



2.67%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 30 DEC 2024, 2:52 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.13%

● CHANGED TEXT
2.54%

Report #24303687

BAB 1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Lulusan baru Perguruan Tinggi swasta maupun negeri berlomba-lomba untuk melamar dan bergabung di perusahaan maupun institusi yang mereka tuju (Sari, 2017). Namun, beberapa perusahaan besar memiliki kriterianya masing-masing untuk menerima fresh graduate di perusahaannya, salah satunya adalah memiliki pengalaman berorganisasi maupun bekerja (AdminLinovHR, 2024). ¹ Oleh karena itu, selain memiliki hard skill di bidang akademis, seorang sarjana juga harus memiliki soft skill atau keterampilan. Sehingga seorang sarjana tidak hanya memiliki pengetahuan, namun juga keahlian dan mampu berkreasi serta berinovasi (Kukuh, 2018). Hal tersebutlah yang melatarbelakangi Universitas Pembangunan Jaya untuk mewajibkan para mahasiswa nya mengikuti Kerja profesi sebagai salah satu mata kuliah wajib. Kemampuan dan skill mahasiswa yang sesuai dengan jurusannya dalam dunia kerja (Kisman, Setiawan, Rahmat, & Putra, 2023). Universitas Pembangunan Jaya memiliki Program Studi Desain Komunikasi Visual, salah satu peminatan yang tersedia adalah Program Studi Desain Komunikasi Visual. Desain Grafis didefinisikan sebagai membentuk identitas visual, dengan mencakup berbagai elemen seperti tipografi, ilustrasi, dan tata letak yang digunakan untuk membuat komunikasi visual yang efektif (Rifda, 2021). Desain Grafis memiliki peran penting dalam dunia bisnis modern, sebagai identitas perusahaannya mulai dari logo, grafis promosi, kemasan produk

dan lainnya. Karena Desain Grafis 1 sejatinya adalah membantu perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, membangun merek dan membedakan dari pesaing lainnya (Administrator, 2024). Media sosial merupakan platform digital yang memberikan wadah orang untuk berinteraksi, berbagi informasi dengan menyebarkan konten dalam berbagai format. Media sosial telah menjadi alat komunikasi yang penting untuk interaksi sosial dan opini publik di Indonesia. Platform media sosial yang populer di Indonesia seperti Instagram, Facebook, X dan lain sebagainya. Perusahaan kini sudah memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran untuk menarik perhatian dan minat konsumen untuk terkoneksi, membangun hubungan lebih dekat dan menyebarkan berbagai informasi tentang brand melalui berbagai jaringan media sosial. Kemudahan akses pada media sosial dapat meningkatkan awareness pada brand dengan mudah dalam jangka waktu yang panjang (Priansa, 2017). Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang FnB (Food and Beverage) , Arungi Group sudah menggunakan sosial media seperti Instagram sebagai media promosi. Tentu saja untuk mengatur media sosial membutuhkan strategi dari visual, desain maupun copy writing . Konten dari media promosi menjadi citra bagi perusahaan itu sendiri, dengan memiliki konten visual dan desain yang menarik, tentu saja dapat meningkatkan awareness dan engagement dari konten tersebut. Melihat pentingnya peran visual

dan desain terhadap perkembangan suatu brand , seorang mahasiswa dari Program Studi Desain Komunikasi Visual harus memiliki pengetahuan dan pengalaman dari dunia kerja yang bergerak di industri tersebut. Dengan kesempatan ini, praktikan ingin mengasah kemampuan dari apa yang telah dipelajari di Universitas Pembangunan Jaya. Dengan bekerja ke perusahaan yang di 2 tempati dan melihat keterlibatan langsung dari perusahaan tersebut, khususnya pada perusahaan PT Selera Anak Sejangad. Arungi Group, dengan berbagai konten di sosial media, sehingga praktikan dapat melakukan kerja profesi di perusahaan ini. Desain grafis tersebut termasuk ke dalam divisi marketing di Arungi Group, maka praktikan memilih masuk ke dalam divisi tersebut untuk mendapatkan pengetahuan bagaimana proses kreatif dalam perencanaan konten setiap brand dan pengelolaan setiap bulannya di media sosial. **5 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2**

