

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Penulis akan membahas secara detail mengenai posisi penulis di Novotel Tangerang, yaitu sebagai *graphic designer intern*. Selain itu, akan dijelaskan juga mengenai mekanisme kerja dan alur koordinasi yang berlangsung selama program magang wajib di hotel tersebut. Penjelasan berikut menggambarkan tanggung jawab, posisi kerja, serta proses kolaborasi yang dijalani penulis di bawah divisi Marketing Communication selama masa magang.

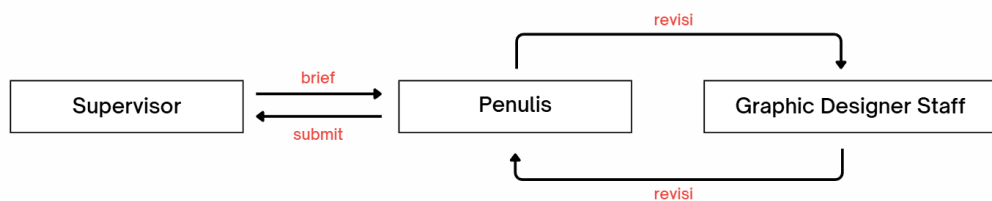
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani masa magang, penulis ditempatkan dalam divisi *Marketing* Novotel Tangerang. Pada divisi ini, penulis memiliki peran untuk mendukung segala kegiatan komunikasi visual perusahaan melalui pembuatan berbagai materi desain sesuai dengan program yang sedang berlangsung, dibantu oleh *graphic designer senior* di Novotel Tangerang. Penulis juga menghasilkan konten visual yang konsisten dengan identitas hotel. Proyek utama penulis merupakan pengerjaan desain *e-newsletter* bulanan dengan tema yang berbeda setiap bulan, yang berisi berbagai *update* mengenai kegiatan dan program di Novotel. Penulis juga mendesain berbagai materi desain lain seperti *e-flyer*, *video content*, *banner*, dan poster yang digunakan untuk keperluan promosi.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Berikut merupakan alur koordinasi penulis dalam membuat suatu desain hingga disetujui sebelum akhirnya dipublikasikan. Untuk memperjelas alur kerja tersebut, penulis juga melengkapinya dengan bagan. Dimulai dari *marketing manager* selaku *supervisor* penulis, yang menentukan kebutuhan desain berdasarkan *event* atau promosi yang sedang berlangsung. Setelah penulis menerima penjelasan mengenai promosi atau acara tsb, penulis

membuat desain sesuai arahan, lalu hasil desain tersebut diperiksa oleh *graphic design senior* untuk memperoleh *feedback*. Apabila sudah tidak ada revisi, penulis menyerahkannya kembali kepada *supervisor* untuk persetujuan akhir. Jika sudah disetujui, konten tersebut akan langsung dipublikasikan atau dipasang sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama masa pelaksanaan magang, penulis menjalankan berbagai tugas yang berkaitan dengan kegiatan desain di divisi Marketing. Seluruh pekerjaan yang dilakukan disesuaikan dengan kebutuhan promosi perusahaan. Seluruh tugas yang dikerjakan juga tercatat secara sistematis dalam daily task pada laman Prostep, sehingga memudahkan proses evaluasi dan pelaporan. Penulis akan memaparkan secara rinci tugas dan tanggung jawab yang telah dilaksanakan selama periode magang.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	14-20 Juli 2025	<i>Brand Guidelines, Yoga Flyer, Photo Editing, Sixth Sense Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mempelajari sejarah Novotel Tangerang dan <i>brand guidelines</i> - Mendesain <i>flyer</i> Yoga - Mendesain ulang <i>signage</i> restoran untuk bagian makanan anak-anak - <i>Retouching</i> foto sky garden - <i>Shoot</i> dan edit video untuk konten sixth sense
2	22-27 Juli 2025	<i>Restaurant Signage, Sixth</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain ulang <i>signage</i> restoran untuk bagian makanan anak-anak

		<i>Sense Content, FnB Flyer, BBQ Night</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Shoot</i> dan edit video untuk konten Sixth Sense - Mendokumentasi dan mengedit video untuk acara <i>BBQ Night</i> - Mendesain <i>e-flyer</i> untuk promo fnb Thai <i>Delight</i>
3	28 Juli-3 Agustus 2025	<i>FnB Flyer, Sixth Sense Content, E-Newsletter,</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan desain <i>e-flyer</i> untuk promo fnb Thai <i>Delight</i> - Mendesain <i>e-flyer</i> untuk promo <i>buy 3 get 1</i> + nachos untuk Sixth Sense - <i>Shoot</i> dan edit video untuk konten Sixth Sense - Mencari referensi, membuat <i>moodboard</i>, dan mendesain <i>layout</i> untuk <i>e-newsletter</i> edisi 5
4	6-10 Agustus 2025	<i>E-Newsletter, Sixth Sense Content, Welcome Drink, Flora Amora</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan desain <i>layout</i> untuk <i>e-newsletter</i> edisi 5 - Mendesain <i>layout</i> untuk poster dan <i>voucher welcome drink</i> - <i>Shoot</i> dan edit video untuk konten Sixth Sense - Mendokumentasikan acara <i>wedding open house</i>
5	12-17 Agustus 2025	<i>E-Newsletter, Bridestory Market, Morinaga Event Collab</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Finalizing</i> desain untuk <i>e-newsletter</i> edisi 5 - Membuat poster dan mengedit foto untuk acara Bridestory Market - Membuat desain <i>event layout</i> untuk acara kolaborasi dengan Morinaga - Mendokumentasikan dan mengedit video untuk lomba hari kemerdekaan
6	21-24 Agustus 2025	<i>BBQ Night, Sixth Sense Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>e-flyer</i> dalam format <i>instagram story & feeds</i> untuk promosi <i>BBQ Night</i> - Mendokumentasikan acara <i>BBQ Night</i> - Mengedit video untuk konten Sixth Sense
7	26-31 Agustus 2025	<i>E-Newsletter, BBQ Night, Wedding</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari referensi, membuat <i>moodboard</i>, dan mendesain <i>layout</i> untuk <i>e-newsletter</i> edisi 6

