

## **Pengaruh Desain Manajemen Kerja Tim Agensi Olround Studio Terhadap Efisiensi Dan Efektivitas Kinerja**

**Hanna Agustin, Tamariska Felicia Levina Adino, Samantha Handriyni  
Teguh Wijaya, Jade Victoria Fortuna**

[Hagustin@student.ciputra.ac.id](mailto:Hagustin@student.ciputra.ac.id), [shandriyani@student.ciputra.ac.id](mailto:shandriyani@student.ciputra.ac.id),  
[jvictoria01@student.ciputra.ac.id](mailto:jvictoria01@student.ciputra.ac.id)

Visual Communication Design, School of Creative Industry  
Universitas Ciputra Surabaya

### **ABSTRAK**

Suatu agensi desain atau *branding* seperti Olround Studio tidak luput dari yang namanya manajemen kerja tim. Apalagi di dunia industri kreatif yang akrab dengan *brainstorming*, revisi, dan persetujuan klien atas hasil akhir, proses penggerjaan suatu proyek pasti lebih dinamis dan harus mampu beradaptasi pada kebutuhan serta kemauan klien. Dalam jurnal ini, dibahas aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan dalam desain manajemen kerja tim Olround Studio, bagaimana *workflow* secara garis besar ketika menangani sebuah proyek *branding*, cara menentukan tenggat waktu individu dalam tim, dan beberapa tips untuk mendapat hasil optimal yang efektif dan efisien sehingga minim revisi dari klien. Semua pembahasan dikaji dari hasil studi literatur terpercaya dan studi kasus agensi ternama yang telah berpengalaman dalam proyek *branding* skala besar beserta penelitian terhadap agensi Olround Studio. Hasilnya, diperoleh bahwa tim Olround Studio telah mampu menyelesaikan proyek *branding* dengan efisien dan efektif jika berkomitmen pada ketepatan waktu pekerjaan masing-masing individu yang tidak melebihi tenggat waktu pribadi yang telah disepakati. Kemudian, semua anggota saling membantu pekerjaan anggota lain yang membutuhkan (tidak perhitungan tenaga dan

waktu). Hal yang terpenting adalah komunikasi optimal antar anggota tim supaya mendapatkan hasil akhir yang sesuai tujuan awal *branding*. Seluruh aspek ini ternyata sangat mempengaruhi keseluruhan proyek, karena ketidaktepatan waktu satu anggota bisa merusak *timeframe* anggota lainnya. Akibatnya, hasil akhir pun tidak bisa optimal dan klien tidak puas. Sehingga kepercayaan dan loyalitas klien tidak dapat dicapai.

Kata Kunci: Manajemen Desain, Pembagian Kerja, Efektivitas, Efisiensi.

## **ABSTRACT**

*A design or branding agency such as Olround Studio does not escape what is called teamwork management. Especially in the creative industry world that is familiar with brainstorming, revising, and client approval of the final result, the process of working on a project must be more dynamic and must be able to adapt to the needs and desires of the client. In this journal, we discuss aspects that need to be considered in design managing the Olround Studio's teamwork, how to outline the workflow when handling a branding project, how to determine individual deadlines in a team, and some tips to get optimal results that are efficient to minimize revisions from clients. All discussions are reviewed from the results of reliable literature studies and case studies of well-known agencies that have experience in large-scale branding projects and also the study case of Olround Studio. As a result, it was found that the Olround Studio team was able to complete branding projects efficiently and effectively if they were committed to the timeline of each individual's work that did not exceed the agreed personal deadline. Then, the team could contribute to each other's work. The most important thing is optimal communication between team members to produce an output that was planned in the first place. All of these aspects turned out to be very influential for the whole project because one member's untimely timing could damage the time frames of other members that lead to an unsatisfied client. So that trust and loyalty of clients cannot be achieved.*

*Keywords: Design Management, Job Description, Effectiveness, Efficiency.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Dalam suatu agensi desain yang menangani berbagai jasa *branding*, ilustrasi, fotografi, *copywriting*, dan turunan desain lainnya, perlu adanya pembagian tugas bagi masing-masing anggota sesuai dengan kesepakatan, kedudukan, atau perjanjian di awal terbentuknya agensi. Karena apabila pembagian tugas tidak didasarkan pada kemampuan anggota atau berat sebelah antara satu anggota dengan lainnya, maka efektivitas dan efisiensi kinerja menurun. Hal ini secara otomatis dapat mempengaruhi durasi penggerjaan yang semakin lama, jumlah biaya yang dikeluarkan semakin besar, dan hasil akhir suatu proyek tidak optimal. Sehingga efektivitas tim tidak dapat tercapai.