1 Maksud Kerja Profesi pada divisi Marketing di Arungi Group 1)

Melatih keterampilan dengan bekerja secara langsung dalam bidang Desain Komunikasi Visual 2) Mempelajari pekerjaan terkait dengan konten bulanan, menu desain di platform 3) Mempelajari bentuk konsep brand yang berbeda-beda dan menyesuainya dengan konsep masing-masing 4) Mendapatkan pengalaman profesionalitas dengan bertemu mentor, koordinator dan rekan kerja.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi pada Divisi Marketing di Arungi

Group 1) Memperoleh pengalaman bekerja terkait dengan bidang Desain

Grafis 2) Mempelajari keterampilan baru dalam desain 3) Mengetahui

secara langsung bertemu dan berkomunikasi untuk menjalin relasi yang

baik antar rekan kerja 4) Mendapatkan pengalaman industri dalam

menyelesaikan konten plan sebelum tenggat waktu 3 1.3 Manfaat Kerja

Profesi 1.3.1 Manfaat untuk Praktikan 1) Memberikan pengalaman nyata

tentang dunia pekerjaan Desain Grafis, khususnya di perusahaan Arungi

Group 2) Memperoleh pengetahuan dan kemampuan praktikan dalam bidang

Desain Komunikasi Visual 3) Memperoleh pengalaman serta hal baru secara

langsung terkait dengan bidang Desain Grafis 1.3.2 Manfaat untuk

Universitas Pembangunan Jaya 1) Dapat memperluas jaringan kerja sama

yang saling menguntungkan antar kampus dan perusahaan tempat praktikan melaksanakan kerja profesi 2) Memperluas eksistensi UPJ melalui perwakilan dari masing-masing program studi, khususnya Program Studi Desain Komunikasi Visual 3) Memperoleh gambaran untuk industri yang berbasis digital 1.4 Tempat Kerja Profesi Dalam kesempatan Kerja Profesi ini Praktikan melakukan Kerja Profesi di Arungi Group bagian divisi Marketing dan mengerjakan konten bulanan pada 5 brands di Arungi Group, Seperti Nonna Pasta, Curryshii, Serasa Bali, Arungi Rasa, dan Wareqpol. Arungi Group telah berdiri sejak 2020 menaungi perusahaan PT Arungi Rasa Nusantara dan PT Selera Anak Sejad. Arungi Rasa sebagai brand pertama berfokus pada catering, dan dilanjut dengan 3 brand lainnya yang berfokus pada delivery order, dan terakhir Wareqpol sebagai restoran dine in pertama. Praktikan bekerja sebagai Graphic Designer dan Illustrator. 1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Jadwal Kerja Profesi yang dilaksanakan oleh praktikan adalah 5 hari dalam seminggu, mulai dari hari Senin – Jumat dengan total 650 jam atau selama 3 bulan. 

Kegiatan Profesi ini dimulai dari 4 tanggal 26 Juli 2024 sampai dengan 25 Oktober 2024.

Kemudian jadwal Kerja Profesi ini dilaksanakan dari jam 09:00 WIB pagi sampai jam 18:00 WIB sore. Sistem Kerja Profesi di Arungi Group yaitu 2 hari WFH (Work from Home) di setiap hari Senin sampai Selasa dan 3 hari WFO (Work from Office), di setiap hari Rabu sampai dengan Jumat. Tabel Error: Reference source not found.1
Tabel Keterangan Kerja Bulan Hari Jam Kerja Keterangan Agustus Senin & Jumat (Work from Home) 09:00 – 18:00 Jadwal masuk kantor Full Work from Home pada hari Senin & Jumat Agustus Selasa - Kamis (Work from Office) 09:00 – 18:00 Jadwal masuk kantor Full Work from Office pada hari Selasa - Kamis September Senin & Selasa (Work from Home) 09:00 – 18:00 Jadwal masuk kantor Full Work from Home pada hari Senin & Selasa September Rabu - Jumat (Work from Office) 09:00 – 18:00 Jadwal masuk kantor Full Work from Office pada hari Rabu - Jumat Oktober Senin & Selasa (Work from Home) 09:00

REPORT #24303687

- 18:00 Jadwal masuk kantor Full Work from Home pada hari Senin & Selasa Oktober Rabu - Jumat (Work from Office) 09:00 – 18:00 Jadwal masuk kantor Full Work from Office pada hari Rabu - Jumat 5

