

## BAB III

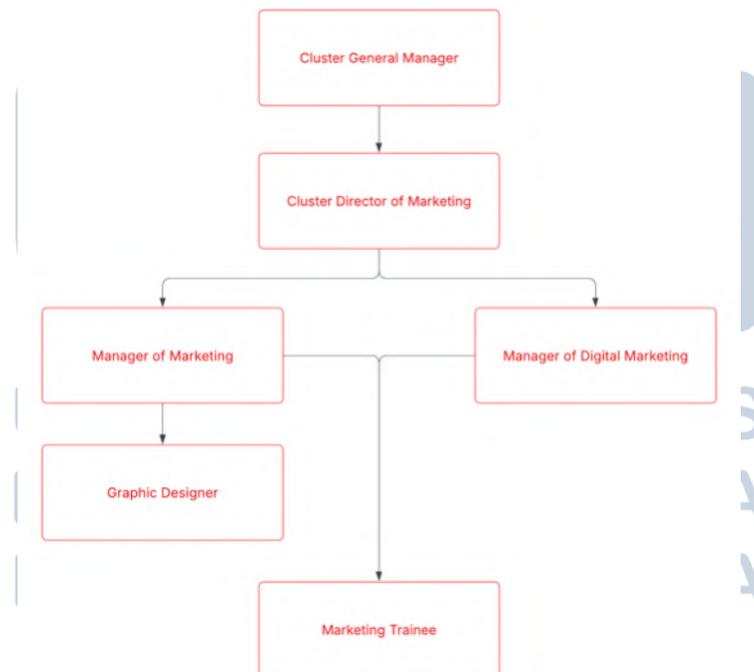
### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di Swissôtel Jakarta PIK Avenue, penulis ditempatkan di bawah naungan Divisi *Marketing* sebagai *Marketing Trainee*. Dalam divisi ini, penulis mengikuti alur kerja yang telah dijelaskan oleh pembimbing lapangan sejak awal masa magang.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa penulis berada di bawah naungan divisi *Marketing*. Selama enam bulan menjalani magang, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam tiga bidang utama di dalam divisi ini, yaitu *Marketing Communication*, *Digital Marketing*, dan *Graphic Design*.



Gambar 3.1 Bagan Struktur kedudukan divisi *Marketing*

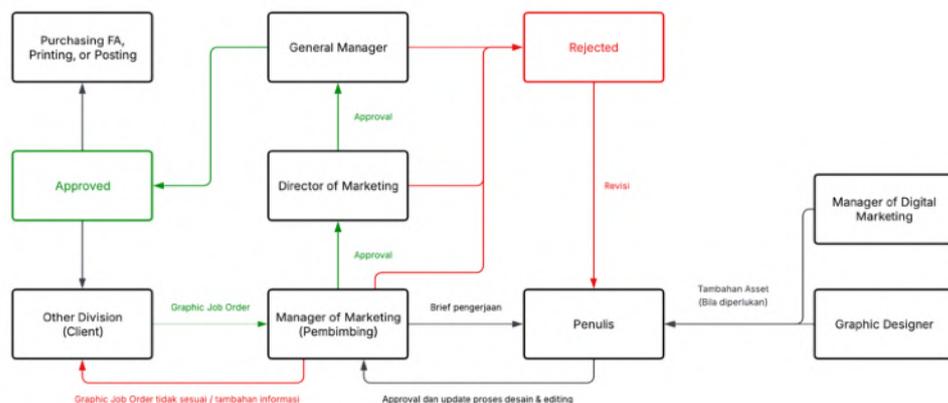
Sebagai bagian dari *Marketing Communication* yang merupakan tugas utama dari seorang *Manager of Marketing*, penulis memiliki tanggung jawab untuk membantu berbagai kegiatan administratif harian seperti pembuatan memorandum, perencanaan acara (*event* atau *product launching*), hingga penyusunan *report* harian dan bulanan. Selain itu, penulis juga dilibatkan dalam bertemu dengan pihak-pihak eksternal seperti *Key Opinion Leader (KOL)*, sponsor, tamu undangan, *VVIP*, dan mitra eksternal lainnya.

Dalam ranah *Digital Marketing*, penulis bertugas mengelola penuh lima akun media sosial Instagram, yaitu @swissoteljakartapikavenue, @thechinesenational, @summers\_atthepool, @brownmilk\_deli, dan @letterpress\_bar, serta satu akun TikTok @swissoteljakartapik. Tanggung jawab ini mencakup pembuatan dan pengelolaan konten visual berupa memproduksi, mengedit, dan mengunggah Feeds, Reels, dan Stories sesuai dengan kebutuhan dan gaya masing-masing akun, khususnya untuk mendukung kegiatan promosi hotel dan *outlet*. Selain itu penulis juga bertanggung jawab dalam merespon setiap pertanyaan dan diskusi tamu di fitur komentar masing-masing platform.

Sebagai *Graphic Designer*, penulis memiliki peran untuk membantu tim dalam pembuatan materi desain promosi atau marketing *collaterals* seperti poster, flyer, brosur bifold, dan lain sebagainya; baik untuk hotel maupun *outlet-outlet* restoran yang ada. Selain itu, penulis juga dipercaya untuk turut serta dalam proses produksi dan supervisi sesi *photoshoot* dan *videoshoot* guna memastikan kualitas visual yang akan digunakan dalam materi promosi sesuai dengan standar *guideline* yang ditetapkan.

### 3.1.2 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Sebagai *graphic design*, Tim Marketing Swissotel Jakarta PIK Avenue melayani berbagai kebutuhan foto, cetak, serta edit dari berbagai divisi yang memerlukan konten promosi atau media cetak baru. Dalam penerimaan request untuk proses editing, Tim Marketing mewajibkan setiap divisi (*client*) yang meminta untuk mengisi *Graphic Design Job Request Form* yang terdiri dari referensi, informasi detail, dan ekspektasi batas waktu pengerjaan dengan minimal batas waktu yakni tujuh hari setelah melakukan pengajuan form. Tim Marketing hanya menerima form *request* ini di jam kerja setiap hari Senin hingga Jumat dan tidak melebihi pukul 17:30 WIB.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Alur kerja dimulai dari divisi atau departemen di luar Divisi Marketing yang memiliki kebutuhan materi desain visual. Untuk mengajukan permintaan tersebut, divisi terkait wajib mengisi *Graphic Design Job Request Form* yang telah disediakan oleh tim Marketing. Formulir ini harus dilengkapi secara detail dan ditandatangani oleh Kepala Departemen terkait sebagai bentuk persetujuan internal, serta mendapatkan pengesahan dari *General Manager* sebagai pihak yang bertanggung jawab atas produksi materi desain visual tersebut. Setelah form yang telah ditandatangani diterima, dokumen tersebut akan melalui proses verifikasi

awal oleh *Marketing Manager* (pembimbing) yang dilakukan di bawah pengawasan dan sepengetahuan *Director of Marketing* terhadap kesesuaian form dengan standar yang berlaku, meliputi kelengkapan informasi, kejelasan brief, tujuan materi, serta batas waktu pengerjaan. Apabila form sudah sesuai untuk diproses, maka form tersebut akan diteruskan kepada penulis dalam bentuk *brief* tugas untuk di kerjakan. Penulis dapat meminta aset-aset korporat yang dibutuhkan atau aset visual yang pernah dibuat seperti logo, *supergraphic*, dan lain sebagainya; kepada *Digital Marketing Manager* atau *Graphic Designer* bila diperlukan.

swissôtel JAKARTA  
PIK AVENUE

### GRAPHIC DESIGN JOB REQUEST FORM

Request Date: 16-May-25

Expected Dateline: (min. 7 days after request) 20-May-25

Item Name: Letterpress

Charged to Account: \_\_\_\_\_

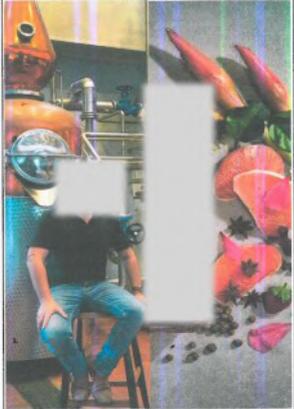
Requested by: \_\_\_\_\_

Department: \_\_\_\_\_

Available on MC: Yes /  No

Store Item: Yes / No /  Will be

CONTENT DETAILS	SKETCH HERE IF NECESSARY
<p>World Gin Day 2025</p>	<p>Flyer / Poster / Banner / Special Design, explain:</p>
<p>Archipelago Gin Dinner at Letterpress</p> <p><b>14 JUNE 2025</b> Start 6pm onward ( LIMITED SEATING )</p>	<p>Promotion</p> 
<p>Remarks schedule; Kindly Need Put flyer</p> <p>- Photo of - Sponsorship Logo of</p>	<p>1. Flyer for Instagram Story &amp; Landscape for TCN Led TV</p> <p>2. Printed Set menu Pairing With Gin</p>

