



7%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 22 JAN 2025, 4:01 PM

Similarity report

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

● IDENTICAL
0.23%

● CHANGED TEXT
6.76%

Report #24497985

i BAB 1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Proses belajar di lingkungan akademik sering kali belum cukup untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan di dunia kerja. Pembelajaran teori yang diberikan perlu dilengkapi dengan pengalaman praktik langsung di lapangan agar mahasiswa bisa memahami dengan lebih baik bagaimana dunia profesional sebenarnya bekerja. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah mata kuliah kerja profesi (KP) yang dapat memberikan mahasiswa kesempatan untuk merasakan suasana kerja nyata, mendapatkan wawasan, pengalaman, dan pemahaman langsung dari industri tempat pelaksanaan kerja profesi dan menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan. 10 Industri fashion termasuk dalam salah satu dari 16 sektor yang menjadi bagian dari industri ekonomi kreatif. Perkembangan industri fashion di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap tren dan gaya hidup. Salah satu brand lokal yang berhasil menarik perhatian publik adalah Ria Miranda, merupakan sebuah brand fashion yang lahir dari tangan kreatif Ria Miranda, seorang alumni Esmo Fashion School Jakarta, yang memulai perjalanannya pada tahun 2009 Ria Miranda berada di bawah naungan PT. Miranda Moda Indonesia. Brand ini dikenal dengan desain busana yang memadukan kesopanan, kenyamanan, serta nilai-nilai Islami, sehingga cocok 1 (Pertwi, 2023) (Saraswati, 2019). untuk perempuan yang ingin tampil anggun namun tetap sesuai

dengan prinsip berpakaian santun. Perkembangan ini mendorong individu maupun brand untuk membentuk identitas yang khas agar dapat dikenal dan diapresiasi. Tren fashion yang terus berubah tidak hanya menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, tetapi juga menjadi simbol kebanggaan dan sarana untuk mengekspresikan diri. Dalam menjalankan bisnis, membangun brand awareness sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Di sinilah peran Graphic Designer menjadi sangat relevan dan krusial dalam mendukung upaya pemasaran dan branding yang dilakukan perusahaan. Pengalaman Kerja Profesi ini memberikan peluang yang berharga bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana desain grafis dapat mendukung keberhasilan strategi pemasaran, terutama dalam industri yang kompetitif seperti fashion lokal muslim. Praktikan akan membahas proses pembuatan desain grafis yang dirancang untuk mendukung kebutuhan promosi dan memperkuat branding perusahaan. Laporan ini bertujuan untuk menjelaskan tahapan dalam menciptakan materi desain yang menarik dan efektif, serta menganalisis dampaknya terhadap peningkatan brand awareness dan daya tarik konsumen. Dengan demikian, laporan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat mengenai pentingnya peran desain grafis dalam mendukung pertumbuhan industri modest fashion 2 (Kadir, 2023) (Pienrasmi & Nur, 2021).

11 12

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2

1 Maksud Kerja Profesi Kerja

Profesi ini bertujuan untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di perkuliahan dengan praktik di lapangan, sehingga mahasiswa dapat memahami secara langsung dinamika dunia profesional. Dalam Kerja Profesi, mahasiswa tidak hanya diajak untuk menerapkan keterampilan dan pengetahuan yang telah diperoleh, tetapi juga untuk mengembangkan kemampuan baru, seperti komunikasi, kerja tim, dan pemecahan masalah, yang penting dalam dunia kerja. Program ini juga menjadi kesempatan untuk membangun relasi profesional serta memahami tantangan dan peluang di industri yang sesuai dengan bidang keahlian masing-masing.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Tujuan dilaksanakannya Kerja Profesi adalah sebagai berikut: a. Menilai bagaimana teori yang dipelajari di kampus dapat diterapkan dalam situasi kerja

sehari-hari. b. Mengembangkan keterampilan soft skills seperti komunikasi, kerja sama tim, dan pemecahan masalah. c. Membangun pemahaman tentang etika kerja dan budaya profesional. d. **4** Memperluas wawasan dan pengalaman untuk mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja di masa depan. e.

Membekali mahasiswa dengan wawasan dan keterampilan praktis yang dapat diterapkan di dunia kerja. 3 1.3 Tempat Kerja Profesi Praktikan

melaksanakan program Kerja Profesi di PT. Miranda Moda Indonesia, sebuah perusahaan yang berdiri sejak tahun 2011 dan telah beroperasi selama 13 tahun hingga saat ini. Kantor perusahaan saat ini berlokasi di

Heritage Bintaro Junction, tepatnya di Jl. Jend. Sudirman Blok A2

No.6, Pondok Jaya, Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten. 1.4

Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Praktikan melaksanakan program Kerja

Profesi selama 3 (tiga) bulan, mulai dari tanggal 28 Agustus 2024

hingga 6 Desember 2024. Jadwal kerja dilakukan 5 hari dalam seminggu,

yaitu dari Senin hingga Jumat, dengan sistem kerja hybrid yang

menggabungkan WFO (Work From Office) dan WFH (Work From Home

). Pada hari Senin, praktikan bekerja dari rumah (WFH). Pada hari

Selasa, Rabu, Kamis, dan Jumat, praktikan bekerja di kantor (WFO)

dengan jam kerja mulai pukul 09.00 pagi hingga 17.30 sore. Jadwal

ini dirancang untuk memberikan fleksibilitas dalam menjalankan pekerjaan

sekaligus tetap memenuhi tanggung jawab selama program berlangsung. 4

Tabel Error: Reference source not found.1 Jadwal Kerja Profesi di PT.

Miranda Moda Indonesia 5 Bulan Sistem Kerja Jam Kerja Agustus Senin

(WFH) Selasa, Rabu, Kamis, Jumat (WFO) 09:00 – 17:30 WIB Septembe

r Senin (WFH) Selasa, Rabu, Kamis, Jumat (WFO) 09:00 – 17:30 WI

B Oktober Senin (WFH) Selasa, Rabu, Kamis, Jumat (WFO) 09:00 – 17:3

0 WIB November Senin (WFH) Selasa, Rabu, Kamis, Jumat (WFO) 09:00

– 17:30 WIB Desember Senin (WFH) Selasa, Rabu, Kamis, Jumat (WFO) 09:0

0 – 17:30 WIB BAB 2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah

h Perusahaan PT. Miranda Moda Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di industri mode sejak 2009 dan berpusat di Jakarta.

