

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

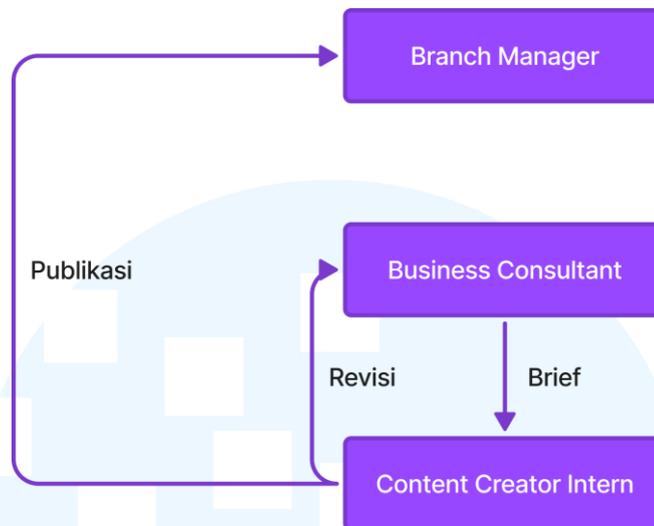
Penulis menjalani program magang di BMW Astra Cilandak dengan peran sebagai Content Creator (Graphic Designer). Selama magang, penulis berperan aktif dalam pembuatan desain dan konten yang ditujukan untuk akun Instagram @bmwastracilandak, serta mendukung kebutuhan *Business Consultant* melalui produksi foto dan video. Seluruh kegiatan ini dilakukan berdasarkan arahan dari *Business Consultant* yang bersangkutan serta di bawah bimbingan langsung dari *Supervisor*. Dengan adanya arahan dan pembimbingan yang jelas, pengalaman penulis sebagai Content Creator Intern secara efektif dan efisien.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama masa magang, penulis menjalankan peran sebagai Content Creator selama enam bulan, dengan arahan dari seorang *Business Consultant*. Dalam posisi ini, penulis bertugas memproduksi berbagai jenis konten visual, termasuk desain untuk feed, Instagram story, serta video reels, yang bertujuan mendukung kegiatan pemasaran perusahaan.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis menerima tugas dari Supervisor atau *Business Consultant* lainnya yang disampaikan melalui aplikasi WhatsApp maupun secara lisan di kantor. Setelah menerima arahan, penulis terlebih dahulu melakukan konsultasi sebelum memulai pengerjaan. Setelah konten selesai dibuat, melalui proses revisi, dan mendapat persetujuan, hasil akhir diserahkan kepada *Business Consultant* yang memberikan arahan sebelumnya melalui Google Drive. Sementara itu, untuk konten pada akun Instagram @bmwastracilandak, penulis menyerahkan hasil akhir kepada *Branch Manager* cabang Cilandak untuk dipublikasikan.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tugas-tugas yang atau daily task yang telah dilakukan penulis selama melakukan kegiatan magang di BMW Astra Cilandak.

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3—7 Februari 2025	Konten Perkenalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat video perkenalan Business Consultant dalam bentuk 9:16 untuk Instagram Story @bmwastracilandak.</li> </ul>
2	10—14 Februari 2025	Konten Perkenalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram Feeds perkenalan tim BMW Astra Cilandak untuk Instagram Feeds @bmwastracilandak dalam bentuk desain 4:5.</li> </ul>
3	17—21 Februari 2025	Event IIMS 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mendokumentasikan dan mengedit video booth BMW dalam acara IIMS 2025 dalam bentuk 9:16.</li> </ul>
4	24—28 Februari 2025	Konten Perkenalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat video perkenalan Business Consultant dalam bentuk 9:16 untuk Instagram Story @bmwastracilandak.</li> </ul>

5	3—7 Maret 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten BMW IX dalam format video Instagram Reels 9:16.</li> <li>• Mendokumentasikan proses delivery BMW Seri 7 untuk Business Consultant Elicia dalam bentuk 9:16</li> </ul>
6	10—14 Maret 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten cinematic BMW i4 dalam format video Instagram Reels 9:16.</li> <li>• Mendokumentasikan dan membuat konten showroom event BMW Astra Cilandak dengan tema Ramadhan</li> </ul>
7	17—21 Maret 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten cinematic BMW iX1 dalam format video Instagram Reels 9:16.</li> <li>• Membuat video perkenalan <i>Business Consultant</i> Dhimas</li> </ul>
8	24—28 Maret 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten BMW 330i dalam format video Instagram Reels 9:16.</li> <li>• Mendokumentasikan proses delivery BMW iX1 untuk Business Consultant Defa dalam bentuk 9:16</li> <li>• Memotret dan mengedit foto mobil BMW X3</li> </ul>
10	7—11 April 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten “How to” dengan tema cara menaikan dan menurunkan wiper pada mobil BMW</li> <li>• Membuat konten “How to” dengan tema cara menaikan dan menurunkan kaca pada mobil BMW</li> </ul>
11	14—18 April 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendokumentasikan dan mengedit foto acara The Beaters dalam bentuk 9:16</li> </ul>
12	21—25 April 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merekam dan mengedit konten perkenalan fitur pada BMW X3</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendokumentasikan dan mengedit video pameran BMW Astra Cilandak yang berlokasi di Topgolf Cilandak.</li> </ul>
13	28 April—2 Mei 2025	<i>PEVS 2025</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memotret, membuat video, dan mengedit visual dari BMW XM</li> <li>• Membuat konten video showroom event dengan tema diskon NIK 2024</li> <li>• Mendokumentasikan event PEVS 2025 dalam bentuk video reels</li> <li>• Mendokumentasikan proses delivery BMW i5 untuk <i>Business Consultant</i> Hana dalam bentuk 9:16.</li> </ul>
14	5—9 Mei 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendokumentasikan proses delivery BMW IX untuk <i>Business Consultant</i> Hana dalam bentuk 9:16.</li> <li>• Mendokumentasikan proses delivery BMW i7 untuk <i>Business Consultant</i> Defa dalam bentuk 9:16.</li> </ul>
15	12—16 Mei 2025	<i>Car Showcased</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendokumentasikan proses delivery BMW X3 untuk <i>Business Consultant</i> Tere dalam bentuk 9:16.</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa magang di BMW Astra Cilandak, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan pengambilan dan pengolahan konten yang menunjang kebutuhan promosi perusahaan. Proyek-proyek yang dikerjakan meliputi pembuatan konten berupa video, foto, maupun desain grafis untuk keperluan promosi kendaraan serta peningkatan *engagement* pada akun Instagram perusahaan. Dari seluruh proyek tersebut, penulis memilih proyek pembuatan video pembelian BMW i7 sebagai proyek utama, dikarenakan proyek ini merupakan tugas khusus yang diberikan oleh pelanggan BMW Astra Cilandak. Dalam proyek tersebut, penulis bertanggung jawab penuh terhadap seluruh proses produksi, mulai dari