Requested by  


Acknowledged by  


Approved by  


Processed by  

ALL PUBLIC COLLATERAL / PROMOTIONAL ITEM MUST BE SIGNED BY GENERAL MANAGER; ONLY HOD-SIGNED FORM WILL BE ACCEPTED AND PROCESSED

Gambar 3.3 *Graphic Design Job Request Form*

Setelah menyelesaikan desain, penulis melakukan asistensi kepada pembimbing jika desain sudah sesuai secara visual secara keseluruhan. pembimbing juga melakukan kesesuaian penulisan dan isi teks yang ada. Bila tidak ada revisi lebih lanjut maka penulis dapat mengirimkan desain High Resolution kepada pembimbing yang kemudian di teruskan kepada *Director of Marketing* untuk persetujuan. Bila *Director of Marketing* merasa desain yang dibuat sudah baik maka desain akan diteruskan kembali kepada *General Manager* untuk persetujuan. Dan bila *General Manager* menyetujui untuk publikasi atau proses cetak desain maka penulis dapat mengirimkan desain kepada pihak eksternal untuk proses percetakan, produksi untuk media cetak seperti poster, brosur, dan spanduk; atau dikirim kepada *client* untuk media digital seperti brosur digital, menu digital, dan lain sebagainya.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani magang sebanyak 130 hari atau setara dengan 1.170 jam, penulis telah membuat lebih dari 17 proyek, dengan variasi media berupa desain poster, *banner*, brosur, menu digital, foto, video, dan lain sebagainya. Berikut rincian proyek di ranah *graphic design* yang telah dilakukan selama menjalani program magang.

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3—7 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ramadhan buffet menu</i></li> <li>• <i>Ramadhan hampers</i></li> <li>• <i>Swissotel at Bridestory Exhibition ICE BSD</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• - <i>Photoshoot &amp; videoshoot</i> 15 frame utama makanan dan minuman menu Iftar <i>The Chinese National</i> dan <i>Summers at The Pool</i></li> <li>• <i>Photoshoot &amp; videoshoot Ramadhan hampers</i> untuk <i>Brownmilk Deli</i></li> <li>• Dokumentasi <i>booth wedding Swissotel at Bridestory Exhibition</i></li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
2	10—14 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Flavors of Turkey to Jakarta Iftar Ramadhan Buffet</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak x Westholme Launch</i></li> <li>• <i>Valentine Dinner event</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain <i>key visual Ramadhan Buffet</i> beserta turunan media cetak &amp; digital</li> <li>• <i>Photoshoot &amp; videoshoot</i> menu <i>Summers at The Pool</i> bersama chef Tom</li> <li>• Membuat kolateral <i>flyer &amp; social media post</i> untuk <i>Summers at The Pool Grill &amp; Steak</i></li> <li>• <i>Photoshoot &amp; videoshoot</i> menu untuk promosi <i>Valentine wine pairing event</i></li> </ul>
3	17—21 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Flavors of Turkey to Jakarta Iftar Ramadhan Buffet</i></li> <li>• <i>Letterpress Bar Cart</i></li> <li>• <i>Wedding Open House 2025</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak x Westholme Launch</i></li> <li>• <i>Valentine Dinner event</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat turunan media <i>videotron</i> dan brosur untuk <i>Ramadhan Buffet</i></li> <li>• <i>Videoshoot</i> dan edit untuk promo kereta dorong <i>Letterpress bar</i></li> <li>• Edit video untuk menu <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak</i></li> <li>• Edit video untuk <i>Valentine wine pairing event Recap</i></li> </ul>
4	24—28 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Flavors of Turkey to Jakarta Iftar Ramadhan Buffet</i></li> <li>• <i>Accor Ramadhan Promotional Media Visit</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat turunan media kolateral brosur dan LED untuk <i>Ramadhan Buffet</i></li> <li>• <i>Videoshoot</i> dan <i>photoshoot</i> koki tamu untuk <i>Ramadhan Buffet</i></li> <li>• Edit foto dan video untuk <i>Ramadhan Buffet</i></li> <li>• Dokumentasi acara <i>Launch Ramadhan Buffet kick off</i></li> <li>• Dokumentasi acara <i>Accor Ramadhan Promotional Media Visit</i></li> </ul>
5	3—7 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Flavors of Turkey to Jakarta Iftar Ramadhan Buffet</i></li> <li>• <i>Accor Ramadhan Promotional Media Visit</i></li> <li>• <i>Executive Lounge</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak x Westholme</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edit foto dan video recap dari <i>Ramadhan Buffet kick off &amp; Accor Ramadhan Promotional Media Visit</i></li> <li>• <i>Photoshoot Executive Lounge Breakfast Menu</i></li> <li>• <i>Photoshoot</i> 15 frame menu <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak</i></li> <li>• Desain <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak digital menu &amp; flyer</i></li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
6	10—14 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Corporate Gathering</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Penang Culinary Journey</i></li> <li>• <i>Executive Lounge</i></li> <li>• <i>Letterpress Bar</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Videoshoot Letterpress Bar beverage “Swiss Bramble”</i></li> <li>• <i>Executive Lounge Breakfast Menu edit</i></li> <li>• <i>Photoshoot 10 frame menu Penang Culinary Journey</i></li> <li>• <i>Dokumentasi &amp; editing acara Ramadhan Iftar Corporate Gathering</i></li> </ul>
7	17—21 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Corporate Gathering</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Penang Culinary Journey</i></li> <li>• <i>Executive Lounge</i></li> <li>• <i>Letterpress Bar</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Videoshoot Letterpress Bar beverage “Swiss Bramble”</i></li> <li>• <i>Executive Lounge Breakfast Menu edit</i></li> <li>• <i>Photoshoot 10 frame menu Penang Culinary Journey</i></li> <li>• <i>Dokumentasi &amp; editing acara Ramadhan Iftar Corporate Gathering</i></li> </ul>
8	24—28 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Hari Raya</i></li> <li>• <i>Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Penang Culinary Journey</i></li> <li>• <i>Flavors of Turkey to Jakarta Ramadhan Buffet</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Desain Key Visual Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert</i></li> <li>• <i>Desain ucapan hari raya Nyepi &amp; Idul Fitri</i></li> <li>• <i>Draft desain key visual The Chinese National: Penang Culinary Journey</i></li> <li>• <i>Videoshoot dan photoshoot Iftar dan Halal bihalal Flavors of Turkey to Jakarta Ramadhan Buffet</i></li> </ul>
9	1—4 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert</i></li> <li>• <i>In-Room Dining</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Paper Duck</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak Swim, Grill, &amp; Brunch</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Desain flyer, social media content, dan LED Visual Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert</i></li> <li>• <i>Draft desain key visual The Chinese National: Penang Culinary Journey</i></li> <li>• <i>Videoshoot dan editing menu The Chinese National: Penang Culinary Journey</i></li> <li>• <i>Videoshoot dan editing promosi Swim, Grill, &amp; Brunch</i></li> <li>• <i>Revisi menu In-Room Dining</i></li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
10	7—11 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert Auction</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Penang Culinary Corner</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain flyer, social media content, dan LED Visual <i>Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert Auction</i></li> <li>• Videoshoot dan photoshoot menu <i>The Chinese National: Penang Culinary Journey</i></li> <li>• Desain menu Videoshoot dan editing promosi <i>Swim, Grill, &amp; Brunch</i></li> </ul>
11	14—17 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Accor Live Limiteless Asia Instagram Takeover</i></li> <li>• <i>Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Taste of Penang x Lee Kum Kee</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak</i></li> <li>• Hari raya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edit recap video <i>Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert</i> hari 1 - 3</li> <li>• Edit video promosi untuk Instagram Accor Asia @all__asia</li> <li>• Edit flyer design <i>The Chinese National x Lee Kum Kee giveaway and launching event</i></li> <li>• Photoshoot 10 frame menu <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak</i></li> <li>• Desain ucapan hari raya Jumat agung, paskah, dan hari kartini</li> </ul>
12	21—25 April 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>The Chinese National: Taste of Penang x Lee Kum Kee</i></li> <li>• Hari raya</li> <li>• <i>Brownmilk Deli</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hari Kartini Photoshoot</li> <li>• <i>The Chinese National: Taste of Penang chef collaboration photoshoot &amp; videoshoot</i></li> <li>• <i>ButterScotch Latte photoshoot</i></li> </ul>
13	28 April—2 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wedding: The Intimate Moment</i></li> <li>• <i>Brownmilk Deli</i></li> <li>• <i>Letterpress Bar</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain flyer <i>Wedding: The Intimate Moment</i></li> <li>• Desain flyer <i>Brownmilk Deli Wine Pairing</i></li> <li>• Desain flyer <i>Letterpress Bar Craft Invitation Cinco de Mayo</i></li> </ul>
14	5—9 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Letterpress Bar</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Paperduck</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Taste of Canton</i></li> <li>• Hari raya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain flyer <i>Paperduck Premium Set Course</i></li> <li>• Draft desain key visual <i>The Chinese National: Taste of Canton</i></li> <li>• Photoshoot &amp; Videoshoot <i>Letterpress Bar Craft Invitation Cinco de Mayo</i></li> <li>• Desain ucapan hari raya Waisak</li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
15	13—16 May 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Accor Purpose Week</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak</i></li> <li>• <i>The Chinese National: Penang Culinary Corner</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Accor Purpose week activity documentation</i></li> <li>• <i>Desain flyer, social media content, dan LED The Chinese National: Penang Culinary Corner</i></li> </ul>
16	19—23 May 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Accor Purpose Week</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak</i></li> <li>• <i>The Chinese National</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Accor Purpose week activity video editing</i></li> <li>• <i>Taste of Canton “Singaporean Flower Crab Chilli Sauce” Photoshoot &amp; Videoshoot</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak “World Cucumber Day” flyer design</i></li> </ul>
17	26—30 May 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>The Chinese National: Taste of Canton</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak</i></li> <li>• <i>Letterpress Bar</i></li> <li>• <i>Brownmilk Deli</i></li> <li>• <i>The Intimate Wedding</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Taste of Canton “Singaporean Flower Crab Chilli Sauce” Video editing</i></li> <li>• <i>Summers at The Pool: Grill &amp; Steak “Family Set Lunch” Videoshoot &amp; Photoshoot</i></li> <li>• <i>Desain Key Visual untuk Summers at The Pool “Grill &amp; Steak Family, Swim, &amp; Lunch”</i></li> <li>• <i>Brownmilk Deli: Matcha menu Videoshoot &amp; Photoshoot</i></li> <li>• <i>Letterpress Bar Archipelago Gin Dinner Photoshoot</i></li> <li>• <i>The Intimate Wedding Key Promotional Video Editing</i></li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan program magang di Swissotel Jakarta PIK Avenue sebagai *Marketing Communication Team*, lingkup pekerjaan yang penulis lakukan dalam ranah *graphic design* meliputi pengerjaan foto, video, *key visual layouting*, dan desain kolateral-kolateral turunan dari *key visual* yang telah di *layout* menjadi media digital dan media cetak. Adapula proyek utama yang ingin dijelaskan lebih lanjut yakni perancangan desain untuk promosi “*Chef Collaboration: Bringing*

