

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

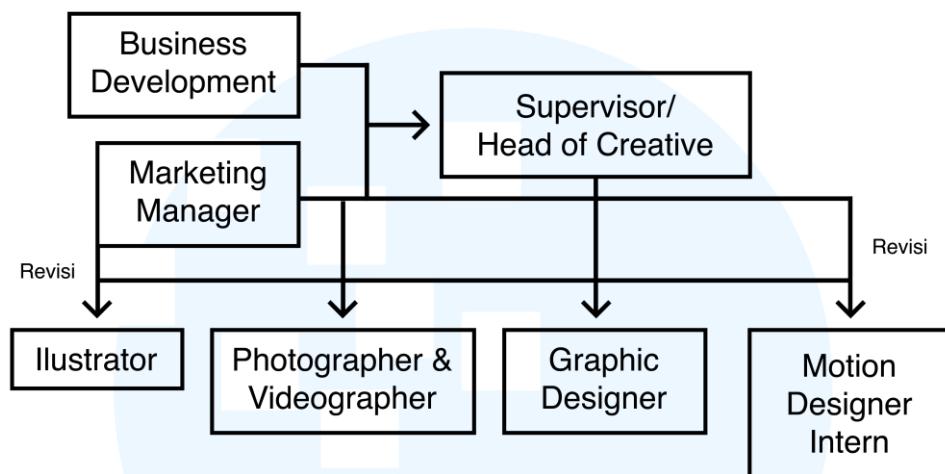
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Berdasarkan pengalaman pelaksanaan magang penulis, pembagian tugas tersusun dalam sebuah tim kreatif dengan jumlah anggota yang cukup sedikit yang memiliki tanggung jawab cukup besar dalam mendukung kegiatan promosi perusahaan. Tim kreatif berkoordinasi dengan tim marketing untuk menyusun ide dan konsep karya visual yang relevan dengan identitas brand serta strategi komunikasi yang dijalankan. Dalam struktur tim kreatif, posisi terdiri atas *Head Creative* yang bertanggung jawab dalam pengarahan ide dan hasil akhir, *photographer & videographer* sebanyak dua orang yang berperan dalam produksi visual, *illustrator* yang berfokus pada pengembangan elemen ilustratif, serta *graphic designer* yang mengatur tata visual desain. Kedudukan dan koordinasi ini bertujuan untuk menghasilkan materi promosi yang efektif dan menarik bagi audiens. Penulis menempati posisi sebagai *motion design intern* di bawah bimbingan *supervisor/head of creative* yang berperan memberikan arahan, evaluasi, serta masukan dalam setiap proses produksi desain agar hasil akhir sesuai dengan standar dan kebutuhan perusahaan.

3.1.1 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Alur koordinasi di perusahaan berjalan secara terstruktur dan efisien agar setiap proyek dapat diselesaikan sesuai target dan standar visual yang diharapkan. Setiap permintaan pekerjaan atau revisi umumnya berasal dari divisi *marketing*, yang menyampaikan kebutuhan promosi atau materi kampanye kepada *supervisor* untuk ditinjau dan disesuaikan dengan arah *brand*. Setelah mendapatkan arahan, tugas tersebut kemudian diteruskan kepada tim kreatif, termasuk *graphic designer* dan penulis untuk dieksekusi menjadi konten visual. Proses koordinasi ini berlangsung secara dinamis melalui diskusi langsung dan saling memberikan *feedback* antara supervisor

dan tim kreatif, sehingga hasil akhir dapat memenuhi kebutuhan perusahaan secara optimal.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Dalam alur tersebut, perusahaan menggunakan *Basecamp*, yaitu aplikasi manajemen kerja yang digunakan untuk mengatur seluruh alur komunikasi dan produksi. Melalui *Basecamp*, supervisor mengunggah *brief* lengkap, referensi visual, *deadline*, serta pembagian tugas untuk setiap desainer. Aset visual seperti foto produk, video, dan ilustrasi juga diunggah oleh fotografer, videografer, dan ilustrator melalui *platform* ini sehingga seluruh tim dapat mengaksesnya secara terpusat. Selain itu, proses *approval*, komentar revisi, hingga *update progress* dilakukan dalam satu ruang kerja sehingga memudahkan penulis mengikuti arahan, memonitor perubahan, dan memastikan seluruh materi yang dikerjakan selaras dengan keputusan antar-divisi.



Gambar 3.2 Laman *Basecamp*

Setelah menerima *brief* melalui *Basecamp*, penulis melanjutkan proses koordinasi melalui diskusi langsung dengan *supervisor* maupun divisi terkait apabila dibutuhkan penyesuaian teknis, seperti durasi animasi, hierarki informasi, atau komposisi visual. Dalam beberapa proyek, penulis juga bekerja berdampingan dengan *graphic designer* untuk memastikan konsistensi antara materi statis dan *motion*, serta berkoordinasi dengan fotografer atau ilustrator ketika diperlukan tambahan aset visual. Proses *feedback* biasanya berlangsung secara berulang hingga hasil akhir memenuhi standar *brand* dan disetujui untuk dipublikasikan. Melalui alur koordinasi yang terintegrasi, penulis dapat memahami bagaimana proses produksi konten kreatif dijalankan secara profesional dalam lingkungan industri *FnB*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang penulis lakukan selama pelaksanaan magang di Jarasta Enterprise berfokus pada pembuatan konten promosi digital dan pengembangan visual branding untuk brand High Table. Seluruh kegiatan yang penulis kerjakan merupakan bagian dari *daily task* yang telah tercatat pada laman Merdeka. Jenis pekerjaan yang dilakukan meliputi pembuatan desain konten media sosial seperti *feeds*, *stories*, serta *assetting* untuk *motion graphic* atau *video reels* yang digunakan dalam kampanye promosi mingguan. Selain itu, penulis juga terlibat dalam perancangan konsep visual untuk *event* tertentu, penyusunan layout visual sesuai *brand guideline*, serta membantu tim kreatif dalam eksplorasi ide konten yang relevan dengan karakter *brand* dan strategi pemasaran perusahaan. Berikut

merupakan uraian detail pekerjaan yang penulis lakukan selama masa magang di Jarasta Enterprise.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1 – 8 Agustus 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendesain Weekly Music Flyer outlet High Table Jakarta, Melodies de Minuit, Jazz Alley, dan Blue Nights 2. Revisi promo Pay 1 Get Double 3. Mendesain promo Home Service
2	11 – 15 Agustus 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Weekly Music Flyer 2. flyer Independence Day Indonesia
3	18 – 22 Agustus 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Weekly Music Flyer 2. Flyer announcement Closed for Private Event
4	25 – 29 Agustus 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Weekly Music Flyer 2. Free Flow Steak 3. Desain promo video Beer Bucket
5	1 – 5 September 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Weekly Music Flyer 2. Membuat karya untuk promosi Special Cuts (digital & print) 3. Membuat flyer promosi New Look VIP
6	8 – 12 September 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Weekly Music Flyer 2. Membuat promosi Special Menu with BASK
7	15 – 19 September 2025	High Table & Cozy Cuts	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Membuat flyer Closed for Public Private Event 3. Membuat flyer Closed for Public event Cole Haan 4. Membuat flyer promosi Snap Insta Promo Cozy Cuts 5. Membuat flyer promosi Lunch Special Cozy Cuts

