

BAB 1

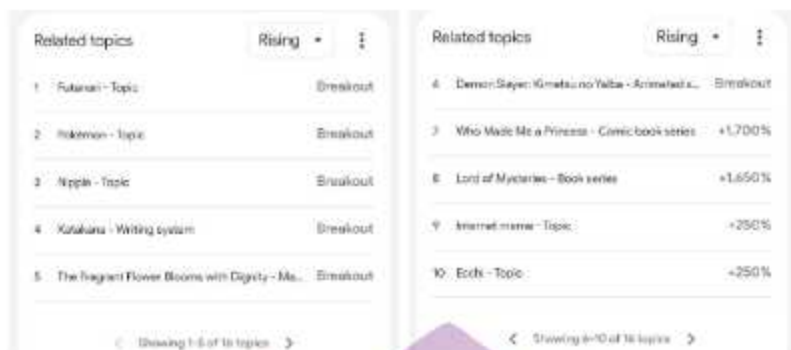
PENDAHULUAN

Di tengah arus globalisasi dan kemajuan teknologi digital, dunia mengalami transformasi besar dari cara masyarakat dalam mengakses, menikmati, dan berinteraksi dengan hiburan. Salah satu bentuk budaya pop yang mengalami lonjakan popularitas secara luar biasa adalah anime dan kultur Jepang. Anime khas dari Jepang kini telah berkembang menjadi fenomena budaya global yang mewarnai aspek kehidupan Timur hingga Barat. Adanya platform seperti Netflix, Crunchyroll, dan Disney+ telah membuka akses tak terbatas bagi penonton dari berbagai negara dalam menikmati serial anime. Hal itu membuat film anime seperti *One Piece*, *Naruto*, hingga *Dragon Ball* bukan hanya dikenal, tapi dikagumi dan diidolakan oleh banyak orang yang dapat menggeser popularitas film hollywood. Anime telah menjadi bagian dari gaya hidup, terutama bagi generasi muda yang tumbuh dengan internet dan media visual. Mereka tidak hanya menonton, tetapi juga berpartisipasi dalam dunia tersebut seperti cosplay karakter favorit, mengoleksi merchandise, dan mengikuti topik perkembangan anime. Budaya tersebut melahirkan potensi yang besar dalam hal ekonomi, kreativitas, teknologi, dan kolaborasi.

Film anime dan manga Jepang terus mengalami perkembangan dengan membawa pengaruh budaya/kultur Jepang ke berbagai negara, termasuk negara Indonesia sendiri yang menjadi salah satu negara dengan jumlah penggemar dan peminat anime yang terbanyak.



Gambar 1.1 Trend Minat Anime di Setiap Regional Indonesia

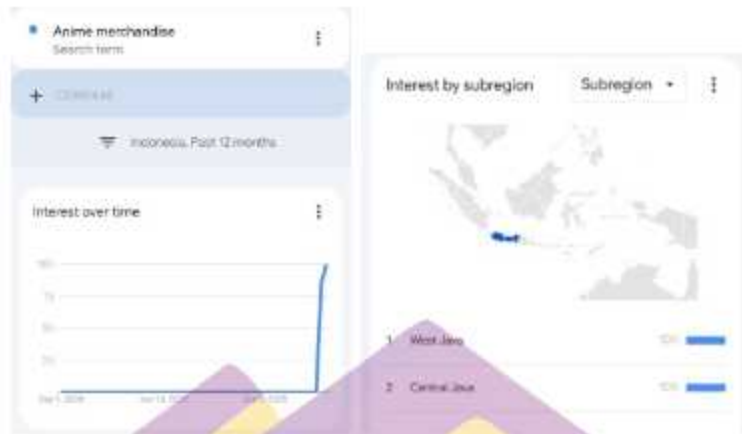


Sumber: Data Google Trends (2025)

Gambar 1.2 Topik yang berkaitan dengan Anime Jepang di Indonesia

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 *Trend Minat Anime dan Besaran Peminat Anime di Setiap Regional Indonesia* menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 12 bulan terakhir jumlah peminat film anime Jepang di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang konsisten meningkat. Adanya internet juga memberikan pengaruh dalam percepatan penyebaran budaya anime dan manga di Indonesia. Dapat dilihat dari Gambar 1.2 *Topik yang berkaitan dengan Anime Jepang di Indonesia*, pada gambar tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya platform digital sangat memungkinkan para penggemar mudah untuk mengakses serial anime dan manga yang terbaru. Selain itu, adanya platform media sosial seperti facebook, instagram, dan tiktok menjadi salah satu media sebagai forum diskusi, berbagi rekomendasi, dan relasi dengan penggemar lainnya. Fenomena berkembangnya minat masyarakat terhadap anime Jepang tidak hanya mempengaruhi konsumsi pada sektor budaya saja, tetapi juga berdampak pada industri kreatif di Indonesia. Banyak dari para penggemar anime dan manga Jepang yang terinspirasi untuk menghasilkan produk dan karya berupa fan art, ajang cosplay, sampai konten kreatif lainnya.

Seiring dengan meningkatnya popularitas budaya pop Jepang di Indonesia, mulai dari anime, manga, hingga tradisi dan seni khas Jepang, minat masyarakat terhadap produk-produk yang merepresentasikan elemen-elemen tersebut terus bertumbuh. Khususnya pada generasi muda di Indonesia yang menunjukkan antusiasme besar terhadap karya-karya ilustrasi dan merchandise bertema Jepang, baik sebagai bentuk apresiasi seni maupun untuk mengekspresikan identitas diri mereka.



Gambar 1.3 Trend Peminat Merchandise Anime di Setiap Regional



Gambar 1.4 Topik yang berkaitan dengan Merchandise Anime di Indonesia

Dapat dilihat pada Gambar 1.3 *Trend Peminat Merchandise Anime di Indonesia* menunjukkan bahwa, pasar merchandise bertema anime Jepang di Indonesia menunjukkan potensi yang sangat besar dalam kurun waktu 12 bulan terakhir. Hal ini didukung oleh beberapa faktor, seperti maraknya komunitas penggemar anime dan manga, influencer yang ikut serta mempromosikan anime dan kultur Jepang, kegiatan penyelenggaraan event acara Jejepangan seperti festival cosplay dan pameran anime, serta meningkatnya akses terhadap platform streaming yang menyediakan konten anime terbaru. Selain dari faktor kondisi

tersebut, dapat dilihat pada Gambar 1.4 *Topik yang berkaitan dengan Merchandise Anime di Indonesia*, masyarakat Indonesia yang meminati dunia anime Jepang juga memiliki kebiasaan untuk mencari tahu dan mengikuti perkembangan lebih dalam tentang dunia film anime maupun manga Jepang. Dengan kondisi tersebut dapat menciptakan permintaan yang tinggi terhadap merchandise yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki nilai seni dan orisinalitas yang tinggi. Melihat peluang ini, Penulis mendirikan bisnis jasa desain ilustrasi merchandise pada Mei 2023 dengan tujuan untuk menjadi salah satu penyedia karya seni ilustrasi bertemakan anime dan budaya Jepang di Indonesia. Bisnis ini berakar pada tujuan kreativitas dan keinginan untuk menggabungkan elemen-elemen khas budaya Jepang dengan pendekatan seni yang mendetail dan memiliki nilai estetika. Produk yang Granysei Studio tawarkan meliputi desain merchandise seperti halnya produk kaos, tote bag, poster, dan berbagai media lainnya yang dirancang dengan ilustrasi penuh detail, komposisi yang harmonis, dan artstyle yang khas berfokus pada ilustrasi karakter anime dan budaya Jepang. Granysei Studio mengutamakan keunikan pada setiap desain dengan mengedepankan kreativitas dan eksplorasi seni, sehingga dapat memberikan pengalaman visual yang menarik dan memuaskan bagi para customer maupun penikmat seni ilustrasi sebagai penggemar anime.

1.1 Permasalahan Konsumen

Beberapa permasalahan umum mulai muncul terhadap pengalaman konsumen dalam membeli atau menggunakan jasa desain dari ilustrator, terutama yang berkaitan dengan pendekatan kualitas desain yang kurang sesuai dengan ekspektasi dari setiap preferensi konsumen. Hal lainnya juga mencakup aspek dalam ketersediaan akses pelayanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa desain untuk memudahkan dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Permasalahan tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan berdampak pada keputusan pembelian. Tidak hanya mengidentifikasi masalah, konsumen juga menunjukkan keinginan terhadap kualitas desain merchandise, baik dari sisi visual ilustrasi maupun keterkaitan emosional dengan konten yang dihadirkan.

Penelitian ini ditujukan untuk mengumpulkan data yang dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan produk khususnya pada aspek kualitas visual artistik dan strategi pemasaran melalui platform digital, agar selaras dengan kebutuhan dan preferensi sasaran pasar. Melalui penelitian tersebut, Granysei Studio dapat memperoleh

gambaran yang objektif mengenai preferensi pasar, sekaligus menjadi acuan dalam pengambilan keputusan strategis bagi Granysei Studio untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi konsumen secara lebih mendalam dan juga meningkatkan daya saing produk, memperkuat posisi merek di pasar, serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Pengumpulan data dilakukan pada periode Juli 2025 - September 2025 melalui penyebaran kuesioner berbasis digital menggunakan platform Google Form, yang ditujukan kepada calon konsumen masyarakat Indonesia dengan ketertarikan terhadap anime dan kultur Jepang. Total responden yang berhasil diperoleh sebanyak 48 responden. Instrumen kuesioner disusun menggunakan Skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap sejumlah pernyataan. Hasil data yang terkumpul selanjutnya diolah menggunakan metode *percentage scoring* yang kemudian akan dianalisis secara deskriptif untuk menentukan hasil pernyataan dari responden. Berikut adalah hasil keseluruhan responden yang telah diperoleh berdasarkan kriteria target pasarnya (*customer segment*) sebagai berikut:

1.1.1 Identitas Responden

Tabel 1.1 Umur Responden

UMUR	JAWABAN	PERSENTASE
15-19 Tahun	1	2.1 %
20-24 Tahun	27	56.3 %
25-29 Tahun	15	31.3 %
30-34 Tahun	2	4.2 %
35-39 Tahun	3	6.3 %
JUMLAH	48 Responden	100%

Sumber: Data primer diolah (2025)

Dari Tabel 1.1 *Umur Responden* dapat ditarik kesimpulan bahwa, usia responden yang diperoleh paling banyak didominasi oleh kalangan usia 20-24 Tahun yaitu 27 responden dengan persentase 56,3%, dan tidak sedikit juga sebanyak 15 responden dengan persentase 31,3% dari kalangan usia 25 - 29 tahun. Dari rentang usia tersebutlah yang menjadi acuan Granysei Studio sebagai target potensial pasarnya berdasarkan *Demografis* untuk menentukan platform media pemasaran yang tepat sasaran dalam memasarkan produk jasa dan memahami kualitas visual desain yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan.

Tabel 1.2 Domisili Responden

NO	DOMISILI	JAWABAN	PERSENTASE
1	Sleman, D. I. Yogyakarta	6	12.50%
2	Bantul, D. I. Yogyakarta	1	2.08%
3	Kota, D. I. Yogyakarta	5	10.42%
4	Solo, Jawa Tengah	9	18.75%
5	Magelang, Jawa Tengah	8	16.67%
6	Semarang, Jawa Tengah	3	6.25%
7	Surabaya Jawa Timur	1	2.08%
8	Medan, Sumatera Utara	2	4.17%
9	Banjarmasin, Kalimantan Selatan	1	2.08%
10	Balikpapan, Kalimantan Timur	1	2.08%
11	Kendari, Sulawesi Tenggara	1	2.08%
12	Makasar, Sulawesi Selatan	1	2.08%
13	Kupang, Nusa Tenggara Timur	1	2.08%
14	Denpasar, Bali	1	2.08%
15	Pekanbaru, Riau	1	2.08%
16	Ambon, Maluku	1	2.08%
17	Serang, Banten	1	2.08%
18	Bandung, Jawa Barat	1	2.08%
19	Lampung	1	2.08%
20	Jakarta Selatan, Jakarta	1	2.08%
21	DKI Jakarta, Jakarta Pusat	1	2.08%
	JUMLAH	48	100%

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1.2 *Domisili Responden* dapat dijabarkan bahwa, responden yang diperoleh terbanyak dari Provinsi Jawa Tengah sebanyak 20 responden dengan persentase 41,67% yang mencakup daerah domisili: Kabupaten Magelang, Kabupaten Semarang, dan Kabupaten Surakarta (Solo). Kemudian dari Provinsi D.I.Yogyakarta yaitu sebanyak 12 responden dengan persentase 25% yang mencakup daerah domisili diantaranya: Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa, dari wilayah domisili tersebut dapat menjadi peluang dan potensi pasar terbesar bagi Granysei Studio untuk merencanakan strategi pemasaran produk jasanya berdasarkan *Geografis* yang berfokus pada cakupan wilayah tersebut. Dengan pemanfaatan media sosial untuk menjangkau jaringan yang luas dan jalinan kerja sama dengan studio ilustrasi untuk berkolaborasi dalam memenuhi kebutuhan pasar wilayah tersebut.

Untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh konsumen sebagai pembeli ilustrasi maupun pengguna merchandise desain ilustrasi anime dan kultur Jepang, pernyataan penelitian dibagi menjadi beberapa segmen, yaitu: Kualitas visual desain, Ketersediaan dan akses pelayanan, Harga jasa desain, Promosi dan reputasi. Dari seluruh

responden yang sudah diperoleh, ditemukan beberapa hal yang menjadi permasalahan. Permasalahan dari responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

1.1.2 Kualitas Visual Desain

Hasil analisis ditemukan bahwa, sebesar 69,3% responden dengan rata-rata 2,92 menyatakan setuju pada kualitas visual desain ilustrasi merchandise yang ditawarkan saat ini dinilai sudah berpeluang diterima pasar, namun diperlukan upaya dalam pengembangan terhadap kualitas visualnya. Diketahui bahwa, kondisi pasar saat ini untuk ilustrasi anime merchandise belum sepenuhnya dapat memenuhi dari permintaan dan ekspektasi dari konsumen. Hal itu berdasarkan dari hasil pertanyaan pada Tabel 1.3 dan Tabel 1.4 yaitu:

Tabel 1.3

PERTANYAAN	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	SETUJU	SANGAT SETUJU
Kualitas visual ilustrasi merchandise anime biasanya kurang memenuhi harapan & ekspektasi saya	9	11	12	16

Sumber: Data primer diolah (2025)

Sebesar 58,3% responden setuju, merasa seringkali menemui desain ilustrasi merchandise anime dengan kualitas visual yang kurang memenuhi harapan dan ekspektasinya.

Tabel 1.4

PERTANYAAN	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	SETUJU	SANGAT SETUJU
Banyak desain merchandise anime dengan konsep visual yang kurang mengikuti trend dan terlihat umum/pasaran	6	6	19	15

Sumber: Data primer diolah (2025)

Responden menyatakan setuju sebesar 70,8% yang menganggap bahwa desain ilustrasi merchandise anime yang beredar di pasar saat ini kebanyakan kurang mengikuti perkembangan trend dan banyak yang sudah terlihat umum/pasaran secara konsep visual artistiknya.

1.1.3 Ketersediaan dan Akses Pelayanan

Hasil analisis diperoleh sebesar 84,5% dengan rata-rata 3,27 responden setuju bahwa pelayanan dalam proses pemesanan desain ilustrasi merchandise yang ditawarkan dinilai

sudah mampu memenuhi dari sebagian kebutuhan konsumen. Namun dari pengalaman konsumen di pasar, konsumen merasa masih mengalami masalah pada kurang pemahamnya terhadap penyampaian sistem alur kerja (*workflow*) yang disediakan oleh ilustrator. Hal itu berdasarkan pertanyaan dari hasil Tabel 1.5, yaitu:

Tabel 1.5

PERTANYAAN	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	SETUJU	SANGAT SETUJU
Dalam pemesanan desain secara online, saya biasanya kurang memahami workflow dan proses briefing yang sudah dilakukan	3	8	17	20

Sumber: Data primer diolah (2025)

Sebesar 77,1% responden menyatakan setuju terhadap pengalamannya yang kurang memahami sistem *workflow* yang disampaikan pada waktu proses pemesanan desain dari ilustrator, sehingga berimbas pada hasil briefing project yang kurang maksimal.

1.1.4 Harga Layanan Jasa Desain

Hasil analisis diperoleh hanya sebesar 72,9% dengan rata-rata 2,91 responden yang menyetujui terhadap tarif harga layanan jasa desain yang sudah ditawarkan. Sebagian kecil responden yang diperoleh masih menganggap bahwa tarif harga jasa desain sebesar Rp500.000-Rp700.000 dinilai masih tergolong kurang terjangkau. Hal itu berdasarkan dari hasil pertanyaan pada Tabel 1.6, yaitu:

Tabel 1.6

PERTANYAAN	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	SETUJU	SANGAT SETUJU
Menurut saya, harga jasa desain ilustrasi Rp500.000 - Rp700.000 masih terjangkau (standar pasaran)	6	11	22	9

Sumber: Data primer diolah (2025)

Diperoleh hanya sebesar 64,6% responden menyatakan setuju, yang merasa bahwa tarif harga desain ilustrasi pada range Rp500.000-Rp700.000 merupakan harga yang dinilai relatif kurang terjangkau oleh sebagian kecil responden.

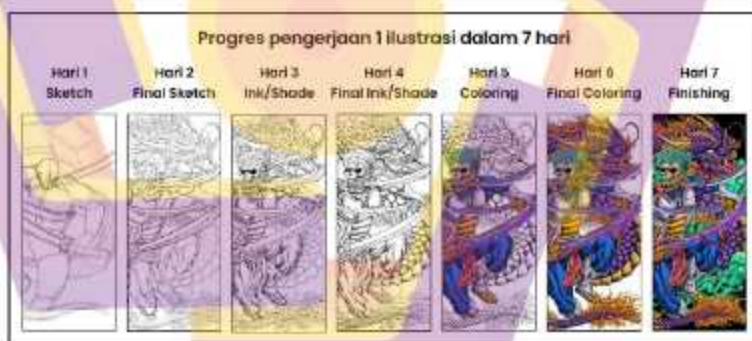
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

1.2.1 Solusi

1.2.1.1 Solusi Kualitas Visual Desain

1. Penerapan Layanan Preview Progres Harian (*One Day-On Progress*)

Solusi dari pernyataan permasalahan pada Tabel 1.3 terkait pengalaman responden yang seringkali menemui desain ilustrasi merchandise anime dengan kualitas visual yang kurang memenuhi harapan, yaitu dengan menerapkan layanan preview progres harian (*one day-on progress*) dalam memastikan kesesuaian konsep visual desain yang dibuat dengan yang diinginkan konsumen. Penerapan layanan preview progres harian juga bertujuan untuk meminimalisir banyaknya permintaan revisi perubahan gambar. Hal itu dikarenakan selama proses pengerjaan ilustrasi dari Granysei Studio sudah berupaya untuk mengirimkan hasil progres setiap harinya, sehingga apabila terdapat *feedback* dan masukan dari konsumen bisa langsung untuk segera diupayakan perbaikan desain yang sesuai permintaan.



Gambar 1.5 Preview Progres Ilustrasi Harian dalam 7 Hari

2. Monitoring Trend Minat Konsumen Terhadap Visual Anime Merchandise

Solusi dari pernyataan permasalahan pada Tabel 1.4 terkait banyaknya desain ilustrasi merchandise anime saat ini yang kurang mengikuti perkembangan trend dan sudah pasaran, yaitu dengan memonitoring trend gaya visual dan konsep

ilustrasi yang sedang laku dan banyak diminati sebagian besar pasar dengan memantau kondisi bisnis milik kompetitor maupun dari informasi komunitas sesama ilustrator. Selain itu juga melakukan penawaran variasi custom desain berdasarkan karakter OC (*original character*) maupun berdasarkan dari karakter anime favorit konsumen yang disesuaikan pada personifikasi dari kebutuhan konsumen.

1.2.1.2 Solusi Ketersediaan dan Akses Pelayanan

1. Penyalpan Informasi *Workflow* Melalui Postingan Sosial Media

Solusi dari pernyataan permasalahan pada Tabel 1.5 terkait pengalaman responden yang merasa kurang memahami sistem alur kerja (*workflow*) yang oleh ilustrator, yaitu dengan menyampaikan informasi alur kerja (*workflow*) melalui postingan di platform sosial media yang sudah tersematkan, sehingga dari sejak awal konsumen mengetahui layanan dari Granysei Studio sudah memperoleh informasi *workflow* pemesanan desain dan tahap-tahapan yang akan dilakukan secara jelas.



Gambar 1.6 Informasi *Workflow*

Pada Gambar 1.7 Opsi *Fast Briefing* dari Google Form, Penerapan opsi *fast briefing* juga diterapkan sebagai langkah awal untuk menyampaikan konsep ide dari konsumen melalui pengisian google form Granysei Studio agar proses *briefing* tersampaikan dengan jelas.



Gambar 1.7 Opsi *Fast Briefing* dari Google Form

1.2.1.3 Solusi Harga Layanan Jasa Desain

1. Edukasi Konsumen Terhadap Benefit dan Persepsi Kualitas Desain

Solusi dari pernyataan permasalahan pada Tabel 1.6 terkait keterjangkauan tarif harga layanan jasa desain ilustrasi yang sudah ditawarkan, yaitu dengan selalu mengedukasi dan menginformasikan kepada calon konsumen dalam membangun kesadaran (*awareness*) akan kualitas desain ilustrasi yang ditawarkan Granysei Studio, kualitasnya seperti: resolusi kualitas desain 400-600 dpi, ilustrasi dieksekusi dengan artstyle arsiran detail dan object detail yang dikerjakan hanya dalam kurun waktu 7 hari (standar). Untuk benefitnya yang akan diperoleh dari Granysei Studio, seperti: ilustrasi yang *exclusive for one buyer* (*limited edition* dan tidak diperjual belikan kepada pembeli lain), *e-certificate license* penggunaan desain, dokumentasi project selama pengerjaan, dan tentunya *mockup design*. Penyampaian edukasi tersebut dilakukan setiap kali akan mempromosikan jasa melalui postingan di sosial media dan saat merespon pertanyaan calon konsumen yang berkonsultasi mengenai project yang sedang dibutuhkan.

Setelah diteliti lebih lanjut melalui pertanyaan pada Tabel 1.7, Responden menyatakan setuju sebesar 77,1% bersedia untuk membayar lebih tarif layanan

jasa desain jika dinilai lebih berkualitas, sesuai permintaan dan ekspektasi konsumen, dan harga sebanding dengan *value* yang diperoleh.

Tabel 1.7

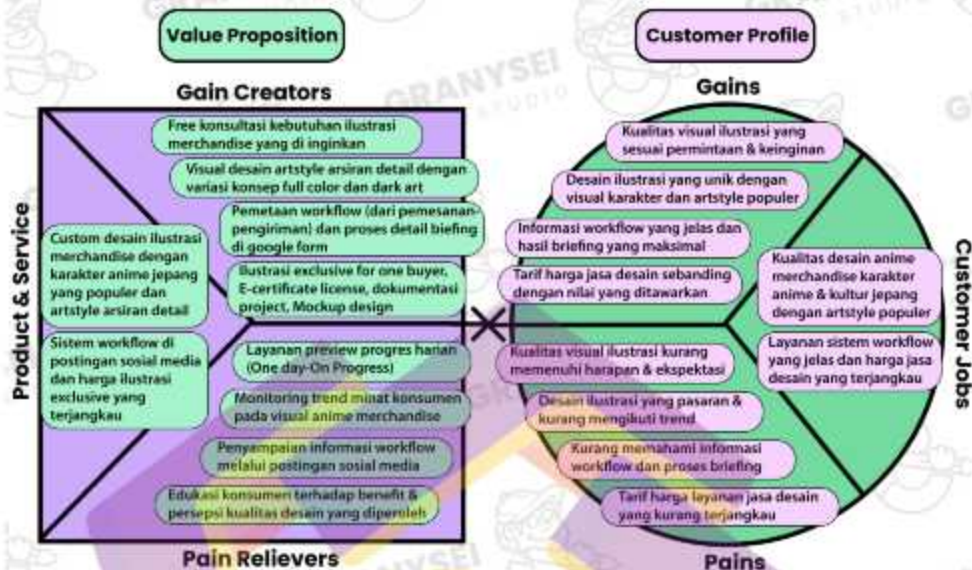
PERTANYAAN	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	SETUJU	SANGAT SETUJU
Saya bersedia membayar lebih jasa desain ilustrasi yang berkualitas, sesuai permintaan/brief, dan sebanding dengan harga dan nilai yang ditawarkan	4	7	23	14

Sumber: Data primer diolah (2025)

Hal itu dapat disimpulkan bahwa, faktor kualitas visual desain sangat mempengaruhi pada tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas harga layanan jasa. Artinya dalam kondisi tersebut, selera konsumen di pasar terhadap ilustrasi merchandise sangat tinggi sehingga desain ilustrasi yang ditawarkan dianggap belum sepenuhnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Maka dari itu diperlukan upaya peningkatan dari segi kualitas visual desain serta edukasi kepada konsumen terhadap kesadarannya pada kualitas dan benefit yang akan diperoleh.

1.2.2 Nilai

Untuk mempermudah dalam menentukan nilai tambah berdasarkan solusi yang sudah ditawarkan, maka diperlukan pemetaan dengan menggunakan *Value Proposition Canvas*. *Value Proposition Canvas* (VPC) merupakan alat model bisnis yang digunakan untuk membantu perusahaan ataupun organisasi untuk mengenal lebih dalam produk atau jasa yang akan dibuat maupun dikembangkan, yang kemudian menghubungkan dengan keinginan pasar untuk menciptakan *value* dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen [1]. Berikut Gambar 1.8 *Value Proposition Canvas Usaha Granysei Studio* adalah hasil pemetaan nilai tambah yang ditawarkan oleh Granysei Studio:



Gambar 1.8 Value Proposition Canvas Usaha Granysei Studio

Dari hasil pemetaan Value Proposition Canvas ditemukan Gain Creator sebagai nilai tambah yang ditawarkan dari Granysei Studio sebagai berikut:

1. Bebas (*free*) konsultasi terkait kebutuhan ilustrasi merchandise yang sedang diinginkan sebelum calon konsumen memutuskan dalam penggunaan jasa dari Granysei Studio
2. Kualitas visual desain *artstyle* arsiran detail dengan variasi konsep desain full color dan dark art. Variasi gaya karakter chibi dan semi realis juga ditawarkan di Granysei Studio
3. Pemetaan informasi *workflow* dari proses pemesanan, produksi/pengerjaan, sampai pengiriman desain ilustrasi, dan proses penyampaian detail brief dari konsep ilustrasi yang dibutuhkan konsumen melalui google form
4. Benefit yang akan diperoleh konsumen diantaranya: ilustrasi *exclusive for one buyer*, *e-certificate license*, *project documentation*, dan *mockup design*

1.3 Noble Purpose

Membantu para penggemar anime dan kultur Jepang dalam mengekspresikan identitas sebagai simbol personal dan cerita yang bernilai otentik dan emosional dengan melalui seni visual yang lebih berkualitas pada merchandise, dengan tujuan untuk berkontribusi dalam membangun pertumbuhan perekonomian dalam negeri pada sektor industri kreatif maupun industri konveksi terutama bagi para pelaku di bisnis distro clothing.

1.4 Visi dan Misi

Visi

Menjadi salah satu perusahaan jasa desain ilustrasi merchandise profesional dengan *artwork* berkualitas yang mampu bersaing untuk membangun kepercayaan konsumen di pasaran Indonesia

Misi

1. Menyajikan desain solutif yang inovatif sesuai dengan perkembangan trend desain.
2. Mampu merancang visual yang unik dan kreatif yang mencerminkan nilai dari identitas brand maupun personifikasi dari masyarakat umum/penggemar.
3. Peningkatan kualitas branding bisnis dengan melalui desain (*artwork*) yang berkualitas.
4. Peningkatan kualitas alur kerja dalam proses bisnis