perencanaan konsep, pengambilan foto dan video, proses penyuntingan, hingga tahap akhir publikasi.

### **3.3.1 Proyek Video Dokumentasi Pembelian BMW i7**

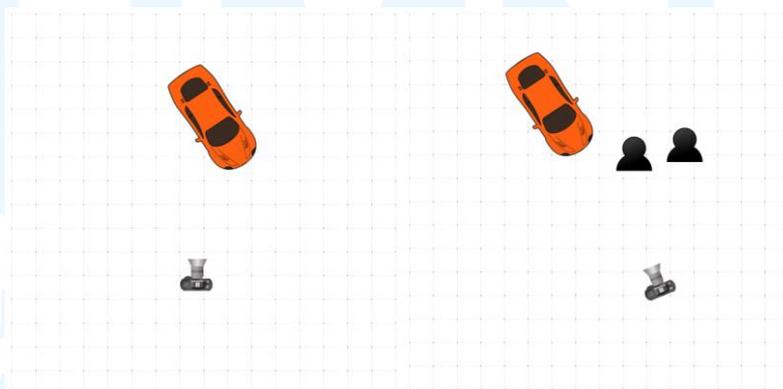
Salah satu proyek paling menonjol yang dikerjakan penulis selama menjalani magang di BMW Astra Cilandak adalah pembuatan video dokumentasi proses pembelian unit BMW i7 oleh seorang pelanggan. Dalam proyek ini, penulis memegang peranan penting mulai dari tahap perencanaan konsep (*directing*), pengambilan gambar di lapangan, hingga proses penyuntingan video. Seluruh tahapan dilaksanakan dengan arahan dan bimbingan dari *Business Consultant* yang bertanggung jawab dalam transaksi tersebut. Video ini menjadi prioritas utama karena merupakan permintaan langsung dari pelanggan yang menginginkan dokumentasi tersebut dijadikan konten untuk diunggah ke media sosial pribadinya. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi penulis untuk menghasilkan karya yang tidak hanya memenuhi standar perusahaan, tetapi juga sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Penulis menerima penugasan proyek ini dari *Business Consultant* yang menangani pelanggan yang secara khusus meminta dokumentasi proses pembelian kendaraannya. Kegiatan dokumentasi dilaksanakan pada tanggal 10 Mei 2025 mulai pukul 09.00 hingga 12.00 WIB, dan berlokasi di showroom BMW Astra Cilandak. Dalam proses pengambilan gambar, penulis menggunakan perangkat kamera Sony A6000 dengan lensa Sony 16-50mm untuk fleksibilitas dalam pengambilan sudut gambar. Untuk mendukung kualitas audio, penulis juga menggunakan microphone TNW A37 agar suara terdengar jelas dan jernih. Selain itu, penulis juga memanfaatkan stabilizer gimbal Zhiyun Weebill S untuk memastikan hasil video tetap stabil dan optimal sepanjang proses perekaman.



Gambar 3.2 Referensi Video Pembelian Mobil  
 Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=pYCJEigOg2Q>

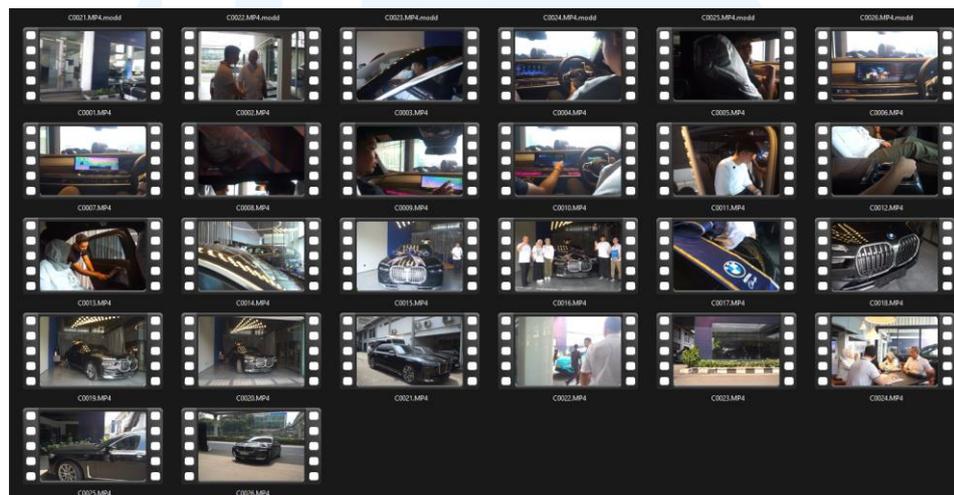
Dalam proses pembuatan video, penulis menggunakan referensi dari salah satu video milik Dr. Richard Lee yang berjudul “MOBIL BARU!! BELI ROLLS ROYCE SEHARGA GINJ4L!!”. Video tersebut dipilih karena memiliki alur yang jelas dan runtut, mulai dari interaksi antara pelanggan dan *Sales*, penjelasan detail mengenai kendaraan yang ingin dibeli, hingga proses pembelian. Referensi video ini membantu penulis dalam menyusun struktur video agar lebih informatif, menarik, dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.



