

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1. Kedudukan dan Koordinasi**

Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis berperan sebagai *graphic design intern*. Berikut ini merupakan penjabaran kedudukan dan koordinasi selama menjalankan praktik kerja magang di Brighton Real Estate.

##### **1. Kedudukan**

Sesuai dengan bagan yang tertulis sebelumnya, posisi penulis di Brighton Real Estate adalah sebagai *graphic design intern*. Penulis dilibatkan di tim desain yang berada di bawah naungan *Business Communication Manager* cabang Jakarta Barat yang dipegang oleh Erlinda Haryanto. Penulis bertanggung jawab kepada Randu Gilang, selaku *staff design* di Brighton Real Estate *Head Quarter* Jakarta Barat juga merupakan pembimbing lapangan penulis selama penulis menjalankan praktik kerja magang. Penulis juga bertanggungjawab kepada mereka sesuai dengan tugas yang diberikan. Pekerjaan yang diterima beragam, mulai dari pembuatan desain berupa media promosi di sosial media seperti Instagram, melakukan *shooting property* dari *apartment*, rumah, *condovilla*, juga video tempel, pengeditan video hasil *shooting* yang akan di unggah di Youtube channel Brighton Real Estate, serta dokumentasi acara yang ada di Brighton HQ. Walaupun beragam, namun semua pekerjaan yang diberikan sesuai dengan program studi dan mata kuliah yang pernah penulis pelajari sebelumnya.



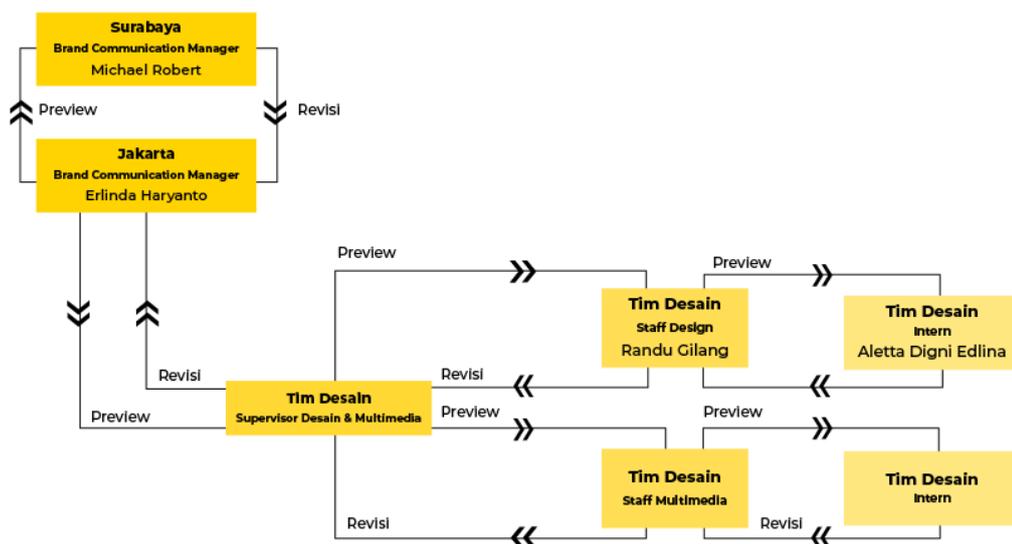
Gambar 3.1. Kedudukan Penulis

## 2. Koordinasi

Tugas *graphic designer* di Brighton Real Estate tidak datang dari *client*, melainkan berupa kebutuhan desain berbentuk media promosi dan informasi untuk sosial media yang digunakan untuk meningkatkan penjualan property di Brighton Real Estate. Sosial media yang sering kali digunakan untuk mempromosikan berupa Youtube dan Instagram. Kebutuhan atau *request* ini dapat berasal dari cabang Brighton mana pun khususnya Jabodetabek, yang kemudian dikumpulkan dan diserahkan antar ketua divisi. Setelah dikumpulkan, *Brand Communication Manager*, yaitu Erlinda Haryanto akan memberi kumpulan *request* ke tim desain, yang kemudian didistribusikan sesuai jenis tugasnya. Biasanya *Brand Communication Manager* sendiri akan menyusun konten yang akan didesain menggunakan *Google Docs*, sehingga tim desain akan mengambil konten tersebut dari *Google Docs* yang telah disediakan. Setelah konten telah diterima, penulis akan mengerjakan langsung desain yang diberikan sesuai dengan referensi yang telah diterima sebelumnya di *google docs* yang telah disebutkan sebelumnya. Setelah melakukan desain, penulis akan memberikannya kepada pembimbing lapangan penulis yaitu

Randu Gilang untuk melakukan pengecekan apakah karya yang telah dibuat telah sesuai atau belum, setelah melakukan pengecekan, penulis akan mendapatkan beberapa revisi, setelah melakukan revisi, penullis akan mengirimkan kembali kepada Erlinda Haryanto selaku *Brand Communication Manager* untuk melakukan pengecekan kembali, sehingga total revisi yang didapatkan dari dua orang. Setelah mendapatkan *feedback* dari *Brand Communication Manager*, karya tersebut akan dipakai untuk kebutuhan sosial media sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan.