Perusahaan ini dirintis oleh Indria Miranda, seorang lulusan ESMOD Jakarta, yang memiliki visi untuk menghadirkan karya fashion yang mengutamakan keunggulan dengan nuansa khas. Kantor utamanya berada di kawasan Bintaro, Tangerang Selatan, dan perusahaan ini didukung oleh ratusan tenaga kerja profesional. Salah satu merek utama yang menjadi andalan PT. Miranda Moda Indonesia adalah RiaMiranda, yang identik dengan desain berkarakter lembut. Koleksi ini memadukan unsur warna pastel dan corak yang terinspirasi dari budaya Minang. Selain itu, perusahaan ini juga menawarkan variasi produk lain, seperti RiaMiranda Signature, RiaMiranda Essentials, Luna, Petite, Mind Homme, serta RM Living, yang mencakup kebutuhan fashion hingga elemen gaya hidup. Produk-produk yang dihasilkan telah tampil di berbagai ajang fashion di tingkat global. Berbagai kota besar seperti Jakarta, Melbourne, Chicago, Singapura, Hong Kong, Malaysia, Dubai, hingga London telah menjadi panggung bagi karya-karya 6 mereka. **2** Penghargaan seperti Femina Inacraft Choice Award pada 2012 dan Influence Asia Award di 2017 menunjukkan apresiasi atas konsistensi dan keunggulan produk yang dihasilkan. Selain fokus pada pengembangan lini fashion, perusahaan ini juga memperluas jangkauan produknya ke sektor home and living serta gaya hidup. Melalui pendekatan desain yang konsisten dan inspirasi budaya, Miranda Moda Indonesia terus memperkuat posisinya di pasar domestik dan internasional. **11 13**

2.1 11 13 14 1 Visi dan Misi Perusahaan PT. Miranda Moda Indonesia adalah perusahaan yang mengelola brand fashion RiaMiranda dengan komitmen terhadap nilai-nilai Islam dan kreativitas. Visi dan misi perusahaan mencerminkan pendekatan strategis mereka dalam menciptakan produk yang mengintegrasikan estetika dengan pesan moral yang mendalam. **1 2** PT. Miranda Moda Indonesia mempunyai Visi yaitu untuk menciptakan sebuah dunia yang terinspirasi oleh nilai-nilai Islam dan Misi PT. Miranda Moda Indonesia adalah untuk berkreasi dalam menciptakan produk gaya hidup yang tidak hanya sekadar mode, tetapi juga memberikan inspirasi dari nilai-nilai kebaikan. Dengan visi dan misi tersebut, PT. Miranda Moda Indonesia berusaha menjadi

perintis di sektor fashion modest yang memadukan prinsip moral, keindahan desain, dan perhatian terhadap keberlanjutan dalam setiap produknya. 7.2.2 Struktur Organisasi Praktikan bekerja di divisi Art & Creative yang berada di bawah pengawasan langsung Senior Art & Creative . **1** Divisi ini bertanggung jawab atas seluruh kebutuhan konsep dan desain visual perusahaan, mencakup materi pemasaran dan promosi untuk memastikan konsistensi dan keunggulan estetika merek. Praktikan juga berkoordinasi dengan tim yang terdiri dari berbagai peran untuk mendukung operasional merek secara optimal. Struktur organisasi PT. **1** Miranda Moda Indonesia didasarkan pada empat manajer merek, yaitu Marketing 8 Gambar 2. 1 Struktur Organisasi PT Miranda Moda Indonesia Communication Manager, Social Media Manager, Senior Art & Creative , dan Public Relation Manager . **1** Setiap manajer memiliki tanggung jawab unik untuk mendukung operasional perusahaan. **1** Marketing Communication Manager bertugas merancang strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk memperkuat citra merek dan memperluas jangkauan pasar. Social Media Manager mengelola dan mengembangkan kehadiran merek di platform media sosial, memastikan konten yang dipublikasikan sesuai dengan identitas merek dan menghasilkan interaksi positif dengan audiens. Senior Art & Creative bertanggung jawab atas pengembangan konsep visual dan desain untuk memastikan estetika merek tetap konsisten. Public Relation Manager fokus membangun hubungan yang baik dengan media, influencer, serta pemangku kepentingan lainnya guna meningkatkan visibilitas dan reputasi merek. Sebagai seorang Graphic Designer Intern , praktikan bekerja di bawah supervisi Graphic Designer , yaitu Kak Adithya Rushadi Putra. Seluruh pekerjaan yang dilakukan praktikan berada dalam koridor bimbingan langsung untuk memastikan bahwa hasil pekerjaan sesuai dengan standar perusahaan. Dengan struktur organisasi yang terorganisasi dengan baik, PT. **1** Miranda Moda Indonesia menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan produktif, memungkinkan setiap anggota tim menjalankan peran mereka secara maksimal. **11** 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan PT. **1** 8 **1** Miranda Moda Indonesia menetapkan jam kerja dari pukul 09.00 pagi hingga 17.00 sore, yang berlaku setiap hari Senin hingga Jumat.

Penjadwalan ini memberikan batasan waktu 9 yang jelas bagi karyawan untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka secara efektif. Jam kerja tersebut juga mempermudah manajemen dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan dan memastikan kelancaran operasional perusahaan. Perusahaan memberikan kebebasan kepada karyawan dalam memilih pakaian kerja, namun tetap memberlakukan panduan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Bagi karyawan perempuan, diharapkan mengenakan hijab serta pakaian yang sopan, seperti baju dan celana yang tidak ketat. Karyawan laki-laki maupun perempuan juga diminta untuk menjaga kesopanan dalam berpakaian, tanpa ada aturan yang terlalu membatasi gaya individu selama sesuai dengan norma yang berlaku. Perusahaan memiliki beberapa kegiatan rutin yang wajib diikuti oleh seluruh karyawan. Berikut adalah kegiatan rutin perusahaan: 1. Photoshoot Model Kegiatan ini dilakukan untuk mendukung peluncuran produk baru yang diadakan setiap minggu. Proses photoshoot mencakup pengambilan gambar model yang menggunakan koleksi terbaru untuk keperluan promosi di media sosial, website, dan katalog perusahaan. 2. Photoshoot Produk Selain photoshoot model, pengambilan gambar produk juga menjadi bagian penting dalam mempersiapkan peluncuran mingguan. Photoshoot produk ini bertujuan untuk menonjolkan detail desain, warna, dan karakteristik setiap koleksi secara visual. 3. Weekly Meeting Rapat mingguan dilakukan untuk mengevaluasi pencapaian target, membahas kendala yang dihadapi, serta merencanakan strategi untuk minggu berikutnya. Setiap 10 divisi memberikan laporan dan masukan terkait operasional mereka. 4. Monthly Meeting Rapat bulanan mencakup pembahasan yang lebih mendalam mengenai capaian perusahaan, termasuk tinjauan terhadap strategi pemasaran, pengelolaan produk, dan inovasi desain. Rapat ini juga menjadi forum untuk menyelaraskan visi dan misi antara manajemen dan seluruh divisi. 5. Baca Quran Tiap Jumat Kegiatan baca Quran dilaksanakan setiap Jumat sebagai bentuk refleksi spiritual yang mencerminkan nilai-nilai Islam yang dianut perusahaan. 6. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memperkuat ikatan emosional antar karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis. 6.