Gambar 3.3 Diagram Pemetretan Pembelian BMW i7

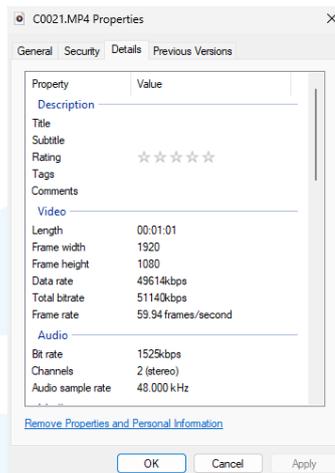
Berikut merupakan diagram proses pembuatan video delivery unit BMW i7. Proses pengambilan gambar dilakukan dengan menetapkan posisi kamera pada sudut 3/4 dari bagian depan kendaraan. Sudut ini dipilih untuk menampilkan bagian depan dan samping kendaraan secara bersamaan dalam

satu bingkai, sehingga memberikan kesan visual yang menyeluruh terhadap tampilan eksterior mobil. Selanjutnya, saat Business Consultant memberikan penjelasan mengenai fitur kendaraan kepada pelanggan, keduanya diarahkan untuk berdiri di bagian depan mobil. Penempatan ini dimaksudkan agar unit kendaraan yang sedang dibahas tetap menjadi fokus utama dalam video, dan penonton dapat langsung melihat tipe mobil yang sedang dijelaskan.



Gambar 3.4 Hasil Dokumentasi Pembelian BMW i7

Berikut merupakan hasil dokumentasi video yang diambil di lokasi BMW Astra Cilandak. Proses pengambilan gambar dimulai saat pelanggan tiba di dealer dengan menggunakan kendaraan BMW miliknya. Selanjutnya, momen interaksi antara pelanggan dan Business Consultant, termasuk sesi diskusi serta pemilihan kendaraan. Setelah melalui proses pertimbangan, pelanggan akhirnya memilih unit BMW i7, yang kemudian dijelaskan secara rinci oleh Product Genius. Dokumentasi diakhiri dengan proses serah terima kendaraan sebagai penanda resmi transaksi pembelian.



Gambar 3.5 Data EXIF Dokumentasi Pembelian BMW i7

Video dokumentasi pembelian BMW i7 direkam dengan rasio vertikal 9:16 dan resolusi 1080p agar sesuai dengan format konten media sosial, khususnya Instagram. Penulis juga menggunakan frame rate 60fps untuk menghasilkan video yang lebih halus dan memungkinkan penerapan efek slow motion pada beberapa bagian tertentu.



Gambar 3.6 Workspace DaVinci Ressolve Dokumentasi Pembelian BMW i7

Setelah seluruh rekaman video berhasil dikumpulkan, proses penyuntingan dilakukan menggunakan perangkat lunak DaVinci Resolve. Tahapan editing dimulai dengan penggabungan berbagai klip video, disertai penambahan musik latar untuk mendukung suasana dan meningkatkan kualitas

visual dari hasil akhir. Selain itu, penulis juga menambahkan teks perkenalan untuk memberikan informasi mengenai individu yang tampil dalam video.



Gambar 3.7 Intro Dokumentasi Pembelian BMW i7

Pada bagian awal video, ditampilkan intro dengan teks bertuliskan 'Handover BMW i7' yang disisipkan di atas cuplikan video saat pelanggan tiba di BMW Astra Cilandak. Intro ini berfungsi sebagai pembuka untuk memberikan gambaran awal mengenai isi dokumentasi yang ditampilkan.



Gambar 3.8 Video Perkenalan Business Consultant dengan Pelanggan

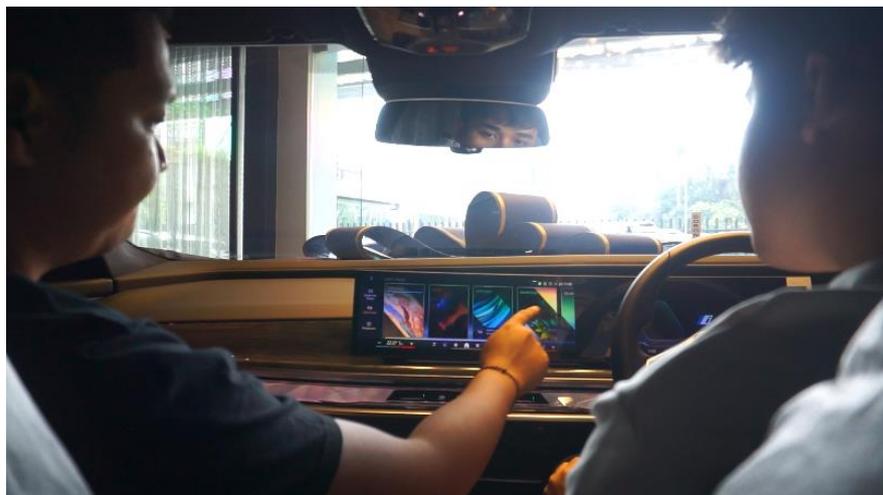
Selanjutnya, pelanggan turun dari kendaraan dan melakukan pertemuan dengan Business Consultant. Dalam video tersebut, disertakan teks caption

yang berfungsi untuk memperkenalkan nama pelanggan serta Business Consultant yang terlibat dalam proses tersebut.