Jika penulis diberitahukan bahwa akan disuruh mengedit video hasil *shooting*, koordinasi yang digunakan sedikit berbeda dari koordinasi dalam mendesain. Untuk mengedit video, penulis akan melakukan pengeditan secara menyeluruh, dari penempatan video mentahan, *audio*, *bumper opening* dan *closing*, efek, dan yang terakhir berupa tulisan penjelasan. Setelah itu baru penulis oper ke pembimbing lapangan dan *Brand Communication Manager*. Setelah itu penulis akan mendapatkan *feedback* dan revisi, kemudian hasil video editing dapat digunakan.



Gambar 3.2. Koordinasi

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama di Brighton Real Estate, penulis mendapatkan beragam tugas, dari mendesain, *shooting*, fotografi untuk mendokumentasi *event*, serta *video editing*. Berikut adalah rincian tugas-tugas yang dilakukan penulis saat melaksanakan praktik kerja magang yang dihitung perminggu. Total pelaksanaan magang selama 10 minggu lebih 1 hari (1 Maret 2021 – 1 Mei 2021) di Brighton Real Estate.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 (1 Maret 2021 – 5 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> <li>• Shooting Properti</li> <li>• <i>Photo Editing</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>Story</i> dan <i>Feeds</i> berupa konten QOTD, <i>Top Listing</i>, dan <i>Bright Talk</i></li> <li>• Melakukan <i>shooting</i> di <i>apartment</i> Ciputra Internasional</li> <li>• Membuat aset <i>mockup</i> aplikasi Brighton dan mengedit foto untuk <i>top listing</i> Brighton</li> </ul>
2	2 (8 Maret 2021 – 12 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> <li>• Brighton <i>Annual Awards</i></li> <li>• Video Editing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>Story</i> dan <i>Feeds</i> berupa tips dan promo, <i>quiz</i>, dan fakta-fakta seputar properti</li> <li>• Mendokumentasi acara Brighton Annual Awards (foto)</li> <li>• Mengedit video hasil <i>shooting</i> di <i>apartment</i> San Fransisco, Ciputra Internasional</li> <li>• Mengedit foto untuk <i>top listing</i> Brighton</li> </ul>

3	3 (15 Maret 2021 – 19 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> <li>• Video Editing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten instagram <i>feeds</i> dan <i>story</i> berupa, fakta-fakta seputar <i>property, hiring internship, dan meme</i></li> <li>• Mengedit video hasil shooting di <i>The Zora, BSD</i></li> </ul>
4	4 (22 Maret 2021 – 26 Maret 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> <li>• Shooting property</li> <li>• Video Editing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>story</i> dan <i>feeds</i> berupa <i>winner announcement, fakta-fakta seputar properti, dan quotes</i> inspiratif.</li> <li>• Melakukan shooting rumah di <i>Cluster Caelus Greenwich BSD, dan Cluster Alesha, Vanyapark BSD, juga Condovilla di Rainbow Spring, Gading Serpong.</i></li> <li>• Mengedit video hasil <i>shooting</i> rumah di <i>Cluster Asya di Kelapa Gading.</i></li> </ul>
5	5 (29 Maret 2021 – 1 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> <li>• Photo Editing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>Feeds</i> dan <i>Story</i> berupa fakta-fakta seputar properti dan QOTD</li> <li>• Mengedit foto untuk branding agen Brighton Bekasi</li> </ul>
6	6 (5 April 2021 – 9 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>Feeds</i> dan <i>Story</i> berupa fakta-fakta seputar properti, <i>quiz, top listing, dan Bright Talk</i></li> </ul>

7	7 (13 April 2021 – 16 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>feeds</i> dan <i>story</i> berupa fakta-fakta seputar properti, <i>giveaway</i>, dan QOTD</li> </ul>
8	8 (19 April 2021 – 22 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>Story</i> dan <i>Feeds</i> berupa, <i>winner announcement</i>, hari konsumen nasional, <i>happy combo</i>, dan fakta-fakta seputar <i>property</i></li> </ul>
9	9 (26 April 2021 – 30 April 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> <li>• Shooting Video Tempel</li> <li>• Dokumentasi Seminar</li> <li>• Shooting Properti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>feeds</i> dan <i>story</i> berupa, <i>Bright Talk</i>, QOTD, <i>quiz</i>, dan membuat konten untuk bulan Mei</li> <li>• Melakukan <i>shooting</i> video tempel untuk Youtube <i>Channel</i> Brighton</li> <li>• Melakukan dokumentasi seminar oleh CEO Brighton Real Estate</li> <li>• Melakukan <i>shooting</i> rumah di kawasan Puri Indah</li> </ul>
10	10 (03 Mei 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram <i>Feeds</i> dan Instagram <i>Story</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten Instagram <i>feeds</i> dan <i>story</i> berupa QOTD dan <i>Bright Quiz</i></li> </ul>