BAB 2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Perusahaan

Gambar Error: Reference source not found.1 Logo Arungi Group Arungi Group merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Food and Beverage yang berbasis cloud kitchen . Pada tahun 2020, PT Arungi Rasa Nusantara didirikan oleh Ibu Megawati Ignyo dan Irna untuk menghadirkan brand Arungi Rasa. Arungi Rasa yaitu sebuah kuliner Nusantara Indonesia yang berfokus pada katering makanan, camilan dan aneka sambal dari berbagai daerah di Indonesia. Meskipun ide awal menjanjikan, sayangnya proses brand katering tersebut tidak berjalan dengan lancar. Dalam upaya memperbaiki kondisi, keduanya terpisah dan Bu Irna mengambil alih PT Arungi Rasa Nusantara untuk di kembangkan lebih baik. Ibu Mega mendirikan perusahaan baru yang lebih fokus pada interior design . PT Arungi Rasa Nusantara akhirnya berkembang pesat saat di pegang oleh Ibu Monik Naftali Sanjaya seorang profesional yang berpengalaman di bidang Food and Beverage dan menjabat sebagai direktur. Bersama Bu Monik, hadirilah PT Selera Anak Sejadat dan terbentuknya Arungi Group pada tahun 2022, membawa semangat baru dan visi yang lebih jelas. Brand baru terbentuk setelah Arungi Group lebih berfokus pada Cloud Kitchen 6 based , khususnya Delivery Order untuk brand seperti Curryshii, Nonna Pasta, dan Serasa Bali. Dalam waktu singkat, cabang pertama berada di Gading Serpong, Sorrento Junction, Berhasil menarik perhatian pasar. Selama tiga bulan penjualan telah mencapai 12.500 pak, dari lima cabang awal yaitu di Gading Serpong, Tebet, Sunter, dan BSD. Jumlah pelanggan kini meningkat menjadi 30.000 pak dengan 11 outlet yang tersebar di Jabodetabek. Untuk memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas, ketiga brand tersebut aktif berpartisipasi dalam festival musik dan menjalin kolaborasi dengan artis dalam negeri, content creator serta perusahaan lain. Wareqpol yang berdiri di tahun

2024 bulan Mei, menjadi brand dine in restoran pertama di Arungi Group, menjadikan sebagai salah satu Food and Beverage berkembang di industri kuliner. Gambar Error: Reference source not found.2 Foto Lokasi Kantor 7 2.2 Struktur Organisasi Gambar Error: Reference source not found.3 Struktur Divisi Arungi Group Arungi Group terbagi menjadi 4 divisi, yaitu Operations, Business Support, Finance dan Marketing . Praktikan menjadi Graphic Designer Intern yang di bawahi oleh divisi business support namun diarahkan langsung oleh divisi marketing , yaitu Joanne Mary Gabrielle Bonang dan Ibu Meivi di business support. Praktikan sendiri di bawah pengawasan Sr creative designer , yaitu Galih Herlambang. Praktikan juga berinteraksi dengan semua divisi Arungi Group agar bisa menghasilkan konten secara maksimal. 2.3 Kegiatan Umum Arungi Group Arungi Group merupakan sebuah perusahaan Food and Beverage yang berbasis Cloud Kitchen atau Delivery Order . Kegiatan umum Arungi Group yaitu memproduksi bahan baku per- 8 brand dan mempromosikan agar akan terus berkembang. Seluruh tim Arungi Group memiliki tugas yang berbeda-beda, namun seluruh kegiatan yang dilakukan oleh tim Arungi Group selalu berhubungan dengan tim marketing . 2.3.1 Kegiatan Umum Tim Operation Kegiatan yang dilakukan oleh tim operation ialah mengelola Central Kitchen , Warehouse , R&D, Cloud kitchen dan Dine In. Lalu bertanggung jawab atas quality control makanan yang diproduksi dan di olah, serta pengiriman logistik di outletnya. Tim Operation berfokus pada komplain makanan yang di produksi setiap outlet, tim marketing juga turut bekerja sama dengan Operation untuk keperluan stok pelanggan. 2.3.2 Kegiatan Umum Tim Business Support Kegiatan yang dilakukan oleh tim business support yaitu bertugas sebagai support management semua divisi dalam perusahaan Arungi Group, dari finance , HR, marketing , operation dan termasuk outlet-outlet yang sekarang tersebar di beberapa lokasi Jakarta dan Tangerang. Memberikan kebutuhan data untuk analisa, seperti data performance outlet , data komplain dan feedback customer . Tim marketing juga turut