Gambar 3.9 Perkenalan Unit Mobil

Selanjutnya, Business Consultant melakukan tanya jawab mengenai kebutuhan dan preferensi pelanggan sambil memperkenalkan beberapa unit mobil yang tersedia di showroom, mulai dari BMW X3, BMW i4, BMW XM, hingga akhirnya pelanggan memilih BMW i7.



Gambar 3.10 Penjelasan BMW i7

Pelanggan tertarik dengan BMW i7 setelah melihat beberapa pilihan mobil yang tersedia. Selanjutnya, Product Genius menjelaskan secara detail berbagai fitur unggulan dan teknologi yang ada pada mobil tersebut. Penjelasan

ini meliputi performa, kenyamanan, keamanan, serta teknologi terbaru yang membuat BMW i7 berbeda dari model lainnya, sehingga membantu pelanggan lebih memahami kelebihan mobil ini sebelum memutuskan untuk membeli.



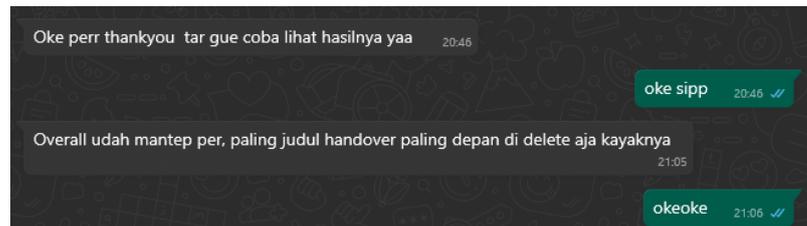
Gambar 3.11 Proses Serah Terima BMW i7

Pelanggan akhirnya memutuskan untuk memilih BMW i7 sebagai kendaraan yang diinginkan. Setelah itu, pelanggan melanjutkan proses berikutnya yaitu serah terima kendaraan yang dilakukan bersama Business Consultant.



Gambar 3.12 Pengangkutan Mobil BMW i7

Video diakhiri dengan adegan pengangkutan mobil yang dimuat ke atas towing dan proses pengantaran kendaraan tersebut ke kediaman pelanggan.



Gambar 3.13 Revisi Video Dokumentasi Pembelian BMW i7

Setelah proses pengeditan video selesai, penulis mengunggah hasil akhir ke Google Drive dan mengirimkannya kepada Business Consultant untuk meminta revisi. Penulis kemudian menerima revisi berupa permintaan penghapusan teks intro yang terdapat pada bagian awal video. Setelah revisi dilakukan, video yang telah diperbaiki kembali dikirimkan kepada Business Consultant, yang selanjutnya diteruskan kepada pelanggan untuk dipublikasikan melalui akun Instagram pribadi miliknya.

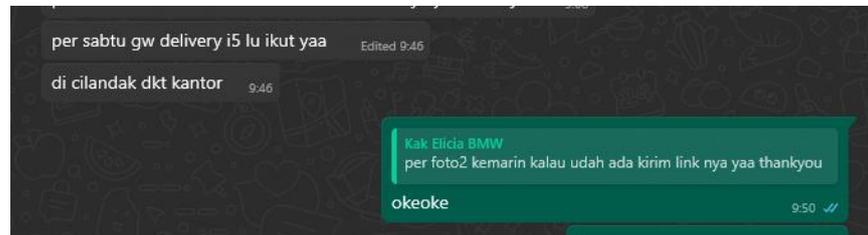
### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain pembuatan video dokumentasi pembelian BMW i7 oleh customer, penulis juga menerima berbagai brief dari *Business Consultant* untuk menghasilkan konten dalam bentuk video, foto, dan desain grafis yang berkaitan dengan aktivitas lainnya di BMW Astra Cilandak. Proyek-proyek tersebut mencakup dokumentasi proses *delivery* kendaraan ke rumah pelanggan, peliputan berbagai event yang diselenggarakan oleh BMW Astra secara umum maupun yang khusus diadakan di cabang Cilandak, serta pengambilan gambar mobil-mobil yang sedang dipajang di showroom. Konten-konten ini tidak hanya digunakan untuk kebutuhan publikasi di akun Instagram resmi @bmwastracilandak, tetapi juga dimanfaatkan oleh *Business Consultant* untuk keperluan promosi personal melalui akun media sosial mereka atau sebagai materi informasi kepada calon pelanggan.