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis melakukan berbagai macam pekerjaan, mulai dari pembuatan media promosi, desain untuk keperluan media sosial Brighton Real Estate, *shooting* untuk keperluan Youtube Brighton Real Estate, hingga pada tahap pengeditan video hasil *shooting*. Selama dua bulan

bekerja di Brighton Real Estate, penulis diberi kepercayaan untuk terlibat dalam berbagai *event*. Beberapa contohnya adalah *Brighton Annual Awards* yang merupakan *event* terbesar di Brighton, kemudian beberapa kelas, yaitu *Bright Talk* dan *Bright Day* yang biasanya diselenggarakan di kantor pusat, sehingga beberapa agen dari kantor cabang akan datang ke kantor pusat untuk mengikuti acara *Bright Talk* atau *Bright Day* bahkan dalam menyaksikan *event* Brighton Annual Awards. Dalam *event* tersebut, penulis akan menjadi fotografer yang akan mengabadikan momen selama acara berlangsung. Selain dari tiga proyek utama ini, penulis juga dilibatkan dalam pembuatan media promosi, konten mengenai fakta dunia *property*, QOTD untuk media sosial Brighton, lebih tepatnya untuk Instagram Brighton. Konten yang diberikan bisa dalam bentuk Instagram *Feeds* dalam bentuk *carousel* ataupun Instagram *Story*, dan untuk proses *shooting property* seperti rumah, *apartment*, hingga *condovilla*, penulis juga ikut serta mengambil beberapa video seperti *footage* saat ikut melakukan *shooting*, juga dalam pengeditan video hasil *shooting* penulis juga ikut serta dalam mengedit video.

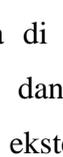
### **3.3.1. Proses Pelaksanaan**

Selama proses pembuatan desain, penulis selalu berpacu pada *guideline* dan *template* juga aset yang telah disediakan oleh Brighton. *Font* yang digunakan untuk *headline*, *sub-headline*, dan *body-copy* selalu menggunakan *typeface* Montserat, dengan penggunaan variasi *semibold*, *bold*, dan *extrabold*. Selain itu, Brighton juga memiliki *color theme* yang terdiri dari tiga warna, biru tua, kuning, dan biru muda. Biasanya materi seperti aset foto, produk, dan *copy* menggunakan *website* freepik, pinterest, dan unsplash juga susah disediakan beberapa foto khusus dari kantor pusat yang ada di Surabaya. Aset tersebut penulis gunakan untuk membuat desain dengan mengacu pada *guideline* perusahaan, seperti penggunaan aset yang berbentuk logo Brighton Real Estate yang sering kali digunakan sebagai *supergraphic* pada setiap desain yang dibuat. Berikut penjelasan detail tentang beberapa proyek yang telah dikerjakan oleh penulis selama praktik kerja magang:

# 1. Asset Brighton Real Estate

Brighton Real Estate menyediakan jasa jual beli hunian rumah, apartment dan condovilla melalui agen-agen Brighton atau melalui aplikasi Brighton Real Estate, sehingga perusahaan tertentu dari beberapa cabang terutama di Jabodetabek membutuhkan beberapa desain mengenai promosi property dan fakta-fakta menarik seputar properti, seperti fakta tentang interior rumah, eksterior rumah, berupa penempatan hiasan pada rumah, dan lain sebagainya. Brighton juga membuka peluang bisnis untuk para milenial ataupun pada orang dewasa untuk ikut bergabung dengan Brighton, sehingga media promosi berupa ajakan, yang bersifat persuasi juga membutuhkan desain. Kemudian untuk Bright Talk, Bright Talk sendiri merupakan seminar berupa kelas untuk para agen-agen ataupun untuk masyarakat yang menggunakan sosial media, biasanya promosi berupa kelas-kelas tersebut juga membutuhkan desain.

Perancangan diawali dari pemberian *brief*, aset desain oleh pembimbing lapangan penulis, dan layout untuk sosial media. Briefing diberikan berupa tabel yang berisikan konten dengan penjelasan warna apa yang harus digunakan pada desain yang akan dibuat. Berikut ini adalah bentuk briefing yang diberikan:

Date	Instagram Post	Instagram Story
1	Non-Brighton International	Non-Brighton International
2	-	-
3	<p>1) Apakah desain real estate harus through design? (It requires smart, determination and hard work?)</p> <p>...Caption Please!</p> <p>Brighton #BrightonIndonesia</p>	<p>1) Apakah desain real estate harus through design? (It requires smart, determination and hard work?)</p> <p>...Caption Please!</p> <p>Brighton #BrightonIndonesia</p>
4	Bright Day Online	Brighton #BrightonIndonesia
5	<p>#BrightDay                      1) - apa itu bright day? (apa itu bright day?)                      2) - apa itu bright day? (apa itu bright day?)                      3) - apa itu bright day? (apa itu bright day?)</p> <p>Amor-Ruang-Ruang</p> 	<p>[Caption Here]</p> <p>1) - apa itu bright day? (apa itu bright day?)                      2) - apa itu bright day? (apa itu bright day?)                      3) - apa itu bright day? (apa itu bright day?)</p>
6	<p>Persepsi Tentang Brighton</p> <p>...Caption Please!</p>	<p>persepsi teman-teman dan brodi</p> <p>...Caption Please!</p>
7	<p>Value Testimoni - Rio Datta</p> <p>...Caption Please!</p>	<p>...Caption Please!</p>
8	-	-
9	-	-

No	Detail	Detail
10	<p>10) Persepsi Tentang Brighton</p> <p>...Caption Please!</p>	<p>10) Persepsi Tentang Brighton</p> <p>...Caption Please!</p>
11	<p>11) Testimoni</p> <p>...Caption Please!</p>	<p>11) Testimoni</p> <p>...Caption Please!</p>

Gambar 3.3. Briefing

Setelah pemberian *brief*, penulis akan mendapatkan aset-aset yang akan digunakan untuk medesain, dari warna, *layout*, logo, *typeface* hingga *supergraphic*. Berikut ini merupakan gambar-gambar aset yang digunakan untuk mendesain konten Brighton Real Estate.



