



4.8%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 18 JUN 2024, 11:27 AM

Similarity report

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

● IDENTICAL
0.15%

● CHANGED TEXT
4.65%

Report #21717163

BAB 1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Desainer grafis memerlukan lebih dari sekadar keterampilan desain. Seorang desainer grafis juga perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang karakter perusahaan dan klien, kemampuan komunikasi yang baik, serta kemampuan untuk menyesuaikan desain dengan kebutuhan dan target klien. Desainer grafis juga harus memperhatikan aspek teknis dan desain yang terus berkembang. **8** Dalam dunia bisnis, desain grafis memainkan peran kunci dalam membangun dan mengembangkan bisnis. Seorang desainer grafis harus memiliki kemampuan untuk menyesuaikan desain dengan kebutuhan dan target klien, serta memahami tren dan detail-detail seperti perbandingan warna dan tekstur produk (Rifda, 2021). Dalam dunia kerja, seorang desainer grafis harus memiliki pengalaman dan jam terbang yang cukup. Kedua hal ini yang berguna untuk menyelesaikan masalah ketika ia bekerja. Desain grafis bagaikan bahasa visual yang memikat, memainkan peran krusial dalam membangun citra merek. Daya tariknya mampu menarik perhatian, meninggalkan kesan positif, dan menyampaikan pesan dengan cara yang efektif. (Tasim, 2023). **6** Desain grafis adalah sarana komunikasi yang efektif dan efisien untuk mempengaruhi dan menarik konsumen. Untuk dapat memasuki dunia kerja setelah memperoleh gelar sarjana, setiap mahasiswa harus siap menghadapi profesionalisme dalam dunia kerja. Kerja Profesi menjadi media atau tempat praktik bagi mahasiswa untuk melatih and menerapkan teori di

perguruan tinggi dengan realitas dunia kerja yang dinamis. Program Kerja Profesi di Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu syarat kelulusan untuk mahasiswa sebelum melangkah ke dunia kerja, membekali mereka dengan ilmu dan pengalaman. **10** 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2

1 Maksud Kerja Profesi Penyelenggaraan mata kuliah Kerja Profesi di Universitas Pembangunan Jaya bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman dan wawasan yang mumpuni, sehingga mereka dapat menjelajahi dunia kerja dengan penuh keyakinan dan kesiapan. Program Kerja Profesi ini menjadi wadah bagi mahasiswa untuk memperkaya diri dengan pengalaman dan keterampilan praktis yang siap diimplementasikan di dunia kerja. Program ini juga dapat mampu mendorong mahasiswa untuk memperluas koneksi atau networking dengan para tenaga kerja yang profesional di bidangnya. Oleh karena itu, Kerja Profesi dapat membantu mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja yang bermanfaat untuk karier di masa depan. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Tujuan dilaksanakannya Kerja Profesi adalah sebagai berikut: a. Menyajikan pemahaman yang lebih mendalam kepada mahasiswa mengenai prospek pekerjaan yang akan dikejar setelah menyelesaikan studi. b. Memberikan pandangan yang komprehensif dan praktis tentang realitas dunia kerja. c. Menjadi pengalaman berharga bagi mahasiswa. d. Membangun dan mengasah kemampuan yang relevan dengan disiplin ilmu atau program studi mereka. 1.3 Tempat Kerja Profesi Praktikan menjalankan Kerja Profesi di BLP Beauty/ By Lizzie Parra (PT Lizzie Parra Kreasi). BLP Beauty adalah merek kosmetik lokal yang meluncurkan produk pertamanya yaitu lip coat pada tahun 20 Juni 2016.

3 BLP Beauty didirikan oleh Elizabeth Christina Parameswari atau Lizzie Parra dan saat ini memiliki kantor pusat yang berlokasi di Jl. **5** Limau II No 3, RT.3/RW.3, Kramat Pela, Kec. Kby. **5** Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12130. BLP Beauty mengangkat tema 'Real Women, Real Girls' dan tagline 'Be Adored' yang bertujuan untuk merangkul seluruh perempuan di Indonesia untuk mencintai dirinya sendiri. Praktikan bekerja sebagai desainer grafis di divisi creative. Divisi ini mencakup