#### 3.3.2.1 Video Dokumentasi *Delivery* BMW X3

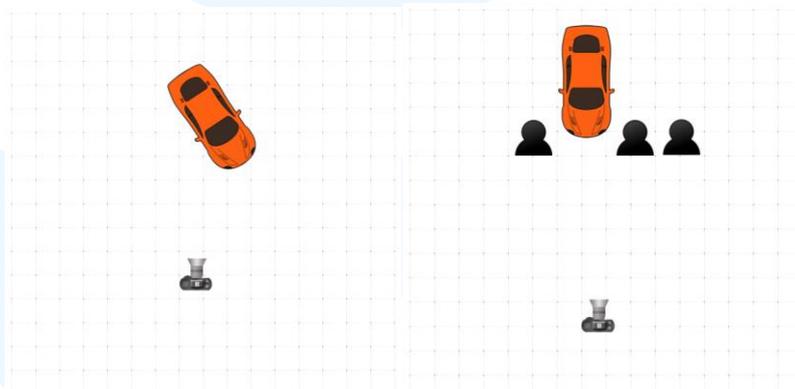
Proyek ini merupakan dokumentasi kegiatan *Business Consultant* dalam proses serah terima kendaraan yang dilakukan langsung di rumah pelanggan BMW. Penulis menerima penugasan dari *Business Consultant*

yang menginginkan momen serah terima tersebut diabadikan dalam bentuk konten visual untuk kemudian dipublikasikan di Instagram mereka sendiri sebagai bagian dari promosi.



Gambar 3.14 Pemberian Penugasan Video Delivery

Penulis menerima penugasan melalui aplikasi WhatsApp sebelum hari pelaksanaan serah terima kendaraan oleh Business Consultant yang dilakukan pada 10 Maret 2025. Sebagai persiapan dokumentasi, penulis menggunakan kamera Sony A6000 dengan lensa Sony 16-50mm untuk memberikan fleksibilitas dalam pengambilan gambar dengan zoom, serta gimbal Zhiyun Weebill S untuk memastikan stabilitas video selama proses perekaman.

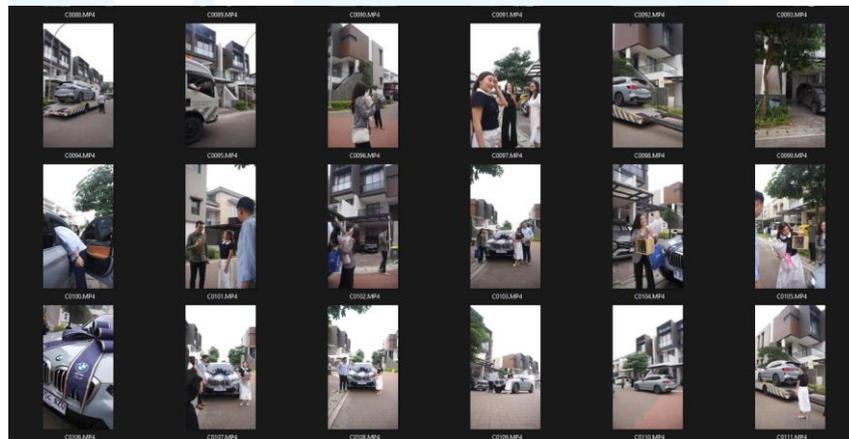


Gambar 3.15 Diagram Pemotretan Delivery BMW X3

Proses pembuatan video delivery unit BMW X3 diawali dengan tahapan pengambilan gambar kendaraan. Posisi kamera ditetapkan pada sudut 3/4 bagian depan kendaraan, dengan tujuan untuk menampilkan sisi depan dan samping mobil secara bersamaan. Pemilihan sudut ini bertujuan untuk memberikan tampilan visual yang komprehensif dan proporsional terhadap desain eksterior kendaraan, sehingga informasi

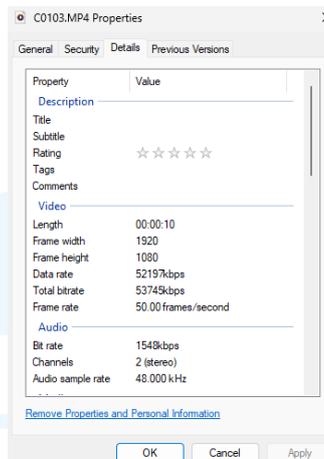
mengenai bentuk dan karakter mobil dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens.

Tahap selanjutnya adalah pengambilan gambar pelanggan bersama dengan unit mobil yang dibeli. Kamera difokuskan untuk menangkap momen tersebut secara representatif, dengan menyesuaikan komposisi agar identitas pelanggan serta tipe kendaraan yang dibeli terlihat jelas dalam satu *frame*. Langkah ini dilakukan untuk memperkuat narasi visual serta menciptakan kesan personal dalam dokumentasi proses serah terima kendaraan, yang sekaligus berfungsi sebagai materi promosi bagi BMW Astra Cilandak melalui media sosial.



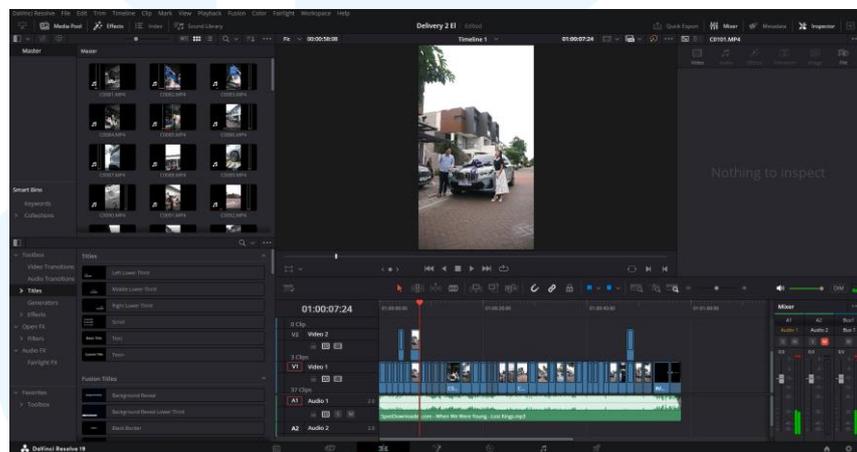
Gambar 3.16 Hasil Video Delivery

Berikut merupakan hasil dokumentasi video yang dilakukan di kawasan Pantai Indah Kapuk. Proses pengambilan gambar mencakup seluruh rangkaian serah terima, mulai dari pengangkutan unit BMW X3 ke atas towing, proses pengiriman hingga penurunan kendaraan di depan rumah pelanggan. Selanjutnya, momen pelanggan saat memeriksa kendaraan, melakukan unboxing, serta penandatanganan dokumen sebagai tanda resmi penerimaan unit.



