasi untuk menilai kinerja karyawan dan memberikan masukan untuk peningkatan kinerja di bulan berikutnya. Dengan penerapan kegiatan-kegiatan rutin ini, perusahaan berupaya menjaga efisiensi "operasional. Berikut adalah jenis pekerjaan yang berkaitan dengan Praktikan:

1. BOD ( Board of Directors)
  - a. Memiliki tanggung jawab dari seluruh operasi perusahaan.
  - b. Menetapkan jalan strategis untuk perusahaan Secara berkelanjutan terkait promosi, kampanye, peramalan produksi produk, dan aspek pendukung perkembangan perusahaan.
  - 11 c. Membimbing dan mengatur karyawan serta segala aktivitas perusahaan.
2. Creative & Marketing
  - a. Membuat perancangan kebutuhan visual untuk promosi dan publikasi.
  - b. Merancang strategi pemasaran baik di platform digital maupun non-digital .
  - c. Mengembangkan media sosial brand dan memperluas jangkauan pasar.
  - d. Mendata pihak yang akan bekerja sama dengan perusahaan .

**2 3 4 6 9** **BAB 3**  
**PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Pada saat menjalankan kerja profesi, Praktikan berperan sebagai desainer grafis.** Head of Creative Departement , Content Strategist, Content Producer dan Content Creator merupakan beberapa divisi yang bekerja sama dengan Praktikan. PT Liquina

Innovation International memiliki beberapa brand di bawahnya, praktikan bertanggung jawab dalam kebutuhan desain brand Beautetox dan Collablue. **11** ▶ Praktikan menjalankan kegiatan Kerja Profesi selama 4 bulan dan merancang beberapa proyek desain, antara lain: **1** Perancangan Kebutuhan Visual Event Jakarta X Beauty 2024 Praktikan ditugaskan untuk ikut serta dalam perancangan desain untuk kebutuhan event Jakarta X Beauty 2024. Tugas utama meliputi perancangan konsep desain booth serta 12 desain promosi yang akan digunakan selama acara, seperti poster dan flyer . 2. Perancangan Desain Kemasan Perusahaan berencana meluncurkan beberapa produk baru, dan praktikan diberikan kepercayaan untuk merancang beberapa desain kemasannya. 3. Perancangan Kebutuhan Desain Marketplace Perusahaan ini menggunakan media online sebagai media utama penjualan dan pemasaran produk. Tanggung jawab Praktikan adalah membuat desain banner promosi dan desain katalog produk Beautetox yang akan digunakan pada aplikasi Shopee. 4. Perancangan Kebutuhan Desain pada Media Sosial Instagram Perusahaan ini memiliki 2 akun Instagram dari brand yang dimiliki perusahaan, yaitu Beautetox dan Collablue. Praktikan bertanggung jawab dalam perancangan desain akun Beautetox. Desain yang dikerjakan berupa feeds dan Instagram story sesuai brief yang diberikan oleh Content Strategist . 3.2 Pelaksanaan Kerja Pada saat melaksanakan Kerja Profesi, praktikan bertanggung jawab dalam berbagai proyek desain yang mendukung promosi dan pemasaran di perusahaan PT Liquina Innovation International. Praktikan diberi brief konten setiap minggu oleh content producer . **2** **4** ▶ Praktikan melakukan tahapan perancangan desain yang dibagi menjadi 5 tahapan, yaitu briefing, brainstorming, visualization atau perancangan, evaluasi dan revisi, dan finalisasi. **1** **13** Tabel Error: Reference source not found

2 Pelaksanaan Kerja Gambar Error: Reference source not found.5 Tahapan Pengerjaan Proses pekerjaan dimulai dengan briefing mengenai hal yang akan dikerjakan, termasuk konsep desain yang diinginkan dan pemberian informasi tentang aset keperluan desain, serta font dan palet warna yang akan digunakan. Content Producer akan menyetujui brief desain

yang dibuat oleh Content Strategist, yang selanjutnya akan dikirimkan kepada Praktikan. Pemberian brief dilakukan melalui dua cara yaitu, dalam bentuk file PDF yang berisi materi lengkap dan terstruktur melalui chat langsung di WhatsApp untuk komunikasi yang lebih cepat dan informal. Praktikan diberikan akses ke akun Google Drive divisi sebagai sarana untuk mengelola dan mengunggah berbagai keperluan pekerjaan yang terkait dengan tugas-tugas desain. 14 Periode Kerja Profesi Tanggal Pelaksanaan Sistem Kerja Profesi 4 Bulan 1 Februari 2024 hingga 7 Juni 2024 Sistem hybrid , dengan 3 hari bekerja di kantor (WFO/ Work From Office ) dan 3 hari bekerja dari mana saja (WFA/ Work From Anywhere ).