8	22 – 26 September 2025	High Table & Cozy Cuts	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Briefing Overview October Plan 3. Membuat flyer Content Instagram Cozy Cuts 4. Revisi flyer promosi Snap Insta Cozy Cuts 5. Membuat flyer promosi Batik Promo
9	29 September – 3 Oktober 2025	High Table & Cozy Cuts	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Revisi/Update menu story High Table 3. Membuat flyer Sponsorship Exquisite Awards 4. Revisi flyer promosi Snap Insta Cozy Cuts
10	6 – 10 Oktober 2025	High Table & Cozy Cuts	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Special for Two Cozy Cuts 2. Membuat flyer Music Weekly 3. Membuat promosi Dice for Drinks 4. Membuat promosi Halloween Promo
11	13 – 17 Oktober 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Membuat promosi Halloween Promo 3. Membuat desain promo Happy World Pasta Day
12	20 – 24 Oktober 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Membuat desain Promo Free Flow Wine 3. Membuat flyer Special Event Halloween
13	27 – 31 Oktober 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Compile Assets (foto, video) untuk November 3. Mengerjakan flyer video Special Cuts Halloween 4. Flyer promo Warm Up November 5. Desain & Finalisasi Promo Sip & Steak Night

14	3 – 7 November 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Membuat desain Promo Creme Bruule 3. Mendesain flyer acara dan invitation Bar Takeover NVN GALS
15	10 – 14 November 2025	High Table & Reset Social Club (RSC)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Editing video compile All Special Cuts 3. membuat aset dan draft motion Invitation Housewarming untuk upcoming brand Reset Social Club (RSC) 4. Mendesain menu Unlimited Lunch (Story, Prints, Digital PDF)
16	17 – 21 November 2025	High Table	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. mengerjakan Menu Illustration untuk Bar Takeover NVN GALS (print A5) 3. Membuat desain Announcement Closed for Private Event (20 Nov) 4. membuat motion untuk video promo Tea Time
17	24 – 28 November 2025	High Table & Reset Social Club (RSC)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat flyer Music Weekly 2. Membuat Information Card untuk Bar Takeover NVN Gals 3. membuat menu tambahan untuk Bar Takeover NVN GALS (print A5) 4. membuat ulang aset visual untuk invitation RSC dan approval <i>marketing manager</i> RSC 5. Membuat desain motion dan Video untuk Unlimited Lunch Set Promo

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang di High Table Jakarta, penulis memperoleh berbagai tugas yang berkaitan dengan perancangan materi promosi visual, khususnya desain *flyer* program musik mingguan. Seluruh alur kerja dan koordinasi tugas berlangsung melalui platform manajemen kerja *Basecamp*, yang digunakan oleh tim untuk mencatat *daily task*, mengunggah *brief*, memberikan komentar, menyampaikan revisi, serta mengumpulkan hasil akhir desain. *Basecamp* berfungsi sebagai pusat koordinasi proyek sehingga setiap proses dapat terdokumentasi dan terorganisasi dengan baik.

Proses kerja dimulai ketika *supervisor* memberikan *brief* melalui *Basecamp*, yang berisi kebutuhan desain, konsep program musik, serta format dan ukuran konten yang harus diproduksi. Selain itu, informasi jadwal musisi dan rincian program mingguan diperoleh melalui *Google Spreadsheet*, yang digunakan sebagai acuan untuk memastikan konsistensi unggahan konten setiap minggu. Setelah menerima *brief*, penulis melakukan klarifikasi apabila terdapat informasi yang belum lengkap, seperti kebutuhan aset tambahan, referensi visual, atau penyesuaian konsep. Komunikasi terkait hal tersebut dilakukan melalui fitur komentar *Basecamp* atau pesan pribadi.

Dalam proses pengerjaannya, penulis menggunakan beberapa perangkat lunak desain, yaitu *Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator* untuk pembuatan aset visual, serta *Adobe After Effects* sebagai *software* utama dalam menghasilkan konten *motion design*. Penulis menyusun *layout*, tipografi, dan elemen visual yang relevan dengan identitas *brand* High Table Jakarta, serta mengembangkan variasi desain sesuai kebutuhan promosi mingguan.

Selama tahap produksi, penulis secara rutin menerima *feedback* langsung dari *supervisor* di kantor dan *feedback* dari *operational manager* melalui kolom komentar di *Basecamp*. *Feedback* tersebut mencakup aspek visual seperti komposisi, konsistensi identitas, keterbacaan teks, kesesuaian warna, serta kebutuhan penyesuaian konsep agar sejalan dengan karakter acara. Penulis kemudian melakukan revisi desain dan kembali mengunggah versi terbaru melalui *Basecamp* untuk diperiksa kembali oleh *supervisor*.

Setelah desain dinyatakan final, file hasil akhir diunggah ke *Basecamp* atau *Google Drive* sesuai instruksi *supervisor*. Materi yang telah disetujui kemudian digunakan oleh *operational manager* High Table untuk publikasi melalui media sosial sesuai jadwal tayang yang tersedia pada *spreadsheet*.