Gambar 3.17 Data EXIF Video Delivery

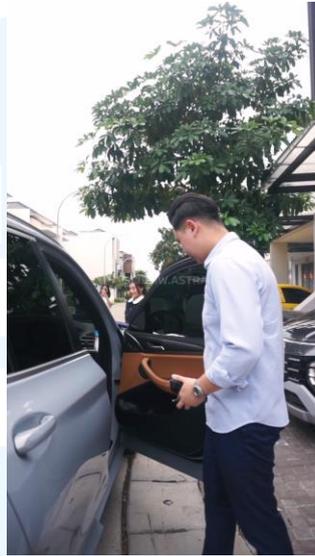
Video dokumentasi Delivery BMW X3 direkam dengan rasio aspek vertikal 9:16 dan resolusi 1080p, menyesuaikan dengan format yang umum digunakan untuk konten media sosial, terutama Instagram. Penulis juga menggunakan frame rate 50fps agar beberapa adegan dapat diedit dengan efek *slow motion* agar terlihat lebih stabil.



Gambar 3.18 Proses Editing Video Delivery

Setelah semua rekaman video terkumpul, proses pengeditan dilakukan menggunakan perangkat lunak DaVinci Resolve. Proses editing dimulai dengan penggabungan berbagai klip video dan penambahan musik latar untuk meningkatkan suasana dan kualitas visual dari hasil akhir video. Selain itu, penulis juga menambahkan elemen teks berupa watermark yang mencantumkan akun Instagram milik Business Consultant terkait dengan opacity 30%. Penambahan watermark ini

bertujuan untuk memberikan identitas pada konten visual yang dipublikasikan, sekaligus memudahkan pelanggan dalam mengenali dan menghubungi Business Consultant secara langsung melalui media sosial.



Gambar 3.19 Cuplikan Intro Video Delivery

Video dimulai dengan rangkuman singkat berdurasi tujuh detik yang menampilkan cuplikan keseluruhan isi video untuk menarik perhatian penonton. Cuplikan tersebut memperlihatkan pelanggan yang sedang berfoto bersama mobil BMW X3 barunya serta momen saat pelanggan melihat-lihat kendaraan tersebut.



Gambar 3.20 Hadiah Customer Video Delivery

Selanjutnya, video menampilkan adegan awal di mana Business Consultant sedang mempersiapkan hadiah sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan.



Gambar 3.21 Pengangkutan Kendaraan Video Delivery

Selanjutnya, video memperlihatkan rangkaian proses pengangkutan kendaraan dimulai dari saat mobil dinaikkan ke atas towing dengan hati-hati. Setelah itu, kendaraan diangkut melalui perjalanan di jalan tol menuju lokasi tujuan. Hingga kendaraan sampai di depan kediaman pelanggan.



Gambar 3.22 Proses Serah Terima Video Delivery

Video menampilkan proses serah terima kendaraan yang dimulai dengan penandatanganan dokumen resmi oleh pelanggan sebagai tanda persetujuan dan penerimaan unit. Proses ini menjadi momen penting yang menandai selesainya transaksi serta pengalihan kepemilikan kendaraan secara resmi dari pihak dealer kepada pelanggan.



Gambar 3.23 Proses Unboxing Video Delivery

Setelah proses penandatanganan selesai, video dilanjutkan dengan momen pelanggan melakukan unboxing dengan membuka plastik pelindung yang terdapat pada bagian interior mobil.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.24 Foto Bersama Video Delivery

Video diakhiri dengan momen pelanggan yang berfoto bersama mobil BMW X3 baru miliknya, diikuti dengan sesi foto bersama bersama Business Consultant sebagai tanda perayaan dan dokumentasi atas selesainya proses serah terima kendaraan

Setelah tahap pengeditan video sudah selesai, penulis mengunggah hasil akhir ke dalam folder Google Drive dan membagikannya kepada *Business Consultant* yang bersangkutan untuk mendapatkan masukan atau revisi jika diperlukan. Setelah video disetujui sebagai versi final, *Business Consultant* tersebut akan mempublikasikan video tersebut melalui akun Instagram resminya.

### **3.3.2.2 Foto Promosi Instagram Story Car Showcased**

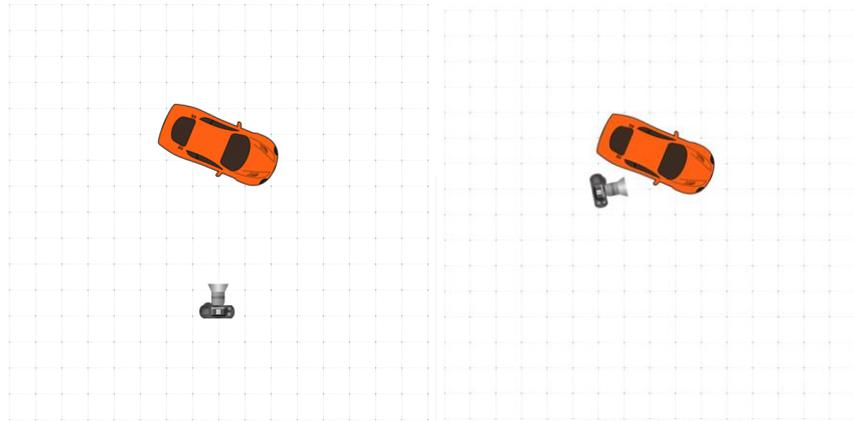
Instagram Story Car Showcased merupakan salah satu proyek yang dijalankan penulis selama mengikuti program magang di BMW Astra Cilandak. Proyek ini menuntut penulis untuk melakukan pemotretan terhadap kendaraan yang dipajang di showroom BMW Astra Cilandak. Penggantian unit yang dipamerkan dilakukan setiap tiga minggu sekali. Hasil foto kemudian diedit dan disusun dalam format layout khusus untuk