semua kebutuhan desain konten BLP Beauty, mulai dari kebutuhan media sosial sampai keperluan website dan e-commerce. 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Praktikan diwajibkan mengikuti Kerja Profesi selama 5 hari seminggu, dari Senin hingga Jumat, dengan total 520 jam atau setara dengan 3 bulan. Kegiatan ini berlangsung dari tanggal 8 Agustus 2023 hingga 10 November 2023, dengan jam kerja dari pukul 08.00 – 10.00 WIB pagi dan 17.00 – 19.00 WIB sore. Sistem magang di BLP Beauty terdiri dari 3 hari WFO (Work From Office) dan 2 hari WFH (Work From Home). Gambar I. 2 1 Tabel Jadwal Kerja Praktikan (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023) BAB 2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Perusahaan BLP Beauty/PT Lizzie Parra Kreasi (sebelumnya dikenal sebagai By Lizzie Parra) adalah sebuah merek kosmetik lokal yang didirikan oleh Elizabeth Christina Parameswari atau yang lebih populer dengan nama Lizzie Parra. Lizzie Parra yang sebelumnya bekerja di sebuah perusahaan kecantikan multinasional. Lizzie Parra merasa ingin memberikan kontribusi lebih besar untuk dunia kecantikan lokal, ia pun memutuskan berhenti dari pekerjaannya. Gambar II. 1 Logo PT Lizzie Parra Kreasi (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023) Setelah beberapa tahun bekerja di sebuah perusahaan kecantikan multinasional, Lizzie Parra merasa ingin memberikan kontribusi lebih besar untuk dunia kecantikan lokal dan memutuskan untuk berhenti dari pekerjaannya. 1 Setelah melepas profesinya, Lizzie Parra menjadi seorang makeup artist (MUA) full time untuk menyalurkan kecintaannya pada dunia kecantikan. Setelah meraih kesuksesan sebagai MUA, Lizzie Parra memutuskan untuk membagi pengetahuan dan keterampilannya mengenai makeup melalui blog pribadinya. Namun, Lizzie Parra merasa kurang puas dengan keadaan industri makeup di Indonesia yang didominasi merek-merek internasional. 1 Ia bercita-cita untuk memiliki merek kecantikannya sendiri dan berharap dapat meningkatkan kebanggaan wanita Indonesia terhadap produk kosmetik lokal dengan menghadirkan produk berkualitas tinggi, namun dengan harga yang mudah dijangkau banyak kalangan. Setelah berbagai hambatan kala memulai mereknya dan proses

pengembangan konsep selama setahun lamanya, BLP Beauty pun lahir pada 20 Juni 2016. BLP Beauty menggunakan media promosi melalui Instagram dan sebuah website untuk menjual produknya secara online. Rangkaian Lip Coat dengan 8 varian warna yang menjadi produk perdana BLP Beauty berhasil mendapat sambutan hangat dari para pecinta makeup Tanah Air.

Gambar II. 2 Logo BLP Beauty (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023) Pada tahun 2016, forecast (stok) produk BLP Beauty untuk setahun habis dalam waktu satu bulan. Sejak awal peluncuran produk pertamanya yaitu Lip Coat, BLP Beauty terus berinovasi dan menambah varian produk kecantikan yang ditawarkan. Seperti produk Face Base untuk wajah, Brow Definer untuk alis, dan Tremella Daily Hydrating Series untuk perawatan wajah. Gambar II. 3 Kategori Produk BLP Beauty (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023) Saat ini, BLP Beauty menawarkan 5 kategori produk yaitu In Your Eyes, On The Lips, Face It, BLP Skin, dan BLP Merch.

Kategori produk yang ditawarkan BLP Beauty mencakup produk kecantikan yang terdiri dari produk perawatan wajah, cosmetics, hingga merchandise. BLP Beauty memiliki offline store yang bernama BLP Beauty Space yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, seperti Surabaya, Jakarta, dan Bali. Gambar II. 4 Beauty Space BLP di Beberapa Kota di Indonesia (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023)

2.1.1 Visi dan Misi
Perusahaan BLP Beauty memiliki visi antara lain: empowers society, high quality products, dan impactful solutions. Untuk memenuhi semua visi tersebut, PT Lizzie Parra Kreasi memiliki misi sebagai berikut: a.