Selain tugas utama berupa perancangan *flyer* dan konten *motion* untuk program musik mingguan, penulis juga menangani beberapa proyek tambahan, seperti materi promosi *event* khusus, desain menu, ilustrasi acara, serta konten pengumuman operasional. Seluruh pengalaman tersebut memberi penulis pemahaman mendalam mengenai alur kerja desain di industri *FnB*, keterampilan komunikasi profesional, serta manajemen revisi dalam proses kreatif yang berbasis kolaborasi.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Tugas utama yang penulis laksanakan selama menjalani magang di Jarasta Enterprise adalah merancang materi visual untuk kebutuhan promosi program musik mingguan High Table, yakni sebuah restoran *steakhouse* dan *jazz bar* yang berlokasi di SCBD Park. High Table menyelenggarakan program musik reguler setiap akhir pekan dengan komposisi tiga penampil pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Masing-masing hari memiliki karakter genre yang berbeda, yaitu *jazz pop* pada hari Jumat, *gentleman jazz* pada hari Sabtu, dan *bossanova* pada hari Minggu. Untuk mendukung kegiatan ini, penulis bertanggung jawab memproduksi beberapa materi visual digital seperti *Weekly Music Flyer* dan *This Week*, yang berfungsi sebagai media utama dalam menyampaikan informasi terkait performer, jadwal acara, dan identitas program musik High Table kepada audiens.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

360 EVENT HIGH TABLE						
A	B	C	D	E	F	G
1						d
2						
3						
4						
5	Tanggal	Nama Acara	DJ	Jam	Status	Rate
6	Friday, August 1, 2025	Brazilian Night	The Sophisticats		Deat.	IDR4.000.000,00
			Rifki Soeria (vocal) Tyro Albasjari (guitar) Harul Uman Nasution (saxophone) Joshua Alexander (contrabass)	20.00 - 22.00		Genre: Brazilian, JAZZ
7	Saturday, August 2, 2025	Mélodies de Minuit	The Cool Cool Cats		Deat.	IDR3.500.000,00
			Guitar: Abraham Song Vocal: Cindy Christophera Bass: Victor Prabowo Drum: Temotil Hutagalung	20.00 - 22.00		Genre: Jazz Pop
8	Sunday, August 3, 2025	Blue Nights	Rei Naldy	19.00 - 21.00	Deat.	IDR2.500.000,00
9						
10	Friday, August 8, 2025	Jazz Alley	The Sophisticats		Deat.	IDR4.000.000,00
			Rifki Soeria (vocal) Tyro Albasjari (guitar) Harul Uman Nasution (saxophone) Joshua Alexander (contrabass)	20.00 - 22.00		Genre: Gentleman JAZZ
11	Saturday, August 9, 2025	Mélodies de Minuit	The Cool Cool Cats		Deat.	IDR3.500.000,00
			Guitar: Abraham Song Vocal: Cindy Christophera Bass: Victor Prabowo Drum: Temotil Hutagalung	20.00 - 22.00		Genre: Jazz Pop
12	Sunday, August 10, 2025	Blue Nights	Rei Naldy	19.00 - 21.00	Deat.	IDR2.500.000,00
13			The Sophisticats			

Gambar 3.3 Jadwal dan Informasi Acara Musik Mingguan

Proses kerja dimulai dari tahap penerimaan jadwal program yang disusun oleh *program director* melalui dokumen *spreadsheet*. Penulis memeriksa jadwal tersebut untuk mengetahui susunan performer, genre, dan waktu penampilan pada minggu berjalan.

IA

ivan andreas, Program Director

Jumat: Sophisticats

IG: <https://www.instagram.com/thesophisticats/>

IG Vocalist: <https://www.instagram.com/rifkisoeria/>

Sabtu: Cool Cool Cats

IG Vocalist: <https://www.instagram.com/cindychriss/>

IG Drummer: https://www.instagram.com/timotil_hutagalung/

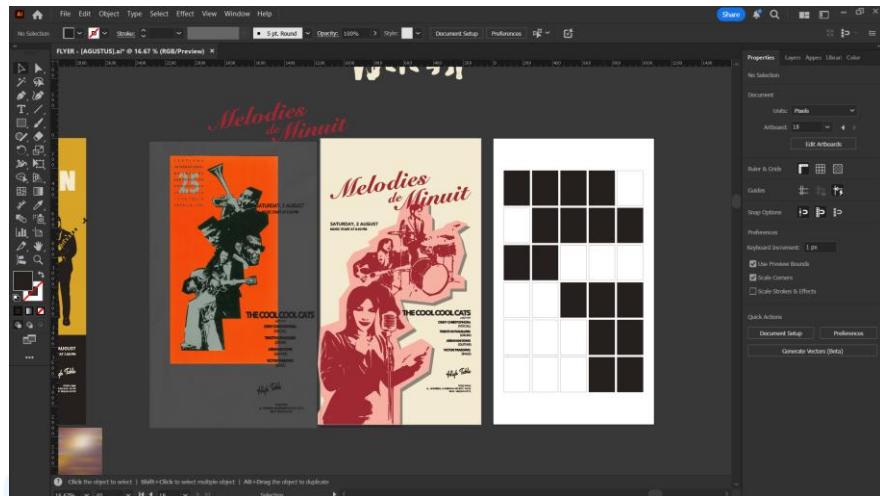
IG Gitarist: <https://www.instagram.com/abrahamsong/>

Minggu: Rei Naldy

IG: <https://www.instagram.com/holynaldy/>

Gambar 3.4 Laman Basecamp untuk Brief Acara Musik Mingguan

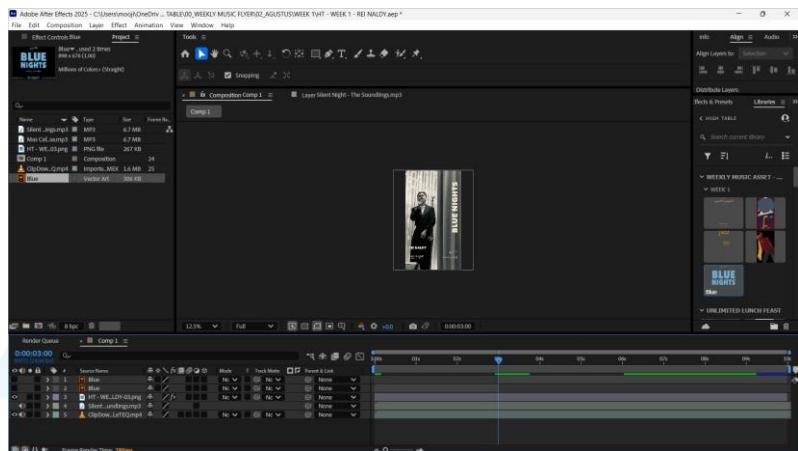
Setelah itu, *supervisor* memberikan arahan melalui *platform* kerja Basecamp yang berfungsi sebagai pusat komunikasi, pemberian *brief*, pengumpulan aset, pengiriman revisi, serta unggahan final. Brief yang penulis terima umumnya meliputi instruksi penggunaan aset tertentu, konfirmasi konsep visual mingguan, dan penentuan format output yang harus diproduksi.



