

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Pada Projek Agni, setiap proyek masuk melalui *founder* atau sering juga melalui *project manager* yang berperan sebagai narahubung perusahaan. Saat *brief* masuk dan adanya inisiasi *pitching* dan bertukar ideologi, maka proses ini dilaksanakan oleh *project manager* juga *founder*. *Project manager* pada umumnya bergerak dari sebelum masa riset dilaksanakan, pada saat tersebut *project manager* lantas melakukan presentasi atas gagasan yang ingin dimulai oleh perusahaan terhadap kebutuhan proyek perusahaan tersebut. Seperti pada proyek Chongqing, penulis mengikuti rapat *initial brief* pertama bersama *lead project manager* dan juga *founder*. Pada rapat tersebut, penulis melihat sudah adanya sedikit gagasan kreatif yang ditawarkan oleh studio. Seakan sedang melakukan *pitching* yang juga bersangkutan dengan jadwal dan tawaran harga dari studio. Sebelum pada rapat itu bermula, penulis sudah ditugaskan untuk melakukan riset yang terbagi atas poin-poin seperti riset terhadap tata letak asal usul restoran tersebut, perilaku, budaya, hingga aksara.

Selain daripada proyek *branding* chongqing, penulis dan para peserta magang juga ditugaskan untuk melakukan branding terhadap cerita rakyat. Peserta dibagi atas dua kelompok dengan masing-masing satu *project manager* yang memimpin proyek. Masing-masing kelompok berhak untuk memilih satu cerita rakyat dan melakukan *breakdown* untuk di *pitch* kepada *founder* dan proyek

tersebut akan dinilai kelayakannya untuk dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Proyek inisiatif ini dikerjakan juga untuk melatih tiap individu yang terlibat pada *jobdesk* masing-masing peserta magang. Pada tahap ini, setiap perjalanan dan pengerjaan akan diawasi oleh kakak kelas yang pernah terlibat juga akan melibatkan senior seperti *lead project manager, art director, founder, juga music director*.

## 1. Kedudukan

Penulis berkedudukan sebagai *project manager* dibawah *team account management* yang dipimpin oleh *lead project manager* yang bernama Sekar Jatiningrum dan diawasi oleh *founder* yang bernama Kresna Dwitomo. *Project manager* setara dengan *art director* dan mengawasi *graphic designer, brand strategist, motion artist, illustrator, serta music division*. *Project manager* juga kerap berkoordinasi dengan *finance manager* yang bernama Yuvi perihal termin dan *invoice*. Penulis juga melaksanakan kerja di mana dimulai dari *initial meeting* pertama dengan klien sebelum proyek tersebut menang tender, lalu penulis menginisiasi rapat dengan tim yang sudah ditentukan oleh Mas Kresna yang berperan sebagai pimpinan proyek.

## 2. Koordinasi

Penulis selaku seorang *project manager* yang sedang melakukan kerja magang di proyek agni, memegang tanggung jawab untuk mengkoordinasikan sebuah proyek yang ditugaskan oleh studio. Sistem kerja proyek di proyek agni bermula dari bincang singkat dari Kresna Dwitomo selaku *founder* dengan klien. Lalu,

jika proyek sudah dapat dijalankan, founder akan menugaskan para kandidat untuk *brand strategist & research*, *art director*, *graphic designer*, *motion artist*, dan kebutuhan daya manusia lainnya kepada *project manager* yang kelak akan membentuk tim untuk proyek tersebut.

Setelah dari pembentukan tim, maka akan dimulai *initial brief* dimana *founder* dan juga *project manager* akan menjelaskan secara singkat mengenai proyek, linimasa, dan juga kebutuhan proyek tersebut. Pada hal ini, maka tidak semua tim akan segera dikerahkan. Umumnya, akan dimulai dari proses cipta dimana *brand strategist* akan melakukan riset dan juga *brand strategy*, setelah daripada itu, hasil riset dan strategi akan didiskusikan secara berkala bersama klien. Setelah akhirnya klien sepakat untuk menggunakan ciptaan dari rangkaian riset dan strategi, maka *project manager* akan mulai menginisiasi proses rasa bersama para *graphic designer*. Hal pertama sebelum para perancang memulai pekerjaannya, maka *art director* dan *project manager* beserta *founder* juga mendiskusikan sepakat bersama atas dasar-dasar desain yang kelak diarahkan kepada para *graphic designer*. Inisiasi selanjutnya akan dilanjutkan dari turunan *brief* yang sudah diinformasikan kepada *graphic designer* secara berkala, yaitu melalui beberapa rapat rutin diikuti dengan konfirmasi proses dengan klien secara paralel. Sistem ini dilakukan hingga proyek selesai dan disepakati bersama.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berisi tabel mengenai pekerjaan yang penulis lakukan selama kerja magang di Proyek Agni.

Tabel 3.1. Detil Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No	Minggu	Proyek	Keterangan
1	17-23 Juni	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Branding</i> Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant</li><li>• <i>Folklore Branding Initiative Project</i></li></ul>	Koordinasi <i>timeline, invoice, research</i> , kontak klien, melakukan <i>brand strategy</i> , menginisiasi rapat
2	23-30 Juni	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Branding</i> Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant</li><li>• <i>Folklore Branding Initiative Project</i></li></ul>	Koordinasi pekerjaan tiap departemen, mengevaluasi <i>brief</i> dari <i>branding</i> , rapat untuk <i>acc branding</i>
3	7-14 Juli	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Branding</i> Chongqing</li></ul>	Memulai tahapan rasa, <i>graphic designer</i> sudah menerima <i>brief</i>

		<p>Liuyishou Hotpot Restaurant</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Folklore Branding Initiative Project</i></li> </ul>	<p>dari <i>art director</i>, menjaga agar sesuai <i>timeline</i>, rapat setiap minggu</p>
4	23-30 Juli	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Branding Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant</i></li> <li>• <i>Folklore Branding Initiative Project</i></li> </ul>	<p><i>Update</i> klien setiap hari jumat, revisi setiap hari rabu, <i>town hall meeting</i></p>
5	31 Juli – 6 Agustus	<p><i>Branding Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant</i></p>	<p>Revisi <i>branding, research</i></p>
6	7-12 Agustus	<p><i>Branding Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant</i></p>	<p>Rapat mingguan, revisi, dan <i>delivery</i> mulai tercicil</p>
7	14-21 Agustus	<p><i>Branding Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant</i></p>	<p>Revisi minor, <i>delivery</i> logo</p>

8	24 Agustus – 15 September	<i>Branding</i> Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant	<i>Closing, delivery brand pack, invoice</i>
---	---------------------------------	---	--

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum penulis diberikan tanggung jawab untuk memegang proyek *branding* Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant, penulis ditugaskan untuk melakukan riset terhadap kota, sejarah, geografis, budaya, tingkah laku, dan mengaitkan konteks tersebut pada kota Jakarta dimana restaurant tersebut berada. Setelah melakukan riset tersebut, penulis serta *founder* dan *lead project manager* menghadiri rapat bersama klien untuk membahas proyek dan hasil riset. Dari situ, tim berhasil mendapat tanda tangan perjanjian yang juga disertai dengan pembayaran termin pertama. Pada saat itu juga, penulis ditugaskan untuk memegang proyek ini secara mandiri. Selain proyek tersebut, penulis beserta peserta teman magang lainnya ditugaskan untuk mengerjakan proyek inisiatif dimana peserta memulai sebuah karya *branding* yang terinspirasi atau lahir dari sebuah cerita rakyat. Pada proyek *branding* Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant penulis bekerja dalam lingkup aplikasi yang dapat diakses bersama seperti *trello*, *milanote*, *google drive*, dan *slack*. Begitupun dengan *Folklore Branding Initiative Project*, penulis menggunakan aplikasi *trello* dan *slack* untuk menyatukan data dan mengorganisir kebutuhan proyek.

### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

Proyek *branding* Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant penulis mulai dengan melakukan riset, lalu membaca *pitch deck* mengenai tim yang sudah dicanangkan untuk bertugas dalam proyek ini. Penulis kemudian melaksanakan rapat *initial brief* pertama untuk membahas mengenai proyek tersebut. Rapat tersebut penulis mulai dengan menjelaskan hasil riset yang sudah penulis lakukan dan juga menjelaskan segala kebutuhan yang harus dikerjakan dalam proyek tersebut. Adapun rincian pekerjaan penulis dalam proyek *Branding* Chongqing Liuyishou Hotpot Restaurant. Sebelum bertemu dengan tim penulis sudah melakukan riset yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Riset tersebut pun dilaksanakan guna memperkuat referensi latar belakang histori perusahaan, perilaku dari asal usul perusahaan, hingga kepentingan korelasi perusahaan yang bertepatan di Jakarta. Seperti pada proyek Chongqing yang berasal asli dari Cina maka penulis dan tim perlu mempelajari akar dan asal usul secara kultur kota Chongqing, sejarah terciptanya hotpot, hingga bagaimana kedudukan restoran hotpot di Indonesia dan secara spesifik di Jakarta.

Sebagai *project manager*, penulis memastikan riset yang dilakukan mengenai kota, perilaku, budaya, dan sejarah Chongqing yang kemudian memiliki kaitkannya dengan perilaku dan juga budaya penduduk Jakarta, tempat restoran itu terletak. Hal ini dikarenakan pentingnya untuk menjaga ideologi yang kelak akan dibangun sebelum dimanifestasikan dalam desain-desainnya. Penulis mendapat revisi dari pihak *lead project manager* maupun klien yang membutuhkan edukasi

terhadap asal usul perusahaannya. Hal ini dilaksanakan agar memperdalam ilmu, referensi, dan juga pengetahuan dasar mengenai perusahaan. Adapun hal tersebut melewati banyak revisi dan saringan untuk dapat kemudian menemukan titik cerah yang dapat memfasilitasi kebutuhan para perancang. Kebutuhan riset menjadi landasan paling utama jauh sebelum proyek ini berlanjut ke tahap *briefing* visual. Penemuan-penemuan ini membantu penulis untuk menemukan hal-hal yang penulis tidak dapat dipikirkan dalam membuat konten *branding* maupun untuk membantu mengarahkan perancang untuk mengikuti proses kreatif yang sudah dirancang.

Pentingnya dalam menjaga proses awal pengembangan proyek yang terus tercatat dan terurai dalam proyek ini adalah agar menghindari salah komunikasi yang dapat menyebabkan revisi mayor. Hal ini dikarenakan penulis memiliki patokan terhadap kontrak yang sudah disepakati oleh klien dan juga *founder* dan *lead project manager*. Untuk itu, penulis juga kerap mendiskusikan perihal permasalahan jika terkait pengerjaan visual yang sepertinya belum tercapai seperti *brief* revisi yang sudah ada. Hal ini dilaksanakan agar adanya arahan secara general kepada departemen visual dan penyocokan pandangan terhadap keinginan klien. Untuk itu, *founder* menargetkan setiap *project manager* untuk melakukan *delivery* progress yang dilaksanakan setiap hari jumat agar klien tidak semerta-merta merubah atau mengundurkan diri dari proyek dan menyalahkan studio. *Followup* progres ini agar semua divisi dari pihak klien dan juga studio memiliki kesamaan cara pandangan dan tujuan dalam setiap target yang akan dicapai setiap minggunya. Disini, *project manager* atau penulis sendiri berfungsi untuk menengahi dan

mengingatkan setiap arahan yang sudah disepakati bersama agar dapat tercapai dalam waktu yang sudah ditentukan.

Kembali pada tahapan riset yang sudah dilaksanakan, akhirnya penulis dan tim mendapati bahwa Chongqing sendiri merupakan salah satu tempat bertemu para pelayar di Cina. Dahulu mereka berkumpul untuk menikmati sajian dari hasil sisa dagang yang mereka jual belikan. Mereka sering duduk dan membagi-bagi makanan mereka melalui sebuah bambu yang menyimpan makanan mereka dan tradisi ‘makan bersama di tengah’ akhirnya mulai populer di Chongqing. Kuah yang terkenal di hotpot juga secara sejarah ternyata digunakan mereka pada jaman dahulu untuk menghangatkan badan pada musim dingin. Seiring berjalannya waktu, hotpot menjadi restoran yang tergeletak di setiap sisi jalan di Chongqing seperti halnya restoran padang di Indonesia. Menariknya mereka membagi dua pot hotpot tersebut menjadi dua bagian yang berbentuk yin dan yang di mana salah satu sisinya berisi kuah polos yang tidak berbumbu sedangkan sisi lainnya menyimpan kuah pedas hotpot. Dari hal tersebut penulis mendapati kata kunci seperti *double celebration* di mana, mereka merayakan pembagian makanan namun juga ada dua selebrasi yang berkaitan dengan makna nama ChongQing yang diberikan oleh salah satu dinasti zaman dahulu. Hal ini penulis jelaskan pada klien dan juga tim untuk memahami asal usul dan struktur dan rangkuman keterkaitan hotpot dan kota Chongqing. Bergerak dari sini, tim membuahkan desain-desain yang merespon kata-kata kunci tersebut.

Penulis yang berperan sebagai *project manager* turut membantu menentukan kata kunci tersebut yang kemudian dapat menjadi tombak penggerak proyek ini. Hal ini penulis laksanakan dengan banyak berdiskusi dengan klien juga *founder* yang kemudian menyepakati bersama atas hal-hal kecil tersebut. Pada tahap ini, fungsi riset juga penting untuk mengembangkan *brand strategy* yang perlu penulis jaga prosesnya bersama *brand strategist*. Bahwa, riset tersebut mengumpulkan banyak cerita yang kemudian disortir secara perlahan untuk menemukan intisari yang beriringan dengan keperluan klien seperti *branding* ini akan digunakan sekaligus pada pembukaan cabang baru restoran Chongqing yang terletak di Pluit. Untuk itu, penulis pun perlu memahami latar belakang *interior designer* yang menjalankan proyek tersebut agar visual dan *mood* yang dihasilkan dapat seirama. Penulis kemudian melakukan target penyelesaian proses *branding* dan target tersebut sudah mencapai *touchpoint-touchpoint* seperti *brand value*, *brand touchpoint*, *brand strategy*, *brand story*, *brand manifesto*, dan lain sebagainya. Pengerjaan ini pun harus tertata rapi di aplikasi milanote agar semua departemen dapat mengakses progres dan segala aspek pengerjaan tiap departemen. Penulis juga menjadwalkan rapat setiap hari senin yang biasanya membicarakan hasil revisi yang kami dapatkan pada hari jumat saat *delivery*. Lalu, pada hari rabu untuk membicarakan progres tiap *touchpoint*. Lalu, kembali pada hari jumat untuk *delivery touchpoints*. Hal ini tidak terus menerus terjadi disebabkan beberapa hal memerlukan waktu yang lebih lama dari biasanya. Untuk, itu *delivery touchpoints* biasanya di undur pada hari yang sudah ada seperti senin atau rabu.

Di luar daripada itu, adanya riset seperti market persona yang dapat merepresentasikan kalangan market terbaru yang ingin dicapai setelah berlangsungnya proyek ini. Hal tersebut terkait dalam proses *branding* yang membutuhkan riset yang juga akan dibahas setelah poin riset ini. Riset market persona tersebut melibatkan pemahaman penulis terhadap market yang ingin dituju seperti perilaku mereka seperti *rachel venny (representation of big family market) often surrounded by friends and family, Rachel venny loves to create her own space of eventful gatherings with her family and friends. She respects each individual's beliefs and culture as she celebrates life with such balanced content in the events.* Pada hal ini, klien kemudian memahami tujuan *branding* yang hendak diciptakan kelak. Penulis juga menilik restoran hotpot di Indonesia lainnya dan respon mereka terhadap market. Pada kesempatan ini, penulis dapat memberikan kekuatan baru secara visual maupun aktivitas perusahaan salah satunya melalui media sosial yang juga merupakan permintaan dari klien.

Setelah melakukan riset, penulis mengerjakan jadwal yang berfungsi untuk membantu penulis beserta teman-teman lainnya untuk melacak progress tiap individu atau tiap tahapan. Hal ini juga turut membantu klien untuk melihat progress tim dalam setiap pengerjaannya. Penulis merancang jadwal yang terus berubah seiring waktu. Jadwal ini juga bekerja bersama tim dimana pembahasan perihal jadwal kerap hadir pada setiap rapat. Hal ini juga membantu penulis dan tim untuk melakukan negosiasi waktu dan juga kesadaran & kesepakatan perihal proses

pengerjaan setiap orangnya. Penulis juga menyelenggarakan rapat mingguan untuk terus memantau dan mengorganisir progres tim.

Penulis membuat jadwal di *google sheet* yang berada di *google drive* proyek yang disediakan *lead project manager* bernama Sekar, di mana penulis merancang jadwal yang akan penulis sesuaikan dengan lama pengerjaan proyek yang sudah dilakukan perjanjian perusahaan dengan klien. Penulis berperan untuk melakukan *breakdown* tersebut di mana penuli menakar dan memperkirakan pengerjaan-pengerjaan prosesnya seperti tenggat waktu *brand strategy*, *motion graphic*, dan lain sebagainya. Penulis kemudian menyebarkan lini masa tersebut kepada tim penulis yang pada waktu itu mencakupi *art director* yang bernama Bima dan *graphic designer* yang merupakan peserta magang lainnya dan bernama Chloe dan Othy. Tim yang berisi oleh total empat orang terhitung dengan penulis itu di supervisi oleh *lead project manager* dan *founder*.

Melewati masa riset, penulis mempelajari kebutuhan proyek seperti pada proyek Chongqing, restoran tersebut membutuhkan *branding* logo dan *identity* juga permintaan seperti *brand pack*, *motion graphic*, *social media pack*, *menu*, *table matt*, dan lain sebagainya. Penulis kemudian memulai dengan mengerjakan rangkuman dari hasil riset tersebut yang kemudian penulis temukan beberapa kata kuncinya seperti *melting pot*, *double celebrations*, *five senses experience*. Identitas tersebut penulis presentasikan pada klien seperti contohnya *melting pot* di mana pelanggan yang hadir dan makan di restorannya mengalami pengalaman makan

yang disajikan di tengah meja, bersama dengan semua orang yang ada di meja tersebut. Membagi bahan makanan, berbincang, dan juga melakukan kegiatan di atas sebuah wajan panas dengan kuah yang diracik secara pribadi oleh restoran. *Value* tersebut menjadikan landasan desain yang kuat untuk merepresentasikan perusahaan Chongqing hotpot. Hal ini perlu dijaga atau diketahui oleh *project manager* guna menjaga konsistensi terhadap kebutuhan proyek yang disepakati dengan klien.

Penulis menggabungkan kebutuhan *branding* perusahaan pada saat itu dengan hasil riset dan kata-kata kunci yang sudah ada pada saat itu. Seperti halnya, *branding story* yang hadir dalam beberapa kalimat merupakan hasil dari gabungan atas *brand value*, *brand message*, dan *main keywords*. Lahirlah '*through handpicked selection of heritage experience cultural cuisine, Chongqing Hotpot Restaurant prowess as a dynamic dine-in restaurant that gathers not only culinary enthusiasts but also family, friends, allies together as one celebrating life. The warmth of its all time favourite dish, Mala, melts the individual spirit and astonishes our five senses throughout the feast. Because as we talk, we listen. As we listen, we learn. As we cook, we share. As we get a grip of every taste, we feel. Therefore, Chongqing Hotpot Restaurant has and will always be the jolt of one's merry harmony.*'.

Penulis kemudian merangkai tujuan dari proyek ini lalu keterkaitannya dengan *value* perusahaan yang juga dikombinasikan dengan kumpulan ide-ide

terbaru untuk tawaran identitas perusahaan. Beberapa hal ini menjadi serangkaian garis merah yang menghasilkan tahapan-tahapan baru dalam mengerjakan *branding*. Setelah menemukan akar dan dasar-dasar yang penting bagi *brand*, penulis kemudian menuliskan cerita yang menyuarakan identitas *brand* tersebut. Namun dalam dasar-dasar penulisan penulis, penulis tetap merujuk pada kebutuhan dan kata kunci. Cerita tersebut kemudian lahir dengan beragam proses kreatif yang juga melibatkan persetujuan klien. Untuk kemudian dicerna secara visual, penulis membuat struktur yang memberikan esensi *double celebration* dan *brand story* yang lebih ringkas. Seperti *spiritual equals people, five senses equals experience, balance equals culture, intimacy equals gathering*. Kata kunci *spiritual, five senses, balance, intimacy* kemudian diterjemahkan melalui beberapa elemen yang terkait dengan identitas terbaru Chongqing. *Breakdown* lainnya yang penulis lakukan pada tahap *branding* ini, penulis mengerjakan *color naming* pada *color scheme* di mana, penulis menamai setiap pilihan warna yang sudah ditentukan bersama dan pemaknaan warna-warna tersebut agar dapat menjadi representasi mengapa penggunaan warna pada desain penting dan berfungsi secara makna.

*Color scheme* tersebut juga berhubungan dengan kata kunci *five senses* yang kemudian diaplikasikan melalui warna. Seperti warna merah, penulis menamakannya sebagai *mala red* yang memiliki korelasi dengan *five senses* yaitu *see*. Kata kunci dari warna tersebut penulis kembali turunkan menjadi *energy, spirit, warm, passion, brave, explode*. Yang jika secara visual dikembangkan akan merespon kata kunci atau kalimat yang penulis rangkum seperti berikut '*feel and*

*spread the warmest energy while celebrating life together by eating mala soup. Those perfect combinations generate the perfect red colour who radiates the spirit and makes you explode by its colour.* Warna selanjutnya adalah hijau yang dinamakan sebagai *tender jade* dan korelasinya dengan *five sense* adalah *smell* dengan beberapa kata kunci seperti *calm, fresh, peace, pure, gentle*. Lalu dengan *sense touch*, warna *prosper gold* adalah warna yang merepresentasikan *prosper, wealth, nobility, luxurious*. Warna putih yang bernama *yin white* kemudian mengambil bagian dalam *touch* yang menjadi *neutral, brightness, fulfill, balance of yin and yang*. Dan warna terakhir untuk warna hitam dinamakan *yang black* untuk *sense hear* dengan pemaknaan *boldness, strength, balance of yin and yang*.

Respon dari *riset dan branding* adalah urutan seperti *ideascape, logo brand, visual elements, typefaces, color scheme, menu design, table matt, social media pack, brand pack* yang mencakupi batasan-batasan penggunaan logo dan aplikasinya pada medium yang beragam seperti cap, amplop, kartu nama, dan lain sebagainya. Riset biasanya dilaksanakan pada proses Cipta di mana, penulis dan/atau tim mencari tahu alur atau asal usul yang dapat membentuk sebuah arah *design* dan identitas yang memajukan perusahaan terhadap tujuan barunya. Rasa melaksanakan proses desain dalam bentuk-bentuk seperti sketsa, *han ci handwriting*, dan pelaksanaan desain lainnya. Lalu proses tersebut ditutup dalam proses Rasa yang mendeliver semua kebutuhan secara lengkap kepada klien. Untuk itu jadwal berperan penting dalam target pengerjaan dan proses pelaksanaan sistem kerja Cipta, Rasa, Karsa yang agar dapat mengoptimalkan semua proses pengerjaan

desain menurut studio Projek Agni. Walaupun sebagai *project manager* tidak berperan terlalu jauh sehingga melakukan riset dan mengerjakan *brand strategy* sendiri. Di proyek ini penulis kemudian dapat memahami kebutuhan proyek dan langkah-langkah yang tepat untuk mengerjakan sebuah desain grafis. Karena pada esensinya penulis mengerjakan proyek ini secara pribadi dan sedikit arahan dan bantuan dari pihak kakak kelas maupun atasan penulis selama kerja magang.

### **3.3.2. Kendala yang Ditemukan**

Penulis menemukan kendala selama kerja magang, hal-hal tersebut antara lain:

1. Lingkup Kerja

Penulis memegang jabatan sebagai *project manager* dimana penulis harus mengorganisir dan mengerjakan proyek Chongqing yang secara jadwal prosesnya cukup lama. Sebagai seorang mahasiswi yang baru menginjak industri ini, penulis masih menemukan kendala untuk secara langsung memegang keseluruhan proyek yang sifatnya komersial. Penulis juga mengerjakan tugas lain yaitu sebagai *branding strategist & research*, dimana sebelumnya belum pernah mengerjakan hal tersebut.

2. Jarak

Dikarenakan pandemi, kerja dilakukan secara daring atau *online*. Untuk itu, penulis dan tim sering melakukan rapat yang rutin. Selama kerja magang ini, maka ada banyak waktu yang penulis pakai di luar jam kerja dikarenakan kebutuhan mendesak. Penulis juga sering merasa kesusahan

dalam berkomunikasi dan diskusi di ruang dan waktu yang sangat terbatas. Dimana pekerjaan ini membutuhkan diskusi-diskusi kecil yang mungkin muncul di sela-sela waktu kerja. Sebagai *project manager* yang berbeda kota dengan teman-teman studio, penulis merasa susah untuk *keep track* dengan printilan yang terjadi diluar kendali penulis.

### **3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Untuk itu, penulis menemukan beberapa solusi yang membantu penulis selama kerja magang. Yaitu sebagai berikut:

1. Lingkup Kerja

Penulis melakukan rapat rutin bersama tim *account manager* untuk berdiskusi dan menanyakan solusi terhadap masalah-masalah yang penulis hadapi di lapangan. Penulis juga banyak berdiskusi dengan *founder* dan *art director* dalam meluruskan visi dan juga misi secara teknis pengerjaan. Penulis juga menjelaskan kendala tersebut kepada *finance* terhadap ruang lingkup kerja penulis untuk memahami jika proses pengerjaan proyek ekspektasinya tidak dapat disamakan dengan pekerjaan yang dikerjakan oleh profesional. Penulis juga sering membaca dan mencari tahu bagaimana melakukan pekerjaan *project manager* dan *brand strategist* yang memegang proyek *branding*.

2. Jarak

Penulis dan tim sepakat untuk melakukan rapat rutin selama dua kali seminggu di setiap hari senin dan rabu untuk menjaga komunikasi dan proses tiap individu. Penulis juga sering mengontak setiap individu dari tim untuk mendengar keluhan atau masalah yang mereka sedang hadapi. Menemukan solusinya saat bertemu di rapat mingguan.