*The Flavours of Turkey to Jakarta*”; dengan tambahan empat proyek lainnya yakni perancangan desain untuk promosi *The Chinese National: Taste of Penang*, *Summers at The Pool: Grill & Steak*, *Wedding and Sangjit Open House 2025: Elegance in The Desert*, dan *The Chinese National: Taste of Canton*.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Pada saat penulis memulai masa magang di Swissôtel Jakarta PIK Avenue, penulis langsung diberikan kepercayaan untuk menjalankan tugas sebagai supervisor dalam proses *photoshoot* dan *videoshoot* bertema Ramadan. Proyek ini melibatkan tiga outlet restoran Swissôtel Jakarta PIK avenue, yaitu *The Chinese National*, *Summers at the Pool*, dan *Brownmilk Deli*. Tema utama yang diangkat adalah promosi menu Ramadan, yang terdiri atas sajian buffet Ramadan untuk *The Chinese National* dan *Summers at the Pool*, serta paket hampers Ramadan untuk *Brownmilk Deli*.

Sebagai dasar referensi dalam mengarahkan produksi visual, penulis ditugaskan untuk meninjau dokumentasi foto dan video dari arsip tema Ramadan tahun-tahun sebelumnya. Materi tersebut digunakan sebagai moodboard visual yang menjadi acuan dalam menentukan gaya pencahayaan, palet warna, konsistensi komposisi *layout*.



Gambar 3.4 Proses Foto dan Video Menu Ramadan

Proses pembuatan foto dan video dilakukan dengan menggunakan peralatan profesional, termasuk kamera dan pencahayaan studio guna memastikan hasil visual yang maksimal. Kegiatan photoshoot dan videoshoot ini berlangsung dalam satu hari penuh, dimulai sejak jam kerja pagi dan berakhir hingga larut malam. Durasi yang panjang ini diperlukan agar setiap produk, baik makanan, minuman, maupun *hampers*, sesuai dengan standar Swissôtel melalui approval *Director of Marketing* dan *General Manager* hotel. Dalam pelaksanaannya, proses produksi ini melibatkan antardivisi tim *Marketing*, *Food and Beverage Service*, serta tim dapur (*Kitchen*). Tim dapur bertanggung jawab dalam menyiapkan makanan dan minuman agar tampak menarik secara visual, sementara tim F&B Service membantu dalam penataan dan penyajian produk.



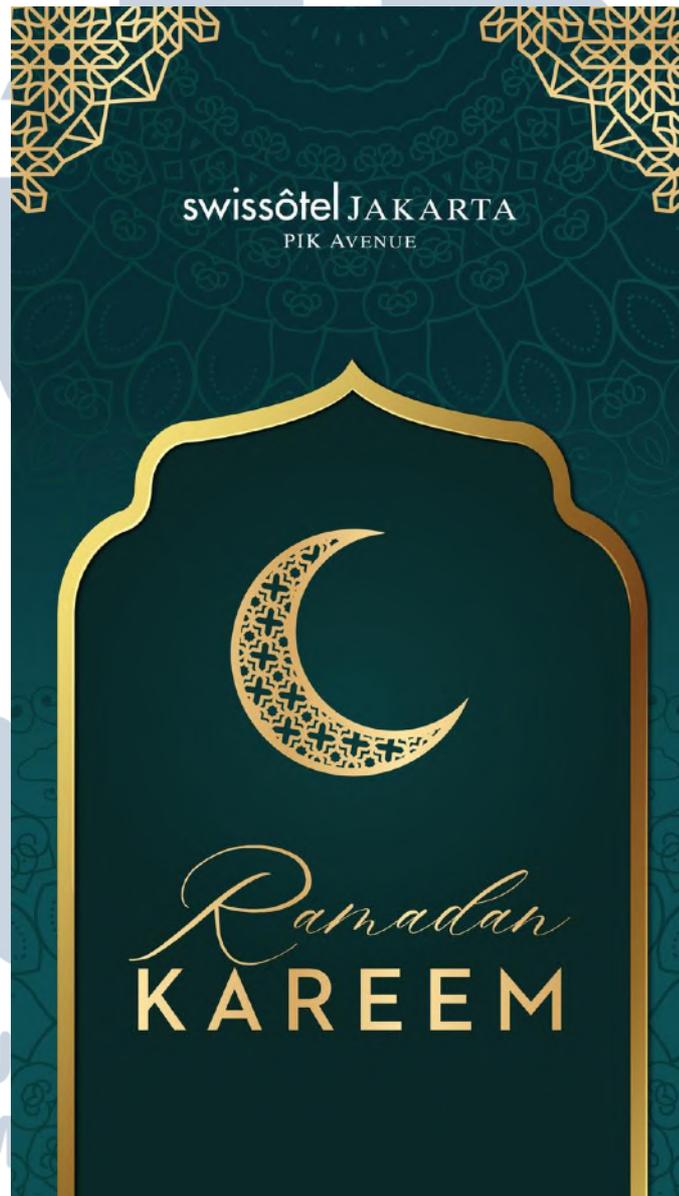
Gambar 3.5 Gambar Proses Penataan Gambar

Proses pembuatan foto dan video dilakukan dengan menggunakan peralatan profesional, termasuk kamera dan pencahayaan studio guna memastikan hasil visual yang maksimal dengan aspek gambar 4:3 dan video 16:9. Kegiatan *photoshoot* dan *video shoot* ini berlangsung dalam satu hari penuh, dimulai sejak jam kerja pagi dan berakhir hingga larut malam. Durasi yang panjang ini diperlukan agar setiap produk, baik makanan, minuman, maupun *hampers*, sesuai dengan standar Swissôtel melalui approval *Director of Marketing* dan *General Manager* hotel. Dalam pelaksanaannya, proses produksi ini melibatkan antardivisi tim *Marketing*, *Food and Beverage Service*, serta tim dapur (*Kitchen*). Tim dapur bertanggung jawab dalam menyiapkan makanan dan minuman agar tampak menarik secara visual, sementara tim *F&B Service* membantu dalam penataan dan penyajian produk.



Gambar 3.6 Hasil Gambar Setelah Edit

Pada hari berikutnya, hasil-hasil gambar yang telah dikurasi oleh *Director of Marketing* dan *General Manager* kemudian dipilih untuk digunakan dalam materi promosi. Gambar-gambar terpilih tersebut kembali mendapatkan penyempurnaan visual melalui photo editing menggunakan Adobe Lightroom untuk koreksi warna, pencahayaan, serta detail objek.