Gambar 3.5 Proses Penggeraan *Flyer* Musik Mingguan

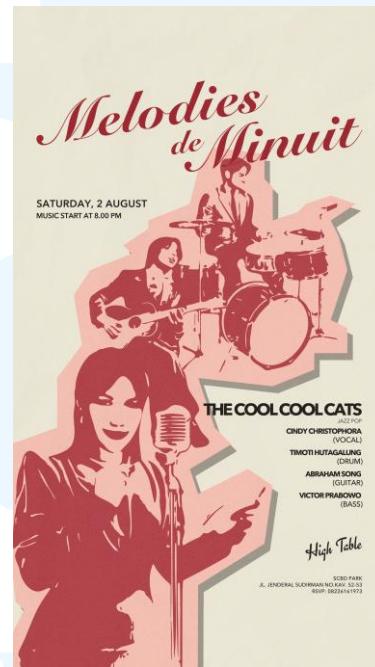
Gambar di atas merupakan proses perancangan aset grafis untuk *flyer* acara mingguan High Table yang dikerjakan oleh penulis menggunakan *Adobe Illustrator*. Dalam proses ini, penulis mengawali penggeraan dengan *briefing* langsung bersama *supervisor*, menjelaskan dan memberikan referensi visual, aset foto atau ilustrasi yang perlu digunakan, serta ketentuan format output untuk kebutuhan publikasi media sosial. Berdasarkan *briefing* tersebut, penulis menyusun *layout* menggunakan *modular grid* untuk menjaga konsistensi hierarki informasi, keterbacaan teks, serta keseimbangan komposisi visual.

Pemilihan gaya visual dan palet warna disesuaikan dengan tema acara dan identitas brand High Table yang menekankan kesan premium, elegan, dan musical. Penulis menyesuaikan tipografi, kontras warna, serta treatment visual pada elemen foto agar selaras dengan referensi yang diberikan, sekaligus tetap mempertahankan karakter visual *brand*. Dalam proses pelaksanaan tugas, perusahaan tidak menerapkan metode perancangan seperti *Design Thinking* atau *Double Diamond*. Sebaliknya, alur kerja yang diterapkan bersifat kolaboratif dan adaptif, menyesuaikan kebutuhan harian operasional industri *Food and Beverage* yang dinamis.



Gambar 3.6 Proses Pengerjaan Motion pada *Software After Effects*

Jika konten berupa video, penulis menggunakan *software Adobe After Effects* dengan gaya animasi yang sederhana, tetapi masih dengan mempertahankan estetika premium seperti transisi lembut dan pergerakan visual minimal.



Gambar 3.7 Hasil Akhir Flyer Musik Mingguan

Dalam pengerjaan flyer, High Table memiliki dua pendekatan visual yang telah ditentukan, yaitu konsep dokumentasi yang menggunakan foto arsip *performer* dan konsep ilustrasi yang dibuat oleh *ilustrator* dengan tema

jazz. Jika *flyer* minggu tersebut menggunakan aset visual ilustrasi, penulis perlu berkoordinasi dengan *illustrator* melalui *Basecamp* atau *WhatsApp* untuk memperoleh aset visual pendukung seperti karakter ilustrasi, elemen visual, atau komposisi yang relevan. Setelah seluruh aset terkumpul, penulis memulai proses tata letak menggunakan *Adobe Illustrator* atau *Adobe Photoshop*. Karena konsep visual telah memiliki format yang konsisten, proses desain lebih berfokus pada penyesuaian informasi serta penyusunan struktur elemen visual, bukan pada eksplorasi konsep atau pembuatan *moodboard*. Penulis memastikan tampilan tetap selaras dengan identitas High Table yang elegan, modern, dan mudah dibaca oleh audiens.



Gambar 3.8 Proses Review dan Revisi Flyer Musik Mingguan

Setelah draft desain selesai, penulis mengunggahnya ke *Basecamp* untuk melalui tahap review oleh *Supervisor*, *Program Director*, dan *Operational Manager*. Setiap pihak dapat memberikan masukan melalui komentar pada *Basecamp* atau melalui pesan *WhatsApp* apabila ada koreksi

yang perlu disesuaikan. Revisi yang umum muncul meliputi penyesuaian foto *performer*, pembetulan informasi jadwal, perbaikan komposisi visual, atau penyelarasan warna agar sesuai dengan standar *branding*. Penulis kemudian memperbaiki desain sesuai arahan dan mengunggah hasil revisi hingga *approval* dari ketiga pihak tersebut. Desain yang telah disetujui akan ditandai melalui sistem *checklist* pada *Basecamp* dan dinyatakan siap untuk dipublikasikan oleh *operational manager* melalui akun media sosial resmi High Table.



Gambar 3.9 Karya Desain Flyer Musik Mingguan diunggah melalui *Instagram* High Table

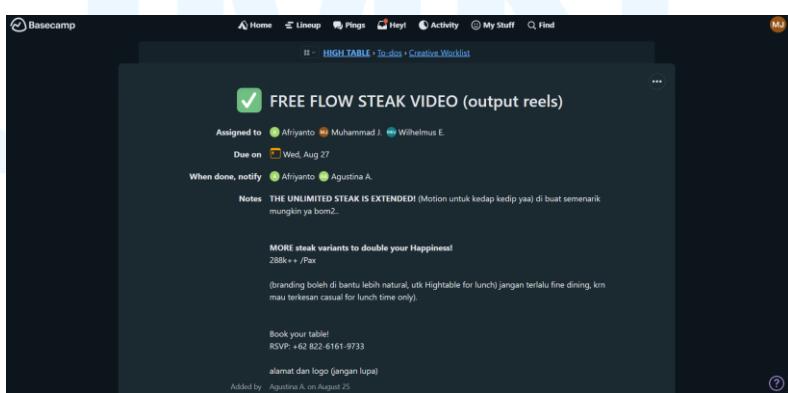
Gambar berikut merupakan dokumentasi unggahan materi promosi acara mingguan High Table pada media sosial *Instagram* resmi restoran. Unggahan tersebut menunjukkan bukti implementasi dari desain *flyer* yang penulis rancang dan telah melalui proses *review* dan *approval*. Melalui proses ini, penulis memperoleh pengalaman langsung mengenai alur produksi konten promosi mingguan yang menuntut ketepatan waktu, konsistensi visual, serta koordinasi lintas divisi. Penulis juga belajar menyesuaikan ritme kerja dengan standar profesional industri *FnB*, di mana setiap materi promosi harus diproduksi dengan cepat, tepat, dan tetap menjaga kualitas estetika sesuai identitas *brand*. Proses pelaksanaan tugas ini memberikan pemahaman tentang praktik kerja desain komunikasi visual dalam konteks operasional restoran dan *entertainment* yang memiliki jadwal acara tetap setiap minggu.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain tugas utama pembuatan *Weekly Music Flyer*, penulis juga terlibat dalam sejumlah proyek tambahan yang mendukung aktivitas promosi dan operasional High Table. Setiap proyek dimulai dari penerimaan brief melalui *Basecamp*, kemudian berkordinasi dengan Supervisor atau pihak terkait, eksekusi desain menggunakan *Adobe Illustrator/Photoshop/After Effects*, serta proses review dan finalisasi melalui komentar di *Basecamp* dan/atau percakapan *WhatsApp*. Berikut adalah uraian rinci empat proyek tugas tambahan yang penulis kerjakan selama masa magang.