Empowering the community and society as a whole, b. Innovating constantly in standardized product development, R&D and extensive testing, c. Distributing high-quality, safe and impactful, d. Playing an active role in improving environmental sustainability, e. Delivering thoughtful, people-oriented, exceptional service, f. Improving the quality of our human resources in a growth-mindset work environment

2.1.2 Pesan dan Nilai (Message and Values) Perusahaan BLP Beauty ingin memberikan pengingat pada semua perempuan untuk selalu menyayangi semua

hal yang ada pada dirinya, bahkan termasuk ketidaksempurnaan atau kekurangan yang dimiliki dengan konsep 'Real Women, Real Girls' dan tagline 'Be Adored'. BLP Beauty memiliki tujuan untuk menjadi wadah di mana kecantikan tidak semata-mata hanya produk, tetapi siapa individu yang memakainya, dan arti kecantikan diri tidak terpaku pada pandangan orang lain. 7 BLP Beauty ingin selalu membuat kita merasa cukup dengan diri kita dan selalu menjadi versi terbaik. BLP Beauty memiliki beberapa values perusahaan, yaitu: a. Be Real Embracing diverse personalities, welcoming different points of view, and producing portrayals of authenticity. b. Agile Having a growth mindset, breaking walls of boundaries, and going beyond what works c. Respect Making people feel seen, treating people with kindness and taking others' needs into consideration. d. Quality Paying impeccable attention to details, enlarging the capacity for improvement, and striving for the absolute best.

2.2 Struktur Organisasi

2.2.1 Struktur Organisasi BLP Beauty/PT Lizzie Parra Kreasi Gambar II. 5 Struktur Organisasi BLP Beauty/PT Lizzie Parra Kreasi (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023)

2.2.2 Struktur Unit Marketing BLP Beauty/PT Lizzie Parra Kreasi Gambar II. 6 Struktur Unit Marketing BLP Beauty/PT Lizzie Parra (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023)

2.2.3 Struktur Divisi Creative BLP Beauty/PT Lizzie Parra Kreasi Gambar II. 7 Struktur Divisi Creative BLP Beauty/PT Lizzie Parra Kreasi (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023)

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Sebagai perusahaan yang memiliki berbagai unit dan divisi, BLP Beauty setiap awal bulan mengadakan Meeting Town Hall yang dipimpin divisi people dan diikuti oleh setiap divisi perusahaan. Pertemuan ini berisi laporan atau progres dari setiap divisi, mulai dari project apa sedang dilakukan, laporan kegiatan dari bulan sebelumnya, hingga hambatan yang dihadapi oleh divisi tersebut. Pada penghujung pertemuan, c-level akan memberikan pesan dan target perusahaan untuk bulan tersebut. Gambar II. 8 Meeting Town Hall November (Sumber: Praktikan, 2023) Meeting Content Plan dipimpin oleh Managing

Editor dan diikuti oleh divisi editorial, creative, dan marketing. Pertemuan ini berisi presentasi dari divisi editorial mengenai content plan selama sebulan mendatang. Mulai dari content plan untuk media sosial, advertising, hingga kegiatan marketing. Pertemuan selanjutnya yaitu Meeting Editorial yang membahas hasil brainstorming rancangan atau referensi dari Meeting Content Plan sebelumnya yang dibuat oleh divisi creative. Pertemuan ini menjadi pertemuan terakhir sebelum proses perancangan oleh divisi creative dilakukan. Pada pertemuan ini, antar divisi bertukar pikiran dan saling memberi masukan untuk bisa menghasilkan konten desain yang baik dan menarik.

4 BAB 3 PELAKSANAAN KERJA

PROFESI 3.1 Bidang Kerja Praktikan ditugaskan di divisi creative sebagai desainer grafis.

Divisi ini bertanggung jawab terhadap semua kebutuhan visual seperti, konten media sosial dan video campaign. Praktikan melaksanakan praktik Kerja Profesi selama kurun waktu tiga bulan. Praktikan merancang berbagai kebutuhan desain untuk media sosial, lini website dan berbagai platform e-commerce. Praktikan berada di naungan Chief Marketing Officer Ibu Elizabeth Christina Parameswari. Praktikan dibimbing langsung oleh Ibu Feliciana Tanubrata sebagai Jr. Art Director dan Ignasius Laga Wuwur sebagai Sr. Graphic Designer. Selama melaksanakan Kerja Profesi di BLP Beauty, praktikan telah melakukan beragam kegiatan untuk proyek desain, seperti membuat kebutuhan desain konten untuk IG Story dan membuat banner promosi serta aset product packshot untuk kebutuhan lini website dan e-commerce. Gambar III. 1 Production Makeup Seal & Lock (Sumber: Praktikan, 2023) Selain menghasilkan desain untuk berbagai media, praktikan juga terlibat dalam production produk Makeup Seal & Lock dan memimpin video shoot untuk kebutuhan IG Story di media sosial BLP Beauty. 3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan menjalankan kegiatan kerja selama kurang lebih selama 3 bulan. Terhitung dari tanggal 8 Agustus hingga 10 November 2023. Selama melakukan kegiatan kerja profesi, praktikan diberikan akun email divisi untuk mengakses dan mengunggah keperluan pekerjaan selama kerja profesi. Pada hari pertama,