Gambar 3.7 *Key Visual* Ramadan Swissôtel Jakarta PIK Avenue 2025

Setelah proses editing gambar selesai dan mendapatkan persetujuan, penulis bersama tim *Marketing* untuk bersama melanjutkan tahap berikutnya

yaitu mendesain *key visual* utama untuk kampanye Ramadan. Konsep desain yang diangkat mengusung tema “*Chef Collaboration: Bringing The Flavours of Turkey to Jakarta,*” yang merupakan kampanye promosi kolaborasi kuliner antara Swissôtel Jakarta PIK Avenue dan *guest chef* internasional dari Swissôtel The Bosphorus, Istanbul. Pada tahap ini, penulis merancang aset visual untuk berbagai kebutuhan promosi seperti poster, konten media sosial, digital screen hotel, serta materi cetak lainnya, dengan mempertimbangkan aspek *branding*, estetika Ramadan, dan elemen budaya Turki yang ingin ditonjolkan dalam visual promosi ini. *Key visual* ini kemudian dibawa kepada *Director of Marketing* untuk *approval* sementara untuk dilanjutkan menjadi *draft* desain *e-flyer* 1080x1920px sebagai contoh acuan seluruh kolateral media cetak dan media digital ketika dikirim untuk *approval*.

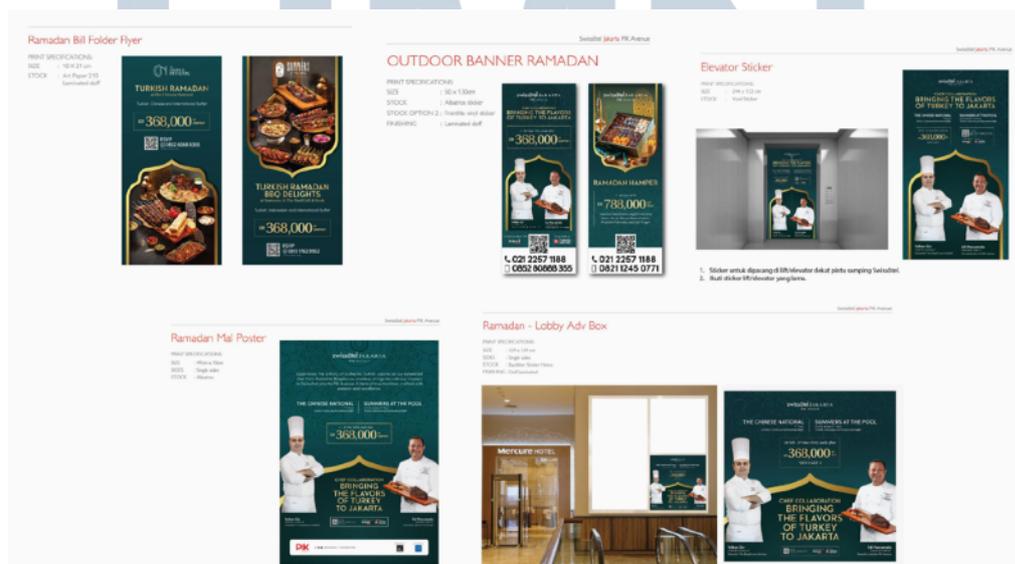


Gambar 3.8 Draft Desain Kolateral *E-flyer*

Setelah draft desain mendapatkan *approval General Manager* dengan revisi yang didapatkan, penulis kemudian menurunkan *key visual* desain ke dalam berbagai bentuk dan format ukuran media cetak dan media digital utama sebagai berikut:

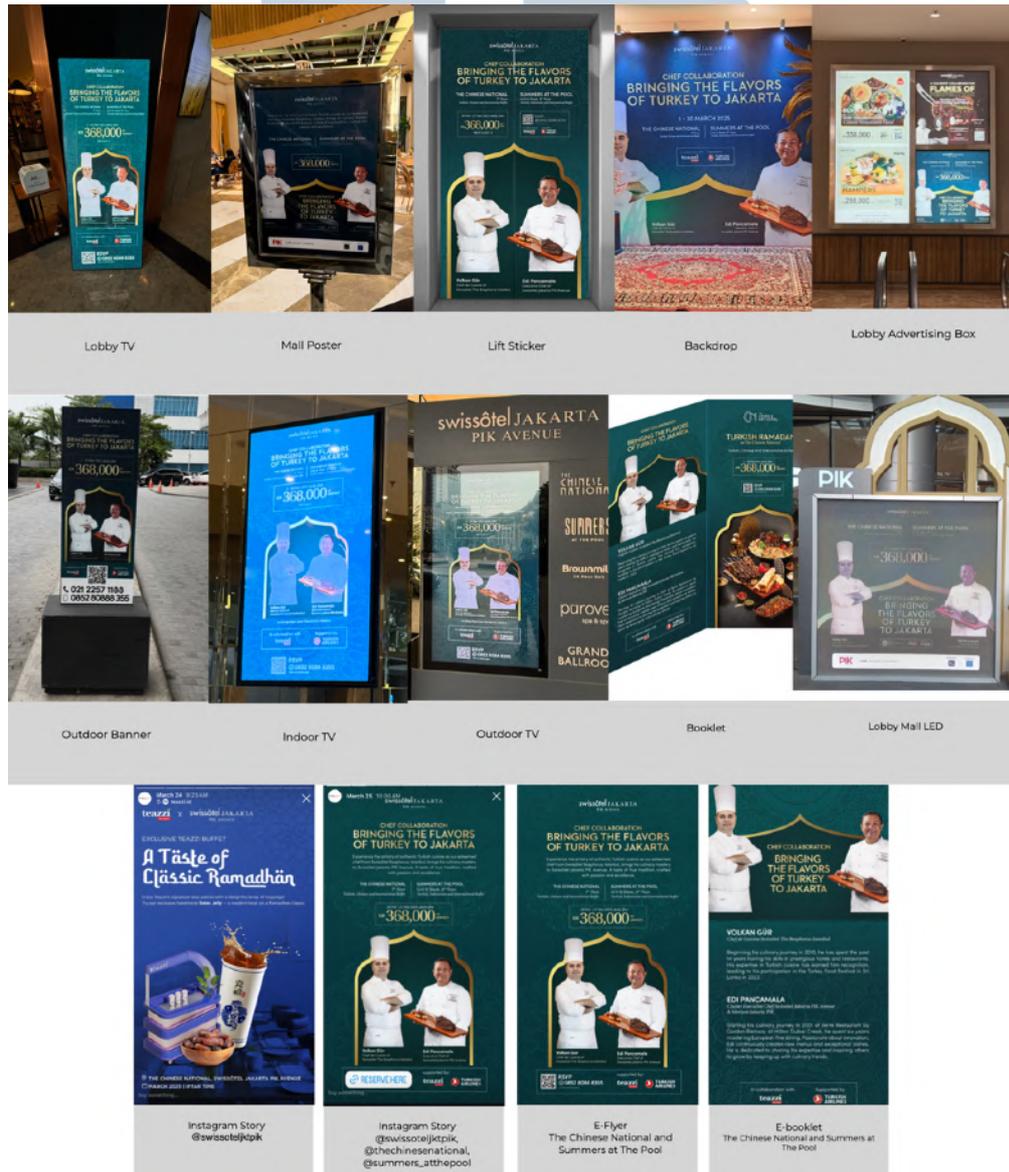
- *Lobby Advertising Box* (1920 x 1920)
- *Elevator Sticker* (2426 x 4800)
- *E-flyer* (1080 x 1920px)
- *Outdoor Banner* (731 x 1920)
- *Mall Poster* (1342 x 1920)
- *Bill Folder Flyer* (943 x 2000px)
- *Digital Booklet* (1080 x 1920px)
- *Mall LED* (1280 x 1280px)
- *Landscape LED, Indoor, & Outdoor TV* (1920 x 1080px)
- *Trifold Brochure* (1180 x 2480px)
- *Event Backdrop* (2551 x 3821px)

Setiap format memiliki penyesuaian masing-masing, terutama dalam *layout* elemen visual, ukuran teks, dan penempatan logo agar tetap terbaca dan terlihat dengan baik.



Gambar 3.9 Spesifikasi Percetakan

Penulis juga perlu memastikan bahwa ukuran desain memenuhi standar resolusi cetak dan kompatibilitas tampilan digital. Dalam proses ini, penulis berhubungan dengan tim percetakan, bagian teknik hotel, dan manajemen mall untuk memastikan cetakan, dan pemasangan kolateral terpasang dengan sesuai.