dibantu dan bekerja sama dengan Tim Business Support untuk kebutuhan promosi dan event . 2.3.3Kegiatan Umum Tim Marketing Kegiatan yang dilakukan oleh tim marketing meliputi mengelola konten media sosial untuk Arungi Group, melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan media, dan mengelola segala bentuk event yang diselenggarakan untuk brand-brand . Pengelolaan media sosial tersebut meliputi perencanaan konten dan produksi konten dan bertujuan untuk meningkatkan engagement di Instagram. Sementara untuk kegiatan partnership media sendiri dapat membantu 9 memberikan exposure terhadap perusahaan. Berikut nama-nama anggota dari divisi Marketing: A. Head of Marketing (Joanne Mary Gabrielle Bonang) Pada jabatan yang dipegang oleh Joanne Mary Gabrielle Bonang atau yang akrab di panggil Gabby. Pembimbing lapangan memiliki tanggung jawab utama yaitu berfokus dengan membuat konten plan setiap satu bulan ke depan bagi masing-masing brand di Arungi Group. Selain itu, pembimbing lapangan juga mengelola berbagai campaign atau event besar di platform delivery yang bekerja sama dengan Arungi Group, seperti GO-FOOD dan GRABFOOD, guna memastikan membuat promo baru maupun yang sudah berjalan dengan optimal. Ka Gabby juga bertanggung jawab atas semua persetujuan akhir untuk berbagai tugas penting seperti promo, KOL, PR, dan konten yang akan diunggah ke media sosial, terutama Instagram. Dengan demikian, pembimbing lapangan memainkan peran besar dalam menjaga kualitas, konsistensi dan keselarasan strategi promosi Arungi Group. B. Marketing Association (Nita Trisnaningsih & Marsya Andan) Marketing Association di pegang oleh dua karyawan, pada jabatan yang di pegang Nita Trisnaningsih atau yang akrab di panggil Nita, pembimbing pertama bertanggung jawab mengelola empat brand di bawah Arungi Group, Nonna Pasta, Serasa Bali, Curryshii dan Arungi Rasa, beserta media sosialnya. Dalam peran ini, pembimbing menangani komplain pelanggan, menjaga rating untuk menjaga kepuasan pelanggan. Nita juga mengatur pesanan besar dan memastikan semua proses dari produksi hingga pengiriman berjalan lancar. Apabila Nita fokus di empat brand

, lain halnya dengan jabatan yang dipegang oleh Marsya Andan atau Marsya, yang berfokus pada satu brand saja yaitu Wareqpol. Tugas 10 pembimbing kedua tidak beda jauh dengan pembimbing pertama hanya saja lebih terarah pada pengelolaan restoran dan event-event workshop yang akan bekerja sama dengan Wareqpol, memastikan setiap harinya berjalan sesuai dengan rencana.

C. Senior Graphic Designer (Galih Herlambang) Arungi Group, posisi senior graphic designer dipegang oleh satu orang, yaitu Galih Herlambang, atau biasa dipanggil Galih. Sebagai satu-satunya desainer Senior, pembimbing lapangan memiliki tanggung jawab penuh atas seluruh kebutuhan desain dari berbagai tim di Arungi Group. Tugas utamanya mencakup sebagai fotografer dan konten visual, pembimbing juga merancang desain, mengedit video, membuat motion graphic dengan kreatif, dan pembuatan menu makanan untuk setiap brand di Arungi Group.

D. Praktikan Praktikan memiliki tugas utama dalam mengelola desain media sosial Instagram untuk setiap brand serta desain menu online di GO-JEK dan GRABFOOD. Awalnya, praktikan hanya bertanggung jawab membuat desain untuk media sosial, kemudian praktikan dipercaya untuk berkontribusi dalam pembuatan video konten, membantu memberi masukan dekorasi acara besar, membantu kegiatan shooting video produk baru, dan juga berperan dalam pembuatan seragam untuk tim business support.