Shoot Creative Content Pengambilan konten dilakukan untuk mendukung promosi, seperti promo dan diskon yang sedang berlangsung. Kegiatan ini meliputi pembuatan video pendek, foto promosi, dan materi lain yang dipublikasikan di berbagai platform media perusahaan.

7. Monthly Event Launching Event ini diselenggarakan setiap bulan di berbagai store cabang sebagai bagian dari peluncuran koleksi baru. Acara ini mengundang influencer serta komunitas RiaMirandaWomen untuk memperkenalkan koleksi terbaru secara langsung kepada pelanggan.

8. Annual Show 11 Acara tahunan ini menjadi puncak perayaan perusahaan, biasanya diadakan pada akhir tahun. Dalam annual show, dua koleksi eksklusif, yaitu RTW (Ready-to- Wear) dan Signature, diperkenalkan untuk tahun berikutnya. Acara ini menjadi momen strategis untuk memperkuat identitas brand dan menjalin hubungan yang lebih erat dengan pelanggan serta mitra bisnis.

9 BAB 3

PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Praktikan melaksanakan program kerja profesi di PT. Miranda Moda Indonesia sebagai desainer grafis, khususnya di divisi kreatif yang berfokus pada brand RiaMiranda. Selama 3 bulan, praktikan bekerja sama dengan Social Media Specialist, Marcomm, dan Senior Graphic Designer untuk mendukung berbagai kebutuhan visual brand RiaMiranda. Kolaborasi ini dilakukan untuk memastikan seluruh elemen desain mencerminkan identitas merek yang mengusung nilai-nilai Islam dan estetika feminin khas RiaMiranda.

1. Desain Visual Media Sosial Pembuatan konten visual untuk promosi di media sosial, seperti Instagram Stories (IGS), feed Instagram, dan banner untuk promo, diskon, atau kampanye khusus.

2. Event dan Kampanye Promosi a. Persiapan dan desain material untuk event launching di berbagai cabang, termasuk invitation, voucher, backdrop, dan placemat. b. Desain konten promosi untuk kampanye besar seperti 9.9, 10.10, free shipping, dan program khusus lainnya.

3. RMTS Annual Show a. Persiapan material untuk acara besar seperti RMTS (RiaMiranda Trunk Show) dan event kolaborasi lainnya. b. Pembuatan undangan untuk berbagai acara seperti trunk show, bazaar, atau launching produk.

4. Materi Promosi Digital

dan Cetak Desain elemen cetak seperti sticker untuk promosi offline dan freebies . Garis besar ini menunjukkan bahwa pekerjaan mencakup desain grafis, pembuatan konten visual, persiapan material untuk event , pengelolaan media sosial, hingga pengembangan katalog dan materi promosi lainnya. Setiap desain yang dibuat menggunakan font Public Sans Family dan selalu konsisten dengan color palette RiaMiranda yang meliputi warna pastel pink lembut (#E8BBB6), abu-abu 13 gelap netral (#615E5A), putih bersih (#FFFFFF), dan coklat muda elegan (#956B40). 3.2

Pelaksanaan Kerja Pada pelaksanaan kerja profesi di PT. Miranda Moda Indonesia, Proses pengerjaan desain dibagi menjadi 6 tahapan, yaitu Guideline , briefing , brainstorming, design process, evaluation & revision, finalization . Tabel Error: Reference source not found.2

Pelaksanaan Kerja 14 Gambar 3. 1 Tahapan Pengerjaan Periode Kerja Profesi Tanggal Pelaksanaan Sistem Kerja Profesi 3 Bulan 28 Agustus 2024 - 6 Desember 2024 Jadwal kerja dilakukan 5 hari dalam seminggu, yaitu dari Senin hingga Jumat, dengan sistem kerja hybrid yang menggabungkan WFO (Work From Office) dan WFH (Work From Home). 1. Guideline Proses pekerjaan dimulai dengan Guideline . Tahap ini dimulai dengan memeriksa dokumen seperti Google Spreadsheets atau Google Slides yang berisi permintaan dari tim marketing atau social media specialist. Dokumen tersebut mencakup arahan, naskah, serta detail kebutuhan desain untuk keperluan cetak, acara, atau media sosial seperti Instagram Stories, feed Instagram, dan konten kreatif lainnya. Gambar 3. 2 Grid Preview Markering Team 15 Gambar 3. 3 Guideline Google Slides Social Media Specialist Gambar 3. 4 Guideline Google Sheets Marketing 16 2. Briefing Tahap berikutnya adalah briefing . Praktikan memastikan bahwa arahan yang diterima dapat dikerjakan dengan cara mengonfirmasi kepada senior graphic designer . Setelah mendapat persetujuan, praktikan menerima arahan teknis yang lebih rinci terkait cara pengerjaan proyek desain. Proses ini memastikan setiap langkah kerja sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan Perusahaan dan biasanya dilakukan secara langsung