		<i>Banner, Bridestory Market</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>banner</i> untuk mempromosikan <i>wedding venue</i> di Novotel Tangerang - Membuat poster letak <i>booth</i> Novotel di Bridestory Market
8	2-7 September 2025	<i>Wedding Banner, FnB Promo, Maulid Nabi, E-Newsletter</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan desain <i>layout e-newsletter</i> - Mendesain <i>e-flyer</i> untuk promo <i>soju buy 1 get 1</i> - Mengedit video untuk promo <i>Dining Deals</i> - Mendesain poster untuk memperingati hari Maulid Nabi
9	8-14 September 2025	<i>Greeting Card, E-Newsletter, Toilet Signage, Laundry Flyer, Sixth Sense Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>greeting card</i> untuk <i>Deputy COO, Accor Asia</i> - Mendesain <i>signage</i> untuk mengingatkan supaya memakai <i>toilet sanitizer</i> - Mendesain <i>flyer</i> untuk laundry Novotel Pulomas - <i>Shoot</i> dan edit video untuk konten instagram Sixth Sense
10	15-21 September 2025	<i>E-Newsletter, Majalah 7, Wedding, French Week, Sixth Sense Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi dan <i>finalizing e-newsletter</i> edisi 6 - Mendesain flyer untuk disisipkan di Majalah 7 - <i>Shoot</i> konten untuk <i>french week</i> - Mengedit atau <i>retouch</i> foto dekorasi <i>wedding</i> - <i>Shoot</i> dan edit video untuk konten instagram Sixth Sense
11	24-28 September 2025	<i>Christmas & NYE Decorations, Novotel Pulomas</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain dan membuat <i>mockup</i> untuk dekorasi <i>christmas & new year</i> - <i>Inmission</i> to Novotel Jakarta Pulomas : <ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>notebook</i> serta kalender untuk didalamnya
12	2-4 Oktober 2025	<i>Hari Batik, Bridestory, Novotel Jakarta</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain poster untuk memperingati hari batik - <i>Inmission</i> to Novotel Jakarta Pulomas:

		Pulomas, Sixth Sense Fest	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain pulpen - Mendesain <i>food tag</i> - Mendesain <i>key card holder</i> - Merapikan receipt form layout - Mendesain <i>e-flyer</i> untuk acara Sixth Sense Fest
13	7-12 Oktober 2025	<i>BBQ Night, Meet your Wedding Expert, Sixth Sense Fest</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit video untuk konten <i>BBQ Night</i> - Mendesain <i>e-flyer</i> untuk acara <i>Meet your Wedding Expert</i> - Mendesain poster untuk seluruh <i>doorprize Sixth Sense Fest</i>
14	14-19 Oktober 2025	Maskot Novotel Tangerang, Kids Merchandise, Uniform	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain 3 maskot baru untuk Novotel Tangerang - Mendesain serta membuat <i>mockup merchandise</i> untuk anak-anak - Membuat <i>mockup uniform</i> untuk pegawai Novotel Tangerang
15	22-26 Oktober 2025	<i>E-Newsletter, Christmas Photoshoot</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>moodboard</i> serta mendesain layout untuk <i>e-newsletter</i> edisi 7 - Membuat <i>moodboard</i> serta properti untuk <i>photoshoot cover e-newsletter</i>
16	28 Oktober-2 November 2025	<i>Tripadvisor, E-Newsletter, Christmas Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>multiple feeds</i> untuk membagikan <i>reviews</i> para tamu di instagram - Mengedit video untuk konten natal - Mendesain <i>layout e-newsletter</i>
17	4-9 November 2025	<i>Christmas Buffet, E-Newsletter, Sixth Sense</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>e-flyer</i> untuk mempromosikan <i>Christmas Buffet</i> - Mendesain <i>layout e-newsletter</i> - <i>Shoot</i> dan edit video untuk konten instagram Sixth Sense
18	10-16 November 2025	Hari Pahlawan, Christmas Poster, E-Newsletter, ALL ACCOR,	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain poster untuk memperingati hari pahlawan - Mendesain poster <i>bucket list</i> mengenai aktivitas yang dapat dilakukan menjelang hari Natal - Mendesain <i>layout e-newsletter</i>

19	17-23 November 2025	<i>Greeting Card, E-Newsletter, Christmas Buffet</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>greeting card</i> untuk <i>Qatar Security Audit</i> - <i>Finalizing e-newsletter</i> edisi 7 - Melanjutkan desain <i>e-flyer Christmas buffet</i>
20	25-30 November 2025	<i>Kids Activities, Christmas Content, Sixth Sense Content, Sunrise Yoga Retreat,</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan mendesain jadwal <i>kids activities</i> untuk bulan Desember - Mengedit video konten Natal untuk <i>reels</i> - <i>Designing collaterals for Yoga Event</i> : <ul style="list-style-type: none"> - <i>Banner</i> - <i>Multiple feeds</i> - <i>Story</i> - Gelang untuk <i>lucky draw</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Proyek yang penulis pilih untuk menjadi proyek utama adalah perancangan E-Newsletter Edisi 6 untuk Novotel Tangerang. Menurut penulis, proyek ini merupakan pekerjaan yang memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan kemampuan penulis dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya pada penerapan layout editorial digital. Dalam proses pengerjaannya, penulis mengikuti prosedur perancangan yang berlaku di divisi Marketing & Communication.

Isi dari E-Newsletter Edisi 6 mencakup promo terbaru dari Novotel Tangerang, seperti penawaran kamar khusus, promo dan menu dari F&B di Sixth Sense dan The Square Restaurant, dll. Selain itu, E-Newsletter juga memuat berbagai program yang sedang atau akan berjalan, meliputi aktivitas hotel, event yang akan datang, serta informasi layanan hospitality yang sedang ditingkatkan. Seluruh konten tersebut dirancang agar informatif dan juga menarik.

Meskipun menjadi penanggung jawab utama, penulis tetap berkolaborasi dengan Senior *graphic designer* serta satu *intern graphic designer* lain yang bertugas sebagai fotografer dan photo editor. Berikut merupakan proses rancangan

E-Newsletter Edisi 6 yang dikerjakan sesuai dengan prosedur rancangan perusahaan.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Proyek utama yang penulis pilih adalah E-Newsletter Edisi 6 untuk Novotel Tangerang. Proyek ini berperan besar dalam mengembangkan keterampilan penulis, terutama dalam bidang layout editorial digital. Dalam proses pengerjaannya, penulis mengikuti prosedur perancangan yang berlaku di divisi Marketing & Communication, mulai dari tahap riset visual, pengembangan konsep, hingga finalisasi desain dan publikasi. Berikut merupakan tahapan yang penulis lewati sesuai dengan prosedur perusahaan.

A. Briefing

Di tahap ini, penulis diberikan *brief* secara lisan mengenai tema dari *cover E-Newsletter* Edisi 6 ini, yaitu “*Save Water*”, serta seluruh konten yang akan ada didalamnya. *Brief* yang diberikan untuk *layout* edisi 6 ini adalah *layout* yang unik, tetapi tetap rapih. Lalu penulis diberikan *brief* juga untuk harus memakai jenis huruf Montserrat, dengan ukuran 26pt untuk *body text*, sementara untuk judul dan subjudul dibuat lebih besar dari *body text* tetapi tetap disesuaikan dengan hierarki visual yang ingin ditonjolkan.