praktikan bersama beberapa praktikan lainnya diberikan pengenalan mengenai perusahaan secara singkat dan dilanjutkan dengan pengenalan GSM (Graphic Standard Manual) atau Brand Guideline BLP Beauty oleh pembimbing kerja. Berikut Brand Guideline BLP Beauty: Gambar III. 2 Logo Guide BLP Beauty (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023) Gambar III. 3 Official Font BLP Beauty (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023) Gambar III. 4 Color Palette BLP Beauty (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023) Gambar III. 5 Photographic Style BLP Beauty (Sumber: Aset BLP Beauty, 2023) Proses pekerjaan dimulai setelah Meeting Content Plan dan Meeting Editorial selesai dilakukan. Meeting Editorial menghasilkan sketsa rancangan dan konsep untuk semua desain konten di bulan berikutnya, mulai dari key visual untuk IG Feed, Motion, IG Story, hingga referensi untuk Campaign Production produk yang akan launching. Gambar III. 6 Tahapan Pengerjaan (Sumber: Praktikan, 2023) Praktikan mulai melakukan perancangan dengan melihat hasil Meeting Editorial dan brainstorming dengan Jr. Art Director. Setelah konsep atau key visual sudah didapat, praktikan mulai merancang desain konten sesuai dengan konsep dan copy yang sudah ada. Pada tahap ini, praktikan diberikan ruang kreativitas untuk bereksplorasi dan mengembangkan ide-ide dari konsep awal agar menghasilkan karya yang maksimal. Gambar III. 7 File Copy untuk Konten Oktober (Sumber: Praktikan, 2023) Tahap proses perancangan, praktikan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Procreate, dan Capcut untuk menunjang proses perancangan. Selain mengacu pada konsep dan referensi yang sudah ada, praktikan juga harus mempertimbangkan pemilihan warna, gaya, dan identitas desain yang sesuai dengan perusahaan. Setelah perancangan desain konten selesai, praktikan akan memberikan preview dan meminta evaluasi dari Jr Art Director. Evaluasi dilakukan dengan metode tatap muka (WFO) atau melalui Discord (WFH). Evaluasi bertujuan untuk mengecek kelayakan hasil rancangan desain untuk diunggah ke berbagai macam media. Jika ada revisi, praktikan bertanggung jawab untuk menyesuaikan desain tersebut sesuai dengan umpan balik yang

diberikan. Ketika desain konten mendapatkan persetujuan dari Jr Art Director, evaluasi desain akan dilanjutkan ke Managing Editor dan Copywriter. Gambar III. 8 Tampilan Discord untuk Aproval Desain (Sumber: Praktikan, 2023) Desain konten yang telah dievaluasi akan diunggah ke Google Drive perusahaan dan dimasukkan ke dalam folder sesuai dengan jenis konten, tanggal, dan judul. Selanjutnya divisi editorial (Social Media) atau divisi commercial yang bertanggung jawab untuk mengunggah konten tersebut di platform masing-masing. Gambar III. 9 Folder Google Drive untuk Mengunggah Hasil Desain (Sumber: Praktikan, 2023)

3.2.1 Merancang kebutuhan desain media sosial (IG Story) BLP Beauty menggunakan berbagai media sosial untuk melakukan promosi dan pemasaran produk yang ditawarkan. Menurut Can Adkeniz, Instagram merupakan salah satu saluran pemasaran paling kuat yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menjual produk atau jasanya. (Adkeniz, 2016). Akun Instagram perusahaan ini memiliki jumlah pengikut di kisaran 344 ribu. Selain untuk promosi dan pemasaran, Instagram juga dimanfaatkan untuk memperluas jaringan dan meningkatkan interaksi dengan BLPFAM (sebutan untuk pengguna produk BLP Beauty) dan khalayak umum. Praktikan bertanggung jawab untuk merancang desain konten IG Story perusahaan.

3.2.1.1 Perancangan desain konten BLP Tips

BLP Tips merupakan salah satu konten rutin IG Story dari BLP Beauty. Konten ini berisikan bermacam-macam tips mengenai kecantikan dan perawatan kulit. Konten ini berisikan video tutorial menggunakan produk-produk BLP Beauty, mulai dari rangkaian produk On The Lips, hingga rangkaian produk BLP Skin. Setiap judul BLP Tips, praktikan akan melakukan video shoot dengan fotografer in-house untuk membantu mengambil konten video yang akan digunakan. Konten ini kerap kali memanfaatkan BLP Team (sebutan untuk karyawan di BLP Beauty) sebagai talent model. Gambar III. 10 Hasil Desain IG Story BLP Tips: Holiday Edition (Sumber: Praktikan, 2023)

Gambar III. 11 Proses Pengerjaan IG Story BLP Tips: Holiday Edition (Sumber: Praktikan, 2023) Praktikan menyusun dan mengedit footage video

dan menyatukannya dengan konten lainnya di judul yang sama. Proses editing footage video meliputi color grading dan frame adjustment.

3.2.1.2 Perancangan desain konten Quiz Time Konten Quiz Time menjadi konten IG Story yang efektif untuk menaikkan interaksi dengan BLPFAM

dan pengikut BLP Beauty di Instagram. Bentuk quiz yang ada pada konten ini bervariasi antara lain: This or That, Would You Rather, dan lainnya. Topik pertanyaan dari konten ini juga tidak jauh-jauh dari bahasan kecantikan dan perawatan diri. Penutup konten ini, biasanya akan ditampilkan penawaran atau promosi yang sesuai dengan topik yang dibahas. Gambar III. 12 Hasil Desain IG Story Quiz Time:

Which On The Lips (Sumber: Praktikan, 2023) Menggunakan motion graphics dalam desain grafis dapat menambahkan hasil desain dan membuatnya lebih menarik untuk penonton (Ismalia, 2019). Praktikan beberapa kali membuat hasil desain menjadi lebih menarik dengan basic motion. Praktikan menggunakan aplikasi Capcut untuk melakukan basic motion dan penambahan latar musik pada desain yang telah dibuat. Gambar III. 13 Proses Pengerjaan Basic Motion IG Story (Sumber: Praktikan, 2023) 3.2.1.3

Perancangan desain Product Teaser BLP Beauty akan mengunggah konten teaser dan product knowledge menjelang peluncuran produk terbaru. Konten teaser ini bisa berupa potongan foto/video produk atau cuplikan campaign produk yang akan launching. Konten ini memberikan berbagai informasi seperti kelebihan, cara pakai, dan USP (Unit Selling Point) dari produk tersebut. Gambar III. 14 Hasil Desain IG Story Lip

Liner Teaser (Sumber: Praktikan, 2023) 3.2.2 Merancang aset product packshot BLP Beauty memasarkan produknya melalui lini website www.blpbeauty.com dan berbagai platform e-commerce. Product Packshot sendiri adalah kumpulan foto produk yang memberikan visual dari produk yang akan dijual. Praktikan menerima hasil foto produk yang sebelumnya telah diambil dan diedit oleh fotografer in-house. Praktikan kemudian merancang hasil foto produk tersebut menjadi Product Packshot. Mulai dari pemilihan foto, tata letak, urutan, hingga copy dengan hasil

Meeting Editorial yang telah dilakukan sebelumnya sebagai acuan. Praktikan juga berdiskusi dengan Sr. Graphic Designer perihal layout dan referensi untuk Product Packshot. Gambar III. 15 Proses Diskusi Layout Product Packshot Melalui Google Meet (Sumber: Praktikan, 2023) Gambar III. 16 Folder Google Drive Edited Photos Lip Liner (Sumber: Praktikan, 2023) Product Packshot untuk website BLP Beauty berukuran 960x1200 pixels dan untuk e-commerce berukuran 1080x1080 pixels. BLP Beauty sebagai merek kosmetik lokal menawarkan berbagai macam produk, mulai produk untuk wajah, mata, bibir, hingga produk perawatan kulit. Praktikan merancang beberapa Product Packshot untuk produk: Dream Brow, Eyeshadow Pen, Makeup Seal & Lock, dan Lip Liner. 3.2.2.1 Perancangan Product Packshot Dream Brow Dream Brow adalah produk BLP Beauty dari kategori In Your Eyes. Produk ini adalah maskara alis bertekstur gel yang diciptakan untuk mengangkat dan menata bentuk alis. Gambar III. 17 Product Packshot Dream Brow untuk E-commerce (Sumber: Praktikan, 2023) Berdasarkan hasil Meeting Editorial dan kategori produk, praktikan membuat rangkaian Product Packshot ini berfokus pada area mata dan alis. Aset foto close-up bagian tekstur produk dan aplikator juga dipilih untuk mewakili beberapa USP produk ini. Praktikan membuat 2 Product Packshot sesuai dengan shades yang tersedia (Dark Brown & Clear) Gambar III. 18 Proses Pengerjaan Product Packshot Dream Brow (Sumber: Praktikan, 2023) 3.2.2.2 Perancangan Product Packshot Eyeshadow Pen Eyeshadow Pen adalah produk BLP Beauty dari kategori In Your Eyes. Produk ini adalah eyeshadow dalam bentuk pen yang mudah dibawa-bawa dan bertekstur creamy dan berpigmentasi tinggi. Gambar III. 19 Product Packshot Eyeshadow Pen untuk E-commerce (Sumber: Praktikan, 2023) Sama halnya dengan Dream Brow, praktikan membuat rangkaian Product Packshot ini berfokus pada area mata. Praktikan memilih foto yang menampilkan ukuran produk ini untuk menggambarkan ukurannya yang kecil dan travel-friendly. Selain itu, praktikan membuat 4 Product Packshot untuk masing-masing shades (Creme Gold, Copper Brown, Walnut,