ditempat. 3. Brainstorming Pada tahap brainstorming , praktikan mulai mengembangkan konsep desain dengan memanfaatkan referensi dari karya-karya sebelumnya. Konsep tersebut disesuaikan dengan tema atau musim yang sedang berjalan, kemudian ditambahkan elemen baru untuk menciptakan hasil desain yang segar dan relevan. 4. Proses Desain Proses desain atau design process merupakan tahap inti, di mana praktikan mulai menciptakan karya visual berdasarkan panduan dan arahan yang telah diterima. **7 Pengerjaan desain dilakukan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Photoshop atau Adobe After Effects, tergantung pada kebutuhan proyek.** 17 Gambar 3. 5 Proses Desain Menggunakan Adobe Photoshop Gambar 3. 6 Proses Desain Menggunakan Adobe After Effects 18 5. Evaluasi & Revisi Tahap evaluasi dan revisi dilakukan setelah desain selesai dikerjakan. Praktikan meminta feedback dari atasan melalui supervisi langsung atau komunikasi via WhatsApp. Masukan yang diberikan menjadi dasar untuk melakukan revisi sehingga hasil desain dapat memenuhi standar perusahaan. Gambar 3. 7 Evaluasi dan Revisi 19 6. Finalization Tahap akhir adalah finalisasi, di mana desain yang sudah direvisi diunggah ke Google Drive. Pengunggahan ini memastikan bahwa desain siap digunakan untuk kebutuhan perusahaan, baik untuk keperluan internal maupun eksternal. Proses ini mengakhiri siklus desain dengan memastikan hasil akhir sesuai ekspektasi. Gambar 3. 8 Tahap Finalisasi Google Drive 3.2.1 Merancang Kebutuhan Desain Event Workshop Lombok Event Workshop Lombok yang diadakan di RiaMiranda Store Lombok pada tanggal 19 Oktober 2024 merupakan bagian dari upaya branding yang mengedepankan nilai estetika dan kreativitas khas Ria 20 Miranda. Desain untuk event ini mencakup berbagai elemen visual, seperti backdrop , invitation , voucher , dan placemat yang dirancang untuk menciptakan suasana elegan dan berkesan. Dengan tema Ria Miranda Fall , seluruh elemen desain diselaraskan untuk mendukung acara yang memperkenalkan koleksi terbaru sambil memberikan pengalaman eksklusif kepada para tamu undangan.. Berikut adalah beberapa perancangan yang dikerjakan oleh praktikan, antara lain: 3.2.1.1 Merancang Desain Voucher

REPORT #24497985

Praktikan bertugas merancang desain Voucher Lombok untuk mendukung acara eksklusif yang diselenggarakan oleh Ria Miranda di Lombok pada 19 Oktober 2024. Voucher ini memiliki dua sisi (front-back) yang didesain dengan elemen visual khas Ria Miranda, seperti motif bunga, warna pastel, dan tata letak yang elegan, mencerminkan identitas merek. Berikut adalah proses kerja yang praktikan lakukan dalam mengerjakan desain Voucher : Proses Kerja Keterangan Guideline Praktikan mempelajari panduan desain dari Google Spreadsheets yang berisi permintaan tim marketing . Informasi yang diterima mencakup konsep, ukuran voucher (front- back), dan copywriting yang akan digunakan. Briefing Praktikan mengonfirmasi dengan atasan (senior graphic designer) mengenai tugas desain voucher Lombok. Setelah mendapat persetujuan, praktikan menerima arahan tambahan terkait elemen visual dan tata 21 letak. Brainstorming Praktikan mencari inspirasi dari desain voucher sebelumnya, menyesuaikannya dengan tema Lombok, dan menambahkan elemen khas seperti warna atau motif yang relevan dengan estetika merek. Design Process Proses desain dilakukan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Photoshop untuk menciptakan desain voucher sesuai arahan dan panduan yang diberikan. Evaluation & Revision Desain yang telah dibuat dievaluasi oleh atasan melalui asistensi langsung atau via WhatsApp. **5 Revisi dilakukan berdasarkan masukan, seperti penyesuaian warna, font, atau tata letak.** Finalization Desain final disimpan dalam format yang sesuai dan diunggah ke Google Drive untuk didistribusikan dan digunakan dalam acara Event Workshop Lombok.

Tabel Error: Reference source not found.3 Proses Kerja Desain Voucher Event Workshop Lombok 22 Gambar 3. 9 Guidline Team Marketing 23 Gambar 3. 10 Proses Kerja Desain Voucher Gambar 3. 11 Hasil Akhir Desain Voucher 24 3.2.1.2 Merancang Desain Backdrop Desain backdrop untuk acara di Ria Miranda Lombok memiliki ukuran 220 x 220 cm dan dirancang sesuai dengan tema acara Ria Miranda Fall Style yang akan diselenggarakan pada tanggal 19 Oktober 2024. Backdrop i ni difokuskan untuk mendukung kegiatan acara dengan memberikan suasana visual

yang konsisten dengan identitas merek, menggunakan elemen desain seperti motif khas Ria Miranda, warna pastel, dan tata letak yang menarik. Desain ini tidak hanya berfungsi sebagai dekorasi, tetapi juga sebagai latar untuk foto tamu undangan, sehingga menciptakan pengalaman visual yang elegan dan profesional. Berikut adalah proses kerja yang praktikan lakukan dalam merancang desain Backdrop : Proses Kerja Keterangan

Guideline Praktikan mempelajari informasi guideline yang mencakup ukuran backdrop 220 x 220 cm dan elemen visual yang harus ditampilkan, seperti logo, tema Event Workshop Lombok. **Briefing Praktikan** mengonfirmasi dengan senior graphic designer terkait konsep desain dan memastikan elemen utama, seperti tata letak dan warna, sesuai kebutuhan. **Brainstorming Praktikan** mengembangkan ide berdasarkan referensi backdrop sebelumnya, menambahkan elemen desain. **Design Process** Proses desain dilakukan menggunakan Adobe Photoshop, dengan fokus pada komposisi elemen visual seperti logo, motif, 25 warna, dan informasi pendukung acara. **Evaluation & Revision** Hasil desain dievaluasi oleh atasan melalui asistensi langsung atau via WhatsApp. Masukan diterapkan untuk menyesuaikan warna, font, atau elemen tata letak. **Finalization** Desain final disimpan dalam format beresolusi tinggi format PDF dan diunggah ke Google Drive untuk digunakan dalam produksi Event Workshop Lombok.

Tabel Error: Reference source not found.4

Proses Kerja Desain Backdrop

Gambar 3. 12 Perancangan Desain Backdrop 26 Gambar 3. 13 Hasil Desain Backdrop

3.2.1.3 Merancang Desain Invitation Praktikan merancang desain undangan untuk acara Ria Miranda Fall Style yang berlangsung pada 19 Oktober 2024 di Store RiaMiranda Catur Warga No. 5, Mataram, Lombok, sesuai dengan brief yang diberikan. Elemen visual khas Ria Miranda, seperti motif bunga, warna pastel, dan tata letak elegan, digunakan untuk menciptakan kesan profesional dan eksklusif. Informasi penting, seperti tanggal, waktu, lokasi, dan dress code, disusun dengan jelas untuk mempermudah tamu undangan memahami 27 detail acara. Berikut adalah proses kerja yang praktikan lakukan dalam merancang konsep desain