3.3.2.1 Proyek Proyek Promosi *Free Flow Steak*

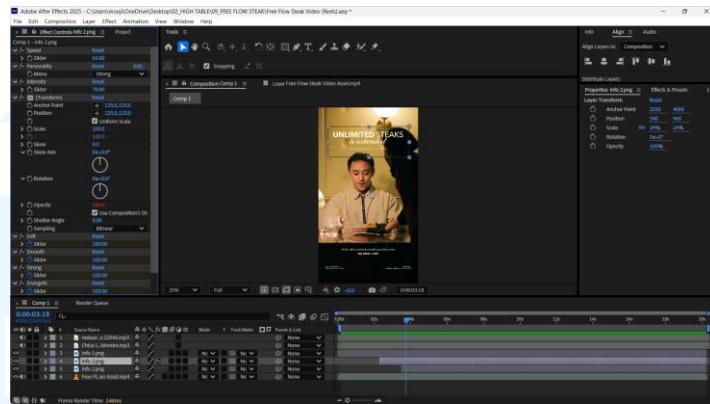
Proyek Promosi *Free Flow Steak* merupakan salah satu tugas tambahan yang diberikan kepada penulis sebagai *Motion Designer Intern* di Jarasta Enterprise. Proyek ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan minat pelanggan terhadap program promo makan sepuasnya restoran High Table. Pelaksanaan proyek ini melibatkan beberapa pihak dalam perusahaan, yaitu fotografer serta videografer sebagai penyedia materi visual, *Head Creative* atau *Supervisor* sebagai penentu konsep dan arahan desain, serta penulis sebagai *intern* yang bertanggung jawab pada proses *motion design* dan penyusunan layout konten.



Gambar 3.10 Proses Brief melalui *Basecamp*

Dalam tahap pertama, tim kreatif melakukan *briefing* untuk menjelaskan kebutuhan konten dan arah visual yang diinginkan melalui *Basecamp*. Kemudian, fotografer dan videografer

memberikan aset video yang dihasilkan dari *shooting* konten video tersebut. Seluruh aset visual kemudian dikumpulkan dalam satu folder kerja untuk memudahkan proses kerja.



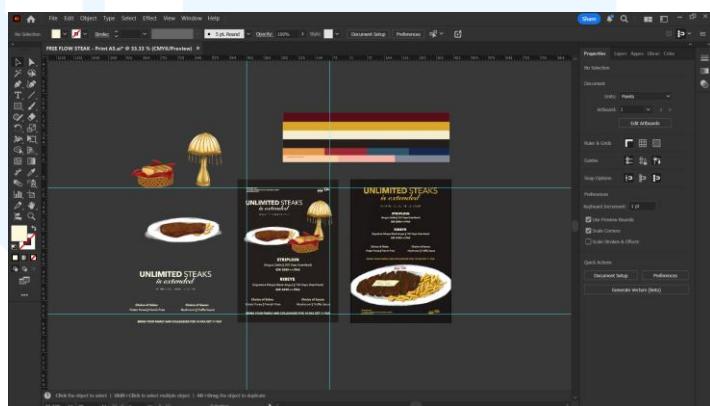
Gambar 3.11 Proses Motion Desain Video Promosi *Free Flow Steak*

Pada tahap produksi, penulis mengolah materi visual tersebut menjadi video promosi berdurasi singkat dengan penambahan elemen teks informasi serta penataan layout yang sesuai dengan kebutuhan promosi. Kemudian saat proses draft dikonsultasikan kembali kepada *Supervisor* untuk mendapatkan evaluasi terkait transisi, komposisi visual, hingga kejelasan pesan promosi.



Gambar 3.12 Video Promosi *Free Flow Steak*

Selain video promosi utama, proyek ini juga mencakup pembuatan menu ilustrasi untuk mendukung program *Free Flow Steak*. Dalam proses ini, ilustrator bertugas membuat aset visual berupa gambar potongan steak, peralatan makan, atau elemen lain yang mendukung kesan premium restoran. Aset ilustrasi tersebut kemudian diserahkan kepada penulis untuk diolah menjadi konten motion Instagram Story dan layout menu cetak. Penulis bertanggung jawab untuk mengadaptasi ilustrasi dalam format yang sesuai dengan media, termasuk pengaturan tipografi, komposisi layout, dan kesesuaian warna dengan identitas visual restoran.



Gambar 3.13 Proses Desain Menu Cetak Promosi *Free Flow Steak*

Gambar di atas merupakan dokumentasi proses perancangan aset visual untuk menu cetak promosi *Free Flow Steak* yang dibuat menggunakan *Adobe Illustrator*. Dalam proses produksi, penulis membuat dua alternatif layout dan pemilihan warna teks informasi menggunakan aset ilustrasi yang diberikan oleh ilustrator. Pada tahap ini, penulis menyusun elemen desain utama seperti ilustrasi makanan, palet warna, tipografi, serta hierarki informasi agar menu terlihat jelas, menarik, dan mudah dibaca oleh pelanggan. Selain menentukan layout, penulis juga menyesuaikan konsep visual dengan arahan supervisor, termasuk mempertimbangkan ukuran cetak, serta konsistensi identitas visual dari brand *High Table*.