Gambar 3.10 Implementasi Key Visual

Selain terlibat dalam proses pembuatan materi kolateral untuk media cetak dan digital, penulis juga turut berkontribusi untuk memproduksi video promosi selama berlangsungnya kampanye “*Chef Collaboration: Bringing*

*The Flavours of Turkey to Jakarta*” yang bertujuan untuk memperkenalkan kolaborasi spesial kepada target desain serta menyoroti pengalaman kuliner bernuansa Turki yang dihadirkan kepada para tamu. Dalam prosesnya, penulis menyusun tahap pra-produksi dimulai dari penyusunan konsep naratif, penentuan alur visual, hingga elemen-elemen kunci yang ingin ditampilkan seperti tampilan makanan, interaksi *chef*, ambience restoran, dan detail dari dekorasi Ramadan. Penulis juga dengan mandiri menyusun jadwal pengambilan video serta mengatur koordinasi antar tim marketing, tim *food & beverage*, dan juga tim dapur untuk memastikan kelancaran proses produksi.



Gambar 3.11 Cuplikan Video Promosi

Setelah pengambilan gambar selesai, penulis melakukan tahap pasca-produksi, seperti seleksi footage, editing video, serta penyuntingan visual sebelum ditinjau lebih lanjut kepada *Director of Marketing* dan *General Manager*. Setelah mendapat persetujuan dari peninjauan hasil karya, video promosi yang dihasilkan tidak hanya digunakan sebagai konten media sosial, tetapi juga ditayangkan di digital signage, sosial media, website, dan lain sebagainya.

Dari rangkaian proyek utama yang telah dilakukan ini, penulis memperoleh pengalaman praktis dalam proses mendesain dan produksi

promosi Swissôtel Jakarta PIK Avenue khususnya desain dengan segmentasi target desain menengah ke atas dan bagi mereka yang melaksanakan ibadah puasa. Penulis tidak hanya dilibatkan dalam tahap perencanaan, pengawasan produksi foto dan video, hingga proses penyuntingan, tetapi juga dipercaya untuk merancang *key visual* dan menyesuaikannya ke dalam berbagai format media cetak dan digital. Penulis juga belajar berkolaborasi dengan lintas divisi yang memberikan pengamalan langsung mengenai pentingnya koordinasi, komunikasi, dan ketepatan eksekusi dalam industri profesional. Melalui proyek ini, penulis tidak hanya kembali mengasah keterampilan *hard skill* dalam desain komunikasi visual, tetapi juga mengembangkan kemampuan *soft skill* manajerial, kedisiplinan, serta mempertajam sensitivitas estetika desain komunikasi visual yang baik dalam industri *hospitality* yang kompetitif dengan segmen target desain yang luas.

### **3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang**

Selain menyelesaikan proyek utama berupa perancangan desain untuk kampanye promosi “*Chef Collaboration: Bringing The Flavours of Turkey to Jakarta,*” penulis juga turut merancang untuk beberapa proyek desain lain selama masa magang di Swissôtel Jakarta PIK Avenue dengan fokus pekerjaan yang serupa yakni mencakup produksi visual berupa foto dan video, *layouting key visual*, serta pengembangan desain kolateral dalam berbagai format media cetak dan digital. Dengan karakteristik visual yang berbeda-beda, keempat proyek tersebut antara lain adalah perancangan materi promosi untuk *The Chinese National: Taste of Penang*, *Summers at The Pool: Grill & Steak*, *Wedding Open House 2025: Elegance in The Desert*, serta *The Chinese National: Taste of Canton*. Uraian lebih lanjut mengenai proses pelaksanaan tugas-tugas ini dijelaskan pada subbab berikut.

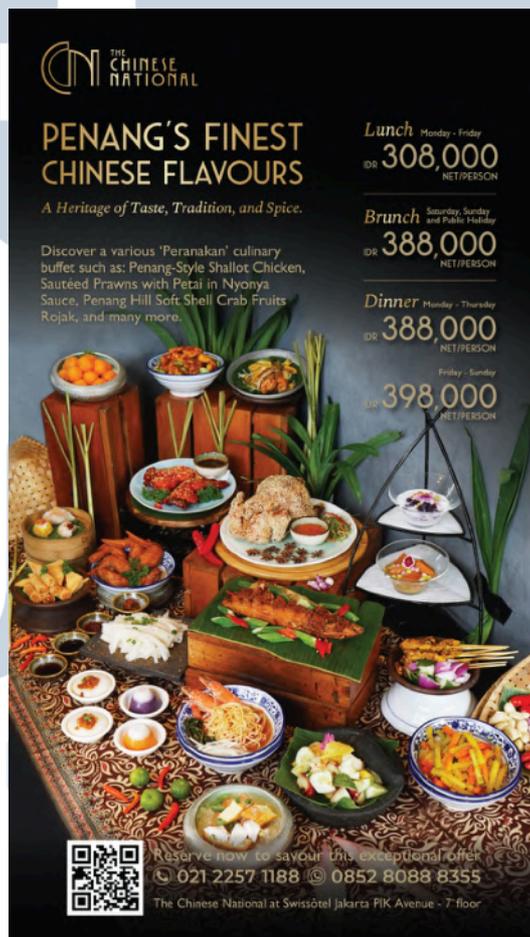
### 3.3.2.1 Proyek *The Chinese National: Taste of Penang*

*Taste of Penang* merupakan program promosi yang diselenggarakan oleh outlet restoran *The Chinese National* sebagai bagian dari rangkaian kampanye *Chef Collaboration*. Setelah sukses dengan promosi sebelumnya bertajuk “*Chef Collaboration: Bringing The Flavours of Turkey to Jakarta,*” program ini dilanjutkan dengan menghadirkan nuansa kuliner khas Penang, Malaysia. Melalui kolaborasi bersama *guest chef* asal Penang, promosi ini mengangkat tema *Classic Penang* yang dikemas dalam suasana khas Peranakan dan Oriental. Menu yang ditawarkan merupakan perpaduan antara hidangan khas Malaysia dan *signature dishes* ala Kanton, yang disajikan dalam format *All You Can Eat* untuk makan siang dan makan malam. Promosi ini berlangsung dari tanggal 3 April hingga 5 Mei dan menjadi salah satu daya tarik utama *The Chinese National* dengan cita rasa Asia yang autentik dan klasik.



Gambar 3.12 Photoshoot *Taste of Canton*

Berawal mula dengan nama “*Penang Culinary Corner*”, sesi photoshoot untuk kebutuhan desain kolateral dilaksanakan pada tanggal 11 Maret 2025. Konsep visual yang diangkat pada saat itu mengusung nuansa melayu tradisional, lengkap dengan tampilan hidangan utama serta dekorasi berbasis bahan-bahan organik seperti rempah dan bumbu dapur yang memperkuat kesan tradisional. Berdasarkan hasil photoshoot tersebut, penulis melanjutkan ke tahap perancangan *draft key visual*, yang sudah mencakup elemen-elemen utama seperti logo, informasi acara, serta detail harga yang akan ditampilkan dalam media promosi sesuai dengan *Graphic Job Order*.



Gambar 3.13 *Draft Key Visual Pertama Taste of Canton*

Namun, setelah *draft* tersebut diajukan untuk proses *approval* kepada *Director of Marketing, General Manager*, serta perwakilan dari

tim *Food & Beverage* dan tim *Kitchen*; ditemukan bahwa “*Penang Culinary Corner*” dinilai belum final dan masih memerlukan penyempurnaan dari sisi konsep utama maupun menu yang akan disajikan pada akhirnya nama tersebut disempurnakan menjadi “*Taste of Penang*”. Selain perubahan nama, susunan menu yang akan ditawarkan kepada tamu juga mengalami revisi yang signifikan. Hal ini mengakibatkan foto-foto yang dihasilkan dari sesi *photoshoot* sebelumnya tidak dapat digunakan, karena tidak lagi mencerminkan menu yang akan dihidangkan selama periode promosi berlangsung.

Menghadapi kendala baru akibat keterbatasan waktu dan anggaran, tim Marketing tidak mendapatkan izin untuk melakukan sesi *photoshoot* ulang.

**THE CHINESE NATIONAL**

# Taste of Penang

Penang classics and Cantonese signatures, all in one unforgettable buffet.

Savour the vibrant taste of Penang at **The Chinese National**, from rujak buah and Nyonya-style prawns to crispy soft shell crab and more. Combined with our celebrated Cantonese dishes, this all-you-can-eat buffet is a feast not to be missed.

RSVP here

Unlimited indulgence, available for a limited time only.