1 Gambar Error: Reference source not found 6 Akun Google Drive Gambar Error: Reference source not found.7 Materi Brief 15 Gambar Error: Reference source not found.8 Brief Whatsapp Praktikan mulai melakukan brainstorming setelah mendapat brief desain dari Content Strategist . Praktikan berdiskusi bersama tim untuk menciptakan konsep yang sesuai dengan identitas perusahaan. 3 Praktikan diberikan kebebasan untuk eksplorasi dan mengembangkan ide-ide dari konsep awal agar dapat menghasilkan karya yang optimal. Konsep dan ide yang dihasilkan, akan diimplementasikan ke dalam bentuk desain visual pada tahap proses perancangan. Praktikan menggunakan software seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Procreate, dan Blender. Adobe Illustrator digunakan oleh praktikan untuk membuat vektor, tipografi, dan layout , sementara Adobe Photoshop digunakan untuk mengedit foto dan memberikan efek pada foto agar sesuai dengan tone yang diinginkan. Pada tahap perancangan, praktikan menerapkan prinsip desain yang sudah dipelajari selama perkuliahan. Praktikan 16 juga perlu mempertimbangkan pemilihan warna dan gaya desain yang sesuai dengan identitas perusahaan. Praktikan mengirimkan screenshot hasil desain kepada Content Strategist dan Content Producer setelah perancangan selesai, agar ditinjau dan memperoleh feedback . Praktikan akan melakukan revisi jika diperlukan, praktikan harus menyesuaikan desain berdasarkan feedback yang diterima.

3 Tahap evaluasi dan revisi bertujuan untuk mengecek kelayakan hasil

rancangan desain sebelum dipublikasikan. Setelah semua revisi diterima dan disetujui, praktikan melanjutkan ke tahap finalisasi. **1** Gambar Error: Reference source not found 9 Preview dan Revisi Pada tahap finalisasi, praktikan mengirimkan file hasil rancangan desain yang telah melalui tahap evaluasi dan revisi. Praktikan mengirimkan file melalui WhatsApp setelah disetujui desain tersebut dianggap siap untuk dipublikasikan. Berikut 17 beberapa proyek desain yang dikerjakan selama kegiatan kerja profesi:

### 3.2.1 Merancang Kebutuhan Visual Event Jakarta X Beauty 2024 Event

Jakarta X Beauty (JXB) merupakan salah satu event terbesar di industri kecantikan. Brand Beautetox mengikuti event Jakarta X Beauty 2024 pada tanggal 6 Juni 2024. Praktikan diberi tanggung jawab untuk merancang beberapa kebutuhan visual untuk event ini. Berikut adalah beberapa perancangan yang dikerjakan oleh praktikan, antara lain:

#### 3.2.1.1 Merancang Desain Poster Praktikan bertugas merancang poster untuk mempromosikan perusahaan dalam event JXB 2024. Desain poster ini berfokus pada visual yang mencolok dengan tata letak yang memperlihatkan informasi penting seperti waktu, lokasi, harga dan produk yang akan dipamerkan. Poster juga digunakan untuk memperlihatkan promo produk saat event berlangsung. Praktikan membuat poster, yaitu poster A2 dengan ukuran panjang 59,4 cm, lebar 42 cm dan poster A3 dengan ukuran panjang 42 cm, lebar 29,7 cm. Berikut merupakan langkah-langkah kerja yang dilakukan pada pengerjaan desain poster: Proses Kerja Keterangan

**Briefing** Praktikan menerima arahan langsung dari Content Producer mengenai desain poster yang diharapkan melalui WhatsApp. **Brainstorming** Praktikan mulai melakukan eksplorasi konsep desain, setelah memahami brief desain. **Visualization** atau **Praktikan merancang desain dengan 18 Perancangan** menerapkan ide-ide yang sudah dikumpulkan, menggunakan prinsip desain yang sudah dipelajari. Pada desain poster ini, praktikan menggunakan hirarki visual untuk menonjolkan informasi penting. Praktikan menggunakan prinsip **emphasis** atau **penekanan** untuk menonjolkan informasi utama, seperti diskon dan promo khusus menggunakan desain yang mencolok. Prinsip **proximity**

juga digunakan untuk harga dan nama produk yang dikelompokkan secara berdekatan. Prinsip ini digunakan agar informasi penting dapat menarik perhatian pembaca. Evaluasi dan Revisi Praktikan memberikan preview desain melalui WhatsApp untuk ditinjau setelah rancangan desain selesai.