2.3.4Konten Media Sosial Konten media sosial juga merupakan pekerjaan utama yang dilakukan oleh divisi Marketing di Arungi Group. Konten media sosial merupakan salah satu cara untuk melakukan kegiatan yang bertujuan untuk memasarkan dan menyebarkan awareness mengenai brand-brand dari Arungi Group, seperti Arungi Rasa, Curryshii, Nonna Pasta, 11 Serasa Bali dan Wareqpol. Dengan memanfaatkan platform media sosial untuk menjalin hubungan dengan audiens, untuk membangun sebuah brand, meningkatkan penjualan dan cara membuat konten media sosial dengan baik. Tim marketing Arungi Group membuat perencanaan untuk sebulan ke depan, dengan memproduksi konten-konten mulai dari caption, visual, desain dan hashtag. Setiap bulannya, Instagram brand-brand dari Arungi

Group meng-unggah 6- 9 post feed atau reels . Strategi ini dijalankan secara konsisten untuk menjaga update terbaru, keterlibatan audiens dan memastikan brand tetap relevan serta menarik perhatian media sosial. Gambar Error: Reference source not found.4 Salah Satu Konten Media Sosial 12 BAB 3 PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Pada saat melakukan Kerja Profesi, praktikan menjadi graphic designer untuk brand-brand Arungi Group. Pelaksanaan Kerja Profesi ini untuk memenuhi prasyarat kelulusan, selama praktikan melaksanakan Kerja Profesi di Arungi Group, praktikan telah melakukan berbagai jobdesk desain untuk feeds , story , menu platform dan ilustrasi. 2 Kemudian praktikan juga terlibat dalam pembuatan konten strategi untuk meningkatkan engagement media sosial brand Arungi Group. Gaya komunikasi dan tugas dari unit dari Arungi Group sangat ramah dan santai. Praktikan menerima bimbingan sehari-hari tanpa tekanan dan paksaan, sehingga praktikan merasa nyaman dan memiliki motivasi lebih untuk belajar serta berkembang. Gambar Error: Reference source not found.5 Praktikan berada di ruang kantor 13 Gambar Error: Reference source not found.6 Foto praktikan dengan rekan kantor dan direktur Arungi Group Gambar Error: Reference source not found.7 Foto Praktikan dengan rekan kerja kantor Tabel Error: Reference source not found.2 Ringkasan Pekerjaan Ringkasan Pekerjaan - Graphic Designer - Content Talent - Illustrator 3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan melaksanakan Kerja Profesi selama tiga bulan yang tercatat sejak tanggal 26 Juli 2024 hingga 25 Oktober 2024, bertugas untuk membuat desain grafis dari sebuah konten media 14 sosial, dan terkadang menjadi talent dalam suatu konten. Awal kegiatan Kerja Profesi, Praktikan di briefing mengenai style per- brand yang berbeda-beda dan workflow per bulannya mengenai bagaimana pekerjaan Praktikan selama tiga bulan kedepannya, perancangan desain media sosial, praktikan diberikan Google Powerpoint yang berisi brief konten, target upload ke sosial media. Jika desain sudah selesai, maka desain tersebut diunggah ke Google Drive dan pada folder yang menyesuaikan

setiap brand . Selama pengerjaan desain, praktikan tidak selalu difokuskan pada desain yang di- briefing , praktikan diperbolehkan untuk mengeksplor tata desain lain tapi tetap sesuai dengan arahan dari tim marketing. Jika desain sudah selesai, praktikan harus melalui dua tahap sebelum final. Desain akan diberikan kepada mentor untuk direvisi, dan setelah selesai desain akan diunggah ke Google Drive dan menunggu kabar dari tim marketing untuk adanya revisi atau tidak. Untuk konten talent , praktikan akan di- brief dari tim marketing sebelum proses rekaman video. Perancangan Ilustrasi, membuat maskot Curryshii untuk kebutuhan konten sosial media, tahapan ini disesuaikan dengan brief yang diinginkan. Gambar Error: Reference source not found.8 Proses Metode Desain 15 Gambar 3.4 Contoh Content Plan Serasa Bali Gambar 3.5 Google Drive Content upload per-bulan Arungi Group Praktikan juga diberikan penjelasan mengenai placement logo per- brand Arungi Group untuk mendesain feeds, apa saja font yang dipakai, warna yang dipakai. Arungi Group memiliki 5 logo brand yang berbeda-beda, logo ini diletakkan sesuai dengan bentuk brand mereka. Gambar 3.6 Logo Brand Arungi Group 16 Logo adalah representasi visual yang menjadi identitas sebuah perusahaan maupun brand yang membedakan dari perusahaan lainnya. Logo mengandung makna dan filosofi tertentu, dengan menggambarkan ciri khas, visi misi hingga produk dari brand tersebut (Andrew, n.d.).