021 2257 1188 0852 8088 8355  
The Chinese National at Swissotel Jakarta PK Avenue - 7 floor

<b>Lunch</b> Monday - Friday IDR 308,000 NET/PERSON	<b>Brunch</b> Saturday, Sunday, and Public Holiday IDR 388,000 NET/PERSON
<b>Dinner</b> Monday - Thursday IDR 388,000 NET/PERSON	Friday - Sunday IDR 398,000 NET/PERSON

Gambar 3.14 Draft Key Visual Kedua Taste of Penang

Maka dari itu, penulis bersama tim memutuskan untuk menyusun *draft key visual* kedua untuk Taste of Canton dengan memanfaatkan sementara dari *stock photo* terlisensi dari internet yang dinilai dapat merepresentasikan tampilan menu “*Taste of Penang*”. Visualisasi yang dihasilkan lebih difokuskan pada nuansa baru yaitu Chinese Peranakan kuno yang sebelumnya adalah unsur Melayu kuno, guna memperkuat karakter visual *The Chinese National* yang ingin ditampilkan.

Menjelang peluncuran resmi, promosi “*Taste of Penang*” dikonfirmasi kembali sebagai bagian dari kampanye *Chef Collaboration* yang sebelumnya sukses dilaksanakan pada bulan Ramadan. Program ini juga melibatkan sejumlah sponsor yang turut mendukung acara. Konfirmasi tersebut menandakan *key visual* perlu dilakukan revisi dan juga penambahan elemen visual baru.



Gambar 3.15 Draft Key Visual Ketiga Taste of Penang

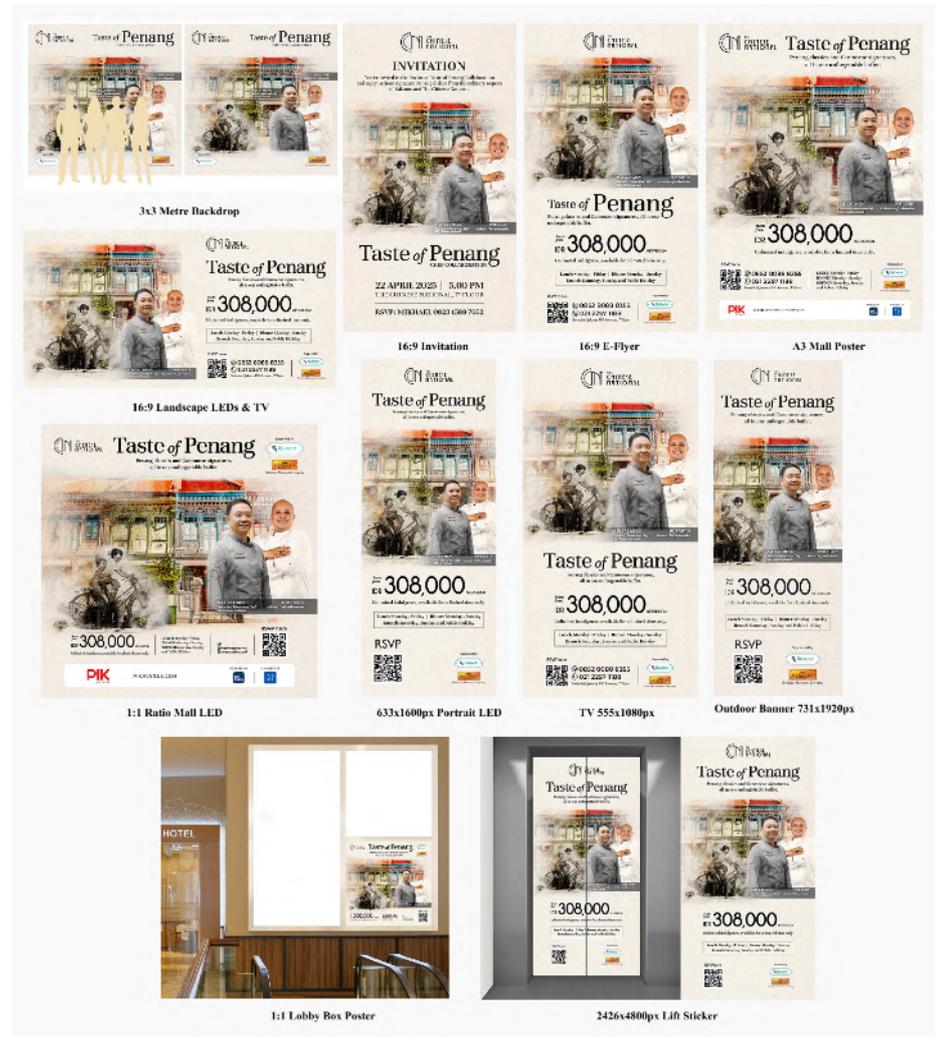
Dengan melakukan penyesuaian ulang dengan menambahkan elemen nama, foto *guest chef*, dan logo sponsor yang baru dikonfirmasi. Proses ini merupakan revisi minor dari layout sebelumnya, terutama pada bagian penempatan teks dan foto agar tetap serupa. Setelah kembali melakukan proses *approval*, penulis berhasil merancang *key visual* final untuk “*Taste of Penang*” yang selanjutnya digunakan sebagai basis utama dalam pengembangan seluruh materi promosi.



Gambar 3.16 Key Visual Taste of Penang

Dengan waktu yang cukup singkat menjelang acara launching, penulis mengadaptasi *key visual* dengan ukuran asli 1080x1920 px

menjadi berbagai ukuran media promosi seperti *poster*, *backdrop*, *banner*, LED display, hingga konten media sosial.



Gambar 3.17 Kolateral *Taste of Penang*

Selain itu, penulis juga membuat konten promosi digital untuk sosial media dan juga *editing* video promosi untuk “*Taste of Penang*” yang dapat ditemukan pada akun sosial *The Chinese National*.

### 3.3.2.2 Proyek *Summers at The Pool Grill & Steak*

*Summers at The Pool* merupakan salah satu outlet restoran Swissôtel Jakarta PIK Avenue yang telah beroperasi sejak tahun 2019.

Restoran ini dikenal dengan suasana santai dan nyaman, di dukung dari lokasinya yang strategis di sekitar area kolam renang penginapan, serta menyediakan pilihan tempat duduk *indoor*, *outdoor*, dan *alfresco* dengan pemandangan laut dan kota Jakarta yang memanjakan mata. Mengusung tema tropis, *Summers at The Pool* awalnya menyajikan berbagai hidangan bergaya *western* yang dipadukan dengan pilihan minuman dingin yang menyegarkan.



Gambar 3.18 *Summers at The Pool: Grill & Steak*

Namun pada awal tahun 2025, *Summers at The Pool* mengalami penyegaran tema baru untuk memberikan pengalaman bersantap yang berbeda yakni “*Grill & Steak*”. Konsep ini menandakan segmentasi baru yang diiringi dengan menu dan suasana *summers at the pool* yang lebih mengarah pada *fine dining* dengan hadirnya menu *steak* dan juga paduan menu *wine* dan minuman alkohol lainnya yang lebih cocok untuk suasana makan malam.

Dalam rangka menyambut hari *Valentine*, *Summers at The Pool* resmi berkonsep *Grill & Steak* pada bulan Februari. Konsep ini diperkenalkan melalui acara peluncuran bernama “*Flames of*

*Perfection*” yang diselenggarakan pada 11 Februari 2025 dan ditujukan untuk menghadirkan suasana makan malam yang lebih elegan. Acara ini juga menghadirkan *guest chef* asal Australia sebagai bagian dari kampanye *Chef Collaboration*, serta didukung oleh sejumlah sponsor yang turut berkontribusi dalam kesuksesan peluncuran acara ini.



Gambar 3.19 Draft Key Visual *Flames of Perfection*

Dalam perancangan *key visual Summers at The Pool Grill & Steak*, penulis mengacu pada informasi yang didapatkan dari *Graphic Job Order* dengan Keyword “*Grill & Steak*”. *Flames of Perfection* menonjolkan tema daging steak yang dimasak melalui teknik *grill*. Maka dari itu, penulis mengusung tema dominan hitam arang dengan tulisan putih untuk menonjolkan elemen visual api dan daging merah

yang sedang di masak. Penulis kembali diizinkan sementara untuk menggunakan dari *stock photo* terlisensi dari internet yang dinilai dapat merepresentasikan tampilan menu *steak*.



Gambar 3.20 Key Visual *Flames of Perfection*

Setelah melalui proses approval yang cukup singkat dibandingkan proyek-proyek yang lainnya, penulis dapat menurunkan key visual ini menjadi beberapa media kolateral yang digunakan pada saat peluncuran acara *Summers at The Pool Grill & Steak: "Flames of Perfection"*.



Gambar 3.21 Kolateral *Flames of Perfection*

Selain membuat delapan kolateral untuk acara peluncuran “*Flames of Perfection*”, penulis melakukan melakukan empat kali *photoshoot* dan tiga kali *video shoot* pasca peluncuran konsep baru ini.



Gambar 3.22 *Photoshoot Summers at The Pool Grill & Steak*

Dengan demikian, melalui proses perancangan desain visual untuk promosi untuk *Summers at The Pool Grill & Steak* dapat memperoleh pengalaman baru dalam mengelola proyek visual yang berfokus pada branding konsep baru restoran.