B. Perancangan Konsep Visual

Dari *brief* tersebut, penulis kemudian mencari referensi di aplikasi pinterest mengenai *layout* yang unik untuk membuat *moodboard* yang berisikan struktur *layout*, warna, jenis font, dan juga contoh referensi yang digunakan. Setelah itu, penulis mengajukan *moodboard* yang selesai kepada *supervisor* untuk meminta persetujuan. Berikut merupakan hasil dari *moodboard* yang dibuat oleh penulis dan telah disetujui.

E-MAGAZINE MOODBOARD REFERENCES



Gambar 3.2 Moodboard E-Newsletter Edisi 6

Tema yang penulis rancang adalah *fluid organic shapes* untuk memberikan kesan visual yang unik, dinamis, dan modern, sehingga *e-newsletter* tidak terlihat kaku atau monoton. Bentuk-bentuk organik ini dipilih untuk menciptakan alur visual yang mengalir serta memberikan kesan lebih natural dan menarik bagi pembaca. Penggunaan warna monokrom diterapkan sebagai dasar agar tampilan tetap bersih dan profesional, namun skema warna tersebut tetap fleksibel dan dapat disesuaikan kembali mengikuti kebutuhan serta isi konten di setiap halaman. Jenis huruf yang digunakan adalah “Montserrat”, sesuai dengan *brand guideline* Novotel, guna menjaga konsistensi identitas visual perusahaan. Pemilihan font ini juga mempertimbangkan tingkat keterbacaan yang baik pada media digital.

C. Proses Pembuatan dan *Retouching* Foto Cover

Pada tahap ini, penulis berperan sebagai perancang konsep, tetapi juga sebagai *talent* untuk foto *cover e-newsletter* edisi 6 ini. Sebelum proses pengambilan gambar dilaksanakan, penulis terlebih dahulu membuat *moodboard* yang berisi referensi pose, suasana visual yang ingin dicapai, dan juga referensi pakaian. Setelah *moodboard* disetujui, proses *photoshoot* dilaksanakan di

tempat yang diusulkan oleh *supervisor*, yaitu Danau Cipondoh, yang dipilih karena nuansa alamnya mendukung kampanye penghematan air. Berikut merupakan suasana Danau Cipondoh saat dilakukan survey tempat.



Gambar 3.3 Survey Danau Cipondoh

Pemotretan dilakukan dengan memperhatikan komposisi visual agar setiap elemen dalam foto terlihat seimbang dan menarik. Selain itu, *gesture talent* diarahkan agar sesuai dengan konsep yang telah ditentukan sehingga pesan visual dapat tersampaikan dengan baik. Sudut pengambilan gambar juga disesuaikan dengan gaya editorial digital untuk menghasilkan tampilan yang profesional dan selaras dengan konsep desain yang

telah dirancang, sebagaimana tercermin dalam moodboard yang dibuat oleh penulis.



Gambar 3.4 Moodboard Cover E-Newsletter Edisi 6

Setelah proses *photoshoot*, penulis kemudian menyeleksi foto yang sesuai untuk dijadikan *cover e-newsletter*. Foto yang telah dipilih kemudian penulis edit dan *retouch*. Proses edit tersebut meliputi pencahayaan, warna dan sampah-sampah didanau, serta menghilangkan kemerahan dibadan.



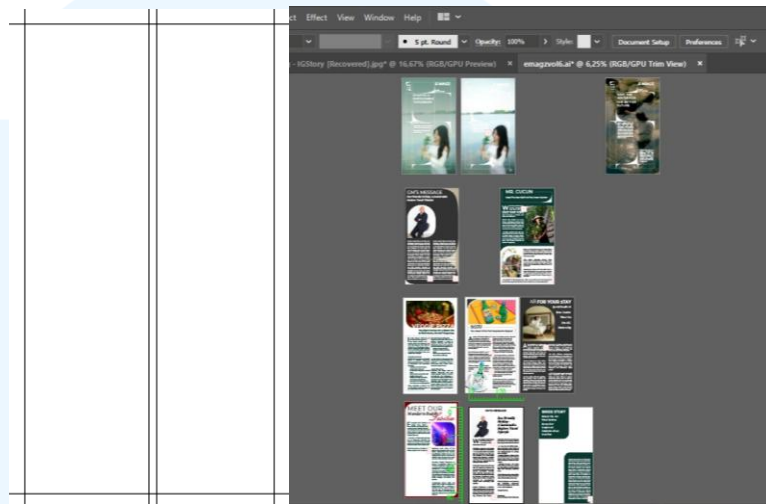
Gambar 3.5 Foto Kiri Sebelum dan Foto Kanan Sesudah Proses Edit

Foto disebelah kiri merupakan foto sebelum diedit dan disebelah kanan merupakan foto yang sudah melalui proses edit. Perubahan yang terlihat mencakup penyesuaian pencahayaan agar tampilan foto terlihat seperti terkena sinar matahari, pengubahan warna pada danau untuk menonjolkan kesan segar dan natural, serta perbaikan warna kulit dengan mengurangi kemerahan akibat paparan panas terik matahari. Selain itu, beberapa elemen yang mengganggu pada latar belakang seperti sampah juga telah dihilangkan, sehingga foto akhir terlihat lebih bersih, rapi, dan siap digunakan sebagai *cover e-newsletter*.

D. Pembuatan *Layout Desain*

Pada tahap ini penulis mulai membuat *layout* sesuai dengan *moodboard* yang telah disetujui oleh *supervisor*. Penulis memulai dengan ukuran halaman yang telah ditentukan oleh *supervisor*, yaitu 1080x1920px, lalu membuat grid dengan margin 60px di sisi kanan, kiri, atas, dan bawah, serta menerapkan dua kolom teks pada

bagian isi supaya terlihat rapi dan mudah untuk dibaca. Penulis kemudiam memasukkan elemen visual seperti foto yang telah melalui proses *photoshoot* dan edit. Penulis juga memasukan judul, subjudul, dan konten teks dari setiap *Head of Departments*.



Gambar 3.6 Proses *Layouting E-Newsletter* Edisi 6

Untuk edisi ini, penulis mengerjakan proses *layouting* di aplikasi adobe illustrator. Setelah selesai memasukkan semua konten, penulis kemudian menyimpan file menggunakan format JPG lalu akan dikirim kepada *senior graphic designer* untuk digabung dengan hasil desain *senior graphic designer* dan *graphic designer Intern*.