Gambar 3.4. Warna

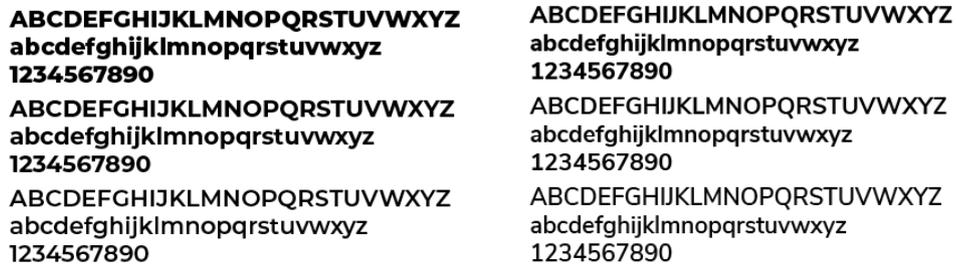
Warna yang digunakan oleh Brighton terdapat 4 warna, yaitu kuning, biru tua, biru muda, dan putih. Biasanya untuk mendesain konten pemilihan warna akan ditentukan oleh *Brand Communication Manager*, tapi untuk mendesain, manager akan membebaskan apra desainer untuk menyesuaikan warna yang akan digunakan untuk konten yang akan dibuat.



Gambar 3.5. Logo Brighton

Untuk logo, Brighton sendiri memiliki 2 logo yang merepresentasikan Brighton. Yang pertama berupa *logotype*. Logo dengan tipe *logotype* ini memiliki tiga buah warna. Logo ini dibedakan menjadi tiga warna untuk menyesuaikan logo dengan background yang digunakan. Logo dengan tipe *logotype* ini hanya digunakan untuk konten sosial media instagram saja. Sedangkan logo yang satu lagi digunakan untuk konten video di sosial media youtube *channel* Brighton. Terkadang logo polos Brighton ini digunakan sebagai supergraphic untuk konten instagram Brighton. Logo Brighton digunakan dengan menyesuaikan desain yang

telah dibuat, sehingga warna yang digunakan tidak hanya kuning solid, melainkan warna putih solid, kuning gradasi ataupun putih gradasi



Gambar 3.6. *Typography*

Brighton juga mempunyai *typeface* tersendiri yang digunakan untuk mendesain, *typeface* ini juga berlaku untuk *video editing*, jadi semua jenis desain yang digunakan oleh Brighton menggunakan *typeface* Montserrat. Tipe ketebalan Montserrat yang digunakan ada tiga, yaitu *semibold*, *bold*, dan *extrabold*. Montserrat ini digunakan untuk semua jenis desain juga berlaku untuk pengeditan video. Sedangkan *typeface* Nunito Sans, hanya digunakan untuk mendesain media sosial saja, dikarenakan penggunaan Nunito Sans hanya untuk beberapa bagian seperti aset ISO 90001:2015, atau aset berupa judul yang menggunakan *stroke*.

Penulis mencari aset foto dengan menggunakan *website* freepik, pinterest, unsplash, juga *google image*. Sedangkan untuk *mockup*, penulis menunduh *mockup smartphone* dengan *website* freepik, dengan menambahkan *screenshot* aplikasi Brighton. Selain aset berupa foto dan *mockup*, penulis juga menggunakan aset dari *template* yang sudah dimiliki oleh setiap tim desain di Brighton. Berikut ini merupakan beberapa aset yang digunakan oleh penulis.



Gambar 3.7. Aset Desain

## 2. Perancangan Media Promosi Untuk Instagram Brighton Real Estate

Meski di tengah pandemi Covid-19, Brighton tetap ingin meningkatkan penjualannya. Maka dari itu, Brighton sering kali membuat konten-konten menarik seputar fakta-fakta mengenai properti, *quiz* berhadiah, giveaway, Bright Talk, QOTD, dan banyak lagi.

Pembuatan konten Instagram berawal dari Brand Communication Manager yang juga bekerja sebagai copywriter untuk perusahaan yang terus membuat konten-konten menarik untuk Instagram Brighton juga ada beberapa *request* dari beberapa admin. Biasanya *admin* meminta desain seperti *top listing*, *top recruiter*, dan lain sebagainya. Desain yang diajukan biasanya ada yang berupa motion graphic juga ada yang berupa *carousel*, dan ada berupa Instagram story. Penulis sendiri diajukan untuk membuat desain berupa *carousel* juga Instagram story. *Briefing* yang diberikan menggunakan *table google docs*, sehingga penulis tinggal melihat konten yang sudah disediakan dan memulai untuk melakukan desain.