Gambar 3.23 Cuplikan Video Promosi 2

Dimulai dari pengembangan *keyword Grill & Steak* hingga menjadi *Key Visual* untuk restoran dengan citra *fine dining*. Proyek ini juga memperkuat kemampuan penulis dalam pengambilan gambar yang profesional dengan berbagai *photoshoot* dan *video shoot* yang dilaksanakan selama menjalani program magang di Swissôtel Jakarta PIK Avenue.

### 3.3.2.3 Proyek *Wedding and Sangjit Open House 2025*

Sebagai hotel dengan kapasitas *Grand Ballroom* yang sanggup mengakomodasi lebih dari 3000 orang, hal menjadikan Swissôtel Jakarta PIK Avenue sebagai hotel yang kerap menjadi tuan rumah bagi acara pernikahan mewah dan indah. Untuk menawarkan paket dan promosi acara pernikahan, hotel bersama tim *wedding sales* menghadirkan rangkaian acara *Wedding and Sangjit Open House* yang rutin

diselenggarakan. Acara ini menghadirkan beragam *vendor* profesional mulai dari desainer gaun pengantin, dekorasi, fotografer, penyedia jasa hiburan dan makanan, hingga demo *showcase* dekorasi dari *wedding planner* ternama. Melanjutkan kesuksesan program yang sudah dilaksanakan sejak tahun 2023, Swissôtel Jakarta PIK Avenue kembali menyelenggarakan acara serupa bertajuk “*Elegance in The Desert*” yang berlangsung pada 11–13 April 2025.



Gambar 3.24 *Photoshoot Elegance in The Desert*

Pada proyek ini, penulis bersama tim Marketing tidak perlu melakukan proses *photoshoot* secara mandiri, hal ini dikarenakan pihak sponsor *vendor* yang terlibat dalam acara memberikan kontribusi

dengan menyelenggarakan sesi pemotretan yang sesuai dengan tema “Elegance in The Desert”. Foto-foto final hasil pemotretan tersebut kemudian diserahkan oleh tim *Wedding Sales* kepada penulis untuk selanjutnya diolah menjadi *key visual*.



Gambar 3.25 Draft Key Visual Pertama *Elegance in The Desert*

*Key visual* untuk acara ini didesain untuk menampilkan informasi inti secara jelas namun dengan elegan. Elemen penting yang disertakan dalam desain meliputi deskripsi singkat acara yang menjelaskan tema dan konsep keseluruhan, detail waktu dan lokasi pelaksanaan, serta logo para sponsor utama yang berpartisipasi dalam mendukung acara ini. Menonjolkan kesan elegan sesuai dengan tema memberikan tantangan tersendiri bagi penulis dalam pemilihan tipografi serta komposisi warna seminimalistik mungkin.



Gambar 3.26 Draft Key Visual Kedua *Elegance in The Desert*

Perancangan key visual untuk acara “*Elegance in The Desert*” berlangsung selama kurang lebih satu bulan, terhitung sejak 7 Maret 2025. Lamanya proses ini disebabkan oleh sejumlah revisi yang terus terjadi, seperti perubahan informasi acara, penambahan sponsor, serta penyesuaian *highlight* acara. Penulis harus beberapa kali memperbarui tampilan *key visual* agar tetap sesuai dengan kebutuhan tim penyelenggara dan tetap menjaga konsistensi tema utama dengan kata kunci “*desert*” atau padang gurun.



Gambar 3.27 Key Visual *Elegance in The Desert*

Dua *draft key visual* awal yang didominasi oleh warna hitam dan putih dinilai terlalu monoton dan kurang merepresentasikan nuansa hangat khas padang gurun sesuai dengan tema “*Elegance in The Desert*”. Berdasarkan evaluasi tersebut, penulis bersama tim memutuskan untuk mengganti elemen visual utama dengan foto alternatif yang memiliki palet warna lebih hangat dan latar yang lebih sesuai dengan konsep gurun. Setelah penetapan *key visual*, penulis masih menerima beberapa revisi tambahan antara lain penambahan informasi hadiah *grand prize*, daftar sponsor terbaru, serta penambahan program acara “*auction*” yang ditetapkan sebagai salah satu *highlight* utama dalam keseluruhan rangkaian kegiatan.



Gambar 3.28 Kolateral *Elegance in The Desert*

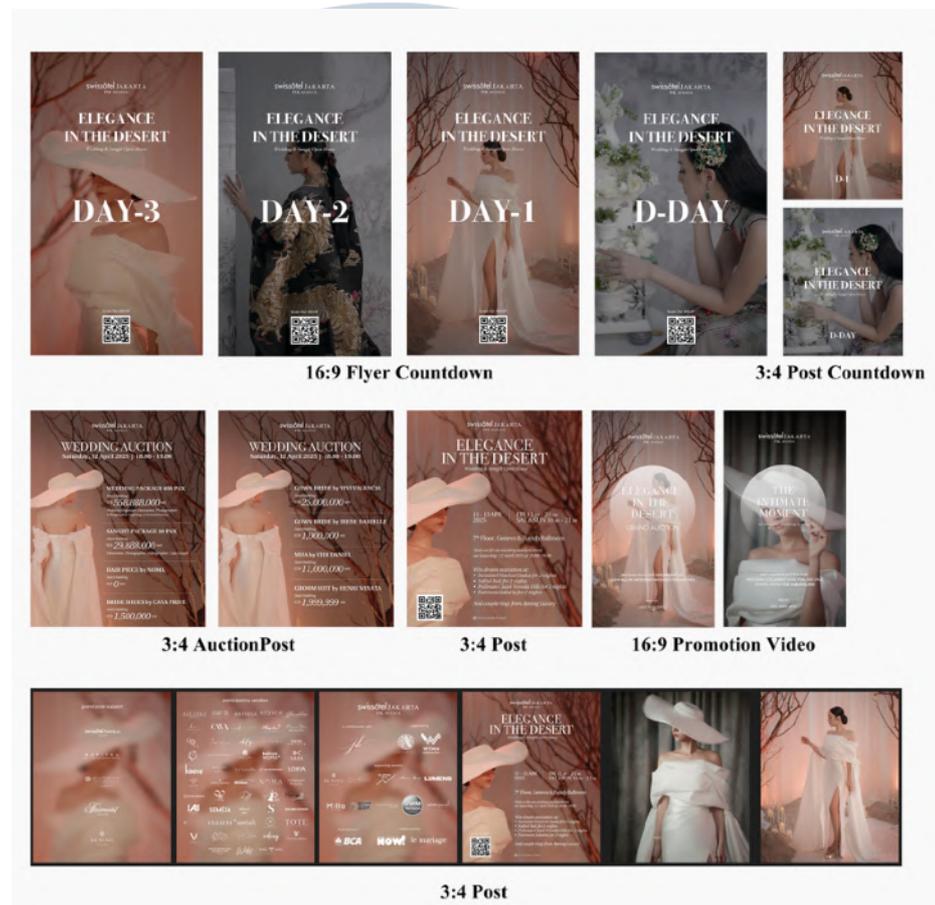
Selain merancang materi untuk acara utama, penulis juga mendapat membuat kolateral digital tambahan yang secara spesifik menjelaskan detail terkait sesi auction.



Gambar 3.29 Draft *Elegance in The Desert* Auction

Kolateral ini memuat informasi penting seperti daftar *item* yang akan dilelang, harga pembukaan (*starting bid*) masing-masing *item*, serta jadwal pelaksanaan lelang selama acara berlangsung. Materi

ini dirancang informatif namun tetap menjaga konsistensi visual dengan *key visual* “*Elegance in The Desert*”, sehingga dapat menarik minat partisipasi dari para tamu undangan untuk mengikuti lelang ini.



Gambar 3.30 Kolateral Digital *Elegance in The Desert*

Sebagai bagian dari “*Elegance in The Desert*”, penulis juga merancang sejumlah aset digital dengan berbagai format dan tujuan. Salah satu aset utama adalah *countdown flyer* berukuran 16:9 yang digunakan untuk mengingatkan audiens menjelang hari pelaksanaan acara dari tiga hari sebelum hari acara. Materi ini juga diadaptasi ke dalam versi social media post berukuran 3:4. Selain itu, penulis juga merancang *auction post* dan visual promosi video berformat 16:9 yang disiapkan untuk memperkuat kehadiran acara secara keseluruhan dalam ranah promosi digital.