Efektivitas tim sendiri menurut West (2012:7) dapat diklasifikasikan ke dalam lima aspek, yaitu 1) Efektivitas kerja dimana tim sukses mencapai objektivitas dari tugas yang diberikan, 2) Semua anggota tim dapat dikategorikan ke dalam keadaan sehat walafiat baik dalam aspek fisik maupun mentalnya (misalnya terhindar dari stres), bertumbuh, dan berkembang sebagai salah satu anggota tim, 3) Kemampuan tim untuk melanjutkan kerjasama dan fungsi pribadinya secara efektif, 4) Pengadaan inovasi dalam pengembangan tim dan kemampuan mengimplementasikan proses terbarukan, produk, serta prosedur kerja, 5) Sikap kooperatif dalam tim dengan organisasi atau tim lain saat harus bekerja untuk menghasilkan produk atau jasa.

Sedangkan dijelaskan oleh Weiner et al. (2003:346), bahwa efektivitas tim merupakan suatu aspek multidimensi, yang menekankan kedua kriteria internal dan eksternal. Kriteria internal yakni menyangkut kepuasan anggota dan keberlangsungan tim. Sedangkan, kriteria eksternal menyangkut produktivitas dan kinerja.

Menurut Torrington, Hall dan Taylor (2005:295), efektivitas tim bergantung pada tujuan yang telah disepakati seluruh anggota tim tersebut,

metode kerjanya, dan kondisi di mana semua anggota tim dapat terbuka, jujur, dan konstruktif dalam menangani konflik.

Begitupun dalam manajemen desain Olround Studio yang baru berdiri sejak 2021 lalu. Nama “Olround” sendiri diambil dari serapan kata “*all around*” dalam bahasa Inggris yang bermakna “serba bisa”. Walaupun setiap anggota agensi Olround Studio memiliki kemampuan beragam dan dapat saling melengkapi seperti nama agensi, masing-masing anggota sadar bahwa tanpa adanya manajemen kerja yang jelas di awal, *scope* kerja dapat menjadi sangat ambigu, dapat menuai miskomunikasi antar anggota, dan menghambat keberhasilan suatu proyek.

### **Rumusan Masalah**

Maka dari itu, jurnal inipun akhirnya disusun dengan beberapa rumusan masalah yang akan diteliti dalam pembahasan, sebagai berikut.

1. Aspek apa sajakah yang perlu dipertimbangkan dalam manajemen kerja tim Olround Studio agar proyek dapat terlaksana dengan efisien dan efektif?
2. Bagaimana *workflow* Olround Studio dalam penggeraan setiap proyek *branding* atau desain untuk klien?
3. Bagaimana cara menentukan tenggat waktu dari masing-masing anggota agensi sesuai dengan *workflow* yang ditetapkan di awal?
4. Apa tips untuk mendapat hasil proyek optimal dengan efektif dan efisien yang minim revisi dari klien?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini pada akhirnya dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Mengetahui aspek yang perlu dipertimbangkan dalam manajemen kerja tim Olround Studio agar proyek dapat terlaksana dengan efisien dan efektif.

## **METODE PENELITIAN**

Metodologi yang digunakan pada pendekatan studi atau riset awal jurnal ini adalah metodologi kualitatif, yang dapat dijabarkan sebagai berikut;

1. Studi beberapa literatur dan wawancara eksklusif yang berhubungan dengan efektivitas dan efisiensi manajemen kerja tim,
2. Riset internal berupa pencatatan dari setiap variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*constraints*) dan variabel kontrol dalam suatu *workflow* tim Olround Studio saat menangani proyek-proyek klien.