2 3.2 2 1 Perancangan Desain Feed dan Story Sosial Media Instagram

Brand Arungi Group aktif di sosial media, salah satunya Instagram. Konten Instagram brand-brand Arungi berfokus pada promosi, menu, promo, event, dan termasuk konten hiburan. Praktikan bertanggung jawab untuk membuat desain konten media sosial Instagram Arungi Rasa, Curryshii, Serasa Bali, Nonna Pasta, Wareqpol yang mencakup konten feeds . Praktikan sudah diberi brief secara bulanan pada setiap brand yang akan dibuat desain pada nantinya, dengan ukuran desain 1080 x 1080 px. A. Tema Desain Nonna Pasta Gambar Error: Reference source not found.9 Contoh Desain Nonna Pasta Nonna Pasta memiliki konsep Italia dengan warna yang

digunakan berupa merah, kuning, dan putih, warna - 17 warna tersebut mencerminkan identitas brand Italia tapi meriah dan mengesankan. Font yang digunakan memakai BEBAS Neue dan ADAM.CG.PRO dipilih secara khusus untuk headline di setiap desain. Elemen - elemen yang Nonna Pasta pakai ringan dan terlihat mewah, tapi membawa kesan yang simple dan unik untuk brand tersebut.

B. Tema Desain Curryshii Gambar Error: Reference source not found.10 Contoh Desain Curryshii Curryshii memiliki konsep tema yang cerah dengan menggunakan warna berupa kuning, coklat, emas, warna - warna yang mencerminkan identitas brand autentik Jepang, font yang digunakan memakai gotham light dan gotham block dipilih secara khusus untuk headline di setiap desain. Elemen - elemen yang Curryshii berikan memiliki sentuhan seni Jepang yang artistik dan berwarna namun menyenangkan, seperti komik maupunn seni mereka, sehingga menciptakan kesan yang imajinitif.

18 C. Tema Desain Serasa Bali Gambar Error: Reference source not found.11 Contoh Desain Serasa Bali Serasa Bali memiliki konsep tema yang tropis, seperti pantai dan langit senja yang menggunakan warna - warna dari langit dan suasana pantai. Mencerminkan identitas brand mereka yang autentik dengan pulau Bali, font yang digunakan memakai gotham ultra dan caveat dipilih secara khusus untuk headline dan sub headline di setiap desain. Elemen - elemen yang Serasa Bali berikan memakai 3D style atau foto serta sentuhan khas pantai dan esensi paradise of island Bali.

19 D. Tema Desain Wareqpol Gambar Error: Reference source not found.12 Contoh Desain Wareqpol Wareqpol memiliki konsep tema retro Indonesia dengan menggunakan warna autentik dari jaman dahulu, kuning emas dan hijau tua. Identitas brand mereka yang seperti tempat makan perumahan. Font yang digunakan memakai herkules, paytone dan rubik dipilih secara khusus untuk headline dan sub headline di setiap desain. Elemen - elemen yang Wareqpol berikan memakai sentuhan Indonesia yang klasik mulai dari tren, desain dan estetik.