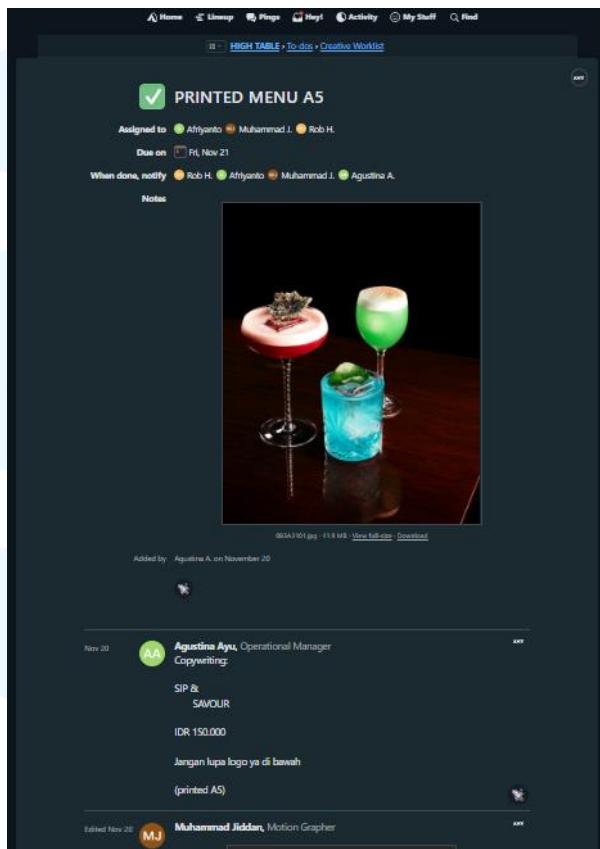
Gambar 3.14 Menu Cetak Promosi Free Flow Steak

Setelah seluruh konten selesai diproduksi, tim melakukan proses *review* akhir bersama *supervisor* untuk memastikan tidak ada kesalahan informasi. Hasil proyek kemudian diserahkan kepada *operational manager* High Table untuk dijadwalkan publikasinya dan dicetak sebagai pendukung promosi di restoran. Melalui proyek ini, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam proses kolaboratif antar divisi.

3.3.2.2 Proyek NVN GALS Bar Takeover (BTO)

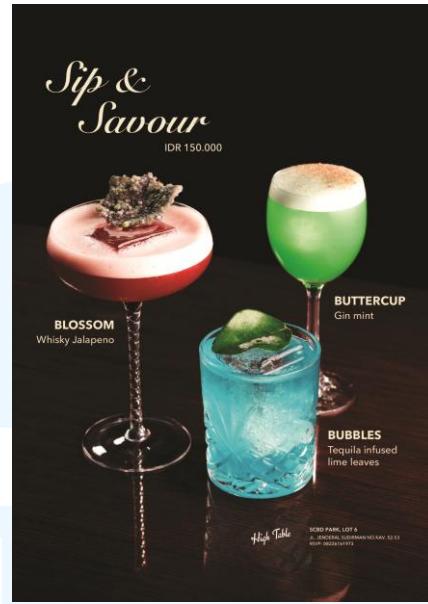
Salah satu tugas tambahan yang dikerjakan penulis saat menjalani magang di Jarasta Enterprise yaitu *special event* NVN GALS Bar Takeover (BTO). Pada proyek ini, penulis bertanggung jawab untuk merancang beberapa materi visual yang digunakan untuk mendukung kebutuhan acara spesial yang menghadirkan tamu kolaborator dari NVN GALS. Acara ini membutuhkan pendekatan visual yang lebih spesifik, karena desain harus disesuaikan dengan tema dan karakter tamu kolaborator sekaligus tetap konsisten

dengan *brand image* restoran. Proses penggerjaan dilakukan melalui koordinasi dengan *Supervisor* dan *Operational Manager* agar seluruh materi dapat mendukung tujuan komunikasi acara.



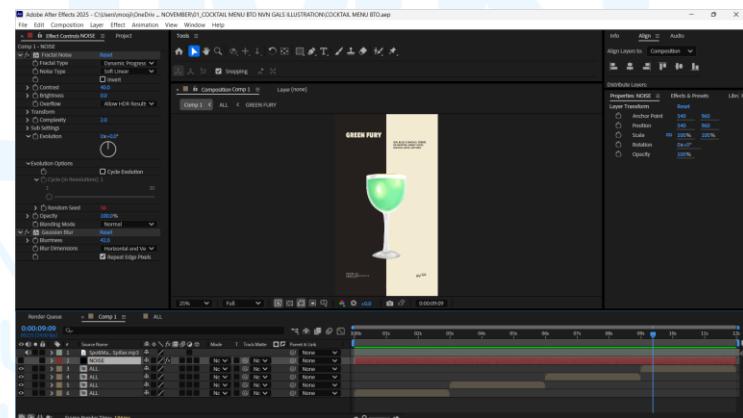
Gambar 3.15 Proses *Brief* Menu Cetak NVN GALS BTO

Tahap awal penggerjaan dimulai dari brief untuk kebutuhan materi cetak yang harus diproduksi. Penulis kemudian merancang menu cetak sebagai materi pendukung acara. Pada proses ini, penulis juga bekerja sama dengan fotografer dan videografer yang menyiapkan dokumentasi visual untuk kebutuhan konten, serta ilustrator yang bertugas membuat aset visual tambahan seperti ilustrasi menu.



Gambar 3.16 Menu Cetak NVN GALS BTO

Gambar di atas merupakan hasil desain dari fotografi dan layout yang penulis susun sesuai dengan keinginan kolaborator mengenai desain menu spesial cocktail yang akan dicetak dalam ukuran A5 untuk digunakan pada hari acara. Proses layouting menu dilakukan berdasarkan struktur menu yang telah disusun *Operational Manager*, kemudian ditinjau oleh *Supervisor* untuk memastikan keterbacaan, keseimbangan komposisi, dan kesesuaian dengan standar estetika perusahaan.



Gambar 3.17 Proses Menu Instagram Story NVN GALS BTO

Kemudian pada tahap ini, penulis membuat menu untuk kebutuhan publikasi dalam format instagram story, melalui proses

yang sama seperti biasanya. Penulis menerima aset visual ilustrasi cocktail spesial yang telah dibuat oleh ilustrator, kemudian penulis mengolah aset visual berdasarkan brief yang diberikan oleh operational manager untuk membuat menu motion grafis. Setelah seluruh materi selesai diproduksi, lalu dikompilasi kembali untuk proses review bersama *supervisor* dan *operational manager*. Proses review dilakukan untuk memastikan konsistensi output visual sesuai dengan arahan operational manager.