Invitation : Proses Kerja Keterangan Guideline Praktikan memulai dengan mempelajari guideline yang mencakup tema acara Flower Bouquet Workshop , elemen visual khas Ria Miranda (motif bunga dan warna pastel), detail acara (tanggal, waktu, lokasi, dan dress code), serta dimensi khusus untuk Instagram Story (1080 x 1920 piksel). Briefing Setelah memahami guideline , praktikan menerima briefing dari Marketing & Senior Graphic Designer seperti tata letak informasi utama dan konsistensi visual dengan identitas merek Ria Miranda. Brainstorming Praktikan mengembangkan ide desain dengan mengacu pada referensi desain sebelumnya, mengadaptasi motif bunga dan tata letak yang sesuai dengan format vertikal untuk Instagram Story . Design Process Desain dikerjakan menggunakan Adobe Photoshop, memadukan elemen visual seperti motif bunga, warna pastel, dan informasi utama dalam tata letak yang jelas dan rapi. Evaluation & Revision Hasil desain diajukan melalui Whatsapp untuk evaluasi. Revisi dilakukan berdasarkan feedback tim, seperti penyesuaian tata letak atau elemen visual agar desain lebih menarik dan informatif. 28 Finalization Desain final disimpan dalam format JPEG resolusi tinggi dan diunggah ke Google Drive untuk Instagram Story dan diserahkan ke tim media sosial untuk disebar di acara Event Workshop Lombok. Tabel Error: Reference source not found.5 Proses Kerja Desain Invitation Gambar 3. 14 Proses Perancangan Desain Invitation 29 Gambar 3. 15 Hasil Desain Invitation 3.2.1.4 Merancang Desain Placemat Desain placemat untuk acara Ria Miranda Flower Bouquet Workshop dirancang dengan ukuran A4 (21 x 29,7 cm). Placemat ini didesain untuk memperkuat identitas visual merek sekaligus menciptakan pengalaman acara yang eksklusif. Elemen utama dalam desain ini mencakup motif bunga khas Ria Miranda, warna pastel lembut, dan 30 tata letak yang sederhana namun elegan. Placemat ini memiliki fungsi tidak hanya sebagai dekorasi meja tetapi juga sebagai elemen branding yang memperkuat suasana profesional dan estetik selama acara. Berikut adalah proses kerja yang praktikan lakukan dalam merancang desain Placemat : Proses Kerja Keterangan Guideline Praktikan mempelajari

tema acara Flower Bouquet Workshop , elemen visual khas Ria Miranda (motif bunga dan warna pastel), serta ukuran desain A4 (21 x 29,7 cm) untuk memastikan kesesuaian desain dengan identitas Ria Miranda. Briefing Arahan diberikan oleh atasan terkait elemen penting seperti logo, motif bunga, warna pastel, dan tata letak sederhana untuk menciptakan desain yang sesuai dengan tema acara. Brainstorming Praktikan mengembangkan ide tata letak dengan mengacu pada desain sebelumnya dan menyesuaikannya untuk acara dengan sentuhan segar yang tetap konsisten dengan identitas merek. Design Process Desain dikerjakan di Adobe Photoshop, memadukan motif bunga di tepi, logo di tengah, dan warna pastel sebagai latar belakang untuk hasil yang elegan dan minimalis. Evaluation & Revision Desain diajukan untuk evaluasi, lalu revisi dilakukan berdasarkan masukan, seperti 31 penyesuaian elemen visual agar lebih harmonis dan sesuai dengan tema acara. Finalization Desain final disimpan dalam format PDF untuk dicetak dan diunggah ke Google Drive sebagai file yang siap diakses oleh tim produksi. Tabel Error:

Reference source not found.6 Proses Kerja Desain Placemat Gambar 3. 16
Proses Desain Placemat 32 Gambar 3. 17 Hasil Desain Placemat 3.2.2
Merancang Desain Untuk Media Sosial 3.2.2.1 Merancang Desain Instagram Story (IGS) Dalam proses merancang desain untuk berbagai IGS media sosial, praktikan bertanggung jawab membuat konten yang sesuai dengan tema kampanye dan kebutuhan promosi. Konten yang dirancang meliputi: a. IGS RM Signature: Template untuk question box . b. IGS 4 September: 3 foto, 1 motion. c. IGS 5 September: 3 foto, 1 motion. d. Promo 9.9: IGS untuk kampanye promo diskon. e. Free Shipping : IGS untuk promosi pengiriman gratis. f. IGS RMTS (RiaMiranda Trunk Show): Konten live untuk acara RMTS. 33 g. IGS Maulid Nabi: Konten khusus memperingati Maulid Nabi. h. IGS Jumat Berkah: Konten rutin Jumat Berkah untuk engagement. i. IGS Last Stock Sale: Konten penjualan terakhir scarf. j. IGS Catalog Palestine: Highlight katalog koleksi spesial. k. IGS Sponsor Logo: Konten logo sponsor untuk

branding . l. IGS RM: Motion dan foto untuk berbagai tanggal (10-18 September). m. IGS Promo 10.10: Konten khusus promosi Oktober, etc. Berikut adalah proses kerja yang praktikan lakukan dalam merancang desain Media Sosial untuk Instagram Story : Proses Kerja Keterangan Guideline Praktikan mempelajari panduan yang mencakup tema kampanye, elemen visual seperti logo, warna, font, dan pesan utama yang harus disampaikan dalam IGS. Panduan ini diperoleh dari tim marketing atau social media specialist. Briefing Praktikan berdiskusi dengan senior graphic designer untuk mengonfirmasi konsep desain dan prioritas kerja. Arahan tambahan seperti tata letak dan animasi juga disampaikan untuk memastikan desain sesuai kebutuhan kampanye. Brainstorming Praktikan mencari inspirasi dari IGS yang 34 pernah dibuat sebelumnya dan menyesuaikan dengan tema terbaru. Ide-ide baru disusun berdasarkan kebutuhan kampanye, seperti promo, event , atau engagement audiens. Design Process Desain dilakukan menggunakan Adobe Photoshop atau Adobe After Effects, dengan fokus pada elemen visual seperti teks, gambar, animasi, dan transisi yang mendukung kampanye. Desain dibuat interaktif untuk menarik perhatian audiens. Evaluation & Revision Desain yang selesai dievaluasi oleh atasan melalui asistensi langsung atau WhatsApp. Feedback diterapkan, meliputi revisi tata letak, warna, atau animasi, hingga hasilnya sesuai standar Ria Miranda. Finalization Desain final disimpan dalam format yang kompatibel dengan Instagram (PNG atau MP4) dan diunggah ke Google Drive untuk dipublikasikan oleh tim media sosial. Tabel Error:

Reference source not found.7 Proses Kerja Desain Instagram Story 35
Gambar 3. 18 Guideline Gambar 3. 19 Proses Pengerjaan Desain Instagram Story 36 Gambar 3. 20 Hasil Pengerjaan Desain Instagram Story 37

3.2.2.2 Merancang Desain Sosial Media Feed Dalam proses merancang desain Instagram Feed , praktikan memastikan setiap konten dirancang sesuai tema kampanye dan kebutuhan promosi Ria Miranda. Konten yang dikerjakan mencakup berbagai kebutuhan seperti: a. Free Shipping : Banner untuk feed promosi pengiriman gratis. Gambar 3. 21 Banner Free Shipping b.