## **Sumber Data**

Sumber data yang telah diolah menjadi sejumlah rumusan masalah yang digunakan pada saat riset internal (pencatatan variabel terikat), telah di riset sebelumnya melalui beberapa makalah, jurnal, buku digital (*e-book*), dan *website* terpercaya seputar efektivitas dan efisiensi manajemen kerja tim. Tim Olround Studio juga telah melakukan wawancara eksklusif bersama *founder* sebuah agensi desain ternama di Indonesia, Egghead untuk memahami alur kerja mereka dan bagaimana tim Egghead bisa mengatasi sejumlah hambatan yang ada selama pengerjaan proyek.

## **Teknik Pengolahan Data**

Setelah menemukan beberapa literatur sebagai acuan dalam penelitian atau riset internal tim, masing-masing anggota Olround Studio melakukan pencatatan, perbandingan, dan peninjauan apakah variabel bebas dan terikat yang dicantumkan dalam studi literatur sama dengan hasil kerja *real* di lapangan oleh masing-masing anggota saat ambil andil di suatu proyek *branding* bagi klien.

## **PEMBAHASAN**

### **1.0 Studi Kasus Framework Agensi Desain Ternama**

#### **A. Sciencewerk**

Berdasar studi literatur yang diambil dari *website* resmi Agensi Sciencewerk, alur kerja mereka sebenarnya cukup standar. Bermula dari riset, konseptualisasi, eksekusi, revisi, *mockup*, dan diulang sebagai siklus. Awalnya, alur kerja tersebut terdengar mudah. Namun kenyataannya, di lapangan tidak berjalan sesuai yang direncanakan. Karena ketika Sciencewerk sedang mengerjakan beberapa proyek secara terus menerus, langkah tersebut menjadi lebih acak dengan peristiwa yang tidak terduga.

*Constraints* yang dihadapi pertama ialah karakter setiap klien yang berbeda, sehingga tim harus mampu menyesuaikan diri dengan berbagai karakter tersebut. Adapun tipe klien yang suka serba cepat, susah dihubungi, dan lain sebagainya. Sedangkan hambatan kedua ialah dalam aspek komunikasi, di mana klien dan *sales person* banyak yang berbasis di luar Surabaya (kantor pusat Sciencewerk) sehingga *briefing* suatu proyek terpaksa bergantung pada komunikasi secara daring.

Secara singkatnya, Sciencewerk memiliki alur kerja yang sederhana bila dikemukakan secara tertulis. Namun, pada kenyataannya tim mereka tetap menyesuaikan pada situasi, model klien, dan besar *scope* kerja ketika menggarap suatu proyek desain. Karena dunia industri kreatif begitu dinamis, sebuah agensi tidak dapat terpatok kepada satu alur kerja saja. Perlu adanya adaptasi karena di tengah jalan pasti ditemukan berbagai hambatan dan hal tidak terduga.

#### **B. Egghead**

Dalam Agensi Egghead berdasarkan sebuah hasil wawancara eksklusif tim Olround Studio bersama Adam Mulyadi selaku *founder* dan studi literatur dari *website* resmi Egghead, alur kerja Egghead dibagi menjadi 4 garis besar yang kemudian dijabarkan sebagai berikut;

### 1. *Brand Audit*

- *Project Manager* menemui klien.
- Klien menentukan *budget* dan tipe produk/jasa.
- Tim Egghead melihat *objective* klien, kompetitor, dan *market*.

### 2. *Brand Strategy*

- Tim *brand strategist* menentukan *tone of voice* yang ingin digunakan.
- Menetapkan strategi *engagement*.
- Mengabarkan kembali pada klien melalui *Project Manager*.

### 3. *Brand Implementation*

- *Project Manager* menjadi supervisor dari *brand strategist* dalam membuat *naming direction*.
- Mereka berkolaborasi dengan desainer grafis untuk menentukan identitas *brand* (logo, ikon atau maskot, desain, arsitektur, dan lain sebagainya).

Salah satu proyek cukup besar yang pernah dikerjakan oleh Egghead ialah ONOKABE, sebuah restoran dengan konsep Jepang-Indonesia. Tim Egghead tentunya juga pernah mengalami beberapa hambatan atau *constraints* dalam penggeraan proyek ini. Berikut aspek-aspeknya yang dijelaskan.