20 E. Tema Desain Arungi Rasa Gambar Error: Reference source not found.13 Contoh Desain Arungi Rasa

Arungi Rasa memiliki konsep tema Nusantara Indonesia dengan menggunakan warna - warna berupa putih, oren dan hijau tua. Identitas brand mereka penuh cita rasa khas Indonesia, font yang digunakan memakai monetasans black dan gotham black dipilih secara khusus untuk headline dan sub headline di setiap desain. Elemen - elemen Arungi Rasa berikan memakai style vector seperti Nusantara Indonesia mulai dari budaya, fauna dan flora dari Indonesia. 21 Praktikan telah menerapkan berbagai teori yang dipelajari di kelas selama perkuliahan, termasuk prinsip- prinsip. Selain itu, teori tata letak membantu penataan elemen teks dan visual dalam desain, yang membuat tampilan lebih efektif membuat informasi lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, desain media sosial brand Arungi Group menggunakan font dan konsisten, yang menghasilkan harmoni visual yang baik. Gambar Error: Reference source not found.14 Desain Konten IGS Brand Arungi Group Desain di atas adalah beberapa hasil karya praktikan selama Kerja Profesi, desain instastory berukuran 1080 x 1920 px. Font yang digunakan untuk IGS menyesuaikan brand , seperti headline menggunakan sans serif. Praktikan juga harus bisa menentukan ukuran font yang dipakai agar tidak terlalu besar atau tidak terlalu kecil untuk dibaca dalam format story. 22 3.2.2 Ilustrasi aset brand Arungi Group Praktikan juga bertugas membuat berbagai ilustrasi aset untuk mendukung keperluan konten brand maupun perusahaan. Beberapa jobdesk yang dikerjakan dalam ilustrasi termasuk untuk seragam Business Support dan Marketing , sketsa aset event natal Arungi Rasa, serta pengembangan ekspresi pada maskot Curryshii agar lebih menarik dan variatif. Praktikan menggunakan berbagai perangkat lunak yang digunakan seperti Adobe Illustrator, Procreate dan Medibang Paint dengan berbagai tahapan, mulai dari sketsa awal, pewarnaan sampai finalisasi. Gambar Error: Reference source not found.15 Ilustrasi untuk Arungi Group 3.2.3 Talent Konten Reels Praktikan juga ikut membantu membuat konten yang dibuat oleh tim marketing untuk brand Curryshii dan Nonna Pasta. Praktikan juga kadang

membantu memberikan ide dan masukan untuk konten reels yang di unggah ke Instagram brand . 23 Gambar Error: Reference source not found.16 Praktikan Menjadi Talent di IG Reels Curryshii (Instagram, 2024, <https://www.instagram.com/reel/DA7YcEqScea/?hl=id>) Gambar Error: Reference source not found.17 Praktikan Menjadi Talent di IG Reels Nonna Pasta (Instagram, 2024, https://www.instagram.com/p/C_URZ19SnuF/?hl=i)

3.3 Kendala Yang Dihadapi Praktikan juga turut mendapatkan beberapa kendala yang dapat menghambat pekerjaan praktikan. Dalam pembuatan 24 desain praktikan sering kali kesulitan untuk mengolah brief yang diberikan oleh tim marketing dengan ide baru dan membuat desain yang berbeda dari desain sebelumnya, keterbatasan tersebut membuat praktikan harus membutuhkan waktu lebih lama untuk menyelesaikan konten plan . Selain ide, tekanan untuk memenuhi tenggat waktu sering kali membuat praktikan harus bekerja lebih cepat, yang bisa menyebabkan kualitas desain menjadi kurang optimal. Dalam situasi seperti ini, praktikan memilih desain mana yang menjadi prioritas dan didahulukan. Selain itu, dengan banyaknya konten plan dari brand yang berbeda- beda, proses revisi desain juga bisa terhambat. Akibatnya, praktikan menjadi tertekan dan hasil akhir mungkin tidak mencapai standar yang diharapkan. Menyesuaikan tema per brand bukanlah hal yang mudah untuk praktikan, terlebih pula keterbatasan aset desain agar sesuai dengan brief yang di berikan. Praktikan hanya bisa mengandalkan aset gratis untuk dipakai, namun umumnya aset gratis digunakan banyak orang, sehingga praktikan harus menyamakan sesuai tema per brand. Selain itu, pilihan aset gratis juga terbatas. Dalam situasi ini, sulit untuk menciptakan desain yang sepenuhnya sesuai brief.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Kendala-kendala yang dihadapi oleh praktikan selama masa kegiatan Kerja Profesi membuat praktikan harus mencari sumber Solusi untuk menyelesaikan pekerjaan yang terlambat. Oleh karena itu, dalam menghadapi kendala-kendala tersebut, praktikan mencari jalan keluar dari permasalahan yang praktikan hadapi. Untuk mengatasi mengolah brief menjadi desain