Instagram Story pada akun resmi @bmwastracilandak sebagai bagian dari strategi pemasaran. Selain digunakan sebagai konten Instagram Story, foto-foto tersebut juga menjadi referensi bagi Business Consultant untuk digunakan di akun Instagram pribadi mereka maupun sebagai bahan presentasi kepada pelanggan.



Gambar 3.25 Referensi Instagram @adriangudil

Penulis menggunakan referensi dari seorang fotografer otomotif profesional dengan akun Instagram @adriangudil. Fotografer tersebut sudah memiliki bidang fotografi otomotif selama lebih dari 20 tahun. Penulis memilih untuk mengambil inspirasi dari foto-foto milik Adrian karena hasil karyanya sangat relevan dan sesuai dengan kebutuhan Business Consultant maupun pelanggan di BMW Astra Cilandak. Foto-foto tersebut mampu menampilkan berbagai aspek penting kendaraan, mulai dari bagian eksterior yang menonjolkan desain dan lekukan mobil, hingga interior yang memperlihatkan detail. Selain itu, karya Adrian juga menonjolkan estetika yang menjadi daya tarik utama, sehingga sangat membantu penulis dalam menghasilkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual bagi audiens dan pelanggan.



Gambar 3.26 Diagram Pemotretan BMW XM

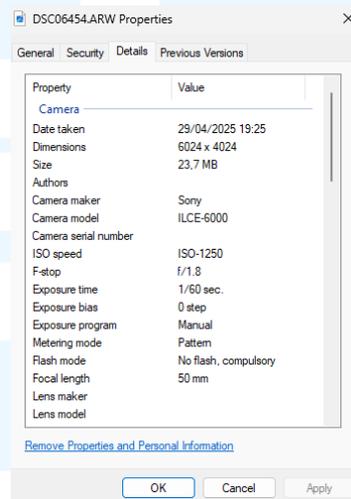
Berikut merupakan diagram pemotretan kendaraan BMW XM yang dilakukan dalam rangka pembuatan konten visual untuk kebutuhan promosi. Proses pengambilan gambar dimulai dengan memotret bagian eksterior mobil dari sudut 3/4 depan. Sudut ini dipilih untuk menampilkan tampilan depan serta sisi samping kendaraan secara bersamaan, sehingga audiens dapat melihat keseluruhan bentuk dan proporsi desain dari BMW XM. Setelah pengambilan gambar eksterior, proses dokumentasi dilanjutkan dengan menyoroti fitur-fitur unggulan dari kendaraan. Beberapa detail interior yang menjadi fokus antara lain *ambient light* yang menjadi elemen pencahayaan khas pada mobil ini, tampilan dashboard yang menunjukkan kemewahan desain kabin, serta setir yang dilengkapi dengan tombol. Terakhir adalah velg sebagai salah satu komponen yang mencerminkan kekuatan karakter desain dari BMW XM.



Gambar 3.27 Hasil Gambar BMW XM

Salah satu unit kendaraan yang didokumentasikan oleh penulis selama program magang adalah BMW XM. Pengambilan gambar dilakukan secara menyeluruh untuk menampilkan karakteristik dan

keunggulan desain dari kendaraan tersebut. Dimulai dari bagian eksterior mobil dengan orientasi portrait untuk menyesuaikan dengan format Instagram story. Selanjutnya, penulis juga memotret berbagai detail penting dari BMW XM dengan orientasi horizontal, meliputi tampilan dashboard, setir kemudi, desain headliner, jok, serta roda.



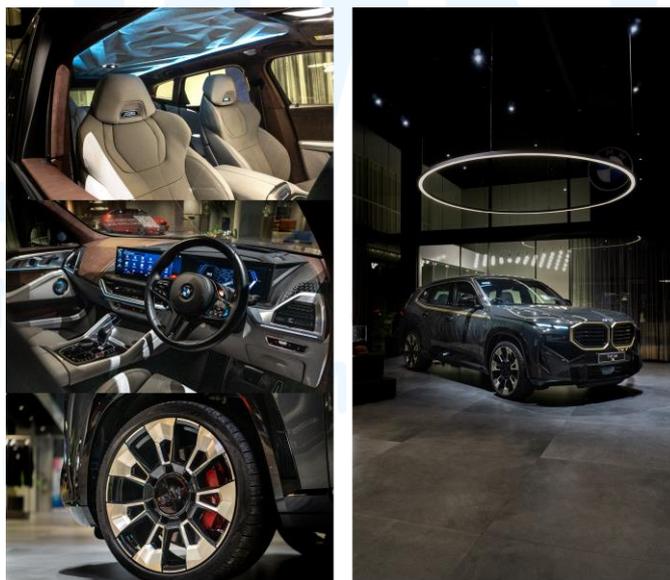
Gambar 3.28 Data EXIF Foto Car Showcased

Berikut adalah data EXIF dari pengambilan gambar unit BMW XM. Penulis menggunakan kamera Sony A6000 dengan dua jenis lensa, yaitu lensa 50mm f/1.8 untuk menghasilkan ketajaman pada detail tertentu, serta lensa kit Sony 16-50mm yang memberikan fleksibilitas dalam pengambilan gambar dengan berbagai jarak. Seluruh gambar diambil dalam format RAW agar hasil foto memiliki kualitas maksimal dan fleksibilitas tinggi dalam proses pengeditan. Format RAW memungkinkan penulis untuk melakukan koreksi warna, pencahayaan, dan detail dengan lebih presisi tanpa mengurangi kualitas asli dari gambar yang diambil.