Giveaway RMW: Konten khusus giveaway untuk RiaMirandaWomen. 38 Gambar 3. 22 Konten Giveaway c. Feeds Tiktok: Konten Feeds Tiktok untuk koleksi Denim Series. 39 Gambar 3. 23 Guidline Konten Feeds Tiktok 40 Gambar 3. 24 Proses Pengerjaan Desain Feeds Gambar 3. 25 Hasil Konten Feeds Tiktok d. Feeds Block Post: Konten kreatif berbasis grid di feed Instagram. Berikut adalah proses kerja yang praktikan lakukan dalam merancang desain Media Sosial Feed : Proses Kerja Keterangan Guideline Praktikan mempelajari panduan desain dari tim marketing dan social media yang 41 Gambar 3. 26 Feeds Block Post mencakup tema kampanye, elemen visual seperti logo, warna pastel khas Ria Miranda, dan tata letak. Panduan ini mencakup kebutuhan untuk promo, branding koleksi, atau event . Briefing Praktikan berdiskusi dengan senior graphic designer untuk memastikan prioritas pekerjaan dan konsep desain yang sesuai. Arahan tambahan diberikan untuk menyesuaikan konten dengan identitas merek dan strategi media sosial. Brainstorming Praktikan mengembangkan ide dengan melihat feed Instagram sebelumnya, menyesuaikan dengan tema kampanye seperti promo diskon atau koleksi eksklusif, serta menambahkan elemen desain yang sesuai dengan estetika feminin dan tema acara. Design Process Desain feed dilakukan menggunakan Adobe Photoshop, dengan fokus pada tata letak visual yang menarik, komposisi gambar, pemilihan warna pastel, dan integrasi teks yang menonjolkan branding serta informasi penting. Evaluation & Revision Desain dievaluasi oleh senior graphic designer melalui asistensi langsung atau WhatsApp. Revisi dilakukan untuk menyesuaikan tata letak, font, warna, atau elemen visual lainnya hingga desain sesuai dengan standar Ria Miranda. Finalization Desain akhir disimpan dalam format yang 42 sesuai untuk Instagram Feed, seperti JPEG, dengan resolusi optimal. Desain diunggah ke Google Drive untuk didistribusikan dan dipublikasikan oleh tim media sosial. Tabel Error: Reference source not found.8 Proses Kerja Desain Media Sosial Feed

3.2.3 Merancang Desain Annual Show (RMTS)

Dalam proses merancang desain untuk Annual Show (RMTS), praktikan berperan aktif memastikan setiap

elemen visual mendukung branding dan tema eksklusif acara. Desain mencakup berbagai kebutuhan seperti LookBook koleksi RTW dan Signature , serta invitation dan Instagram Story . Praktikan bekerja sama dengan tim desain dan marketing untuk menyelaraskan setiap detail dengan identitas merek Ria Miranda. Proses ini bertujuan menciptakan pengalaman visual yang elegan dan profesional, sekaligus memperkuat kesan eksklusivitas koleksi yang diperkenalkan dalam acara tahunan ini. Konten yang dikerjakan mencakup berbagai kebutuhan seperti: a. LookBook : Merancang LookBook koleksi eksklusif RTW dan Signature dengan tata letak yang estetik dan sesuai branding Ria Miranda. 43 Gambar 3. 27 Hasil LookBook b. Invitation : Membuat undangan khusus dengan elemen visual yang mencerminkan tema eksklusif acara. 44 Gambar 3. 28 Desain Invitation c. Instagram Content : Membuat Instagram Story teaser dan persiapan lainnya untuk highlights acara. 45 Gambar 3. 29 Desain Instagram Content 46 Gambar 3. 30 Desain Instagram Content 47 Gambar 3. 31 Desain Instagram Content 48 Berikut adalah proses kerja yang praktikan lakukan dalam merancang desain kebutuhan Desain Annual Show (RMTS): Proses Kerja Keterangan Guideline Praktikan mempelajari guideline yang diberikan oleh tim marketing terkait Annual Show (RMTS). Panduan ini mencakup tema koleksi RTW dan Signature , elemen visual seperti logo, warna pastel khas Ria Miranda, serta format konten Instagram yang dibutuhkan. Briefing Praktikan berdiskusi dengan senior graphic designer untuk memahami prioritas pekerjaan dan memastikan bahwa konsep desain sesuai dengan identitas merek dan tujuan acara. Briefing mencakup arahan tambahan untuk tata letak dan elemen visual. Brainstorming Praktikan fokus pada brainstorming tata letak, menyesuaikan dengan elemen visual yang telah digunakan pada Annual Show dan mempertimbangkan cara terbaik untuk menampilkan koleksi eksklusif. Design Process Proses desain dilakukan menggunakan Adobe Photoshop, dengan fokus pada tata letak visual yang menarik dan menonjolkan koleksi RTW dan Signature . Elemen seperti teaser koleksi dan highlights acara disusun dengan rapi

dan estetis. Evaluation & Revision Desain yang telah dibuat dievaluasi oleh senior graphic designer melalui asistensi langsung atau komunikasi via WhatsApp. Revisi dilakukan berdasarkan masukan, 49 seperti perubahan tata letak, font, atau elemen visual lainnya. Finalization Desain final disimpan dalam format yang sesuai untuk Instagram (JPEG) dengan resolusi optimal. Konten diunggah ke Google Drive untuk didistribusikan dan dipublikasikan oleh tim media sosial. Tabel Error: Reference source not found.9 Proses Kerja Desain Annual Show (RMTS) 3.2.4 Merancang Kebutuhan Desain Katalog Dalam proses merancang desain katalog, praktikan memastikan desain mencerminkan identitas merek Ria Miranda dan selaras dengan tema koleksi. Katalog dirancang untuk berbagai kebutuhan, baik cetak maupun digital, seperti katalog web , katalog Essentials , hingga koleksi bertema khusus seperti Palestina. Praktikan berfokus pada tata letak gambar produk, deskripsi, dan elemen visual pendukung yang estetis, sehingga katalog tidak hanya menjadi alat informasi tetapi juga media yang memperkuat branding merek dan menarik perhatian pelanggan. Berikut adalah proses kerja yang praktikan lakukan dalam merancang kebutuhan desain katalog: Proses Kerja Keterangan Guideline Praktikan mempelajari guideline dari tim marketing yang mencakup tema koleksi, format katalog, elemen visual seperti logo, warna pastel khas Ria Miranda, dan informasi produk yang harus ditampilkan. Panduan ini juga mencakup spesifikasi teknis untuk kebutuhan cetak atau digital. Briefing Praktikan berdiskusi dengan senior graphic 50 designer untuk memahami konsep desain, prioritas konten, dan elemen tambahan yang harus dimasukkan. Arahan diberikan untuk memastikan desain sesuai dengan identitas merek dan tujuan katalog. Brainstorming Praktikan menggunakan template katalog yang sudah ada dari desain sebelumnya dan memikirkan penyesuaian tata letak jika diperlukan untuk menyesuaikan dengan koleksi terbaru. Design Process Proses desain dilakukan dengan mengganti foto dan teks dalam template yang sudah ada menggunakan Adobe Photoshop. Penyesuaian tambahan dilakukan untuk memastikan konsistensi visual dan kesesuaian dengan

koleksi baru. Evaluation & Revision Desain yang selesai dievaluasi oleh senior graphic designer melalui asistensi langsung atau komunikasi via WhatsApp. 5

Revisi dilakukan berdasarkan masukan, seperti penyesuaian teks, warna, atau elemen visual lainnya.

Finalization Desain katalog final disimpan dalam format resolusi tinggi JPEG yang diunggah ke Google Drive untuk distribusi atau publikasi di website atau media sosial. 51 Tabel

Error: Reference source not found.10 Proses Kerja Desain Katalog 52

Gambar 3. 32 Proses Perancangan Desain Katalog Gambar 3. 33 Hasil

Desain Katalog 3.2.5 Merancang Kebutuhan Desain Sticker 15 Langkah

Sticker 15 Langkah dirancang sebagai elemen pendukung untuk mempromosikan

koleksi 15 Langkah dari Ria Miranda sekaligus meningkatkan pengalaman

pelanggan. Sticker ini dibuat dengan tujuan tidak hanya sebagai

dekorasi, tetapi juga sebagai hadiah eksklusif yang dibagikan kepada

pelanggan yang membeli koleksi tersebut. Dengan ilustrasi pakaian dari

koleksi 15 Langkah, ditambah elemen estetis seperti bunga dan logo,

sticker ini memperkuat identitas merek dan menciptakan kesan yang

berkesan bagi pelanggan. Berikut adalah proses kerja yang praktikan

lakukan dalam merancang kebutuhan desain Sticker 15 Langkah: Proses

Kerja Keterangan Guideline Praktikan mempelajari guideline dari tim

marketing yang mencakup tema 15 Langkah, elemen visual seperti logo,

warna, dan gaya 53 ilustrasi yang sesuai dengan koleksi Ria Miranda.

Briefing Praktikan berdiskusi dengan senior graphic designer untuk

memahami konsep dan elemen tambahan yang perlu dimasukkan selain koleksi

baju, seperti ikon, bunga, dan elemen khas dari koleksi 15 Langkah.

Brainstorming Praktikan fokus pada brainstorming tata letak stiker dan

elemen pendukung. Inspirasi diambil dari koleksi 15 Langkah, dengan

tambahan elemen kreatif seperti ilustrasi bunga dan elemen khas lainnya.

Design Process Proses desain dilakukan menggunakan Procreate di iPad

untuk menggambar ilustrasi sendiri, termasuk pakaian dari koleksi 15

Langkah, bunga, dan elemen lainnya. Ilustrasi ini kemudian dikombinasikan

dengan elemen visual lain dalam tata letak stiker. Evaluation &

Revision Hasil desain dievaluasi oleh senior graphic designer melalui asistensi langsung atau komunikasi via WhatsApp. Revisi dilakukan berdasarkan masukan terkait tata letak, warna, atau detail ilustrasi. Finalization Desain stiker final disimpan dalam format cetak resolusi tinggi (PDF) dan diunggah ke Google Drive untuk distribusi dan produksi. Tabel Error: Reference source not found.11 Proses Kerja Desain Sticker 15 Langkah 54 Gambar 3. 34 Proses Pengerjaan Desain Sticker 55 Gambar 3. 35 Hasil Desain Sticker 56 3.3 Kendala yang Dihadapi

Dalam proses pengerjaan desain, praktikan menghadapi beberapa tantangan yang muncul dari dinamika pekerjaan di lingkungan kantor. Tantangan ini berkaitan dengan komunikasi, manajemen waktu, hingga preferensi desain, yang memengaruhi alur kerja dan pengambilan keputusan dalam proyek desain. Berikut adalah beberapa kendala utama yang dialami praktikan selama menjalani tugasnya: 1. Aktivitas yang padat di kantor, terutama saat ada banyak acara, sering menyebabkan keterlambatan dalam mendapatkan revisi atau arahan selanjutnya dari pihak terkait. 2. Komunikasi antar tim terkadang terputus atau kurang intensif. Meskipun demikian, masukan baru sering kali muncul untuk menggantikan arahan yang kurang jelas sebelumnya. 3. Praktikan sering menerima permintaan desain dari beberapa tim sekaligus, seperti tim media sosial, tim marketing, dan tim desain, yang membutuhkan manajemen prioritas yang baik untuk menyelesaikan semuanya tepat waktu. 4. Saat mencoba meningkatkan atau mengeksplorasi desain, beberapa pihak lebih memilih desain yang mengikuti pola atau format lama, sehingga membatasi ruang untuk kreativitas dalam memperbarui tampilan visual. Kendala-kendala ini menjadi tantangan tersendiri bagi praktikan dalam melaksanakan pekerjaan, namun juga memberikan pelajaran dalam hal yang sering terjadi di dunia kerja. 3.4 Cara Mengatasi

Kendala Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi, praktikan berupaya mengimplementasikan langkah-langkah strategis yang dapat meningkatkan efisiensi kerja dan 57 memperbaiki alur komunikasi. Langkah-langkah ini bertujuan untuk memastikan setiap proyek desain dapat diselesaikan dengan

tepat waktu dan tetap memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Berikut adalah upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut: 1. Praktikan dapat menetapkan tenggat waktu yang lebih jelas dengan pihak terkait untuk memberikan revisi atau arahan lanjutan. 2. Praktikan dapat mengambil inisiatif untuk melakukan follow-up secara berkala melalui chat atau secara langsung. 3. Praktikan dapat menentukan prioritas kerja berdasarkan urgensi dan tenggat waktu setiap permintaan. Membuat jadwal kerja harian atau mingguan juga dapat membantu mengelola beban kerja lebih efektif. 4. Praktikan dapat menyiasati keterbatasan eksplorasi dengan menawarkan beberapa opsi desain yang masih sesuai dengan preferensi format lama, tetapi memiliki elemen baru yang lebih segar. Mengkomunikasikan ide dengan jelas secara langsung dapat membantu meyakinkan tim akan manfaat dari peningkatan desain tersebut. 3.5 Pelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi Selama menjalani kerja profesi di PT. Miranda Moda Indonesia, praktikan dapat menghubungkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan di bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) dengan praktik kerja nyata di industri. Proyek desain yang dikerjakan, seperti katalog, sticker, dan Instagram content, memberikan pemahaman langsung tentang penerapan teori desain, tata letak, dan estetika yang dipelajari di perkuliahan. 5.8 Selain meningkatkan keterampilan teknis, kerja profesi ini juga membantu praktikan dalam mengembangkan berbagai soft skills yang esensial di dunia kerja. Praktikan belajar untuk beradaptasi dalam lingkungan kerja yang dinamis, terutama saat menghadapi tekanan dari banyaknya permintaan desain dan tenggat waktu yang ketat. Kemampuan komunikasi interpersonal praktikan semakin terasah melalui kolaborasi dengan berbagai tim, seperti tim marketing, media sosial, dan desain. Praktikan juga mengasah kemampuan manajemen waktu dan penyelesaian masalah, dengan mencari solusi yang efektif untuk menyelesaikan kendala seperti keterbatasan eksplorasi desain atau hambatan dalam komunikasi. Semua soft skills ini menjadi bekal penting bagi praktikan untuk menghadapi tantangan di dunia profesional,

sekaligus memperkuat kompetensinya sebagai lulusan DKV yang siap terjun ke industri. BAB 4 PENUTUP 4.1 Simpulan Melalui kerja profesi di PT. Miranda Moda Indonesia, praktikan tidak hanya memperdalam pemahaman tentang desain grafis, tetapi juga memperoleh wawasan baru tentang dunia fashion , termasuk proses branding , promosi, dan peluncuran koleksi dalam industri ini. Praktikan belajar bagaimana konsistensi identitas merek sangat penting dalam setiap elemen visual yang dihasilkan, mulai dari katalog digital, konten Instagram, hingga elemen branding untuk acara-acara besar seperti Annual Show (RMTS). 59 Praktikan mendapatkan kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan Desain Komunikasi Visual (DKV) ke dalam dunia kerja nyata. 3 Pengalaman ini tidak hanya menjadi ajang pembuktian kemampuan teknis, tetapi juga menjadi proses pembelajaran yang memperkuat keterampilan profesional serta pengembangan soft skills yang penting untuk menghadapi dinamika industri kreatif. 4.2

Saran 4.2.1 Saran untuk Perusahaan Saran untuk PT. Miranda Moda Indonesia adalah memperkuat komunikasi antar tim dengan memastikan briefing rutin dilakukan untuk menyelaraskan setiap proyek yang dikerjakan, serta lebih melibatkan anak magang dalam proses kerja untuk memberikan pengalaman kolaborasi yang lebih mendalam. Selain itu, perusahaan diharapkan dapat memberikan ruang bagi tim desain, termasuk anak magang, untuk mengeksplorasi ide kreatif baru yang tetap relevan dengan identitas merek, sehingga desain yang dihasilkan tidak hanya konsisten tetapi juga inovatif dan segar. 4.2.2 Saran untuk Universitas Universitas dapat memperkuat pembekalan keterampilan teknis dan soft skills bagi mahasiswa sebelum menjalani kerja profesi, seperti pelatihan komunikasi efektif, manajemen waktu, dan kolaborasi tim. Hal ini akan membantu mahasiswa lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh secara optimal. 60 4.2.3 Saran untuk Mahasiswa Mahasiswa bisa memanfaatkan kesempatan kerja profesi sebagai ajang untuk belajar dan mengembangkan diri secara maksimal. Mahasiswa sebaiknya proaktif dalam berkomunikasi dengan tim di tempat kerja, baik

REPORT #24497985

untuk meminta arahan, feedback, maupun berkolaborasi. Selain itu, penting untuk tetap terbuka terhadap kritik dan saran agar dapat memperbaiki kekurangan. . 61



REPORT #24497985

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	3.84% kc.umn.ac.id	● ●
	https://kc.umn.ac.id/id/eprint/33228/3/BAB_II.pdf	
INTERNET SOURCE		
2.	1.06% kc.umn.ac.id	●
	https://kc.umn.ac.id/id/eprint/33236/3/BAB_II.pdf	
INTERNET SOURCE		
3.	0.55% www.liputan6.com	●
	https://www.liputan6.com/feeds/read/5869283/teknik-sipil-belajar-apa-pandua...	
INTERNET SOURCE		
4.	0.48% www.pradita.ac.id	●
	https://www.pradita.ac.id/publication/kuliah-tamu-dana-indonesia-tentang-ma...	
INTERNET SOURCE		
5.	0.41% kc.umn.ac.id	●
	https://kc.umn.ac.id/id/eprint/32955/4/BAB_III.pdf	
INTERNET SOURCE		
6.	0.3% bintangsempurna.co.id	●
	https://bintangsempurna.co.id/insight/blog/dari-brosur-hingga-kemasan-ekspl...	
INTERNET SOURCE		
7.	0.3% static.buku.kemdikbud.go.id	●
	https://static.buku.kemdikbud.go.id/content/pdf/bukuteks/kurikulum21/Dasar-...	
INTERNET SOURCE		
8.	0.28% repository.fe.unj.ac.id	●
	http://repository.fe.unj.ac.id/9801/1/Laporan%20PKL_Sukandi_1702518009_DII...	
INTERNET SOURCE		
9.	0.22% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7248/13/BAB%20III.pdf	



REPORT #24497985

INTERNET SOURCE		
10. 0.22%	www.inews.id https://www.inews.id/travel/belanja/menparekraf-sandiaga-ungkap-industri-fas..	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.22%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/5721/1/Laporan%20PKL.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
12. 0.08%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2714/11/bab1.pdf	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.07%	repository.mercubuana.ac.id https://repository.mercubuana.ac.id/63128/1/01.COVER.pdf	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.06%	repository.uisi.ac.id https://repository.uisi.ac.id/5723/2/KERJA%20PRAKTIK%20-%20%28MUHAMMA...	●