baru, praktikan mencoba beberapa cara. Pertama, praktikan akan mengolah penempatan lokasi desain dan menggabungkan beberapa desain lama. Jika bentuknya sudah mulai jelas, praktikan akan berdiskusi sekaligus meminta saran pada mentor, bentuk desain terbaik dan terdekat dari brief yang diberikan. Jeda 25 pembuatan desain sangat diperlukan agar praktikan bisa menghasilkan desain baru dan lebih baik. Mengatur tenggat waktu dalam proses desain memerlukan kemampuan untuk menentukan prioritas, memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk setiap tahap. Praktikan belajar untuk mencegah penumpukan pekerjaan, harus menyelesaikan desain yang tenggat waktunya paling dekat terlebih dahulu. Diskusi dengan tim marketing juga membantu memperjelas brief dan memperkecil revisi berulang yang memakan waktu. Ini akan membantu praktikan memastikan setiap desain dapat diselesaikan dengan tepat waktu dan kualitas optimal. Untuk mengatasi keterbatasan aset gratis, praktikan menyesuaikan aset yang ada dan di modifikasi dengan mengubah warna dan bentuk agar lebih sesuai dengan brand . Praktikan juga mencari sumber inspirasi dari berbagai aset gratis yang berbeda dan menggabungkannya secara kreatif untuk menghasilkan desain yang unik, meskipun aset gratis terbatas, praktikan tetap berusaha menciptakan desain yang menarik dan relevan tanpa keluar dari tema dan keunikan setiap brand .

3 3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi Selama menjalani Kerja Profesi di Arungi Group, praktikan mendapatkan pengalaman dan keterampilan desain baru yang di luar teori perkuliahan. Salah satu pembelajaran utama adalah kemampuan memahami membuat desain konten media sosial yang menarik, dari tahap briefing bersama tim marketing , mengembangkan konsep, hingga proses finalisasi . Selain itu, praktikan juga belajar menyesuaikan desain sesuai identitas brand yang berbeda, memperkuat pemahaman pentingnya keselarasan visual. Tanggung jawab atas pekerjaan yang dimiliki hingga mengatur waktu jadwal dengan baik. Dalam dunia profesionalitas, disiplin menjadi faktor utama, etika kerja serta ketepatan waktu dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawab. Praktikan juga menyadari

pentingnya disiplin, etika kerja sebagai dasar profesionalitas dalam industri, yang semuanya akan menjadi bekal untuk membangun karir di dunia desain profesional. 27 BAB 4 PENUTUP 4.1 Simpulan Selama tiga bulan praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Profesi sebagai Desainer Grafis, Tim Marketing di Arungi Group. Praktikan mempelajari bahwa pengalaman ini sangat berharga untuk pengembangan keterampilan dan pengetahuan dalam bentuk bidang desain. Praktikan merasakan peningkatan kreativitas dan kemampuan dalam menyelesaikan masalah di setiap proyek yang diberikan. Pengalaman bekerja sama dengan tim dan menjaga komunikasi yang baik juga dapat membantu meningkatkan keterampilan kolaboratif kerja tim. Praktikan juga mengalami perkembangan signifikan dalam desain grafis terhadap tren dan jaman di Arungi Group. Pengalaman ini memberikan praktikan wawasan dan cara kerja nyata di dunia profesional, mengenai tenggat waktu di setiap tugas. Praktikan menghadapinya lebih matang pada Kerja Profesi di Arungi Group. Praktikan juga membuka kesempatan praktikan lain untuk magang di Arungi Group, relasi profesional dengan rekan kerja lainnya. Hubungan ini menjadi hal yang sangat penting untuk ke depannya. 4.2 Saran Saran yang dapat praktikan di Arungi Group setelah melakukan kegiatan Kerja Profesi di divisi desain grafis yaitu berharap bisa mengelola konten dan proyek apa yang di butuh kan prioritas, banyaknya proyek dadakan dan praktikan harus lebih sigap dalam mengatasi tenggat waktu yang diberikan. Mengharapkan praktikan bisa lebih luas mencari ide untuk konten yang diberikan dari pihak perusahaan. Hubungan lebih baik B-1 dengan antar rekan kerja dari divisi marketing maupun di luar divisi. B-2



REPORT #24303687

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.85% jatengprov.go.id https://jatengprov.go.id/publik/jangan-puas-dengan-gelar-tapi-harus-plus-plus/	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.84% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7220/20/BAB%203.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.59% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7299/13/13.%20Bab%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.26% lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1459&bid=16511	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.12% kerma.esaunggul.ac.id https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..	●