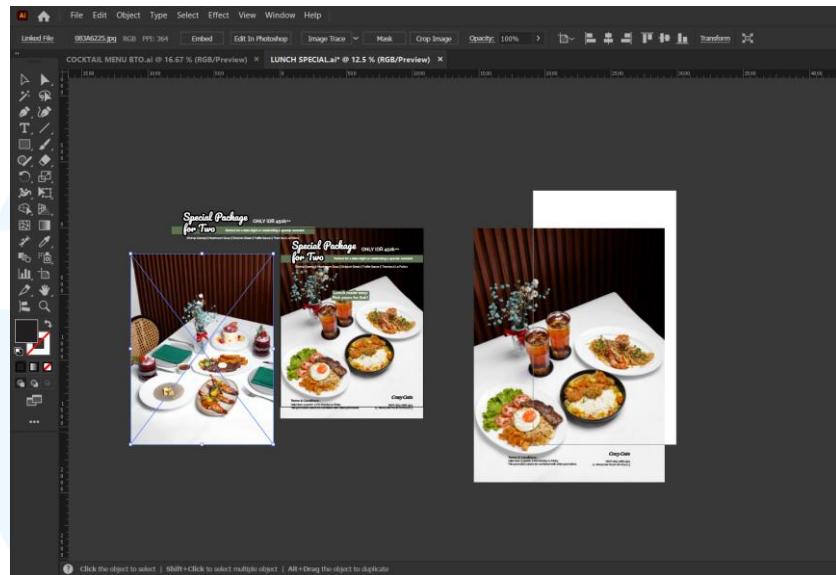
Gambar 3.18 Menu *Instagram Story* NVN GALS BTO

Pada tahap akhir, materi final diserahkan kepada operational manager melalui basecamp untuk proses publikasi dan pencetakan. Melalui proyek ini, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam merancang materi acara yang lebih terarah, bekerja lintas-divisi, serta memahami proses kolaboratif dalam produksi materi promosi untuk event *hospitality*.

3.3.2.3 Proyek Cozy Cuts Lunch Special & Special for Two

Pada outlet Cozy Cuts, penulis juga mendapatkan tugas tambahan untuk mengerjakan beberapa proyek promosi, diantaranya *Lunch Special* dan *Special for Two*. Kedua proyek ini memiliki objektif serupa, yaitu meningkatkan *engagement* dan *awareness* melalui media sosial, khususnya *Instagram Story* dan *Instagram Feed*. Meskipun termasuk dalam kategori promosi rutin, proyek ini

membutuhkan ketelitian dan konsistensi visual agar tetap sesuai dengan karakter Cozy Cuts yang *family-friendly*, hangat, dan mudah diakses oleh pelanggan dari berbagai kalangan.



Gambar 3.19 Feeds Instagram Lunch Special

Proses penggeraan dilakukan seperti biasanya yaitu, dimulai dari penyampaian brief oleh *Operational Manager* kepada *Supervisor* melalui *platform Basecamp*. *Brief* tersebut berisi informasi mengenai konsep promosi, daftar menu yang ditampilkan, serta referensi gaya visual yang ingin dicapai. Kemudian, fotografer dan videografer dari tim kreatif mengunggah aset visual berupa foto makanan melalui *Basecamp*. Aset-aset ini menjadi bahan utama dalam pembuatan konten promosi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.20 *Feeds Instagram* Lunch Special

Selanjutnya, proses yang dilakukan untuk *Special for Two* juga sama seperti sebelumnya, tim fotografer mengunggah aset visual berupa foto makanan, minuman, dan elemen dekorasi meja melalui *Basecamp* untuk digunakan sebagai bahan utama produksi konten. Aset tersebut kemudian diolah menjadi materi desain promosi berupa materi postingan *feeds*, dengan penyesuaian tipografi, komposisi warna, dan tata letak agar sesuai dengan identitas visual Cozy Cuts. Tahap akhir meliputi proses revisi, pengecekan ulang kesalahan penulisan, dan persetujuan final sebelum diunggah ke media sosial.



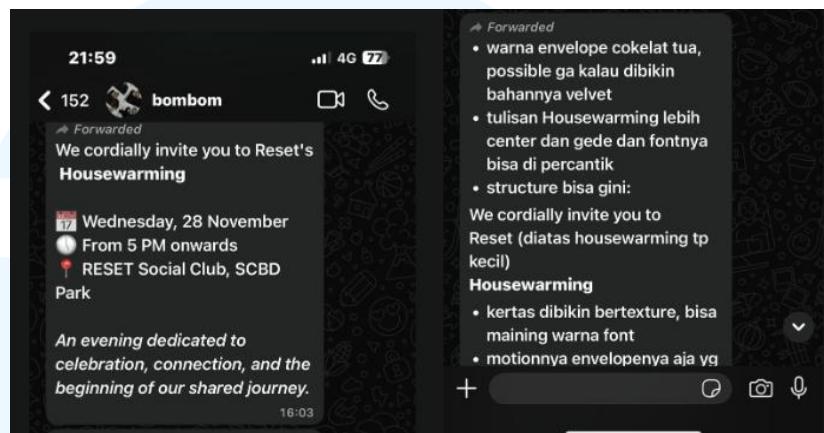
Gambar 3.21 Feeds Instagram Special for Two

Melalui penggeraan proyek promosi ini, penulis memperoleh pengalaman dalam menangani konten pemasaran restoran dengan ritme kerja cepat dan kolaborasi lintas divisi. Penulis juga belajar menyesuaikan tone desain dengan karakter *brand* yang berbeda dari High Table, serta memahami *workflow* distribusi materi promosi melalui *Basecamp* yang menghubungkan tim kreatif, operasional, dan pemasaran. Pengalaman ini menambah pemahaman penulis terhadap proses produksi konten visual pada industri *FnB* dengan standar profesional.

3.3.2.4 Proyek Invitation Housewarming Reset Social Club

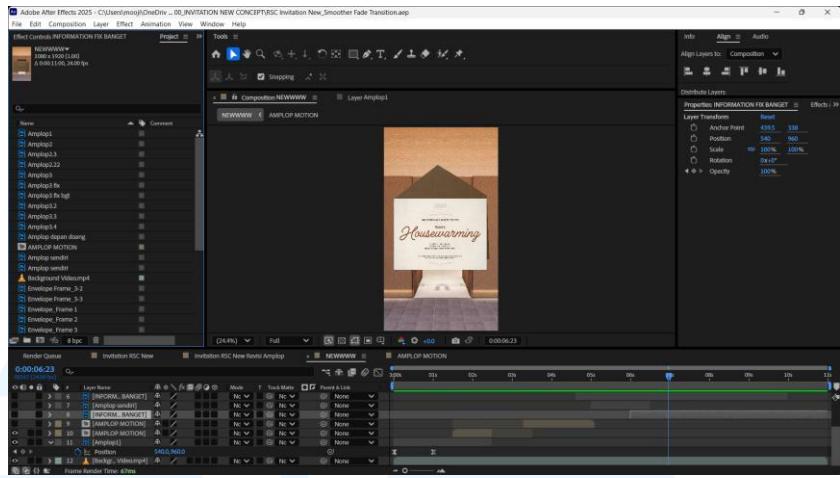
Pada proyek ini, penulis menangani pembuatan *digital invitation* dengan materi *motion* untuk acara Housewarming Reset Social Club (RSC). Tidak seperti proses kerja pada *outlet* lain yang lebih terpusat melalui *Basecamp*, proyek ini memiliki alur

koordinasi yang cukup berbeda karena melibatkan struktur organisasi internal RSC. Penulis berperan dalam merancang aset visual sekaligus mengeksekusi *final artwork* dalam format statis maupun *motion*.