### 3.3.2.4 Proyek *The Chinese National: Taste of Canton*

Melanjutkan kesuksesan “*Taste of Penang*”, *The Chinese National* kembali memperkenalkan program kuliner terbarunya bertajuk “*Taste of Canton*”. Promosi ini menandai kembalinya fokus restoran pada identitas utamanya, yaitu masakan khas Kanton yang autentik. Dengan menyajikan pilihan hidangan *Cantonese* dalam format *All You Can Eat Buffet*, program ini dirancang untuk menghadirkan pengalaman bersantap yang tersedia setiap hari untuk makan siang dan makan malam. Promosi ini juga berlangsung selama periode 1 Mei hingga 30 Juli 2025. Melalui tema baru ini, *The Chinese National* ingin mempertegas kembali konsep awalnya sebagai restoran Chinese premium yang tidak hanya menawarkan suasana dan kultur Tiongkok, tetapi juga menyajikan cita rasa khas Tiongkok Selatan dengan standar kualitas hotel bintang lima.



Gambar 3.31 Arsip foto *The Chinese National*

Dalam proses perancangan *key visual* untuk “*Taste of Canton*”, penulis bersama tim Marketing kembali tidak melakukan sesi *photoshoot* baru, melainkan memanfaatkan aset foto yang telah dimiliki sejak peluncuran awal *The Chinese National* pada tahun 2020. Keputusan ini diambil untuk efisiensi waktu dan juga anggaran tanpa mengurangi kualitas visual yang dihasilkan. Aset yang digunakan berupa foto-foto hidangan *dim sum* dan *seafood* dengan komposisi warna yang *vibrant*, kaya akan detail tekstur, dan menggugah selera.



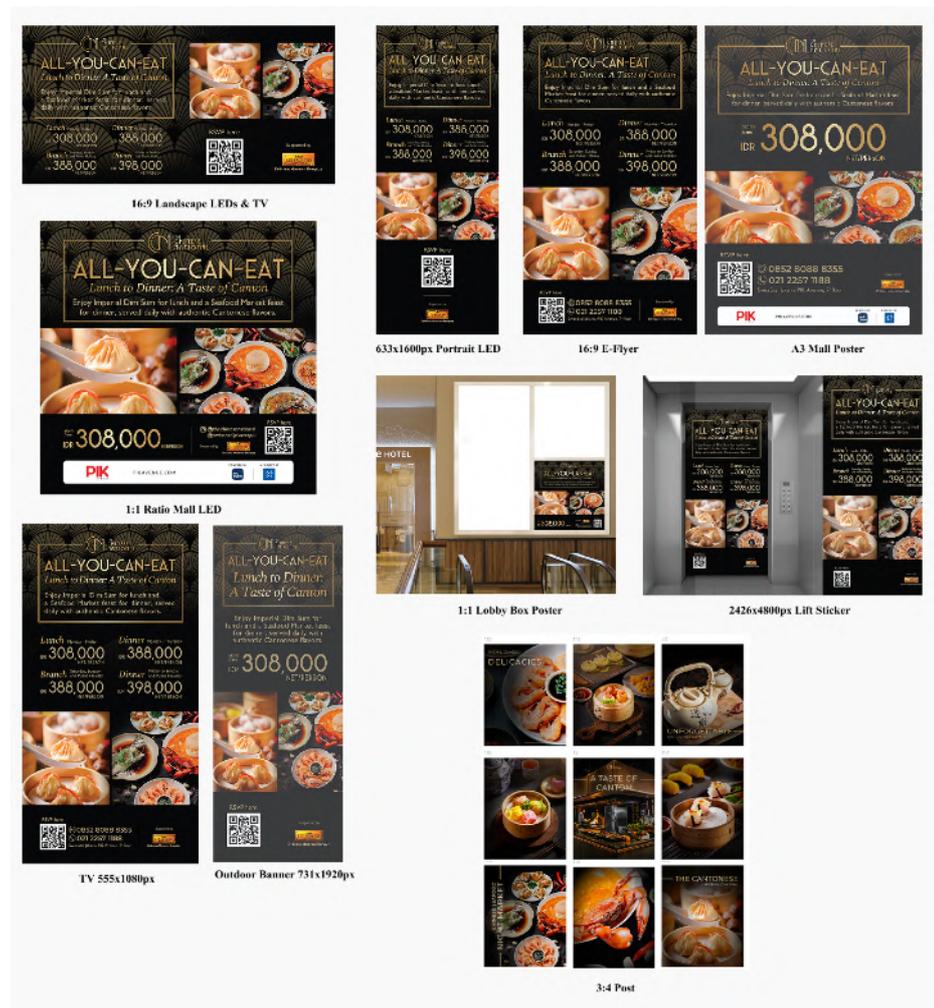
Gambar 3.32 Draft Key Visual Taste of Canton

Merujuk pada aset-aset yang terdahulu, penulis kemudian mengolah kembali aset-aset tersebut dan memadukannya dengan elemen visual khas *The Chinese National* yakni palet warna hitam dan

emas. Kombinasi ini dipilih untuk memperkuat kesan elegan dan tegas. Penggunaan warna emas pada tipografi dan ornamen dekoratif turut memberikan rasa kemewahan yang tercermin pada warna emas pada logo restoran. Melalui perancangan ini, penulis dengan baik merancang *key visual* yang tetap segar, relevan, dan dinilai berhasil kembali menunjukkan visual orisinal dari *The Chinese National*.

Gambar 3.33 *Key Visual Taste of Canton*

Setelah *key visual* mendapatkan persetujuan, penulis melanjutkan proses desain dengan menurunkan *key visual* tersebut ke dalam berbagai bentuk kolateral media, baik digital maupun cetak.



Gambar 3.34 Kolateral *Taste of Canton*

Setiap adaptasi disesuaikan dengan kebutuhan promosi yang berbeda, mulai dari *poster*, *e-flyer*, dan konten media sosial hingga materi promosi untuk display hotel seperti *LED screen* dan *Outdoor banner*. Dalam proses ini, penulis memastikan bahwa elemen visual utama seperti warna, tipografi, dan komposisi tetap konsisten agar menjaga identitas proyek di setiap media.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di Swissôtel Jakarta PIK Avenue, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan proses pengerjaan proyek. Kendala tersebut muncul baik dari sisi teknis, alur komunikasi lintas tim,

maupun perubahan informasi proyek yang cukup sering terjadi. Meskipun demikian, seluruh kendala tersebut dapat dihadapi dan diselesaikan dengan profesional tanpa menimbulkan konflik dengan pihak manapun sesuai dengan saran dari tim Marketing khususnya arahan *supervisor*.

### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Salah satu kendala utama yang penulis hadapi adalah perubahan informasi dan revisi konten yang terjadi secara mendadak saat proses perancangan *key visual*. Hal ini seringkali berkaitan dengan pembaruan informasi, perubahan elemen, maupun keputusan strategis dari manajemen yang memengaruhi arah desain.

Selain itu, penulis juga memerlukan waktu yang banyak untuk menunggu proses *approval* yang cukup lama ketika proses photoshoot dan *video shoot* yang hanya dilaksanakan dalam waktu sehari saja. Hal ini mengakibatkan sesi photoshoot dan *video shoot* yang lama hingga larut malam hingga semua item yang difoto dan video mendapatkan *approval* hingga tingkat *General Manager*. Hal ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi penulis dalam memastikan desain dapat selesai tepat waktu.

Selain kendala yang berkaitan dengan dinamika proyek, penulis juga menghadapi tantangan teknis khususnya terkait dengan keterbatasan perangkat kerja pribadi yang digunakan selama magang. Perangkat tersebut belum didukung oleh versi resmi dan berlisensi dari perangkat lunak *Adobe*, seperti *Adobe Illustrator*, *Adobe After Effects*, dan *Adobe Photoshop*, yang merupakan alat utama dalam pengerjaan desain. Selain itu, perangkat juga mengalami keterbatasan pada kapasitas penyimpanan, sehingga berdampak pada saat mengolah file berukuran besar seperti foto berformat RAW atau melakukan proses *rendering video* beresolusi 4K dari kamera profesional.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis menerapkan sistem kerja yang lebih terstruktur, seperti membuat *checklist* revisi dan menyusun prioritas berdasarkan urgensi serta *deadline* waktu setiap proyek.

Penulis juga membiasakan diri untuk rutin berkomunikasi secara proaktif dengan pembimbing lapangan dan tim terkait agar memperoleh informasi yang akurat dan terkini sebelum dan selama mengerjakan proses desain.

Dalam situasi terbatasnya aset visual dalam beberapa proyek, penulis mengembangkan kemampuan dalam memilih dan mengadaptasi *stock photo* serta melakukan *editing* yang sesuai dengan identitas visual hotel.

Selain itu, penulis belajar untuk memahami cara berkomunikasi dan melakukan koordinasi secara efisien agar setiap materi desain dapat melalui proses *approval* tepat waktu tanpa memerlukan waktu yang berlarut-larut.

Dari sisi teknis, penulis juga berinisiatif menggunakan fasilitas perangkat komputer kantor dengan perangkat-perangkat lunak yang terlisensi ketika tersedia. Di luar jam kerja, penulis juga berusaha mengelola ruang penyimpanan secara rutin dengan memindahkan arsip *file* ke penyimpanan eksternal untuk efisiensi akses *file*.

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