Praktikan melakukan revisi, jika ada saran atau perubahan yang perlu dilakukan. Finalisasi Desain poster yang sudah disetujui, dikirimkan melalui WhatsApp. Praktikan memastikan semua format file telah sesuai dengan kebutuhan cetak. **1** Tabel Error: Reference source not found 3 Proses

Kerja Desain Poster 19 Gambar Error: Reference source not found.10

Brief WhatsApp Poster Gambar Error: Reference source not found.11 Proses

Pengerjaan Poster 20 Gambar Error: Reference source not found.12 Hasil

Akhir Poster 3.2.1.2 Merancang Desain Flyer Flyer dirancang dengan layout yang padat dan jelas untuk menyampaikan informasi promo secara efektif.

Flyer akan dibagikan kepada pengunjung selama event JXB 2024

berlangsung. Proses perancangan desain flyer, diawali dengan menerima arahan dari Content Strategist melalui WhatsApp. Praktikan merancang

desain sesuai dengan ukuran flyer, yaitu 14,8 x 21 cm. Berikut

adalah proses kerja yang dilakukan saat merancang desain flyer :

Proses Kerja Keterangan Briefing Content Strategist memberikan brief untuk 21 membuat desain flyer melalui pesan Whatsapp. Brainstorming

Praktikan mulai melakukan eksplorasi konsep untuk desain flyer dan

mulai explore untuk menemukan referensi. Visualization Praktikan memulai

perancangan dengan membuat visualisasi desain berdasarkan brief. Pada

perancangan flyer , praktikan menerapkan prinsip desain emphasis atau

penekanan untuk menonjolkan informasi utama. Prinsip ini digunakan agar

informasi penting dapat menarik perhatian pembaca. Evaluasi dan Revisi

Praktikan mengirimkan preview desain melalui WhatsApp untuk ditinjau oleh

Content Strategist dan Content Producer. Finalisasi Praktikan mengirimkan

desain yang sudah mendapat persetujuan untuk dipublikasikan. **1** Tabel Error: Reference source not found 4 Proses Kerja Desain Flyer 22 Gambar Error:

Reference source not found.13 Proses Pengerjaan Flyer Gambar Error:

REPORT #24275675

Reference source not found.14 Hasil Akhir Flyer 3.2.1.3Merancang Konsep Booth Praktikan juga diberi kesempatan untuk merancang konsep booth, praktikan bekerja sama dengan tim desain. Pada perancangan booth ini, praktikan diberi tugas dan tanggung jawab untuk mengembangkan konsep awal, membuat sketsa, dan menciptakan ilustrasi visual awal. Tim desain lain bertugas untuk membuat visual 3D dari sketsa yang sudah praktikan kerjakan. 23 Praktikan juga berkontribusi dalam pembuatan visual 3D, meskipun tidak terlibat secara keseluruhan. Berikut adalah proses kerja yang dilakukan saat merancang konsep desain booth : Proses Kerja

Keterangan Briefing Praktikan memulai dengan meeting bersama Ibu Aquissa Thahara sebagai Founder, untuk mendiskusikan konsep booth yang akan dibuat. Ibu Aquissa Thahara memberikan brief tentang tema booth yang diinginkan, yaitu Platinu " dengan tampilan minimalis dan elegan. Beautetox menggunakan booth dengan ukuran 6m x 3 m. Brainstorming Praktikan mencari inspirasi dan referensi terkait desain booth yang sesuai dengan konsep yang diinginkan. Visualization atau Perancangan Praktikan melanjutkan ke tahap visualisasi setelah ide-ide dikumpulkan. Pada tahap ini, praktikan membuat sketsa kasar desain booth menggunakan aplikasi Procreate. Sketsa kasar ini menggambarkan visual awal booth . Evaluasi dan Revisi Sketsa kasar booth dikirimkan kepada Ibu Aquissa Thahara, untuk mendapatkan masukan dan persetujuan. 10 Revisi dilakukan berdasarkan feedback yang diterima untuk menyempurnakan desain agar sesuai dengan harapan. Finalisasi Sketsa final diserahkan kepada tim desain 24 untuk dibuat menjadi model 3D. 1 Tabel Error: Reference source not found 5 Proses Kerja Konsep Booth

Gambar Error: Reference source not found.15 Sketsa Awal Booth Proses perancangan visual 3D dilakukan oleh tim desain, tetapi praktikan juga berkontribusi dalam perancangan visual 3D berdasarkan sketsa yang telah praktikan buat. Praktikan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan visual 3D berkat pengalaman yang diperoleh selama perkuliahan. Perancangan 3D dibuat berdasarkan pengalaman mata kuliah 3D di semester 4. 1 25

Gambar Error: Reference source not found 16 Hasil Akhir Booth Praktikan

mendapatkan apresiasi dari founder karena berhasil mewujudkan konsep booth Platinu " yang diinginkan dengan tampilan minimalis, elegan, dan konsisten.