Gambar 3.22 Proses *Brief Instagram Story* Invitation Housewarming Reset Social Club

Proses kerja dimulai dari *marketing manager* RSC yang menyusun kebutuhan konsep acara bersama *business development*. Kedua pihak ini kemudian merumuskan *brief* yang berisi arah visual, *tone brand* Reset Social Club, serta informasi acara yang diperlukan. *Brief* tersebut diteruskan kepada *supervisor* untuk ditinjau sebelum akhirnya disampaikan kepada penulis melalui komunikasi langsung lewat pesan *WhatsApp*. Berbeda dengan proyek lain yang menggunakan *platform Basecamp*, komunikasi informal namun terarah melalui *WhatsApp* digunakan untuk mempercepat proses pengambilan keputusan karena kebutuhan publikasi yang bersifat segera.



Gambar 3.23 Proses Desain *Instagram Story* Invitation Housewarming Reset Social Club

Setelah menerima *brief*, penulis memulai tahap perancangan dengan membuat aset visual utama yang akan digunakan dalam undangan *digital*. Tahapan ini mencakup penentuan komposisi, pembuatan elemen grafis pendukung, dan penyesuaian visual agar tetap sesuai dengan identitas Reset Social Club yang *modern, calm*, dan mengusung gaya *lifestyle wellness*. Setelah aset utama selesai, penulis melanjutkan penggeraan *motion* untuk *final artwork* dengan menyesuaikan ritme animasi, hierarki informasi, serta durasi yang kompatibel untuk kebutuhan publikasi di *platform digital*.



Gambar 3.24 Hasil Desain *Instagram Story* Invitation Housewarming Reset Social Club

Pengerjaan proyek Housewarming Invitation ini memberi pengalaman berbeda bagi penulis, khususnya dalam menghadapi alur koordinasi yang lebih linear namun melibatkan beberapa pihak dengan peran strategis. Penulis belajar untuk merespons revisi secara cepat, beradaptasi dengan sistem komunikasi non-formal, serta mengeksekusi materi *motion* dengan efisien dalam waktu terbatas. Proyek ini memperluas pemahaman penulis dalam menangani desain untuk acara internal perusahaan yang memiliki karakter lebih privat namun tetap membutuhkan identitas visual yang kuat dan profesional.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani praktik kerja di Jarasta Enterprise, penulis menghadapi beberapa kendala yang terjadi dalam proses pelaksanaan tugas, baik dalam proyek utama maupun tugas tambahan. Kendala-kendala tersebut berkaitan dengan alur kerja internal, koordinasi yang melibatkan banyak divisi, hingga pemahaman teknis dalam produksi desain. Meskipun demikian, setiap kendala yang dialami memberikan penulis kesempatan untuk mencari solusi dan meningkatkan kemampuan profesional dalam lingkungan kerja yang dinamis. Berikut uraian mengenai kendala serta upaya penyelesaiannya.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala pertama yang dihadapi penulis adalah terkait proses koordinasi yang melibatkan banyak pihak, seperti *supervisor*, *marketing manager*, *operational manager*, fotografer, videografer, hingga ilustrator. Perbedaan jadwal kerja dan kecepatan respons setiap divisi sering kali membuat proses *approval* berlangsung lebih lama dari yang diperkirakan. Hal ini berdampak pada waktu pengerjaan yang menjadi lebih singkat dan menuntut penulis untuk menyesuaikan ritme kerja dengan cepat.

Selain itu, penulis juga mengalami kendala dalam ketersediaan aset visual yang belum lengkap pada saat proses desain dimulai. Beberapa proyek, seperti menu ilustrasi atau materi promosi video, membutuhkan foto, *footage*, atau ilustrasi yang masih dalam tahap produksi. Kondisi ini membuat penulis

perlu menunda tahap tertentu, seperti *layouting* atau animasi, hingga aset yang diperlukan telah tersedia dan disetujui.

Kendala lainnya adalah penyesuaian gaya visual yang berbeda pada setiap *outlet* di bawah Jarasta Enterprise. High Table Jakarta memiliki karakter yang premium, Cozy Cuts lebih *family-friendly* dan *playful*, sedangkan Reset Social Club memiliki identitas visual yang *modern* dan *wellness-oriented*. Perbedaan karakter ini menuntut penulis untuk cepat beradaptasi dengan *guideline* masing-masing *brand* agar hasil desain tetap konsisten dan sesuai arah kreatif. Pada awal magang, penulis membutuhkan waktu lebih lama untuk memahami perbedaan *tone*, warna, dan gaya visual dari setiap *outlet*.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Bagian Untuk mencegah masalah koordinasi yang melibatkan banyak pihak, penulis melakukan *follow up* lebih lanjut dengan *supervisor* dan tim terkait melalui *Basecamp* maupun *personal chat* bila diperlukan. Penulis juga memulai kebiasaan untuk *recheck daily task* serta mempersiapkan alternatif desain termasuk aset visual dan *layout* yang dapat disesuaikan dengan cepat jika ada revisi. Dengan cara ini, penulis dapat mengatur waktu penggerjaan secara lebih efektif meskipun proses *approval* cukup memakan waktu.

Dalam menghadapi kendala keterlambatan aset visual, penulis mengembangkan strategi dengan mengerjakan bagian-bagian desain yang dapat didahulukan, seperti membuat *template layout*, mengumpulkan palet warna, atau menyiapkan aset pendukung lain. Dengan langkah ini, proses produksi tetap bisa berjalan sehingga penyesuaian dapat dilakukan lebih cepat setelah desain diterima.

Untuk kendala adaptasi terhadap gaya visual yang berbeda, penulis mempelajari kembali *guideline* visual dari setiap *outlet* melalui media sosial yang sudah diunggah sebelumnya, mengumpulkan referensi yang sesuai, serta arahan *supervisor*. Penulis juga sering berdiskusi dengan *supervisor* terkait elemen yang harus dipertahankan agar konsisten dengan identitas *brand*. Melalui latihan berulang dan observasi yang lebih detail, penulis menjadi lebih

mudah beradaptasi dan mampu menerapkan gaya visual yang sesuai untuk setiap *outlet*.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA