

### BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

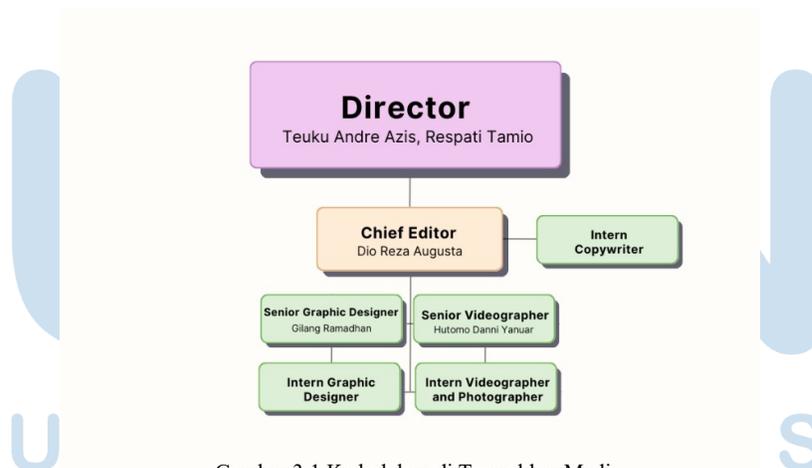
Pada bagian ini penulis akan menjelaskan positioning dan kerjasama saya selama magang di Tworubber Media. Penulis juga akan menguraikan proses berpikir kreatif dan tanggung jawab penulis sebagai videografer dan fotografer produk.

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang, penulis bekerja sebagai videografer dan fotografer produk di departemen kamera. Penulis mendapat bimbingan dan supervisi dari *Chief Editor*, Dio Reza dan *Senior Videographer* Hutomo Danni. Berikut kedudukan dan koordinasi selama penulis magang di Tworubber Media.

##### 3.1.1 Memahami Kedudukan sebagai Videografer dan Fotografer Produk di Tworubber Media

Selama menjalankan program magang di Tworubber Media, penulis mendapatkan mentor *Senior Videographer* dari Tworubber Media yaitu, Hutomo Danni Yanuar. Berikut kedudukan penulis selama melakukan praktek kerja magang di Tworubber Media :



Gambar 3.1 Kedudukan di Tworubber Media

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023)

Penulis selama kerja magang mendapatkan *jobdesc* Videografer dan Fotografer Produk. penulis bertanggung jawab dalam proses produksi setiap video

dan foto dari Tworubber Media. Penulis bekerja dibawah Dio Reza selaku *Chief Editor* dan Hutomo Danni selaku *Senior Videographer*. Kedudukan dari penulis adalah sejajar dengan karyawan magang lainnya. Penulis tidak menemukan kendala dalam masalah kedudukan yang ada di perusahaan. Penulis merasakan alur kerja serta perlakuan di dalam kantor sudah baik.

### 3.1.2 Memahami Koordinasi sebagai Videografer dan Fotografer Produk di Tworubber Media

Pada masa program kerja magang, penulis memiliki koordinasi yang harus diikuti. Pada saat liputan untuk konten Tworubber Media di YouTube dalam segmen *The Man Behind* dan *Lady Apron*, dimulai dari *Chief Editor* yang memiliki ide untuk *interview* salah satu restoran atau chef. Ketika sudah ada jadwal untuk melakukan *interview* dengan narasumber, penulis juga *Senior Videographer* dan *Chief Editor* menuju lokasi restoran untuk melakukan *interview*.

Penulis mulai mengambil gambar seperti *ambience* restoran, proses pembuatan makanan, juga *interview*. Selain itu, penulis juga mengambil foto dari *ambience* restoran dan proses pembuatan makanan. Penulis juga mengambil foto dari produk makanan yang menjadi *highlight* dari restoran atau chef tersebut. Setelah melakukan proses produksi, pasca produksi dilakukan oleh *Senior Videographer* sampai akhirnya video dapat tayang di YouTube dan Instagram Tworubber Media. Berikut adalah bagan koordinasi di Tworubber Media :



Gambar 3.2 Koordinasi Tworubber Media

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023)

### 3.2 Tanggung Jawab Videografer dan Fotografer Produk dalam Produksi

#### *The Man Behind dan Lady Apron*

Selama penulis melakukan program magang, penulis bertanggung jawab sebagai videografer dan fotografer produk. Tworubber Media memiliki salah satu segmen yang menjadi salah satu pembeda dari media *food and beverage* lainnya yaitu, *The Man Behind* dan *Lady Apron*. Pada tiap produksi segmen *The Man Behind* juga *Lady Apron*, penulis bertugas untuk mengambil video dan foto produk. Penulis belajar banyak dalam teknik pengambilan gambar dalam bentuk video maupun foto. Penulis juga dapat belajar banyak tentang dunia dan industri *food and beverage* yang diliput pada segmen *The Man Behind* dan *Lady Apron*. Berikut adalah bagan dari beberapa proyek yang penulis jalankan selama magang di Tworubber Media:

Tabel 3.1 Projek penulis di Tworubber Media  
(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2023)

No	Projek	Tanggal Projek
1.	Konten mingguan Byurger Burger	19 Juni 2023 -19 Desember 2023
2.	Liputan Acasia Dining and Bar	22 Juni 2023
3.	Liputan Toffin Boot Camp	5 Juli 2023
4.	Teaser Kitchen Takeover Byurger	14 Juli 2023
5.	Liputan Aneka 57: Kopi dan Camilan	2 Agustus 2023
6.	Liputan Qebul Firewood	30 Agustus 2023
7.	Liputan Limau	7 September 2023
8.	Liputan Semaja	20 September 2023

No	Projek	Tanggal Projek
9.	Liputan Southja	4 Oktober 2023
10.	Liputan Zapolli	11 Oktober 2023
11.	Liputan Le Festin de Beurre	1 November 2023
12.	USS Food Rumble	3- 5 November 2023
13.	Liputan Supper	6 November 2023

### 3.2.1 *The Man Behind* : Semaja

Salah satu chef yang menjadi pilihan dari Tworubber Media adalah Chef Patrick Ramon yang adalah seorang *Chef De Partie* dari restoran Semaja. Semaja sendiri merupakan restoran yang dibawah oleh Ismaya Group yang menyajikan makanan Indonesia namun, dibalut secara modern. Chef Patrick Ramon merupakan salah satu chef berpengaruh di Indonesia dengan makanan *Indonesian fusion* nya. Banyak sekali pengalamannya dalam dunia *food and beverage* dan sudah belajar dari banyak sekali chef terkenal di dunia. Chef Patrick sebelumnya memiliki mimpi menjadi pemain sepak bola namun, dunia *food and beverage* menjadi pilihannya untuk mencari nafkah. Walau begitu, Chef Patrick tetap memiliki kecintaan yang sangat besar pada sepak bola.

#### 3.2.1.1 Videografer

##### a. *Pre Production*

Sebelum melakukan produksi, penulis mencari tahu terlebih dahulu mengenai restoran Semaja juga Chef Patrick yang akan diliput. Penulis juga memberikan beberapa referensi kepada *Senior Videographer* juga *Chief Editor*. Penulis juga mempersiapkan beberapa peralatan untuk liputan tersebut. Peralatan yang dipersiapkan adalah kamera, tripod, lampu, juga

*light stand*. Kamera yang digunakan adalah kamera Sony A7III dengan lensa Tamron 28-75mm dan Sony 90mm *prime lens*. Untuk lampu yang akan digunakan adalah Godox SL60 dan Godox LED.

b. *Production*

Pada hari-h syuting, sesampai di lokasi penulis mempersiapkan kamera untuk mulai mengambil beberapa video untuk menggambarkan ambience dari restoran Semaja. Penulis juga mengambil beberapa video di dapur Semaja. untuk memberikan gambaran kepada penonton dapur dari restoran Semaja. Setelah mengambil *ambience* juga dapur dari restoran Semaja, penulis juga *Senior Videographer set lighting* juga kamera untuk melakukan *interview* dengan Chef Patrick Ramon. *Interview* berisikan bagaimana Chef Patrick bisa menjadi seorang chef sampai saat ini, kecintaan Chef Patrick dengan sepak bola, dan masih banyak lagi. Berikut adalah beberapa gambar mengenai liputan kepada Chef Patrick dan restoran Semaja. Berikut adalah beberapa cuplikan dari video *interview* dengan Chef Patrick di Semaja:



Gambar 3.3 Interview dengan Chef Patrick  
(Sumber: Tworubber Media, The Man Behind | Gemah Ripah Rasa Lokal Semaja, 2:43, 2023)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.4 Ambience Semaja  
(Sumber:Tworubber Media, The Man Behind | Gemah Ripah Rasa Lokal Semaja, 6:24, 2023)



Gambar 3.5 Demo dari Chef Patrick  
(Sumber:Tworubber Media, The Man Behind | Gemah Ripah Rasa Lokal Semaja, 10:24, 2023)

### 3.2.1.2 Fotografer

#### a. *Pre Production*

Sebelum melakukan produksi, penulis mencari tahu terlebih dahulu mengenai restoran Semaja juga Chef Patrick yang akan diliput. Penulis juga memberikan beberapa referensi kepada *Senior Videographer* juga *Chief Editor*. Penulis juga mempersiapkan beberapa peralatan untuk liputan tersebut. Peralatan yang dipersiapkan adalah kamera, tripod, lampu, juga *light stand*. Kamera yang digunakan adalah kamera Sony A7III dengan lensa Tamron 28-75mm dan Sony 90mm *prime lens*. Untuk lampu yang akan digunakan adalah Godox DS 300.

b. *Production*

Sesampainnya di lokasi, penulis mempersiapkan peralatan untuk melakukan foto di restoran Semaja. Penulis mempersiapkan kamera juga lensa. Penulis pun memfoto *ambience*, *customer*, dan dapur dari Semaja. Penulis juga foto ketika makanan sedang dibuat. Penulis kemudian mempersiapkan *lighting* untuk melakukan foto produk dari Semaja. Penulis memfoto 2 produk *appetizer*, 3 produk *main course* dan 2 produk *dessert*. Berikut adalah beberapa foto produk juga *ambience* dari restoran Semaja:



Gambar 3.6 *Ambience* Semaja  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)



Gambar 3.7 Produk Makanan Semaja  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)



Gambar 3.8 *Customer Semaja*  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)

c. *Post Production*

Pada masa *post production* penulis melakukan *editing* pada beberapa foto produk, *ambience*, juga profil dari Chef Patrick. Penulis menggunakan Adobe Lightroom untuk melakukan *editing* foto-foto tersebut. *Editing* yang dilakukan tidak terlalu banyak, hanya menyesuaikan warna dan *exposure* menjadi lebih baik.

### 3.2.2 *Lady Apron* : Aneka 57 Kopi dan Camilan

Aneka 57 Kopi dan Camilan merupakan salah satu gerai kopi dan camilan di Pecenongan, Jakarta Utara. Aneka 57 dimiliki oleh Joslyn dan Olive, juga sebagai Chef di Aneka 57. Joslyn yang memiliki latar belakang *pastry* dan Olive yang mengerti mengenai kopi akhirnya terciptalah Aneka 57. Nama “Aneka” sendiri karena, mereka tidak ingin melabeli restoran mereka dengan apapun dan ingin memberikan pilihan makanan yang bervariasi dan “57” adalah blok dari restoran mereka. Pecenongan menjadi salah satu tempat yang ikonik di dunia *food and beverages*. Pecenongan juga menjadi ikonik dengan makanan yang legendaris, yang sudah berpuluh-puluh tahun ada. Hadirnya Aneka 57 menjadi pembeda dimana Pecenongan menjadi salah satu identitas *food and beverages* lama dapat bangkit kembali. *Chief Editor* Tworubber media melihat Aneka 57 menjadi unik karena,

dapat membangkitkan kembali Pecenongan ke industri *food and beverage* yang tadinya hanya berkembang pesat di Jakarta Selatan saja.

### 3.2.2.1 Videografer

#### a. *Pre Production*

Pada saat hari-h syuting, penulis mempersiapkan semua alat kamera dan *lighting*. Kamera yang digunakan adalah kamera Sony A7III dengan lensa Tamron 28-75mm dan Sony 90mm *Prime Lens*. *Lighting* yang digunakan untuk video adalah Godox SL 60 dan LED. Selain kamera dan *lighting*, penulis juga mempersiapkan tripod untuk *interview*.

#### b. *Production*

Pada saat hari-h syuting, penulis mempersiapkan semua alat kamera dan *lighting*. Sesampainya di lokasi, penulis mengambil beberapa video *ambience* dari toko Aneka 57 juga mengambil beberapa foto dan video di dapur dan bar Aneka 57. Setelah mengambil banyak video dari *ambience*, penulis melakukan *interview* dengan Joslyn dan Olive. Penulis *set* kamera dan *lighting* untuk melakukan *interview*. *Interview* berisikan bagaimana Joslyn dan Olive memulai Aneka 57, juga menceritakan bagaimana Aneka 57 jadi segmen *food and beverage* baru di Pecenongan. Ada beberapa kesulitan yang dialami penulis ketika melakukan liputan di Aneka 57 salah satunya adalah lokasi nya yang sangat kecil. Penulis tidak dapat bergerak secara leluasa untuk mengambil gambar di Aneka 57. Berikut adalah beberapa cuplikan mengenai liputan kepada Joslyn dan Olive dan toko Aneka 57 Kopi dan Camilan.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.9 *Interview* Joslyn dan Olive di Aneka 57 Kopi dan Camilan  
(Sumber:Tworubber Media, Lady Apron | Wajah Baru Pecenongan Lebih Muda Lebih Maju, 3:31, 2023)



Gambar 3.10 *Ambience* di Aneka 57 Kopi dan Camilan  
(Sumber:Tworubber Media, Lady Apron | Wajah Baru Pecenongan Lebih Muda Lebih Maju, 5:12, 2023)



Gambar 3.11 *Ambience* di Aneka 57 Kopi dan Camilan  
(Sumber:Tworubber Media, Lady Apron | Wajah Baru Pecenongan Lebih Muda Lebih Maju, 3:12, 2023)

### 3.2.2.2 Fotografer

#### a. *Pre Production*

Pada saat hari-h syuting, penulis mempersiapkan semua alat kamera dan *lighting*. Kamera yang digunakan adalah kamera Sony A7III dengan lensa Tamron 28-75mm dan Sony 90mm *Prime Lens*. *Lighting* yang digunakan untuk foto produk adalah Godox DS 300. Selain kamera dan *lighting*, penulis juga mempersiapkan tripod untuk foto produk secara keseluruhan.

#### b. *Production*

Sesampainya di lokasi, penulis mempersiapkan kamera yang akan digunakan dan mulai memfoto beberapa bagian dari Aneka 57 seperti *ambience* dan dapur juga bar. Penulis juga memfoto ketika makanan dan minuman sedang dibuat. Penulis mempersiapkan *lighting* untuk melakukan foto produk, produk yang difoto adalah 4 camilan dan 3 minuman. Selain itu, penulis juga memfoto kedua *owner* dari Aneka 57 sebagai *thumbnail* untuk YouTube Tworubber Media. Sama seperti kendala sangat pengambilan video, karena lokasi yang sangat kecil penulis sedikit kesulitan ketika mengambil foto produk. Berikut adalah beberapa foto produk juga *ambience* di Aneka 57 Kopi dan Camilan:



Gambar 3.12 Produk di Aneka 57 Kopi dan Camilan  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)



Gambar 3.13 *Ambience* di Aneka 57 Kopi dan Camilan  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)



Gambar 3.14 *Ambience* di Aneka 57 Kopi dan Camilan  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)

c. *Post Production*

Pada masa *post production* penulis melakukan *editing* pada beberapa foto produk, *ambience*, juga profil dari Joslyn dan Olive. Penulis menggunakan Adobe Lightroom untuk melakukan *editing* foto-foto tersebut. *Editing* yang dilakukan tidak terlalu banyak, hanya menyesuaikan warna dan *exposure* menjadi lebih baik.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis alami selama produksi segmen *The Man Behind* dan *Lady Apron* adalah ketidakpastian dalam tanggal waktu syuting dan ketidakpastian kondisi dari restoran. Tanggal waktu syuting biasanya ditentukan oleh *Chief Editor* Tworubber Media dan tidak ada planning terlebih dahulu sehingga, sebagai videografer tidak tau waktu pastinya dan siapa yang akan ada di segmen *The Man Behind* maupun *Lady Apron*. Kondisi dari restoran juga menjadi salah satu kendala bagi penulis. Terkadang restoran yang akan didatangi untuk menjadi objek liputan sangatlah kecil atau terlalu ramai. Kondisi-kondisi tersebut dapat menjadi salah satu kendala terutama dalam pengambilan video. Salah satu contohnya adalah ketika meliput Aneka 57 yang memiliki tempat yang sangat kecil dan dalam kondisi yang cukup ramai. Terlihat pada gambar 3.15, lokasi dari Aneka 57 yang sangat sempit dan membatasi penulis pada saat pengambilan foto dan video.



Gambar 3.15 Lokasi syuting di Aneka 57 Kopi dan Camilan  
(Sumber: Tworubber Media, *Lady Apron* | Wajah Baru Pecenongan Lebih Muda Lebih Maju, 1:16, 2023)

Penulis sangatlah kesulitan dalam pengambilan gambar, terutama pada video karena lokasinya yang cukup sempit dan pada saat itu ramai. Video-video yang diambil hasil akhirnya kurang maksimal menurut penulis dan banyak sekali *shot* yang tidak terpakai. Selain itu, dengan banyaknya hadir tamu di restoran tersebut terasa sedikit mengganggu proses pengambilan gambar dan akhirnya

pengambilan gambar tidak maksimal. Hadirnya penulis juga dapat mengganggu para tamu yang datang pada saat itu sehingga, sama-sama tidak diuntungkan. Sebagai fotografer produk, tidak ada kendala yang sangatlah signifikan.

#### **3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Solusi atas kendala ketidakpastian waktu syuting adalah *Chief Editor* memberi tahu terlebih dahulu H-3 sebelum syuting sehingga, videografer dapat riset terlebih dahulu mengenai restoran dan atau chef yang akan diliput. Videografer dapat mengetahui terlebih dahulu mengenai tempat lokasi dari restoran dan bagaimana kondisi restoran pada saat syuting. Videografer akhirnya dapat beradaptasi dan menyesuaikan sesuai dengan kebutuhan dari lokasi atau tempat dari restoran atau chef tersebut. Videografer juga tidak harus membawa banyak sekali alat-alat untuk syuting dan hanya membawa sesuai dengan kebutuhan saja.

Kendala mengenai kondisi restoran juga teratasi karena *Chief Editor* dapat memberi tahu tentang jadwal syuting yang akan datang. Videografer dapat melakukan riset terlebih dahulu mengenai lokasi dan kondisi restoran. Videografer juga dapat mencari referensi mengenai restoran dan atau chef yang akan di *interview* dan hasilnya akan lebih maksimal. Sebagai fotografer produk, tidak ada kendala yang sangatlah signifikan sehingga, tidak ada solusi.

### **3.3 Mempelajari Dunia dan Industri *Food and Beverages***

Teknik pengambilan gambar secara foto dan video pada objek makanan kurang lebih sama dengan memfoto atau video *portrait* manusia. Tidak ada perbedaan yang sangatlah signifikan dalam pengambilan foto dan video makanan. Salah satu yang berbeda dari foto dan video pada makanan adalah fotografer dan videografer perlu membuat makanan yang diambil foto dan videonya menggugah selera yang melihat foto atau video tersebut. Fotografer dan videografer perlu juga memberikan gambaran tentang kelezatan dan keunikan dari sebuah makanan dalam sebuah

gambar (Ambarsari, 2015). Fotografer dan videografer perlu memperhatikan warna dan apa yang menjadi *selling point* dari makanan yang akan di foto atau video. Beberapa poin tersebut dapat penulis pelajari selama menjalani program kerja magang di Tworubber Media.

Melakukan program magang di Tworubber Media menjadi salah satu jembatan bagi penulis untuk mempelajari dunia dan industri *food and beverages*. Sekarang ini terus bermunculan perusahaan-perusahaan baru membuat dunia usaha semakin kompetitif. Hal ini menyebabkan berbagai perusahaan melakukan berbagai inovasi bisnis agar terhindar dari kebangkrutan. Salah satu bidang usaha yang terus berkembang adalah industri *food and beverages*. Seiring bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, permintaan terhadap makanan dan minuman juga meningkat. Masyarakat Indonesia lebih menyukai makanan siap saji, sehingga semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru di industri *food and beverages* (Mamahit et al., 2021).

Penulis memiliki minat yang cukup besar di bidang *food and beverages* sehingga, dengan melakukan program magang di Tworubber Media penulis dapat belajar lebih banyak lagi dengan dunia *food and beverages*. Penulis dapat belajar banyak mengenai tata cara pengambilan gambar foto maupun video pada objek makanan. Selain itu, penulis juga belajar lebih lagi tentang industri bisnis *food and beverages* itu sendiri. Penulis juga menjadi tertarik kepada perkembangan industri *food and beverages* yang menurut penulis sangatlah menarik untuk dipelajari.

### **3.3.1 Perkembangan Industri *Food and Beverage* di Indonesia**

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga, dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama oleh semakin banyaknya konsumen kelas menengah. Berkat hal ini, ini

juga merupakan industri di mana perusahaan lokal sangat ambisius dan telah tumbuh menjadi eksportir global yang sukses. Pada saat yang sama, internasionalisasi masakan lokal merupakan peluang besar bagi perusahaan asing untuk menjual produknya kepada konsumen Indonesia yang semakin terbuka terhadap masakan dan cita rasa baru. Perubahan gaya hidup di wilayah perkotaan di Indonesia sebagian besar mengikuti tren pasar yang ada, dimana para pekerja kantoran mempunyai lebih sedikit waktu atau minat untuk memasak, namun tetap ingin makanan sehat (Sari, A. N, 2022).

Pengaruh perubahan gaya hidup dari masyarakat Indonesia menurut penulis, terpengaruh dari apa yang masyarakat lihat di sosial media. Sosial media menjadi salah satu jembatan masyarakat untuk lebih terbuka dengan apa yang sedang terjadi diluar. Salah satu penggunaan sosial media adalah untuk menjadi salah satu media promosi untuk restoran. Salah satu restoran yang menurut penulis sangatlah baik dalam penggunaan sosial media sebagai media promosi adalah Byurger Burger. Menurut penulis, dengan memberikan konten promosi makanan di setiap akhir pekan, akan menaikkan traffic dari sosial media Byurger Burger itu sendiri namun, tetap mendatangkan pelanggan. Berikut adalah gambar konten mingguan dari Byurger Burger:



Gambar 3.16 Konten Mingguan Byurger Burger  
(Sumber: byurgerJKT, 2023)

Perkembangan *food and beverage* tidak hanya dari daya beli dari konsumen dan cara restoran mempromosikan makanannya. *Food and beverage* juga berkembang dari banyaknya jenis makanan dan minuman atau “genre” nya. Restoran dan para chef dipaksa untuk terus berinovasi. Restoran harus terus memberikan satu hal yang baru untuk menggaet pelanggan. Salah satu restoran yang menurut penulis menarik dalam berinovasi adalah Limau. Limau adalah restoran yang berfokus menjual *rice box* namun, yang berbeda dengan *rice box* lainnya adalah menyediakan pilihan nasi jeruk. Penggunaan nasi jeruk masih sangatlah jarang pada makan sehingga, nasi jeruk menjadi salah satu *unique selling point* yang dimiliki Limau. Limau juga terus berkembang secara menu. Sering kali ada tambahan menu baru di tiap bulannya. Selain menu, Limau juga sering kali melakukan beberapa kolaborasi bersama seorang chef yang menciptakan menu baru yang spesial dan biasanya terbatas. Berikut adalah contoh gambar produk dari Limau:



Gambar 3.17 Produk di Limau  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)

### 3.3.2 Mempelajari Tren di Industri *Food and Beverage*

Salah satu perkembangan dari industri *food and beverage* adalah bagaimana industri *food and beverage* bisa menciptakan sebuah tren. Tren tercipta karena ada sesuatu yang menjadi sangatlah populer. Tren memiliki peranan yang sangatlah

penting juga, tren memiliki dampak yang cukup besar pada industri food and beverage. Walaupun tiap restoran harus memiliki *unique selling point* nya masing-masing, tren tetap memiliki peranan yang besar agar restoran tetap bisa berjalan. Tren *food and beverage* di Indonesia terus berkembang seiring dengan berkembangnya kebiasaan dan preferensi konsumen baru di seluruh negeri.

Beberapa kebiasaan yang muncul selama pandemi virus corona (COVID-19) kini tampaknya berdampak jangka panjang terhadap perilaku konsumen dan preferensi makanan. Banyak konsumen kini lebih memperhatikan kesehatan fisik mereka dan lebih memperhatikan apa yang mereka masukkan ke dalam tubuh mereka. Sebuah studi baru menunjukkan bahwa konsumen Indonesia berniat untuk lebih fokus pada makanan sehat dan nutrisi. Selain membeli makanan yang lebih sehat dan mengurangi konsumsi makanan olahan, banyak juga masyarakat Indonesia yang memilih makanan rumahan untuk menunjang gaya hidup sehat (Nurhayati-Wolff, H, 2023).

Selain makanan sehat yang pernah menjadi sebuah tren di Indonesia, tren *comfort food* juga sempat ada di Indonesia. Banyak sekali restoran yang memperjuangkan makanan yang sangatlah dekat dengan masyarakat Indonesia. Salah satu restoran yang menurut penulis sangatlah menarik dengan membawa *modern Indonesian food* adalah Semaja. Membawa makanan Indonesia dengan membuatnya menjadi modern menjadi salah satu *unique selling point* Semaja namun, tetap membawa tren *comfort food*. Semaja memberikan rasa yang hampir otentik sehingga, rasa *comfort food* yang banyak orang Indonesia inginkan tetap ada namun diberikan dengan sentuhan modern. *Modern Indonesian food* disini adalah bagaimana restoran Semaja dapat menampilkan makanan Indonesia dengan terlihat lebih cantik dan menggugah. Berikut adalah gambar produk dari Semaja:



Gambar 3.18 Produk Makanan di Semaja  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)