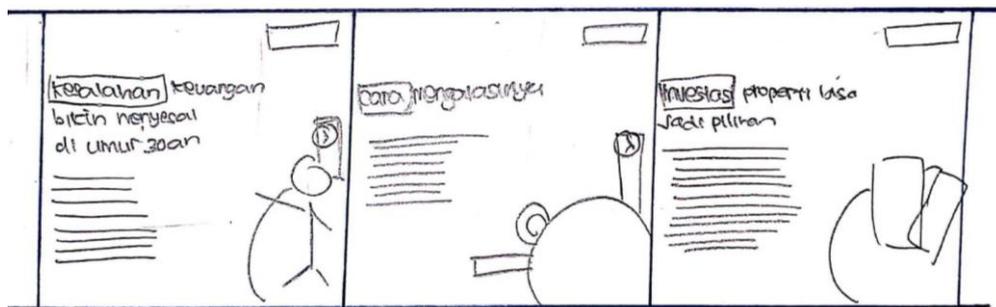
## A. Instagram Feeds (Carousel)

Sebelum melakukan desain, penulis mencari referensi desain dari sosial media Brighton. Tahap mencari referensi desain digunakan untuk menyamakan desain agar desain yang dirancang tetap berkesinambungan.



Gambar 3.8. Referensi Desain

Setelah mencari referensi desain, penulis mulai membuat sketsa dari hasil referensi yang telah dicari sebelumnya. Sketsa dibuat sebagai gambaran penulis untuk membuatnya secara digital pada tahap selanjutnya. Berikut ini sketsa yang penulis buat.



Gambar 3.9. Sketsa Desain Instagram Carousel

Setelah membuat sketsa, penulis mulai membuat desain secara digital. Sebelumnya penulis akan mencari aset-aset pendukung seperti foto dan *mockup* yang akan membuat desain menjadi lebih menarik

Dalam mendesain, tentunya menggunakan layout. *Layout* untuk konten Instagram sendiri sudah memiliki *template* yang sudah disiapkan. Sedangkan untuk *grid*, penulis menggunakan *modular grid* sebagai *grid* untuk mendesain

konten instagram. Berikut ini merupakan *layout* dan implementasi *layout* pada desain.



Gambar 3.10. *Layout*

Setelah melalui beberapa tahap dari mendapatkan briefing hingga tahap implementasi *layout*, berikut ini adalah hasil akhir desain untuk konten Instagram *Carousel* dengan tiga *slide*.



Gambar 3.11. Hasil Akhir Instagram *Carousel*

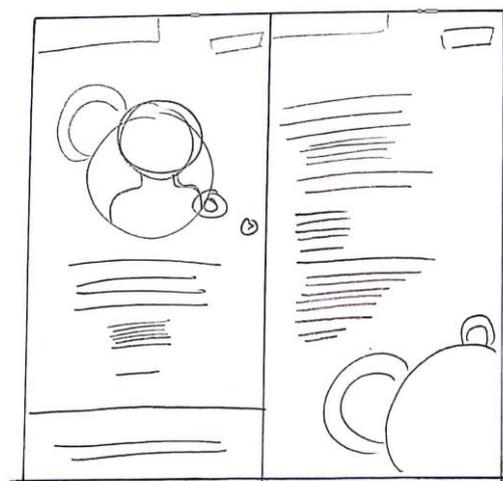
## B. Instagram Story

Dalam mendesain konten instagram *story*, tahap-tahap yang digunakan sama dengan membuat desain konten Instagram feeds dengan tipe *carousel*. Tahap mencari referensi desain digunakan untuk menyamakan desain agar desain yang dirancang tetap berkesinambungan.



Gambar 3.12. Referensi Desain

Setelah mencari referensi desain, penulis mulai membuat sketsa dari hasil referensi yang telah dicari sebelumnya. Sketsa dibuat sebagai gambaran penulis untuk membuatnya secara digital pada tahap selanjutnya. Berikut ini sketsa yang penulis buat.



Gambar 3.13. Sketsa Desain Instagram Story

Dalam mendesain, tentunya menggunakan *layout*. *Layout* untuk konten Instagram sendiri sudah memiliki *template* yang sudah disiapkan. Sedangkan untuk *grid*, penulis menggunakan *modular grid* sebagai *grid* untuk mendesain konten Instagram. Berikut ini merupakan *layout* dan implementasi *layout* pada desain.



Gambar 3.14. *Layout*

Setelah melalui beberapa tahap dari mendapatkan briefing hingga tahap implementasi *layout*, berikut ini adalah hasil akhir desain untuk konten Instagram *Carousel* dengan tiga *slide*.