Desain booth tersebut sesuai dengan ekspektasi, menonjolkan kesan premium dan profesional yang selaras dengan identitas brand Beautetox, sehingga

mendapat pujian atas ketepatan konsep dan visualnya. 26 3.2.2 Merancang

Desain Kemasan Praktikan diberi tanggung jawab untuk merancang desain

kemasan produk Silky Series dan Platinum Series. Praktikan diberikan

tanggung jawab untuk menciptakan desain dengan konsep minimalis dan

platinum untuk menciptakan kesan premium. Perancangan ini didasarkan oleh

pengetahuan yang telah praktikan pelajari di mata kuliah perancangan

desain kemasan, pada semester 5. Berikut adalah proses kerja yang

praktikan lakukan dalam merancang desain kemasan: Proses Kerja Keterangan

Briefing Pada proyek perancangan kemasan, praktikan memulai meeting

bersama Content Producer dan Ibu Aquissa Thahara sebagai Founder, untuk

mendiskusikan konsep kemasan yang ingin dibuat. Ibu Aquissa Thahara

menginginkan konsep desain kemasan yang minimalis dan platinum.

Brainstorming Praktikan mulai melakukan eksplorasi konsep untuk desain

kemasan dan mulai explore untuk menemukan referensi. Visualization

Praktikan membuat visualisasi desain berdasarkan brief. Perancangan dimulai

dengan membuat desain permukaan kemasan dan menyesuaikan dengan ukuran

asli kemasan. Setelah melakukan layouting di Adobe Illustrator, praktikan

membuat mockup kemasan di Adobe Photoshop. Evaluasi dan Revisi Praktikan

memberikan preview mockup desain kemasan secara langsung kepada Ibu 27

Aquissa Thahara, untuk mendapatkan masukan dan persetujuan. Finalisasi

Praktikan mengirimkan desain yang sudah sesuai dan mendapat persetujuan

oleh Ibu Aquissa Thahara. Pengiriman file desain melalui Whatsapp. 1 Tabel Error:

Reference source not found 6 Proses Kerja Desain Kemasan 3.2.2.1 Merancang

Desain Kemasan Silky Series Silky Series merupakan salah satu produk

Beautetox berupa lotion . Beautetox berencana memproduksi kemasan Silky

Series berupa lotion pump yang berukuran 80ml. Silky Series terdiri

dari dua variant yaitu Whitemilky Silky Essence dan Chocowhite Silky

Crème. Identitas warna dari variant Whitemilky dan Chocowhite tetap ditampilkan di dalam kemasan, yaitu biru dan coklat.  Gambar Error: Reference source not found 17 Proses Pengerjaan Kemasan Silky Series 28 Gambar Error: Reference source not found.18 Mockup Kemasan Silky Series

3.2.2.2 Merancang Desain Kemasan Platinum Series Praktikan juga terlibat dalam merancang kemasan untuk Platinum Series, produk baru dari Beautetox. Desain kemasan difokuskan pada tampilan yang minimalis namun eksklusif, menggunakan warna-warna metalik dan font yang platinum. Platinum Series terdiri dari Hydracalming & Brightening Concentrate Serum dan All in One Booster Daily Protection Cream. Desain kemasan Platinum Series difokuskan pada tampilan yang minimalis namun eksklusif, menggunakan warna-warna silver dan font yang platinum.  29 Gambar Error: Reference source not found 19 Brief WhatsApp Kemasan Gambar Error: Reference source not found.20 Proses Pengerjaan Kemasan Platinum 30 Gambar Error: Reference source not found.21 Mock Up Kemasan Platinum

Pada perancangan desain kemasan, praktikan mempelajari tentang proses memproduksi sebuah produk, mulai dari tahap perancangan kemasan hingga persetujuan dari BPOM serta mendapatkan sertifikat halal. Praktikan tidak hanya sekedar merancang kemasan, tetapi juga memahami pentingnya untuk memastikan produk dapat dipasarkan dengan aman dan sesuai standar. Proses ini memperkaya wawasan praktikan tentang bagaimana setiap tahap dalam desain, baik dari segi visual maupun teknis.

3.2.3 Merancang Desain Kebutuhan Marketplace Praktikan diberi tanggung jawab dalam merancang desain kebutuhan marketplace untuk mendukung penjualan online, khususnya di platform Shopee dan Tokopedia. Perancangan desain ini memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik 31 produk dan mendorong minat konsumen, untuk melakukan pembelian. Berikut adalah proses kerja yang dilakukan saat merancang desain kebutuhan Marketplace :

Proses Kerja Keterangan Briefing Praktikan menerima brief dari Content Producer memberikan brief untuk membuat banner Shopee melalui Whatsapp.  4

Brainstorming Praktikan mencari inspirasi dan referensi terkait desain

brief yang diberikan. Visualization Praktikan membuat visualisasi desain berdasarkan brief. Beberapa prinsip desain diterapkan dalam perancangan ini, seperti menerapkan prinsip penting seperti tipografi yang jelas dengan font dan ukuran yang mudah dibaca, memastikan informasi produk, mudah dipahami. Praktikan juga menggunakan kontras warna yang tepat agar elemen penting, seperti nama produk dan promosi harga, lebih menonjol dan menarik perhatian konsumen. Prinsip emphasis juga digunakan, ukuran teks yang perlu dihighlight menjadi lebih besar.

Evaluasi dan Revisi Praktikan mengirimkan screenshot hasil desain kepada Content Producer agar ditinjau dan memperoleh feedback. Praktikan melakukan revisi, jika ada saran atau perubahan yang perlu dilakukan.

Finalisasi Praktikan mengirimkan desain yang sudah ditinjau dan mendapat persetujuan melalui 32 Whatsapp.  Tabel Error: Reference source not found 7

Proses Kerja Desain Marketplace 3.2.3.1 Merancang Desain Banner Marketplace Praktikan juga merancang desain banner promosi pada Shopee, platform utama penjualan perusahaan. Perancangan banner promosi untuk marketplace Shopee berukuran 2000x800 pixel.  Gambar Error: Reference source not found 22

Brief WhatsApp Banner Marketplace 33  Gambar Error: Reference source not found.23 Proses Pengerjaan Desain Banner  Gambar Error: Reference source not found.24 Hasil Akhir Desain Banner 34 3.2.3.2 Merancang Desain Katalog Produk Praktikan merancang desain katalog produk untuk mendukung penjualan online. Praktikan merancang katalog produk yang digunakan pada platform Shopee. Katalog ini dirancang agar informatif dan menarik secara visual, mencakup gambar produk, deskripsi, manfaat, dan harga. Praktikan membuat desain katalog untuk marketplace produk Beautetox dan Collabluu.  Gambar Error: Reference source not found 25 Brief Whatsapp Desain Katalog 35  Gambar Error: Reference source not found.26 Proses Pengerjaan Desain Katalog  Gambar Error: Reference source not found.27 Hasil Akhir Desain Katalog Pada perancangan desain katalog produk, saya mengutamakan prinsip komposisi visual yang seimbang untuk 36 menciptakan tampilan yang harmonis dan menarik perhatian. Prinsip ini memastikan bahwa

setiap elemen, seperti gambar produk, deskripsi, manfaat, dan harga, ditempatkan secara proporsional sehingga fokus utama tetap pada produk yang ditawarkan tanpa mengabaikan detail penting. Keseimbangan visual membantu menciptakan alur baca yang nyaman bagi konsumen, memudahkan mereka menemukan informasi yang dibutuhkan.

### 3.2.4 Merancang Kebutuhan Desain Media Sosial Instagram

Praktikan bertanggung jawab dalam perancangan desain Instagram Beautetox. **3** Akun Instagram Beautetox memiliki jumlah pengikut di kisaran 170 ribu. Praktikan merancang konten visual yang sesuai dengan identitas merek. Instagram Beautetox dirancang dengan palet warna abu-abu dan platinum, menciptakan kesan elegan dan premium. Berikut adalah proses kerja yang dilakukan saat merancang kebutuhan desain media sosial Instagram: Proses Kerja Keterangan Briefing Praktikan menerima brief berupa PDF Timeline Feeds mingguan dari Content Strategist. Brainstorming Brief yang diberikan mulai dipahami oleh Praktikan dan mulai explore untuk menemukan referensi. Visualization Praktikan membuat visualisasi desain berdasarkan brief. Beberapa prinsip desain diterapkan di sini, seperti konsistensi warna 37 dengan palet abu-abu dan platinum untuk menciptakan kesan elegan dan premium. Praktikan juga mengutamakan prinsip hierarki visual, untuk memastikan elemen penting seperti produk dan informasi dapat ditonjolkan dengan jelas. Prinsip tipografi yang mudah dibaca serta tata letak yang terstruktur juga digunakan untuk menjaga keterbacaan dan tampilan yang rapi di setiap postingan. Penggunaan prinsip irama sering praktikan gunakan pada desain PayDay atau promosi produk, untuk membawa alur pembaca menjadi teratur. Evaluasi dan Revisi Praktikan mengirimkan preview desain melalui WhatsApp untuk ditinjau oleh Content Strategist dan Content Producer. Finalisasi Praktikan mengirimkan desain yang sudah mendapat persetujuan untuk dipublikasikan. Desain dikirimkan ke Whatsapp. **1** Tabel

Error: Reference source not found 8 Proses Kerja Desain Instagram 38  
Gambar Error: Reference source not found.28 Proses Pengerjaan Desain Instagram 39 Gambar Error: Reference source not found.29 Hasil Akhir

Desain Instagram Praktikan berhasil melakukan perubahan selama kerja profesi, dengan mengubah desain yang dimiliki perusahaan menjadi desain yang lebih konsisten. Desain perusahaan sebelumnya tidak memiliki konsistensi dalam penggunaan color palette, yang menyebabkan branding terlihat kurang kuat. Pada perancangan yang saya lakukan, saya berhasil menciptakan desain dengan konsep "Platinu" yang diinginkan oleh Ibu Aquissa Thahara sebagai founder, dengan menerapkan palet warna yang konsisten dan sesuai dengan identitas brand. Perubahan ini juga memperkuat branding perusahaan dan meningkatkan kualitas visual. Desain tersebut mendapat apresiasi dari founder dan tim, yang mengapresiasi peningkatan dalam tampilan dan konsistensi desain.

### 3.3 Kendala yang Dihadapi

Pada saat kerja profesi dilaksanakan, praktikan seringkali dihadapkan dengan kendala-kendala, yaitu:

1. Beberapa kali menerima feedback yang beragam dari berbagai pihak, yang bertentangan satu sama lain. Pada akhirnya memperlambat penyelesaian proyek karena menyebabkan kebingungan saat pengambilan keputusan dalam proses desain.
2. Terdapat situasi di mana perubahan brief dilakukan secara mendadak. Kondisi ini memaksa praktikan untuk melakukan revisi menjelang tahap finalisasi desain, sehingga membutuhkan adaptasi cepat dan memikirkan ulang konsep desain untuk memenuhi permintaan baru.
3. Praktikan sering menerima permintaan desain yang datang secara mendadak dalam jumlah yang relatif banyak. Tuntutan untuk menyelesaikan desain dalam hitungan jam, menyebabkan hasil desain yang kurang maksimal.
4. Keterbatasan aset dan kualitas foto yang diberikan. Hasil foto tidak memenuhi harapan dari segi teknik fotografi. Foto kurang optimal seperti kurangnya pencahayaan dan terdapat noda atau cacat yang mengganggu.

Kendala-kendala ini menjadi tantangan tersendiri bagi praktikan dalam melaksanakan pekerjaan, namun juga memberikan pelajaran dalam hal yang sering terjadi di dunia kerja.

2 6 3.4

Cara Mengatasi Kendala Berikut adalah beberapa cara mengatasi beberapa kendala yang dialami selama kerja profesi berlangsung, dengan mengembangkan beberapa strategi efektif, yaitu:

1. Berkomunikasi dengan

pihak-pihak terkait untuk memahami prioritas dan harapan mereka dan selalu memastikan kembali bahwa brief yang diterima telah final dan tidak ada perubahan sebelum finalisasi. 2. Konfirmasi brief secara lebih detail di awal pekerjaan, untuk mengurangi kemungkinan perubahan brief secara mendadak. 3. Praktikan dapat menetapkan sistem prioritas berdasarkan dari setiap permintaan desain. 4. Menggunakan teknik digital imaging dan retouching untuk meningkatkan kualitas foto dengan Adobe Photoshop. Praktikan dapat melakukan perbaikan pada pencahayaan, kontras, dan ketajaman gambar. Retouching juga memungkinkan praktikan untuk menghapus noda atau cacat yang mengganggu, sehingga menghasilkan foto yang memenuhi standar desain yang diharapkan. 3.5 Pelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi Kerja Profesi memberikan pengalaman yang bermanfaat pada saat kerja profesi berlangsung, khususnya mengenai proses kerja sebagai desainer grafis di industri kecantikan. Praktikan dapat mengaplikasikan pengetahuan yang dipelajari selama perkuliahan, seperti penggunaan komposisi, warna, dan tipografi yang baik dapat langsung diaplikasikan dalam proyek nyata. Praktikan memahami pentingnya desain grafis dalam mendukung promosi produk. Desain grafis dapat menjadi alat komunikasi, dengan membuat desain yang efektif mampu menarik perhatian konsumen. Praktikan juga mempelajari tentang proses memproduksi sebuah produk, mulai dari tahap perancangan kemasan hingga persetujuan dari BPOM serta mendapatkan sertifikat halal. Pengalaman kerja profesi ini memperkuat kemampuan soft skills praktikan, seperti problem solving dalam menghadapi kendala desain, manajemen waktu ketika harus menyelesaikan tugas, serta kemampuan komunikasi yang baik dengan tim dan klien untuk memastikan hasil desain sesuai dengan ekspektasi. Praktikan juga belajar bahwa komunikasi yang efektif dengan semua pihak terkait sangat penting untuk memahami harapan dan prioritas klien. 42 BAB 4 PENUTUP 4.1 Simpulan Kerja profesi pada industri kecantikan memberikan pengalaman dan pemahaman yang mendalam tentang peran desainer grafis dalam mendukung promosi produk. Praktikan tidak hanya belajar tentang

teknik dan estetika desain, tetapi juga mendapatkan wawasan menyeluruh mengenai proses yang harus dilalui untuk menciptakan rancangan visual yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan industri. Kerja profesi ini memperkenalkan suasana dan sistematika dunia kerja yang sesungguhnya, memberikan pengalaman langsung tentang bagaimana sebuah tim bekerja secara kolaboratif. Praktikan juga diajak untuk berpikir secara strategis, bagaimana desain dapat menjadi alat komunikasi yang menarik perhatian konsumen. Kegiatan kerja profesi ini memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman yang akan mempersiapkan praktikan menghadapi dunia kerja yang penuh tantangan, sekaligus memperkuat dasar pengetahuan pada bidang desain grafis.

4.2 Saran

4.2.1 Saran untuk Perusahaan PT Liquina Innovation International diharapkan dapat memperbaiki sistem komunikasi internal, terutama terkait pemberian brief. Penjelasan yang lebih detail dan jadwal yang teratur akan membantu mengurangi perubahan mendadak serta memastikan hasil desain yang lebih maksimal.

4.2.2 Saran untuk Universitas Universitas dapat lebih aktif dalam menyediakan informasi yang lebih beragam mengenai kesempatan magang dari berbagai sektor industri. Dengan menawarkan pilihan magang yang lebih luas, mahasiswa dapat mengeksplorasi berbagai peluang yang sesuai dengan minat, kemampuan, dan tujuan profesional mereka.

4.2.3 Saran untuk Mahasiswa Kerja di dunia profesional sering kali membutuhkan kemampuan mengelola waktu secara efisien. Buatlah prioritas dalam setiap tugas yang diberikan agar pekerjaan selesai tepat waktu tanpa mengorbankan kualitas.

4 REFERENCES

creativeans.com. (2023). creativeans.com . Retrieved from creativeans.com: <https://www.creativeans.com/resources/desain-grafis-wujud-visual-pendukung-branding/>

Gohae, A. S. (2020). Pengalaman Magang , Minat Kerja Dan Pengaruhnya Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Akutansi. Jurnal Ilmiah MEA . international design school. (2021). international design school . Retrieved from idseducation.com: <https://idseducation.com/peran-perusahaan-desain-grafis-dalam-branding-dan-pemasaran/>

machung. (2023, Mei 15). machung.ac.id . Retrieved from machung.ac.id

REPORT #24275675

: <https://machung.ac.id/artikel-prodi-dkv/peran-desain-grafis-dalam-pemasaran-digital/> NABABAN, W. M. (2023, Juli 24). Kompas . Retrieved from [kompas.com](https://www.kompas.com): <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/07/23/pertumbuhan-industri-kecantikan-ditopang-impor-bahan-baku> Nawiyah, Kaemong, R. C., ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). **1** PENYEBAB PENGARUHNYA PERTUMBUHAN PASAR INDONESIA TERHADAP PRODUK SKIN CARE LOKAL. ARMADA (Jurnal Penelitian Multidisiplin) . **1** Nawiyah1\*, R. C., ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). | 1390 PENYEBAB PENGARUHNYA PERTUMBUHAN PASAR 46 INDONESIA TERHADAP PRODUK SKIN CARE LOKAL. ARMADA (Jurnal Penelitian Multidisiplin) . Salsabila, R. (2023, Agustus 3). CNBC Indonesia Lifestyle . Retrieved from [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230803123606-33-459821/jakarta-x-beauty-resmi-dibuka-bisa-borong-skincare-di-sini): <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230803123606-33-459821/jakarta-x-beauty-resmi-dibuka-bisa-borong-skincare-di-sini> Setiawan, A. A., & Soerjoatmodjo, G. W. (2021). Buku Pedoman Kerja Profesi Universitas Pembangunan Jaya. Tangerang Selatan: UPJ press. Sooca Design. (2015, Februari 19). [soocadesign.com](https://www.soocadesign.com) . Retrieved from [soocadesign.com](https://www.soocadesign.com): <https://www.soocadesign.com/blog/peran-desainer-grafis-pembuatan-media-promosi/> tandahijau. (2024, July 18). [tandahijau.com](https://tandahijau.com) . Retrieved from [tandahijau.com](https://tandahijau.com): <https://tandahijau.com/desain-grafis-packaging-strategi-penting-untuk-meningkatkan-daya-tarik-produk/> 47



REPORT #24275675

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

|                 |  |     |
|-----------------|--|-----|
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 1.              | <b>0.63%</b> eprints.upj.ac.id<br><a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9576/19/SIMILARITY%20CHECK.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9576/19/SIMILARITY%20CHECK.pdf</a>                              | ● ● |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 2.              | <b>0.55%</b> eprints.upj.ac.id<br><a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2714/11/bab1.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2714/11/bab1.pdf</a>  | ● ● |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 3.              | <b>0.45%</b> eprints.upj.ac.id<br><a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3751/10/BAB%20I.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3751/10/BAB%20I.pdf</a>  | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 4.              | <b>0.38%</b> stekom.ac.id<br><a href="https://stekom.ac.id/artikel/mengapa-magang-pada-saat-kuliah-memberikan-k...">https://stekom.ac.id/artikel/mengapa-magang-pada-saat-kuliah-memberikan-k...</a>               | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 5.              | <b>0.26%</b> ejournal.45mataram.ac.id<br><a href="https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada/article/download/1060/92...">https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada/article/download/1060/92...</a> | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 6.              | <b>0.1%</b> www.muksiabadisadaya.co.id<br><a href="https://www.muksiabadisadaya.co.id/m/About-Us/Company-Profile.html">https://www.muksiabadisadaya.co.id/m/About-Us/Company-Profile.html</a>                      | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 7.              | <b>0.09%</b> kerma.esaunggul.ac.id<br><a href="https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..">https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..</a>            | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 8.              | <b>0.02%</b> www.creativeans.com<br><a href="https://www.creativeans.com/resources/desain-grafis-wujud-visual-pendukung...">https://www.creativeans.com/resources/desain-grafis-wujud-visual-pendukung...</a>      | ●   |



REPORT #24275675

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **1.32%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9576/19/SIMILARITY%20CHECK.pdf>

INTERNET SOURCE

2. **1.25%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7017/12/BAB%20III.pdf>

INTERNET SOURCE

3. **1.07%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8555/13/13.%20BAB%20III.pdf>

INTERNET SOURCE

4. **1.03%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7267/13/Bab%203.pdf>

INTERNET SOURCE

5. **0.82%** www.creativeans.com  
<https://www.creativeans.com/resources/desain-grafis-wujud-visual-pendukung...>

INTERNET SOURCE

6. **0.77%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1662/32/BAB%20III.pdf>

INTERNET SOURCE

7. **0.62%** radarbromo.jawapos.com  
<https://radarbromo.jawapos.com/main-desain/1004934186/desain-grafis-wujud...>

INTERNET SOURCE

8. **0.47%** idseducation.com  
<https://idseducation.com/alasan-pentingnya-peran-desain-grafis/>

INTERNET SOURCE

9. **0.31%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7365/17/BAB%20III.pdf>

INTERNET SOURCE

10. **0.26%** campus.co.id  
<https://campus.co.id/membangun-brand-identity/>

INTERNET SOURCE

11. **0.26%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9746/9/BAB%20III.pdf>



REPORT #24275675

INTERNET SOURCE

12. **0.14%** [www.hartsimagineering.com](http://www.hartsimagineering.com)

<https://www.hartsimagineering.com/design-2022/blog/mengapa-desain-grafis-p..>

● REFERENCES

INTERNET SOURCE

1. **0.57%** [ejournal.45mataram.ac.id](http://ejournal.45mataram.ac.id)

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada/article/download/1060/92...>