### 3.3.3 Mempelajari *Unique Selling Point* di Industri *Food and Beverage*

*Unique Selling Point* (USP), atau bisa disebut juga *Unique Selling Proposition*, adalah pernyataan pemasaran yang membedakan suatu produk atau merek dari pesaingnya. USP mungkin membanggakan biaya terendah, kualitas tertinggi, pengalaman terbanyak, yang pertama di kelas produknya, atau sifat lain yang membedakan penawaran tersebut dari pesaing. Nilai jual yang unik dapat dianggap sebagai “apa yang salah satu restoran miliki yang tidak dimiliki pesaing”. USP yang sukses menawarkan sesuatu yang tidak dapat ditawarkan oleh pesaing. USP juga harus menarik untuk menarik pelanggan baru. Perusahaan dengan hati-hati menyeimbangkan apa yang diinginkan pelanggan dengan apa yang dapat dilakukan dengan baik oleh bisnis atau apa yang dapat ditawarkan oleh perusahaan yang tidak dapat ditawarkan oleh perusahaan lain. Idennya adalah membuat produk atau merek menonjol dari persaingan dengan cara yang unik. USP harus menarik perhatian pelanggan dan secara jelas membedakan penawaran perusahaan dari penawaran lainnya (Sheldon, R, 2022) .

USP memiliki peranan penting dalam membuat sebuah restoran. USP akan menjadi nilai yang membedakan satu restoran dengan restoran lainnya. Penulis selama melakukan program kerja magang di Tworubber Media, sering kali melihat restoran yang sangatlah berbeda dengan restoran biasanya. Salah satu restoran yang memiliki USP yang paling menarik bagi penulis adalah Qebul Firewood Burger.

Qebul Firewood Burger merupakan salah satu restoran burger yang menggunakan kayu bakar untuk memasak *patty* burgernya. Hal tersebut menjadi salah satu USP dari Qebul Firewood Burger karena, belum banyak restoran burger yang menggunakan kayu bakar untuk memasak. Kebanyakan restoran menggunakan *grill* untuk memasak *patty* dari burger. Berikut adalah gambar dari produk Qebul Firewood Burger :



Gambar 3.19 Produk Makanan di Qebul Firewood Burger  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)

Dengan menggunakan kayu bakar untuk memanggang *patty* burger, *patty* dari Qebul Firewood Burger memiliki wangi *smokey* yang juga menjadi ciri khas. Qebul Firewood Burger juga menjadi menarik bagi masyarakat Indonesia karena, burger yang dijual sudah diadaptasikan rasanya dengan masyarakat Indonesia. Chef dari Qebul Firewood Burger sendiri mengatakan bahwa, masyarakat Indonesia menyukai burger yang lebih banyak sausnya, burger yang basah. Saus mayones dari Qebul Firewood Burger dibuat secara rumahan sehingga, dapat juga disesuaikan dengan rasa yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Saus yang disukai oleh masyarakat Indonesia adalah saus yang cenderung lebih manis. Dari beberapa USP tersebut lah yang membuat Qebul Firewood menjadi salah satu burger yang berbeda dengan burger yang dijual kebanyakan.

Selain produk yang bisa menjadi USP, lokasi atau tempat dari sebuah restoran juga bisa menjadi salah satu USP yang menarik. Salah satu tempat yang menurut penulis memiliki USP pada lokasi adalah Aneka 57: Kopi dan Camilan. Berbeda dari toko kopi kebanyakan yang berlokasi di Jakarta Selatan, Aneka 57 membuka toko kopi di area Pecenongan. Pecenongan memang menjadi ikon *street food* sejak lama namun, tidak banyak anak-anak muda yang datang ke Pecenongan. Rata-rata pelanggan di Pecenongan adalah pekerja dan orang yang tinggal di sekitar Pecenongan saja. Aneka 57 menjadi berbeda karena, Pecenongan yang sangatlah ikonik dengan makanan legendaris dan *street food* nya didatangi oleh toko kopi yang sangatlah berbeda dengan restoran sekitarnya.



Gambar 3.20 Lokasi Aneka 57: Kopi dan Camilan di Pecenongan  
(Sumber: Arsip Tworubber Media, 2023)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A