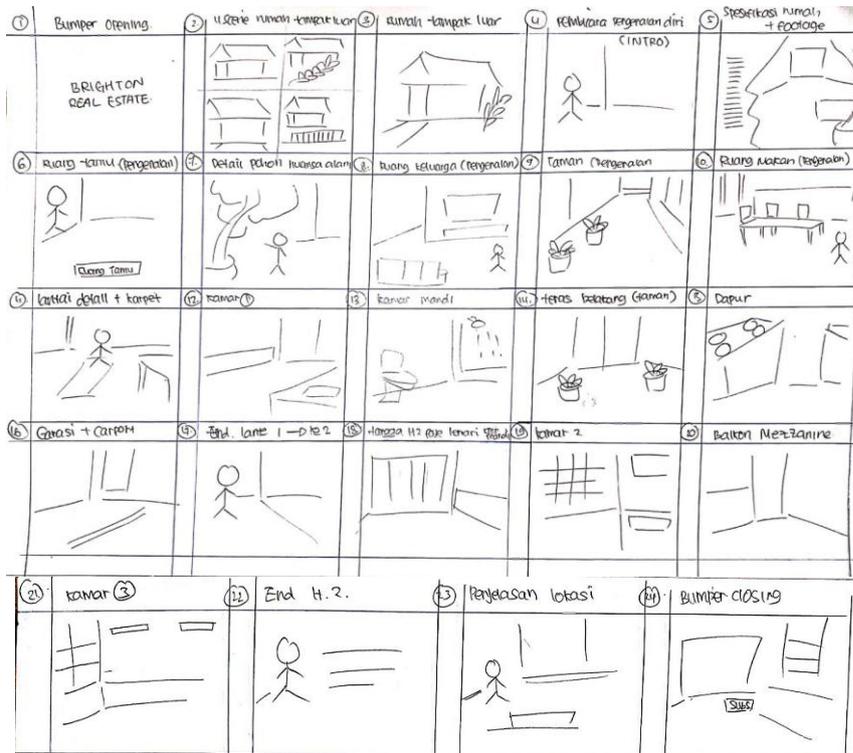


Gambar 3.15. Hasil Akhir Instagram *Story*

### 3. Perancangan Media Promosi untuk Youtube Brighton Real Estate

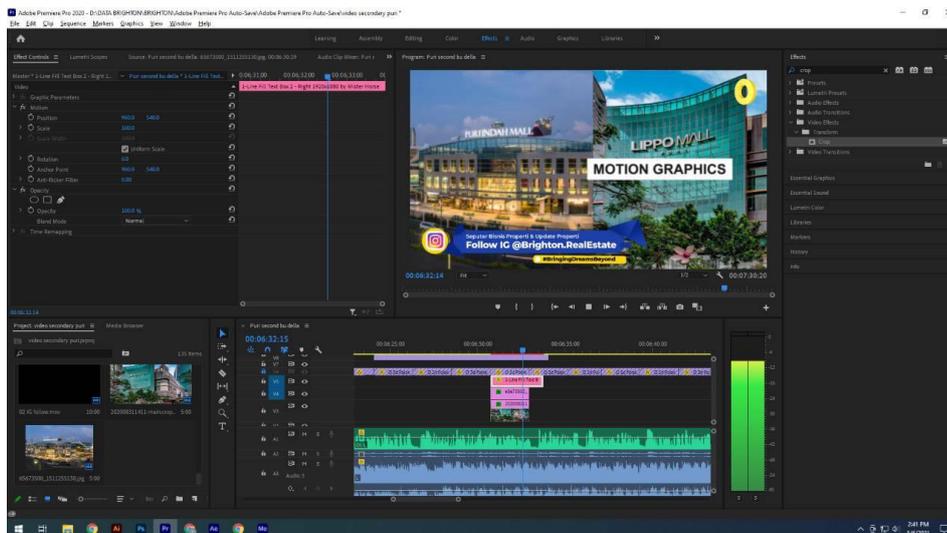
Media promosi untuk Youtube berupa video, media promosi berupa Instagram lebih sering memberikan fakta-fakta menarik, *quiz*, *Bright Talk*, dan lain sebagainya, berbeda dengan Youtube, di Youtube Brighton lebih sering mempromosikan hunian dengan cara melakukan shooting seperti VLOG *review* rumah, *apartment*, *condovilla*, atau rumah *secondary*.

Penulis diberikan kesempatan untuk mengambil satu proyek youtube, yaitu melakukan shooting rumah *secondary* di Puri Indah. Sebelumnya penulis akan datang kerumah tersebut bersama *Brand Communication Manager* dan pembimbing lapangan penulis. Disini *Brand Communication Manager* memang sering kali menjadi *director* selama proses *shooting* terjadi, atau bahkan menjadi juru bicara, sedangkan pembimbing lapangan akan menjadi *cameramen* yang akan mengambil setiap *angle* dari pembicara dan *footage* rumah. Hanya saja untuk proyek kali ini, penulis diberi kesempatan untuk melakukan *shooting footage* dan mengedit video hingga akhir. Setelah proses *shooting* dari *shooting* pembicara dan *shooting footage*, hasil *shooting* akan diedit. Sebelum melakukan *shooting*, sebelumnya penulis dan pembimbing lapangan membuat *storyboard*. *Storyboard* digunakan agar tidak terjadi miskomunikasi saat melakukan *shooting*. *Storyboard* ini juga akan membantu penulis dan pembimbing lapangan untuk mengarahkan pembicara saat *shooting* berlangsung juga memiliki fungsi seperti *briefing* untuk para pembicara. Berikut ini adalah *storyboard* yang telah dibuat:



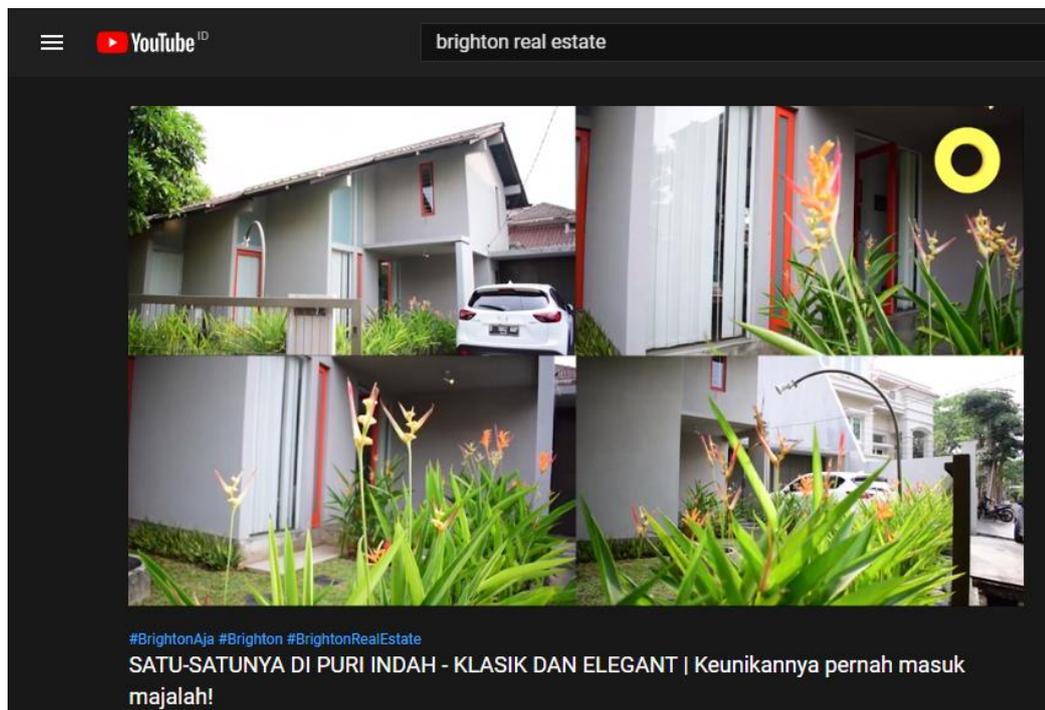
Gambar 3.16. Storyboard

Setelah pembuatan *storyboard*, *shooting* akan dilaksanakan. *Shooting* akan dilakukan di lokasi yang sudah ditentukan, dengan tahap *briefing* kepada pembicara, kemudian *shooting* pada setiap sudut ruangan dan yang terakhir *shooting footage* untuk menunjukkan detail ruangan. Pada hari berikutnya, dilaksanakan pada tahap editing video, berikut ini merupakan gambar pengeditan:



Gambar 3.17. Proses Edit Video

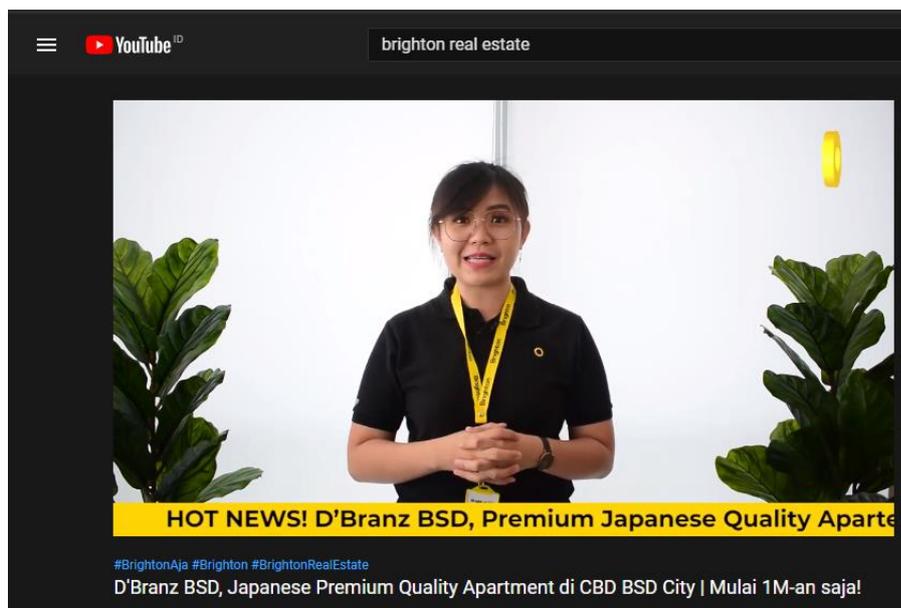
Proses pengeditan video, penulis akan menyusun seluruh video yang telah diambil, lalu penulis juga memasukkan audio terpisah yang sebelumnya memang pembicara menggunakan *voice note* agar suara terdengar lebih jelas. Kemudian penulis akan merapihkan setiap *scene* dengan cara *crop* setiap adegan yang terdapat *bloopers* didalamnya bersamaan dengan audio yang terpisah. Setelah tersusun rapih semua, penulis memasukkan *footage-footage* interior dan eksterior rumah untuk menunjukkan beberapa sisi rumah secara detail. Lalu penulis juga tidak lupa untuk menyisipkan beberapa efek transisi pada beberapa scene agar perpindahan setiap scene tidak terlalu kaku dan tidak terlalu patah. Untuk beberapa informasi tambahan, ada berupa *motion graphic* yang penulis sisipkan pada setiap *scene*, seperti tombol *subscribe*, judul ruangan, dan lain sebagainya juga bumper *opening* dan *closing* pada awal dan akhir video. Untuk tahap terakhir, penulis mencari lagu-lagu untuk *background* pada video.



