

BAB 1

★ PENDAHULUAN ★

MINAT UTAMA

Bidang yang penulis minati adalah desain grafis, layouting, dan membuat ide kreatif atau konsep foto & video yang berhubungan dengan fashion hingga mengarahkan pada saat proses produksi. Minat lain penulis yang tidak berhubungan Desain Komunikasi Visual adalah sudah menggeluti profesi sebagai *Makeup Artist Editorial Fashion* sejak 5 tahun lalu.

Desain grafis adalah sebuah bentuk seni dengan tujuan untuk memecahkan masalah komunikasi melalui kombinasi elemen grafis seperti bentuk, garis, warna, dan sebagainya. Visual yang tercipta diharapkan dapat menjadi sarana penyampaian informasi atau pesan secara jelas dan efektif. Layouting adalah yang mengacu pada susunan elemen pada halaman yang biasanya merujuk pada penempatan gambar, teks, dan gaya tertentu. Terakhir adalah membuat ide kreatif atau konsep foto & video yang berhubungan dengan fashion hingga mengarahkan pada saat proses produksi, kemampuan penulis tersebut sudah biasa penulis lakukan dalam menangani *brand fashion* seseorang yang sedang ingin mengeluarkan produk terbaru atau foto katalog untuk kebutuhan sosial media.

SKILL UNGG ULAN *

Keunggulan yang saya punya yaitu, mendesain untuk keperluan iklan penjualan, melayout konten untuk kebutuhan penjualan dan membuat konsep atau ide kreatif dalam bentuk foto maupun video.

Software yang saya kuasai yaitu :

1. Adobe Photoshop : Advanced
2. Adobe Illustrator : Advanced
3. Adobe Premiere : Intermediate

Contoh Karya



Pembuatan Layout design sebuah online restaurant.



Menjadi Makeup Artist, Creative Director, dan Fashion Director untuk Launching Campaign Fashion Designer ternama di Yogyakarta dan Photoshoot Editorial untuk salah satu finalist Indonesia Next Top Model Cycle 1 dan 3.



Layout Design untuk konten social media maupun cetak untuk bermacam tipe brand, dari fashion, food and beverages, maupun produk kecantikan.



KESIMPULAN

“Melihat dari minat penulis terhadap desain grafis, layouting dan pembuatan konsep kreatif, penulis ingin merancang buku visual Goodness, yang diharapkan dapat meningkatkan brand knowledge, serta sebagai sarana komunikasi antara Goodness dan konsumen.”