Harvest Gold). 3.2.2.3 Perancangan Product Packshot Makeup Seal & Lock

Makeup Seal & Lock adalah produk BLP Beauty dari kategori Face It. Produk ini adalah spray wajah untuk set makeup dengan hasil akhir satin matte. Gambar III. 20 Product Packshot Makeup Seal & Lock untuk E-commerce (Sumber: Praktikan, 2023) Sesuai dengan kategori produk ini yaitu Face It, praktikan membuat rangkaian Product Packshot ini berfokus pada area wajah dan menonjolkan hasil akhir riasan sesudah penggunaan produk. Gambar III. 21 Proses Pengerjaan Product Packshot Makeup Seal & Lock (Sumber: Praktikan, 2023) Praktikan menggambarkan kandungan dan komparasi produk ini dengan produk sejenis dari BLP Beauty yaitu Makeup Fixer (spray wajah yang berfungsi mengunci riasan dan menghidrasi wajah dengan hasil akhir dewy. Praktikan juga memilih foto saat model mengaplikasikan produk ini untuk menggambarkan bagian ujung spray produk yang halus dan menyebar sesuai dengan USP produk ini.

3.2.2.4 Perancangan Product Packshot Lip Liner Lip Liner adalah produk BLP Beauty dari kategori On The Lips. Produk ini adalah pensil dengan hasil akhir matte yang berfungsi membingkai bentuk bibir. Gambar III. 22 Product Packshot Lip Liner untuk Lini Website (Sumber: Praktikan, 2023) Berdasarkan hasil Meeting Editorial dan kategori produk, praktikan membuat rangkaian Product Packshot ini berfokus pada area bibir. Praktikan memilih foto komparasi sebelum dan sesudah penggunaan dan foto pilihan warna yang tersedia. Selain itu, praktikan memilih foto close-up tekstur produk, kuas, dan rautan untuk mewakili beberapa USP produk ini.

3.2.3 Merancang banner promosi Sebagai salah satu dari banyaknya merek kosmetik lokal di Indonesia, BLP Beauty perlu memasarkan dan membuat produk-produknya mudah untuk dijangkau dan dibeli. BLP Beauty hadir melalui lini website dan berbagai platform e-commerce untuk memudahkan akses pembelian produk - produk incaran BLPFAM dan konsumen barunya. Permulaan proses perancangan banner website dan e-commerce sama dengan proses perancangan desain konten lainnya, namun sedikit berbeda pada tahap evaluasi. Tahap evaluasi untuk banner