Gambar 3.18. Hasil Akhir *Shooting* Rumah

Selain melakukan editing video review rumah, penulis juga melakukan shooting video tempel yang dilakukan di kantor, tahap edit video sama seperti edit

video review rumah, hanya saja yang membedakan, video tempel disisipkan dengan video yang telah diberikan oleh *developer*. Sehingga video yang diedit tidak sebanyak video *review* rumah. Komposisinya 50% video shooting dikantor dan 50% dari *developer*.



Gambar 3.19. Hasil Akhir *Shooting* Video Tempel

#### 4. Dokumentasi Acara

Selain membuat konten Instagram dan video *editing*, penulis juga melakukan dokumentasi pada setiap acara yang diadakan oleh Brighton Real Estate, dikantor pusat. Salah satu acara yang dimaksud adalah Brighton *Annual Awards*. Brighton *Annual Awards*, merupakan acara terbesar yang pernah diadakan oleh Brighton, hanya saja acara ini diluncurkan secara *live* dari Surabaya. Dikarenakan pada tahun 2020-2021, Indonesia masih dimasa pandemi, acara ini disiarkan secara live melalui aplikasi *zoom*, sehingga beberapa agen dari kantor jabodetabek datang ke kantor pusat untuk menyaksikan bersama. Dokumentasi yang penulis ambil berupa foto agen-agen properti yang mendapatkan *awards*.



Gambar 3.20. Brighton Annual Awards

Selain *Brighton Annual Awards*, penulis juga melakukan dokumentasi pada seminar yang diadakan oleh CEO Brighton Real Estate. Pada tanggal 27 – 29 April 2021, CEO Brighton Real Estate, Bambang Siau, datang ke kantor pusat di Jakarta untuk melakukan seminar dengan para *principal* yang ada di jabodetabek. Seminar berlangsung selama tiga hari.



Gambar 3.21. Seminar oleh CEO

### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama dua bulan melakukan praktik kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala yang menjadi penghambat dalam pekerjaan penulis, yaitu:

#### 1. Kendala Pribadi

- a. Semua pekerjaan magang dilakukan menggunakan laptop pribadi penulis. Terkadang, *file* desain yang dibuat terlalu berat sehingga laptop penulis menjadi lambat dan mengalami *bluescreen* berkali-kali. Hal ini menyebabkan pekerjaan menjadi tidak efektif karena hilangnya waktu dan *progress* yang tidak sempat di-*save* sebelum terjadi *bluescreen*.

- b. Dikarenakan wajib bekerja WFO, jarak yang ditempuh lumayan jauh sehingga untuk biaya bensin ke kantor lumayan memakan biaya dan waktu.

## 2. Kendala Kerja

- a. Penulis terkadang melakukan revisi secara terus menerus dikarenakan adanya miskomunikasi antar divisi di mana konten yang disediakan belum *fix*. Hal ini juga menyebabkan *progress* pekerjaan menjadi mundur dan tidak sesuai dengan *timeline* yang ditentukan, sehingga penulis tidak dapat menyelesaikan pekerjaan lainnya.
- b. Pemberian aset baru suka terjadi secara dadakan, sehingga penulis beberapa kali harus mengulang semua desain dan menyesuaikannya kembali dengan aset yang baru.

### 3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang penulis alami, penulis berusaha mencari solusi agar tetap dapat bekerja secara maksimal. Berikut adalah solusi yang dilakukan penulis:

#### 1. Kendala Pribadi

- a. Sebelum menjalankan proses mendesain, penulis menjelaskan kepada mentor dan supervisor perusahaan tentang hambatan laptop yang lambat, sehingga mentor memberi solusi berupa peminjaman laptop pribadi. Namun setelah berjalannya waktu, dikarenakan merasa tidak enak dengan mentor dikarenakan laptop tersebut adalah laptop pribadi yang kemungkinan akan digunakan dalam jangka waktu panjang, penulis kembali menggunakan laptop pribadi dan beradaptasi dengan laptop penulis dengan cara melakukan *save*, *backup*, dan menghapus *cache* secara berkala.
- b. Penulis bangun lebih pagi untuk menghindari macet.

#### 2. Kendala Kerja

- a. Dalam hal ini penulis atasi dengan berkomunikasi dan bertanya lebih detail tentang isi konten agar dapat meminimalisir revisi. Selain itu, penulis juga menyicil pekerjaan lain di sela-sela waktu menunggu instruksi.
- b. Penulis terus menerus mengkonfirmasi ulang kepada mentor mengenai aset baru yang akan diberikan agar tidak terjadi pengulangan dalam mendesain.