- Komunikasi

Ketika klien menjelaskan tujuan mereka dalam membuka bisnis dan memerlukan kebutuhan branding serta maskot di awal, klien sempat meragukan hasil kerja tim Egghead apakah sesuai dengan visi misi mereka (takutnya sudah bertransaksi, ternyata tidak sesuai ekspektasi) sehingga tim Egghead harus berusaha meyakinkan dengan memberikan sejumlah contoh portfolio yang telah dikerjakan sebelumnya.

- *Scope of Work*

ONOKABE termasuk proyek skala sedang karena *branding* untuk restoran biasanya sudah mencakup menu, konten media sosial, fotografi, dan arsitektur dalam restoran. Di ONOKABE sendiri, konsepnya semua menu tersedia di tengah. Pengunjung tidak perlu memesan pada *waiters*. Jadi, *scope* kerjanya dapat berkurang pada pemangkasan buku menu. Sebuah cakupan kerja yang baru dan perlu adanya adaptasi dari tim untuk mengembangkan konsepnya.

- Waktu

Proses sejak awal hingga akhir kurang lebih 3 bulan. Cukup memakan waktu dan terkadang terjadi miskomunikasi kecil antar anggota Egghead.

- Biaya

Proyek ini menghabiskan dana kurang lebih 70 juta untuk semua *branding* yang dibuat. Untuk pencetakan media promosi, interior, *lifesize icon* Mr. ONO, promosi media sosial, dan *website*, Egghead bekerjasama dengan vendor lain.

- Media

Tim Egghead menggunakan Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan aplikasi desain lainnya. *Website* dibuat oleh pihak ONOKABE sendiri sehingga perlu adanya sinkronisasi desain. Egghead hanya menyediakan *brand guideline*.

## **2.0 Studi Pustaka seputar *Constraints* dalam Agensi Desain**

Dikutip dari *Merriam Webster Dictionary*, *Constraints* dapat diartikan sebagai suatu kondisi, agensi, atau kekuatan yang membatasi. Bertino et al. (2001:05) juga mengidentifikasi tiga jenis *constraints*, yaitu kendala statis, dinamis, dan hibrida. Tipe-tipe ini berbeda saat dievaluasi. Batasan statis dapat dievaluasi tanpa menjalankan instan alur kerja. Batasan

dinamis dapat dievaluasi hanya selama eksekusi instan alur kerja karena batasan tersebut mengekspresikan batasan berdasarkan riwayat eksekusi alur kerja. Batasan hibrida dapat diverifikasi sebagian tanpa menjalankan alur kerja.

Dalam Jurnal UMS “Pengaruh *Corporate Governance Mechanisms*”, *agency theory* merupakan teori dasar yang digunakan dalam penelitiannya karena perspektif hubungan keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *corporate governance*. Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai kontrak antara manajer (dalam hal ini berperan sebagai *agent*) dengan pemilik (dalam hal ini berperan sebagai *principal*) perusahaan.

Upaya untuk mengatasi atau mengurangi masalah keagenan ini akan menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*). Menurut Jensen dan Meckling (1976) biaya keagenan ini terdiri dari:

- *Monitoring cost*

Biaya yang ditanggung oleh prinsipal untuk memonitor perilaku agen. Biaya ini diadakan sebagai sarana untuk mengurangi tindakan agen yang berisiko merugikan kepentingan prinsipal. Contohnya adalah biaya audit dan biaya untuk menetapkan rencana kompensasi manajer, pembatasan anggaran, dan aturan-aturan operasi.

- *Bonding cost*

Biaya yang ditanggung oleh agen, dengan beban prinsipal yaitu laba menurun. Biaya ini diadakan sebagai sarana untuk mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa agen akan bertindak untuk kepentingan prinsipal. Contohnya biaya yang dikeluarkan oleh manajer untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemegang saham.

- *Residual loss*

Timbul dari kenyataan bahwa terkadang tidak ada sinkronisasi antara tindakan agen dan tindakan yang memaksimumkan kepentingan prinsipal. Misalnya agen tidak memecat rekan kerjanya yang melakukan pekerjaan buruk.

Selain *agency cost*, Jensen dan Meckling (1976) juga menunjukkan adanya tiga unsur tambahan yang dapat membatasi perilaku menyimpang yang dilakukan oleh agen.

1. Pertama, bekerjanya pasar tenaga kerja manajerial. Pasar tenaga kerja manajerial akan menghapus kesempatan pengelola yang tidak mempunyai kinerja baik dan berperilaku menyimpang dari keinginan pemegang saham 15 perusahaan yang dikelolanya.
2. Kedua, bekerjanya pasar modal. Pasar modal secara efisien bisa menjadi cermin kinerja manajer dari harga saham perusahaannya.
3. Ketiga, bekerjanya pasar bagi keinginan menguasai dan memiliki atau mendominasi kepemilikan perusahaan. Hal ini bisa menghambat tindakan yang menguntungkan diri pengelola sendiri dalam hal menghentikan pengelola dari jabatannya jika perusahaan yang dikelolanya mempunyai kinerja rendah yang memungkinkan pemegang saham baru menggantinya dengan pengelola lain setelah perusahaan diambil alih.

Prinsip-prinsip yang harus diperhatikan di suatu perusahaan bisa dilihat dari prinsip-prinsip *Corporate Governance*. Dalam pelaksanaan mekanisme GCG, dikenal ada 5 prinsip utama seperti yang tercantum dalam Pedoman Umum GCG Indonesia (2006), yaitu;

- Transparansi (*Transparency*)

Transparan berarti semua hal tidak disembunyikan. Aspek ini dapat dimulai dengan menyajikan laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu sampai dengan informasi yang material dan relevan

dengan pasar modal. Informasi tersebut juga harus dapat dengan mudah diakses dan dipahami oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

- Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus dikelola secara benar, terukur, dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhatikan kepentingan pemegang saham dan *stakeholders* lainnya karena perusahaan harus mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar kepada pemegang saham ataupun publik.

- Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan dan melaksanakan berbagai tanggung jawab terhadap sekitar, misalnya ketentuan mengenai lingkungan hidup, perlindungan konsumen, perpajakan, larangan monopoli, kesehatan dan keselamatan kerja, dll., sehingga kesinambungan usaha dapat terpelihara dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

- Independensi (*Independency*)

Perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain yang seharusnya tidak berkepentingan dalam perusahaan. Masing-masing organ perusahaan harus melaksanakan fungsi dan tugasnya masing-masing sesuai dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan, tidak saling mendominasi, dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lain.

- Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan *stakeholders* <sup>24</sup> yang lainnya berdasarkan asas kewajaran dan

kesetaraan. Prinsip ini menuntut adanya persamaan perlakuan terhadap pemegang saham, baik mayoritas maupun minoritas, untuk memperoleh informasi secara tepat waktu dan teratur, memberikan suara dalam RUPS, memilih direksi dan komisaris, pembagian laba perusahaan, dan juga menekankan pentingnya perlindungan untuk *shareholders* dari berbagai penyimpangan orang dalam perusahaan, misalnya *insider trading*.

### **3.0 Tips seputar Cara Menyederhanakan Proses Kerja Agensi Desain (Workflow)**

Dikutip dari *thenextscoop.com*, berikut beberapa langkah untuk menyederhanakan proses kerja agensi.

#### **1. Memahami *Brief* Klien**

Kemudian, mencatat beberapa pertanyaan yang dapat dimunculkan saat berdiskusi, yaitu;

- Pesan apa yang harus disampaikan?
- Apakah ada referensi atau keinginan desain yang diinginkan klien?
- Latar belakang perusahaan tersebut seperti apa?
- Siapa target market mereka?
- Kapan tenggat atau pembagian waktunya?
- Siapa yang menghubungkan dari pelanggan ke bagian perusahaan klien?

Pertanyaan di atas dapat disatukan dalam sebuah form untuk diisi klien. Form berisi kebutuhan atau kesukaan klien.

#### **2. Riset**

Ada beberapa hal yang wajib dicari lebih lanjut untuk membantu penggerjaan anggota di tahap selanjutnya. Informasi tersebut terdiri dari;

- Klien : Pahami latar belakang dan budaya perusahaan klien. Bisa diperhatikan desain-desain mereka dulu maupun yang sekarang, dengan mencatat tema, tipografi, serta palet warna yang mereka gunakan.

- Kompetitor : Riset desain kompetitor, tren desain mereka, atau kesempatan yang dapat dijadikan contoh untuk desain klien kalian.
- *Target Audience* : Riset apa yang menjadi permasalahan, keinginan, kesukaan, dan kebutuhan target market klien. Survey *segmenting, targeting, and positioning* target market klien.

### 3. Proses *Brainstorming*

Ketika proses ini dilakukan, diperlukan partisipasi semua anggota. Proses ini biasanya terdiri dari pencarian tren desain, pemilihan warna, gaya desain yang akan digunakan, dan lain sebagainya.

### 4. Pembuatan Sketsa

Pembuatan sketsa dapat mempermudah klien dalam memahami desain yang ingin disampaikan. Seberapa banyak sketsa dapat bergantung pada persetujuan yang telah dilakukan antar agensi dan klien.

### 5. Perkembangan Konsep

Pada tahap ini, konsep desain dapat dikembangkan menjadi 3 sampai 5 tema dengan gaya desain yang berbeda maupun sama.

### 6. Tanggapan Klien

Tanggapan klien merupakan salah satu hal terpenting yang perlu diperhatikan. Ini dikarenakan klien tentu lebih mengerti tentang apa yang menjadi keunikan produk atau jasa mereka dan sasaran yang mereka tuju. Tahap ini sangat penting sebelum akhirnya melakukan finalisasi desain.

### 7. Presentasi Final

Dalam presentasi final ini dapat terjadi revisi kembali dikarenakan tanggapan akhir dari klien. Tanggapan tersebut tentunya dapat membantu hasil desain menjadi lebih baik dan sesuai dengan yang dibutuhkan klien.

#### **4.0 Refleksi Tim Olround Studio terkait *Workflow***

Seperti yang telah disinggung di awal, Olround Studio merupakan agensi kecil yang terdiri atas 4 anggota yang mempunyai spesialisasi masing-masing. Untuk mendapatkan hasil maksimal, masing-masing anggota perlu memegang kuasa penuh atas setiap deskripsi pekerjaan masing-masing. Struktur kerja Olround Studio didasarkan pada pembagian 5 poin utama, yaitu:

1. *Public Relation*
2. *Content Writer* dan *Media Planner*
3. *Creative Director*
4. *Art Director*
5. *Accountant*

Sistem kerja Olround sendiri diawali oleh *Public Relation* yang secara langsung bertemu dengan calon klien untuk mengkomunikasikan kebutuhan klien. Pertanyaan-pertanyaan untuk mengenal tujuan, pesan yang ingin disampaikan, kebutuhan, serta data-data perusahaan klien wajib dilakukan agar dapat menemukan data yang maksimal demi mempermudah kerja anggota tim lainnya. Kemudian, setelah data, *brief*, serta besar dana yang harus dibayarkan klien telah disetujui, *public relation* akan membagi tugas kepada anggota tim lain.

*Art Director* dan *Creative Director* berfokus pada perancangan desain utama hingga visualisasi akhir suatu proyek. Di sini kedua anggota wajib untuk bekerja sama dengan optimal agar hasil desain sesuai dengan tujuan klien di awal. *Art director* dan *Creative Director* melakukan *brainstorming* dan *sketching* yang kemudian dikembangkan menjadi 3 konsep untuk diajukan pada klien. Setelah ada 1 konsep terpilih, barulah semua anggota Olround Studio mengembangkan detail desain sesuai dengan patokan konsep tersebut.

Sembari *Art Director* dan *Creative Director* mengerjakan desain, *Content Writer* dan *Media Planner* mulai mempersiapkan semua jenis *copywriting* yang dibutuhkan dalam proyek. Misalnya dalam pembuatan *brand guideline book*, diperlukan teks penjelasan konsep, makna logo, segala jenis peraturan dalam identitas *brand*, dan sebagainya. Dalam pengelolaan suatu media sosial *brand*, diperlukan perencanaan konten baik berupa artikel di *website* maupun konten Instagram, Facebook, dan sebagainya untuk meningkatkan *engagement* audiens. Setelah semua tim mengerjakan tugasnya secara individu namun tetap berpatokan pada visi misi perusahaan klien, tim akan menyatukan segala hasil pekerjaannya di akhir sehingga terciptalah suatu buku panduan *brand* yang utuh untuk diserahkan dan ditinjau oleh klien.

Klien akan meninjau pekerjaan tim Olround Studio dalam jangka waktu 2-3 hari, kemudian diperbolehkan untuk revisi minor pada bagian-bagian yang kurang sesuai ekspektasi di awal. Semua bentuk revisi tentunya disepakati dahulu di awal sehingga tidak sampai memberatkan tim Olround Studio dan membuat klien kecewa. Apabila ada revisi yang cukup signifikan, biasanya Olround Studio akan menarik tambahan biaya per jam sesuai dengan tingkat kesulitan revisi.

Dalam proses penggerjaan suatu proyek, setiap anggota Olround Studio mempunyai pola pikir bahwa wajib bertanggung jawab pada tugas utama masing-masing individu dan tidak menunda pekerjaan karena hal tersebut dapat berdampak pada alur kerja anggota lain. Mempunyai sifat yang fleksibel dan saling terbuka dalam bertukar opini satu sama lain adalah salah satu alasan pembentukan Olround Studio. Sehingga, semua anggota dapat mendedikasikan keahlian utamanya dengan tetap saling melengkapi kekurangan satu sama lain. Setelah masing-masing anggota tim Olround Studio menyelesaikan tugas masing-masing, anggota dapat saling membantu anggota lain bila diperlukan agar dapat menyelesaikan proyek tepat waktu.

*Constraints* yang seringkali dihadapi oleh Olround Studio selama ini di masa pandemi hampir sama seperti tim Agensi Sciencewerk, yakni komunikasi terpaksa dilakukan secara daring karena anggota tim berada di domisili yang berbeda dan tidak dapat melakukan pertemuan tatap muka sehingga dapat terjadi miskomunikasi. Selain itu, permintaan klien yang beragam menyebabkan tim harus mampu beradaptasi dalam menentukan gaya desain maupun konsep yang digunakan. Setiap proyek dari klien membuat Olround Studio semakin belajar mengembangkan kemampuan dalam mengkreasikan berbagai jenis desain sesuai perkembangan era.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek yang perlu dipertimbangkan dalam manajemen kerja tim Olround Studio agar proyek dapat terlaksana dengan efisien dan efektif adalah ketepatan waktu pekerjaan masing-masing individu yakni tidak melebihi tenggat waktu pribadi yang telah disepakati, saling membantu pekerjaan anggota lain yang membutuhkan, serta komunikasi optimal antar anggota tim supaya dapat mendapatkan hasil yang sesuai tujuan awal *branding*. Seluruh aspek ini sangat mempengaruhi keseluruhan proyek karena apabila salah satu anggota saja telat dalam menyelesaikan pekerjaannya, proses desain akan terhambat dan belum tentu mencapai tenggat waktu yang ditargetkan.

### **Saran**

Pada penelitian selanjutnya, dapat dilakukan wawancara lebih detail kepada sejumlah agensi desain atau *branding* lainnya yang menangani proyek skala besar. Sehingga ditemukan data terkait pola kerja yang tepat untuk setiap permasalahan yang ditemukan dalam sebuah agensi desain atau *branding* dalam menangani proyek.

## DAFTAR PUSTAKA

K. Knorr and H. Stormer. *Modeling and analyzing separation of duties in workflow environment*. In *Proceedings of 16th International Conference on Information Security*, pages 199–212, 2001.

Portofolio: Sciencewerk - *Whiteboard Journal*. (2022). Diakses 4 Januari 2022, dari <https://www.whiteboardjournal.com/focus/ideas/portofolio-sciencewerk/>

PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE MECHANISMS*. Diakses 5 Januari 2022, dari <http://eprints.ums.ac.id/68198/3/5.%20Bab%202.pdf>

Satrusallya, A., Makad, S., & Suthar, S. (2022). *Simplify Your Agency's Design Process: Workflow*. Diakses 5 Januari 2022, dari <https://thenextscoop.com/simplify-design-process-workflow/>

Tan, K., Crampton, J., & Gunter, C. *The Consistency Of Task-Based Authorization Constraints In Workflow Systems*.