website dan e-commerce ditambah persetujuan dari Key Account Executive (divisi commercial) yang bertanggung jawab atas besaran diskon/potongan dan semua teknis yang bersangkutan dengan e-commerce. Gambar III. 23 Tahapan Pengerjaan untuk Banner Promosi (Sumber: Praktikan, 2023) Hasil desain untuk banner promosi yang sudah melalui persetujuan kemudian diunggah ke Google Drive perusahaan dan dimasukkan ke dalam masing-masing folder website dan e-commerce. Tiap folder dibagi sesuai dengan tanggal dan judulnya. Hasil desain yang sudah diunggah, akan dilanjutkan untuk dimasukkan ke lini website atau platform e-commerce divisi commercial. Gambar III. 24 Folder Goodle Drive Banner Promo untuk E-commerce (Sumber: Praktikan, 2023) Proses pembuatan rancangan ini memerlukan ilmu-ilmu yang didapat selama perkuliahan, seperti teori layouting, tipografi, hierarki desain, dan teori warna. Penerapan ilmu-ilmu ini membantu untuk menghasilkan karya atau desain yang maksimal, menyampaikan pesan yang sesuai, serta enak dilihat. 3.2.3.1 Perancangan Banner untuk Product Launch Setiap peluncuran produk terbaru, BLP Beauty membuat banner yang berisikan penawaran bundle produk terbaru tersebut dengan produk lainnya. Praktikan menerima hasil foto produk terbaru sekaligus foto produk bundle yang sebelumnya telah diambil dan diedit oleh fotografer in-house. Gambar III. 25 Folder Google Drive Edited Photos Makeup Seal & Lock (Sumber: Praktikan, 2023) Praktikan kemudian merancang hasil foto produk tersebut menjadi banner promosi sesuai dengan format ukuran masing-masing media. Praktikan melakukan pemilihan foto dan copy yang mengacu pada hasil Meeting Editorial yang telah dilakukan. Perancangan banner promosi untuk website BLP Beauty berukuran 2000x800 pixel (Web Desktop) dan 1000x1200 pixel (Web Mobile). Untuk e-commerce, ukuran banner promosi yaitu sebesar 2000x1000 pixel. Gambar III. 26 Hasil Desain Banner Lauch Produk Makeup Seal & Lock (Sumber: Praktikan, 2023) Layout dan color palette dari preview website ketika produk akan rilis juga menjadi pertimbangan praktikan dalam pemilihan foto dan warna pada banner promosi. 3.2.3.2

Perancangan Banner untuk Seasonal Discount dan Limited Offer Proses perancangan banner untuk Seasonal Discount dan Limited Offer seringkali dimulai ketika praktikan sudah menerima key visual buatan Sr. Graphic Designer. Key visual ini mengacu pada hasil Meeting Editorial yang telah dilakukan sebelumnya. Format ukuran banner promosi untuk website dan e-commerce BLP Beauty mengalami pembaruan dari awal November. Ukuran banner berubah menjadi 2000x1000 pixel untuk Web Desktop dan 1125x1500 pixel untuk e-commerce. Gambar III. 27 Proses Pengerjaan Banner Promo Payday Treats (Sumber: Praktikan, 2023) Praktikan merancang banner promosi sesuai dengan key visual yang telah diberikan atau membuat key visual sendiri jika tidak tersedia. Praktikan akan menyesuaikan banner promosi dengan format ukuran masing-masing media. Selain mengikuti key visual atau referensi, pemilihan foto produk juga penting dan harus sejalan dengan jenis produk yang ingin di-highlight oleh divisi commercial. Gambar III. 28 Product Highlight Banner Promo Payday Treats (Sumber: Praktikan, 2023) Gambar III. 29 Hasil Desain Banner Promo Payday Treats (Sumber: Praktikan, 2023) Gambar III. 30 Tampilan Desain Banner Web Mobile Website BLP Beauty (Sumber: Praktikan, 2023)

3.3 Kendala yang Dihadapi

Beberapa hambatan yang dialami selama melakukan Kerja Profesi terutama pada saat awal masuk. BLP Beauty memiliki estetika desain yang clean and simple, but to the point. Praktikan mengalami kesulitan dalam mengadaptasi gaya desain yang cenderung 'less is more' ini. Beberapa hasil desain awal , praktikan banyak mendapat umpan balik mengenai desain yang terlalu ramai dan tidak memiliki vocal point. Praktikan mengalami kesulitan dalam hal perangkat yang digunakan. BLP Beauty yang bergerak di bidang kecantikan, membuat banyak aset foto dan video memiliki resolusi yang tinggi dan memiliki ukuran file yang besar. Perangkat yang memadai diperlukan untuk mengolah foto dan video ini dalam perancangan suatu desain. Praktikan juga mengalami kesulitan dalam hal grading dan frame adjustment terutama pada aset video yang digunakan untuk konten

media sosial. Hal ini membuat praktikan harus melakukan asistensi secara beberapa kali dikarenakan praktikan yang belum terbiasa dengan konten produk kecantikan. Penyesuaian akurasi warna produk dan warna kulit talent model dengan aslinya menjadi hambatan yang sering dialami praktikan.

9 Hal ini membuat praktikan membutuhkan waktu pengerjaan yang lebih lama. 3.4

Cara Mengatasi Kendala Praktikan disarankan untuk banyak melihat referensi desain-desain sebelumnya yang ada di Google Drive BLP Beauty untuk mengatasi kendala terkait penyesuaian gaya desain. Praktikan juga direkomendasikan untuk melihat referensi dari akun merek kosmetik lainnya untuk dijadikan inspirasi desain selanjutnya. Saat mengalami kendala terkait ukuran aset foto dan video yang terlalu besar, praktikan mengatasinya dengan mengatur alur kerja. Praktikan mengatur alur kerja dengan tidak membuka banyak file pada waktu yang bersamaan. Praktikan juga membagi judul desain menjadi beberapa file agar tidak menumpuk di satu file. Praktikan sering melakukan konsultasi dan meminta bantuan perihal grading aset video pada pembimbing kerja praktikan dan rekan kerja satu divisi. Selain itu, bertukar pikiran dan berbagi informasi juga membuat praktikan mampu mengatasi beberapa kendala lainnya selamat Kerja Profesi ini.