E. Revisi

Setelah disatukan dalam 1 *file*, *file* tersebut diajukan kepada *supervisor* untuk dicek kesesuaian isi konten, serta komposisi visual. Jika ada kesalahan dalam penulisan atau tulisan yang kurang terlihat akibat elemen visualnya, penulis akan merevisi hingga mendapatkan persetujuan untuk diajukan kepada *general manager*. Pada proyek ini, *supervisor* memberikan revisi pada halaman artikel dengan tema soju, beliau memberikan arahan untuk visualnya dibuat lebih menarik dan juga interaktif.

Supervisor memberikan ide untuk memasukan gambar botol soju dimasukan seolah-olah keluar dari kertas, menyerupai efek halaman yang tersobek, sehingga mampu menarik perhatian pembaca. Untuk memenuhi *task* tersebut, penulis mengambil gambar botol soju dari *website* resmi brand soju yang bekerja sama dengan Novotel Tangerang, yaitu Wija Soju, sementara elemen kertas menggunakan dari aset Canva yang kemudian saya simpan dan masukan kedalam *layout*.



Gambar 3.7 Foto Kiri Sebelum dan Foto Kanan Sesudah Proses Revisi

Foto dikiri merupakan tampilan layout sebelum dan yang kanan sesudah penambahan elemen visual soju beserta penyesuaian teks. Setelah seluruh revisi dilakukan, supervisor tidak memberikan tambahan revisi lainnya dan menyatakan bahwa desain telah sesuai. Selanjutnya, file tersebut langsung diajukan kepada *General Manager* untuk dilakukan pengecekan akhir guna memastikan apakah masih terdapat revisi lanjutan yang diperlukan

sebelum proses finalisasi. *General Manager* memberikan list revisi untuk halaman *GM'S Message* untuk dibuat lebih simple dan tidak terlalu ramai. Berikut merupakan perubahan dari sebelum dan sesudah direvisi.



Gambar 3.8 Gambar Kiri Sebelum dan Gambar Kanan Sesudah Proses Revisi

Sebelah kiri merupakan desain awal dan sebelah kanan adalah desain yang sudah direvisi dan diterima oleh *General Manager*. Elemen garis dihilangkan supaya terkesan lebih *simple* dan warna background diubah dari hitam ke putih.

F. Finalisasi & Penyelesaian

Setelah seluruh revisi telah diselesaikan dan seluruh halaman disetujui oleh *supervisor* dan *general manager*, seluruh file akan dikirimkan kepada *senior graphic designer* untuk disatukan dalam dalam *website* heyzone. Penulis memastikan seluruh halaman sudah memiliki kualitas optimal, teks telah akurat, dan serta urutan halaman desain sudah sesuai sebelum dipublikasikan. *E-flyer* yang

mempromosikan *E-Newsletter* akan dipublikasikan melalui instagram Novotel Tangerang dan juga *digital signage* dalam hotel, supaya dapat menarik minat tamu yang datang untuk membaca.



Gambar 3.9 *Flyer E-Newsletter* Edisi 6 dalam *digital signage Lobby*

Gambar di atas merupakan *flyer* yang ditampilkan melalui *digital signage* dan ditempatkan di area *lobby* Novotel Tangerang sebagai media informasi bagi tamu. Pada flyer tersebut juga disertakan *QR code* yang dapat dipindai oleh pengunjung. Melalui pemindaian *QR code* tersebut, pengunjung akan langsung diarahkan ke *website* Heyzine untuk mengakses *e-newsletter* secara digital.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Penulis juga mengerjakan berbagai proyek desain lain untuk mendukung kebutuhan komunikasi visual di divisi *Marketing & Communication* Novotel Tangerang. Empat proyek yang penulis pilih dalam laporan ini merupakan pekerjaan yang mewakili variasi tugas desain yang penulis kerjakan, mulai dari media cetak hingga media digital. Setiap proyek dikerjakan melalui prosedur perancangan yang berlaku dalam perusahaan, dimulai dari penerimaan brief hingga tahap finalisasi. Proyek-proyek ini juga dipilih karena memberikan pengalaman yang signifikan bagi penulis, khususnya dalam memahami standar desain korporat, serta penerapan keilmuan Desain Komunikasi Visual dalam industri perhotelan. Proyek yang penulis pilih terdiri dari *banner*, *flyer*, *packaging*, dan *e-flyer*.

3.3.2.1 Proyek *General Wedding Banner*

Pada proyek ini, penulis diberikan tugas untuk merancang banner promosi *General Wedding* Novotel Tangerang. Proses dimulai dari pemberian *brief* secara lisan dari *supervisor* yang berisi ukuran serta komponen yang wajib dicantumkan, seperti logo perusahaan, tulisan “Make Your Dream Wedding Come True,” informasi harga yang mulai dari 50 juta rupiah, kontak yang dapat dihubungi untuk konsultasi mengenai pernikahan di Novotel Tangerang, dibutuhkan 4 opsi, serta ukuran *banner* yaitu 6x2,5m. Selain itu, penulis juga diberikan *brief* untuk menghadirkan *mood* yang elegan namun tetap simple, tidak terlalu ramai. Penulis kemudian melakukan eksplorasi tipografi dan menemukan bahwa *font* “Parisienne” cocok untuk digunakan sebagai sentuhan yang memberikan kesan elegan dibeberapa opsi. Namun, seluruh teks lainnya tetap menggunakan *font* “Montserrat” supaya tetap sejalan dengan ketentuan dalam *brand guideline* Novotel.

MONTSERRAT

Parisiennne

Gambar 3.10 Jenis *Font Banner*

Setelah memahami kebutuhan desain, penulis kemudian mencari foto di arsip dokumentasi milik Novotel Tangerang secara lebih mendalam untuk menemukan foto sesuai dengan konsep visual yang telah ditetapkan. Proses pencarian dilakukan dengan membuka dan meninjau *file* yang tersimpan di komputer kantor, khususnya pada *folder Wedding Photoshoot* yang dilakukan pada tahun 2023, *folder* tersebut berisikan rangkaian foto dokumentasi serta promosi acara *wedding open house* pada tahun tersebut. Dari *folder* tersebut, penulis menyeleksi gambar-gambar yang dirasa relevan dan memiliki kualitas visual yang baik untuk digunakan dalam perancangan *banner* ini.



Gambar 3.11 Pilihan Foto untuk Opsi Desain

Foto-foto diatas merupakan foto-foto yang telah dipilih oleh penulis untuk dijadikan 4 opsi desain *banner*. Dari tiga foto tersebut, hanya satu yang memerlukan proses edit lebih lanjut, yaitu foto ketiga. Foto tersebut perlu untuk diedit karena masih terlihat elemen latar belakang yang mengganggu, seperti *background* kertas foto yang tidak penuh. Untuk pencahayaan sudah cukup, sehingga untuk *brightness* tidak ditambah atau dikurangi. Berikut merupakan foto sebelum dan sesudah melewati proses edit.



Gambar 3.12 Foto Atas Sebelum dan Foto Bawah Sesudah Proses *Retouching*

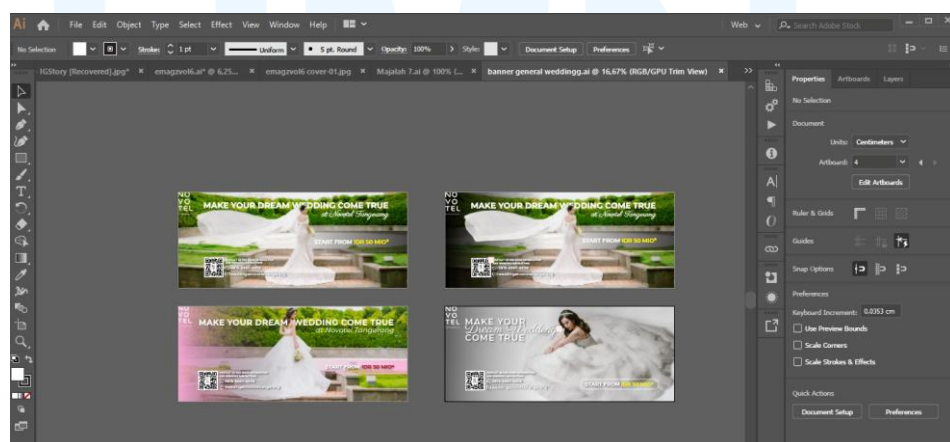
Setelah penulis menghilangkan elemen visual yang mengganggu, foto jauh terlihat lebih bersih tanpa cela. Tampilan foto juga lebih membuat mata fokus pada subjek utama, sehingga lebih sesuai untuk digunakan sebagai desain *banner*. Selain itu, penulis juga memilih tiga warna, yaitu pink, hitam, dan putih sebagai tiga pilihan warna untuk opsi

banner wedding. Ketiga warna tersebut dipilih karena mampu memberikan kesan yang elegan, romantis, dan juga *timeless*. Warna pink dapat memberikan sentuhan feminin dan lembut, sementara warna hitam dan putih menghadirkan kesan klasik serta profesional yang sesuai dengan konsep pernikahan di hotel.



Gambar 3.13 Palet Warna *Banner*

Penulis kemudian memulai proses desain empat opsi desain *banner* tersebut menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator* dalam *artboard* yang berukuran 60×25 cm untuk masing-masing konsep warna tersebut. Seluruh desain yang telah dibuat selanjutnya diajukan kepada *supervisor* untuk dievaluasi serta mendapatkan masukan dan revisi sebelum diteruskan kepada *general manager*.



Gambar 3.14 empat Opsi Desain *Banner*

Dalam empat opsi tersebut, penulis memberikan variasi nuansa warna serta pilihan foto yang berbeda-beda. Setelah dicek oleh *supervisor*, tidak ada revisi yang diberikan, sehingga langsung diteruskan kepada *General Manager*, lalu beliau juga tidak memberikan revisi apapun dan langsung memilih opsi ke-4. Penulis menyiapkan file final dalam format PDF berkualitas tinggi untuk kebutuhan pencetakan dan pemasangan. Penulis kemudian mengirimkan file tersebut kepada *supervisor* untuk dikirimkan ke percetakan.

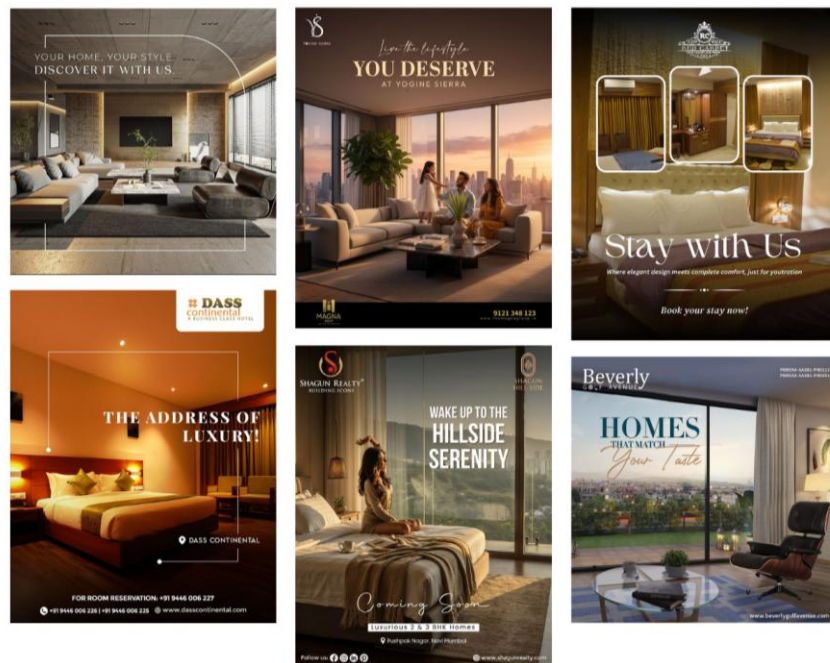


Gambar 3.15 *Banner final*

Banner dipasang tepat didepan *lobby* Novotel Tangerang dan bisa dilihat oleh tamu yang baru masuk kedalam *mall* Tangcity. Pemasangan banner ini merupakan tahap akhir dari seluruh proses perancangan dari konsep hingga implementasi. Melalui proyek ini, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam menghasilkan materi promosi berskala besar yang tidak hanya memenuhi standar visual perusahaan, tetapi juga efektif dalam menarik perhatian calon pelanggan.

3.3.2.2 Flyer untuk Majalah 7

Pada proyek kali ini, penulis ditugaskan untuk mendesain *flyer* untuk disisipkan dalam Majalah 7 sebagai strategi promosi Novotel Tangerang. Proses dimulai dengan *briefing* dari *supervisor* secara lisan mengenai konsep visual yang diinginkan, yaitu suasana kamar hotel yang nyaman dan relaksasi untuk para calon tamu. Setelah menerima *brief* penulis mencari referensi mengenai *flyer* kamar hotel di aplikasi pinterest, dan berikut merupakan beberapa *flyer* yang penulis jadikan referensi.



Gambar 3.16 Referensi *Flyer*

Setelah menemukan referensi, kemudian penulis melakukan pencarian foto yang sesuai dengan konsep dari arsip dokumentasi hotel. Penulis menemukan 3 foto yang sesuai untuk dijadikan opsi dengan latar tempat foto di kamar. Foto yang dipilih sebelumnya sudah diedit pencahayaannya, sehingga tidak perlu untuk diedit dan bisa langsung dimasukkan kedalam *layout* desain. Berikut merupakan 3 foto yang penulis pilih untuk dijadikan opsi.



Gambar 3.14 Opsi Foto untuk *Flyer*

Setelah menemukan foto yang tepat, penulis lanjut menyusun 3 alternatif *caption* yang dapat menggambarkan pengalaman menginap singkat di hotel. *Caption* yang penulis pilih ada “*Oasis your Urban*”, “*Out of Office? Take a Break*”, dan “*your Perfect Escape*”. *Caption-caption* tersebut dirancang untuk mengundang para pembaca untuk beristirahat sejenak dari rutinitas mereka. Setelah menyusun *caption*, penulis mulai melakukan pencarian jenis tipografi yang tepat dan sesuai dengan tema, *font* yang terlihat elegan dan juga modern. Penulis memutuskan untuk memakai kombinasi *font* Ballet, Analogue, dan Montserrat, karena memiliki tampilan yang elegan dan sentuhan premium, lalu untuk

Montserrat sebagai kewajiban dari *guideline* Novotel. Berikut merupakan gambar dari 3 *font* tersebut.



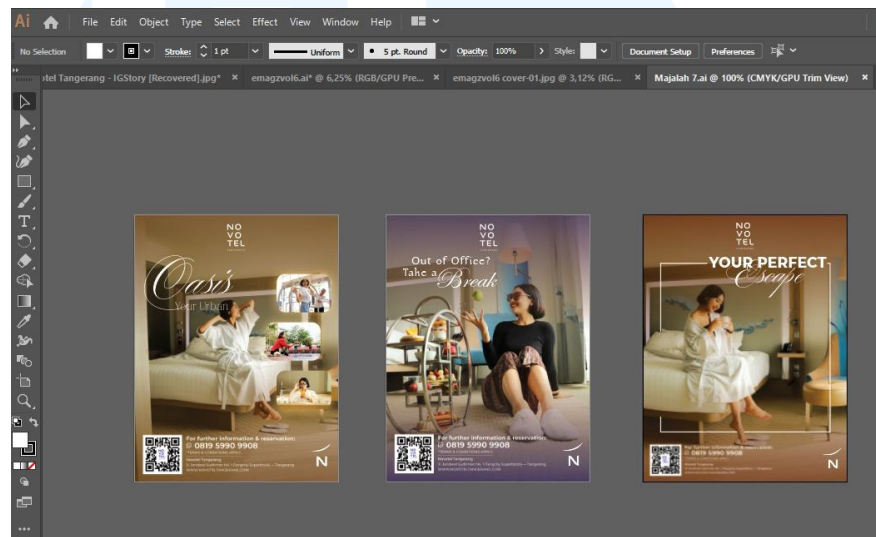
Gambar 3.18 Jenis *Font* untuk *Flyer*

Selain itu, penulis juga memilih warna biru tua dan coklat sebagai bagian dari palet warna desain. Warna biru tua dipilih karena memberikan kesan damai dan menenangkan, sehingga mampu menciptakan suasana yang tenang dan elegan. Sementara, warna coklat dapat memberikan nuansa yang hangat, homey, dan natural, sehingga dapat mendukung kenyamanan visual dan juga selaras dengan konsep suasana yang ingin ditampilkan. Berikut merupakan gambar 3 warna tersebut.



Gambar 3.19 Palet Warna *Flyer*

Penulis kemudian membuat tiga opsi desain flyer dengan palet warna serta *caption* yang berbeda sebagai bahan pertimbangan. Ketiga opsi tersebut diajukan kepada *supervisor* untuk mendapat review awal. Untuk desain kali ini, penulis tidak mendapatkan komentar ataupun revisi, sehingga langsung dapat diajukan kepada *general manager*.



Gambar 3.20 Tiga Opsi Flyer

Setelah diajukan kepada *General Manager*, beliau juga tidak memberikan revisi dan langsung melakukan proses seleksi. *General Manager* memilih satu desain final, yaitu desain kedua dengan *caption* “*Out of Office? Take a Break*” dengan sentuhan warna biru tua. Penulis kemudian menyiapkan *file* dengan kualitas tinggi dalam format *PDF Print* dan menyerahkannya kembali kepada *supervisor* untuk dikirimkan kepada pihak Majalah 7 untuk dicetak. Berikut merupakan desain final yang dipilih.



Gambar 3.21 Desain Final *Flyer*

Desain final ini dipilih karena dianggap paling merepresentasikan citra Novotel Tangerang yang modern, profesional, dan tetap berkelas. Penggunaan caption “Out of Office? Take a Break” dinilai komunikatif dan relevan dengan para target audiens, lalu sentuhan warna biru tua juga konsisten dengan identitas visual brand Novotel. Setelah desain dipublikasikan, materi ini kemudian digunakan sebagai media promosi cetak yang disisipkan pada Majalah 7. Berikut merupakan hasil setelah Majalah 7 diterbitkan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.22 Desain Final Cetak

Majalah 7 edisi November-Desember 2025 ini dirilis pada bulan November 2025. Hasil akhir komposisi warna yang menenangkan, pemilihan foto yang menggambarkan kenyamanan kamar hotel, serta caption yang komunikatif diharapkan dapat mengundang calon tamu untuk mempertimbangkan Novotel Tangerang sebagai hotel pilihan mereka untuk menginap atau istirahat sejenak dari kesibukan mereka. Flyer ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperluas jangkauan promosi hotel melalui media cetak yang memiliki audiens yang luas.

3.3.2.3 Proyek *E-flyer* untuk Sixth Sense Fest

Proyek tambahan ketiga ini, penulis ditugaskan untuk mendesain *e-flyer* dengan tujuan mempromosikan Sixth Sense Fest. Pada tahap awal, penulis diberikan *brief* secara lisan mengenai elemen apa saja yang harus dimasukkan, yaitu logo sixth sense fest, harga, lokasi acara, tanggal dan waktu, *partnership*, hal-hal yang akan didapatkan oleh pengunjung, serta jenis *font* yang harus digunakan, yaitu Montserrat. Jenis font yang ditetapkan adalah Montserrat, sesuai dengan brand guideline Novotel, agar tampilan desain tetap konsisten dengan identitas visual perusahaan.



MONTSERRAT

Gambar 3.23 *Font E-Flyer*

Setelah mendapatkan *brief*, penulis mulai mencari berbagai referensi visual yang berkaitan dengan acara beer, bar, dan suasana bar pada malam hari melalui platform Pinterest. Referensi ini digunakan untuk membantu menentukan gaya visual, *mood*, serta komposisi desain yang sesuai dengan karakter acara Sixth Sense Fest yang santai, meriah, dan juga penuh dengan energi. Dari referensi tersebut, penulis mendapatkan gambaran mengenai penggunaan pencahayaan hangat, orang yang sedang *cheers*, dan juga efek *blurry*. Berikut merupakan kumpulan gambar referensi yang penulis ambil.



Gambar 3.24 *Moodboard E-Flyer Sixth Sense Fest*

Setelah mendapatkan berbagai referensi, penulis kemudian menentukan palet warna utama untuk digunakan dalam desain, yaitu warna oranye dan kuning. Warna tersebut dipilih karena memberikan kesan suasana hangat bar pada malam hari dan tetap memberikan kesan modern dan menarik secara visual. Selain itu, pemilihan warna tersebut juga membantu memperkuat fokus audiens pada informasi utama yang disampaikan dalam e-flyer.



Gambar 3.25 *Palet Warna E-Flyer Sixth Sense Fest*

Selanjutnya, penulis mengambil logo Bali Hai, yang merupakan *partner* dalam acara Sixth Sense Fest ini. Penulis mendapatkan logo tersebut langsung dari *website* Bali Hai, supaya kualitasnya tetap jernih dan tidak terdapat kesalahan. Selain dapat menjaga konsistensi visual pada materi promosi, logo Bali Hai juga dimasukkan sebagai tanda apresiasi terhadap *brand partner*.



Gambar 3.26 Logo Bali Hai

Setelah memiliki referensi mengenai *event beer, bar*, dan pertunjukan DJ, penulis menentukan konsep visual yang akan digunakan untuk flyer. Konsep yang dipilih menonjolkan adegan orang yang sedang cheers, memberikan kesan kebersamaan dan keseruan, serta penggunaan efek blurry halus yang menggambarkan suasana menikmati alunan musik DJ. Penulis kemudian mencari aset gambar dan logo Bali Hai di *website* Bali Hai, yang merupakan *partner* acara ini. Berikut merupakan hasil desain yang penulis ajukan pertamakali kepada *supervisor*.



Gambar 3.27 Desain Sebelum Proses Revisi

Supervisor kemudian memberikan masukan bahwa tulisan “*Inclusive*” kurang terbaca dengan jelas serta informasi lokasi acara kurang menonjol. Untuk meningkatkan keterbacaan, penulis menambahkan elemen pendukung berupa rectangle shape di belakang teks *inclusive* supaya mudah untuk dibaca dan memberikan warna yang lebih terang dibelakang lokasi supaya lebih menonjol dan terlihat. Setelah revisi dilakukan dan disetujui, desain final ditetapkan sebagai materi resmi untuk diposting di Instagram Story Sixth Sense dan Novotel Tangerang.



Gambar 3.28 E-Flyer Final Sixth Sense Fest

E-Flyer ini menjadi media promosi yang efektif karena menggabungkan visual yang kuat, informasi yang jelas, serta gaya desain yang sesuai dengan identitas acara, yakni *free flow beer*. Melalui proses riset visual, penyusunan layout, hingga revisi akhir, penulis memperoleh pengalaman penting dalam menghasilkan materi promosi yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga fungsional dari segi komunikasi.

3.3.2.4 Proyek *Wine Tag*

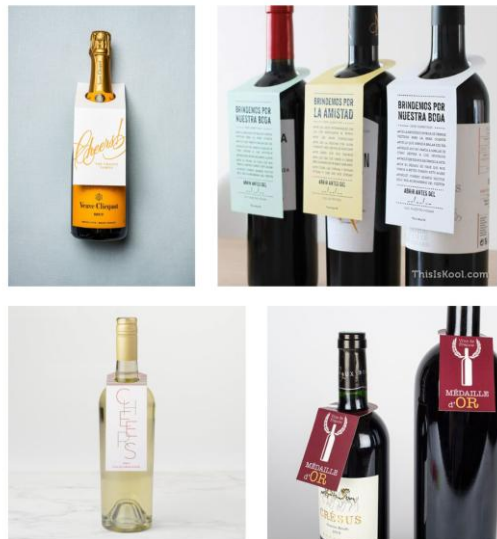
Proyek tambahan terakhir merupakan mendesain ulang *wine tag* untuk dipasangkan pada botol *wine* yang dijual di *Lounge Bar the Square Restaurant* milik Novotel Tangerang. Pada tahap awal penulis diberikan *briefing* secara lisan mengenai desain yang dibutuhkan, yaitu desain yang *simple*, jelas, dan elegan. Elemen-elemen yang harus disertakan adalah logo Square Restaurant, harga asli dan harga setelah diskon, serta jenis *wine* yang ditawarkan, selain itu penulis juga diminta untuk membuatkan 3 alternatif pilihan.

Sebelum memulai proses desain, penulis terlebih dahulu mencari tahu mengenai bentuk *wine tag* yang digunakan sebelumnya. *Wine tag* yang lama hanya berupa kertas cokelat sederhana yang diikat dengan tali dan harganya ditulis menggunakan spidol, sehingga visualnya terlihat kurang profesional dan tidak sejalan dengan citra visual Novotel Tangerang. Hal tersebut menjadi alasan mengapa *redesign* diperlukan agar terlihat lebih premium, konsisten dengan brand, serta mampu menarik perhatian tamu.



Gambar 3.29 *Wine Tag* Desain Lama

setelah mencari tahu desain *wine tag* yang lama, penulis melakukan pencarian referensi untuk menemukan bentuk *wine tag* yang terlihat elegan dan modern melalui platform Pinterest. Selain untuk mengetahui bentuk, referensi ini juga penulis gunakan untuk mengetahui ukuran, serta penempatan informasi yang biasa digunakan pada *wine tag* yang premium. Dari proses ini, penulis memperoleh gambaran visual mengenai desain *wine tag* yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mampu meningkatkan nilai estetika produk.



Gambar 3.30 Referensi *Wine Tag*

Setelah mengumpulkan referensi, penulis kemudian melanjutkan ke tahap yang berikutnya, yaitu mencari jenis *font* yang sesuai untuk desain *wine tag* tersebut dan setelah melakukan pencarian, akhirnya penulis memutuskan untuk menggunakan font “Hello Paris”, karena memiliki karakteristik yang mewah dan premium tanpa terlihat berlebihan. Pemilihan font ini juga disesuaikan dengan target audiens serta citra elegan yang ingin ditampilkan oleh Square Restaurant. Untuk informasi lainnya selain jenis *wine* menggunakan font “Montserrat”, selain karena jelas untuk dibaca, font tersebut digunakan agar sejalan

dengan *brand guideline* Novotel. Berikut merupakan gambar font tersebut.

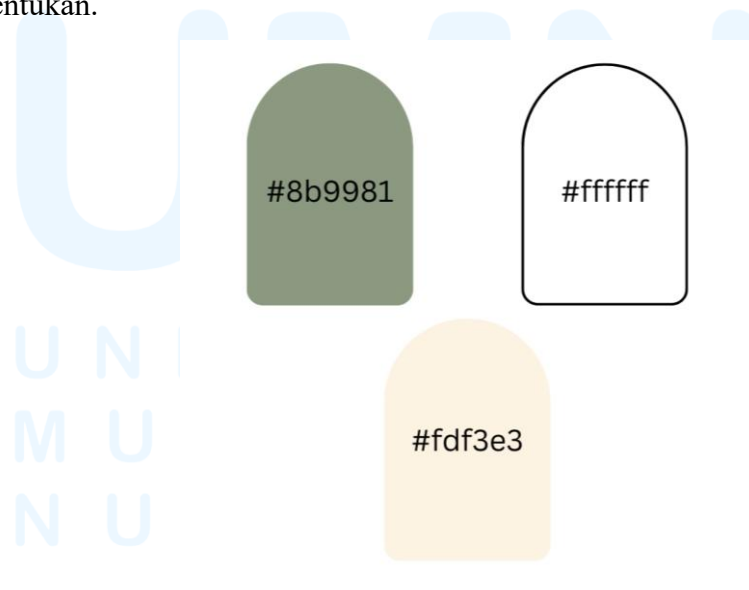


HELLO PARIS

MONTSERRAT

Gambar 3.31 Jenis *Font*

Untuk pilihan warna, penulis menentukan tiga opsi utama, yaitu hijau sage, putih, dan krem. Ketiga warna ini dipilih karena memberikan Kesan yang *soft, clean*, dan modern, sehingga dapat mendukung tampilan *wine tag* yang elegan. Selain itu, warna-warna tersebut bersifat netral dan juga mudah untuk dipadukan dengan warna botol *wine* maupun elemen visual lainnya. Berikut merupakan gambar palet warna yang telah penulis tentukan.



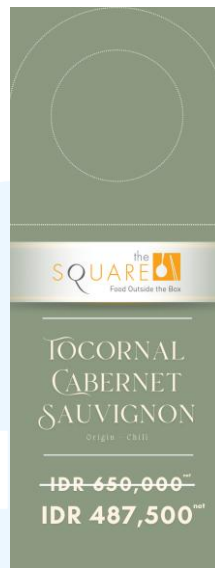
Gambar 3.23 Palet Warna

Setelah konsep visual ditentukan, penulis mengukur salah satu botol *wine* untuk mengetahui ukuran yang proporsional untuk *wine tag* serta diameter lubangnya agar pas atau sesuai dengan ukuran kepala botol. Penulis mendapatkan ukuran 5.5cm x 14.5cm untuk lebar dan panjangnya dan 3.5cm untuk diameter lubangnya. Tahap selanjutnya, penulis memulai mendesain ketiga opsi *wine tag* sesuai arahan dan berikut merupakan ketiga opsi tersebut.



Gambar 3.33 3 Alternatif *Wine Tag*

Ketika diajukan kepada supervisor, tidak terdapat revisi yang perlu dilakukan sehingga desain dapat langsung diteruskan kepada General Manager untuk proses pemilihan desain final. Setelah dilakukan pengecekan, General Manager juga tidak memberikan revisi tambahan dan langsung memilih opsi ke-3 dengan warna hijau sage sebagai desain final *wine tag*. Berikut merupakan desain final *wine tag* yang dipilih.



Gambar 3.34 Desain Final *Wine Tag*

Setelah desain final terpilih, penulis kemudian mengecek kembali penulisan seluruh menu *wine* agar tidak ada kesalahan setelah dicetak, lalu menyiapkan *file high-resolution* dalam format *PDF print* dengan pengaturan warna *cmyk* supaya saat dicetak, warna tetap sesuai dengan desain. *File* tersebut kemudian dikirimkan kepada supervisor untuk diteruskan ke pihak percetakan. *Wine tag* dicetak menggunakan bahan *art carton* yang *matte*, dan berikut merupakan hasil akhir *wine tag* setelah dicetak dan dipasangkan pada botol *wine*.



Gambar 3.35 Hasil Cetak Desain *Wine Tag*

Proyek ini memberikan penulis pengalaman langsung dalam mendesain materi pemasaran fisik. Tidak hanya memperhatikan estetika, tetapi juga aspek teknis, seperti keterbacaan, ukuran, serta kesesuaian dengan produk. Melalui proses riset, eksplorasi visual, dan juga penyesuaian dengan produk, penulis memperoleh pengalaman berharga dalam menciptakan desain yang fungsional, estetik, serta tepat guna untuk kebutuhan operasional hotel.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama masa magang penulis di Novotel Tangerang, tentunya penulis menghadapi beberapa kendala yang dalam proses pelaksanaan kerja dan tanggung jawab sehari-hari. Kendala-kendala tersebut wajar dan menjadi bagian dari proses pembelajaran dalam lingkup kerja perhotelan. Melalui kendala tersebut, penulis dapat menemukan berbagai solusi yang bisa membantu meningkatkan kualitas kerja serta kemampuan untuk menghadapi tantangan yang ada.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Selama pelaksanaan magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan proyek-proyek yang diberikan. Salah satunya adalah penulis sering diberikan pekerjaan yang tidak sepenuhnya sesuai dengan bidang studi penulis, yaitu Desain Komunikasi Visual (DKV), seperti cara menyusun serta memandu acara mingguan untuk anak-anak, mengikuti lomba serta membuat koreografi untuk paduan suara antar hotel, dan membantu membuat desain dekorasi untuk perayaan Natal dan Tahun Baru yang melibatkan konsekuensi di luar fokus pembelajaran. Kendala ini membuat penulis perlu beradaptasi dengan cepat dan juga mempelajari hal-hal baru. Situasi tersebut menjadi tantangan bagi penulis dalam mengatur waktu, memahami kebutuhan proyek, dan juga tetap menjaga kualitas hasil pekerjaan utama.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Solusi untuk mengatasi kendala-kendala tersebut merupakan inisiatif untuk mencari berbagai referensi, baik melalui arsip dokumentasi hotel, kegiatan acara yang serupa di media sosial, dll. Penulis juga aktif bertanya kepada rekan kerja, teman, serta *supervisor* untuk mendapatkan arahan yang jelas dan harapan dalam standar kerja. Solusi ini membantu penulis untuk beradaptasi lebih cepat dan juga meningkatkan kemampuan dalam menyelesaikan proyek yang diluar bidang studi.