3.5 Pelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Ada beragam pelajaran dan ilmu yang diperoleh selama Kerja Profesi ini, praktikan mendapatkan wawasan mendalam tentang proses pembuatan desain visual dalam konteks profesional, khususnya di industri kecantikan. Langkah-langkah yang dipelajari mencakup berbagai tahap, seperti pertemuan dengan divisi terkait (Meeting Content Plan dan Meeting Editorial), konseptualisasi dan pencarian referensi (Brainstorming), proses perancangan visual (Visualization), evaluasi dan revisi desain visual (Evaluation/Revision), hingga pengunggahan desain final (Finalization). Dalam konteks ini, praktikan juga mengasah keterampilan penerapan teori-teori desain komunikasi visual. Terdapat peningkatan kemampuan praktikan dalam membedakan warna dengan detail, khususnya dalam konteks foto produk dan kecantikan.

BAB 4 PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Banyak hal yang didapatkan oleh praktikan selama Kerja Profesi. Praktikan dapat merasakan dan mengetahui dunia kerja terutama di industri kecantikan. Praktikan dapat mengetahui proses apa saja yang dilalui oleh seorang desainer grafis untuk bisa menghasilkan rancangan visual suatu produk. Selama tiga bulan pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan dapat bisa melatih kemampuan berkomunikasi dengan rekan kerja dari divisi berbeda. Kemampuan berkomunikasi mulai dari dengan copywriter hingga cara memberikan brief ke talent model untuk konten media sosial. Praktikan juga sering mengalami kendala pada saat proses perancangan dan video editing, tetapi praktikan dapat menemukan solusi untuk mengatasi kendala tersebut dengan waktu singkat. Praktikan belajar untuk selalu menerapkan dan berfokus pada elemen-elemen dasar desain grafis.

4.2 Saran

4.2.1 Saran untuk Perusahaan Selama Kerja Profesi berlangsung, praktikan tidak menemukan banyak area yang perlu perbaikan dalam operasional perusahaan. Sebagai alternatif, praktikan memberikan saran agar perusahaan dapat menyusun posisi pekerjaan yang lebih khusus, terfokus pada satu media tertentu. Dengan demikian, praktikan dapat lebih mendalami dan fokus pada pengembangan desain dalam bidang tersebut.

4.2.2 Saran untuk Universitas Praktikan ingin memberikan masukan kepada Universitas terkait informasi lowongan magang. Sarannya adalah agar Universitas dapat menyediakan informasi yang lebih beragam tentang peluang magang dari berbagai industri. Saat ini, informasi lowongan magang seringkali terbatas pada industri tertentu saja.

4.2.3 Saran untuk Mahasiswa Praktikan memberikan pengingat untuk sesama mahasiswa untuk mempersiapkan diri dengan baik dan berani bertanggung jawab terhadap jobdesc yang diberikan. Selain itu, disarankan agar mahasiswa menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh dan bersikap adaptif terhadap lingkungan kerja.



REPORT #21717163

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.23% mitranpack.com https://mitranpack.com/brand-by-lizzie-parra-digawangi-influencer-sukses/	●
INTERNET SOURCE		
2.	1.1% career.cakap.com https://career.cakap.com/peluang/lowongan/blp-beauty/production-executive/...	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.41% repository.upnjatim.ac.id https://repository.upnjatim.ac.id/5060/2/Bab%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.37% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8506/13/13.%20BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.35% blpbeauty.com https://blpbeauty.com/pages/career	● ●
INTERNET SOURCE		
6.	0.33% id.linkedin.com https://id.linkedin.com/pulse/peran-desain-grafis-dalam-membangun-sebuah-b..	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.31% repository.unair.ac.id https://repository.unair.ac.id/87146/3/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.3% polteksci.ac.id https://polteksci.ac.id/blog/desain-grafis-itu-apa/	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.23% core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159372322.pdf	●



REPORT #21717163

INTERNET SOURCE

10. **0.12%** kerma.esaunggul.ac.id

<https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..>