Gambar 3.29 Hasil Layout Car Showcased

Layout disusun dalam dua bagian Instagram Story yang berbeda, terdiri dari tiga foto dengan orientasi horizontal, dan satu foto dengan orientasi portrait. Foto horizontal digunakan untuk menampilkan detail mobil secara lebih fokus, seperti interior dan ban, sedangkan foto potrait digunakan untuk memperlihatkan tampilan eksterior kendaraan secara keseluruhan. Kombinasi keduanya bertujuan untuk memberikan pengalaman visual yang seimbang bagi audiens.



Gambar 3.30 Hasil Adobe Lightroom Car Showcased

Setelah menentukan layout yang akan digunakan, penulis melanjutkan proses dengan mengedit seluruh gambar menggunakan aplikasi Adobe Lightroom. Tahapan editing mencakup koreksi warna untuk memastikan tone gambar sesuai dengan mobil yang difoto, penyesuaian pencahayaan agar setiap elemen pada foto terlihat jelas dan seimbang, serta peningkatan detail untuk mempertegas tekstur dan kualitas visual kendaraan.



Gambar 3.31 Hasil Desain Car Showcased

Setelah seluruh foto selesai melalui proses editing menggunakan Adobe Lightroom, penulis memilih beberapa gambar terbaik untuk tahap selanjutnya. Foto-foto terpilih kemudian dimasukkan ke dalam aplikasi Figma untuk proses penyusunan layout visual. Pada tahap ini, penulis menambahkan elemen teks berupa judul atau nama model mobil yang difoto, guna memberikan informasi yang jelas kepada audiens. Dalam proses desain, penulis mengacu pada panduan resmi “*The Basics and Principles of the BMW Brand Design*” untuk memastikan bahwa hasil akhir tetap selaras dengan identitas visual dan standar branding BMW. Selain itu, penulis juga menambahkan logo BMW Astra Cilandak sebagai identitas dari perusahaan.

Setelah proses desain selesai, seluruh foto beserta hasil layout desain dimasukkan ke dalam folder Google Drive yang telah disiapkan oleh penulis berdasarkan tipe mobil. Hal ini bertujuan agar Business Consultant dan Branch Manager dapat dengan mudah mengakses file tersebut untuk keperluan publikasi pada akun Instagram resmi @bmwastracilandak maupun akun pribadi Business Consultant. Konten ini nantinya digunakan sebagai media promosi sekaligus sebagai sumber informasi yang akan disampaikan kepada pelanggan.

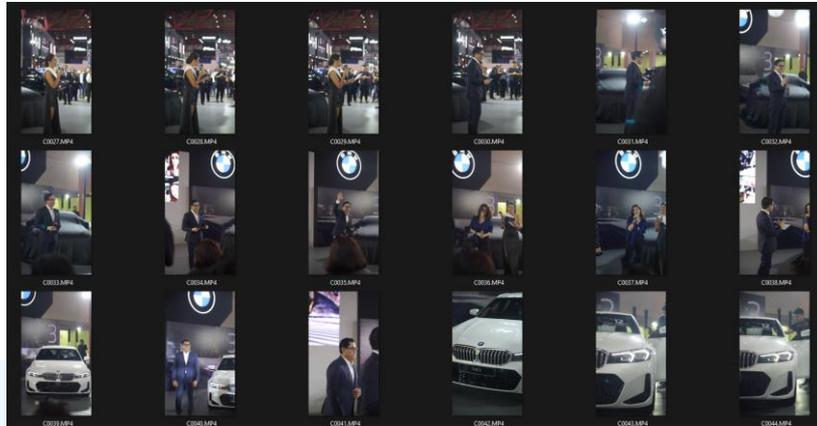
### **3.3.2.3 Video Dokumentasi IIMS 2025**

Dalam proyek ini, penulis memiliki peran signifikan, mulai dari proses pengambilan gambar hingga tahap penyuntingan video, dengan bimbingan langsung dari Supervisor. Pembuatan video ini menjadi prioritas karena urgensinya sebagai materi promosi untuk media sosial, khususnya akun Instagram @bmwastracilandak. Video tersebut bertujuan untuk dokumentasi berbagai aktivitas BMW selama IIMS 2025, mulai dari peluncuran model BMW terbaru di Indonesia hingga interaksi pengunjung di booth BMW Astra.

*Indonesia International Motor Show (IIMS)* ini sendiri merupakan salah satu pameran otomotif terbesar di Indonesia yang diselenggarakan setiap tahun. Event ini menjadi ajang bergengsi bagi berbagai merek otomotif, termasuk BMW, untuk memamerkan kendaraan terbaru, atau kendaraan unggulan lainnya kepada publik. IIMS tidak hanya menjadi tempat peluncuran produk-produk terbaru, tetapi juga sebagai sarana interaksi langsung antara produsen otomotif dan konsumen melalui berbagai kegiatan seperti test drive dimana pengunjung bisa mencoba secara langsung mobil yang sedang dipamerkan.

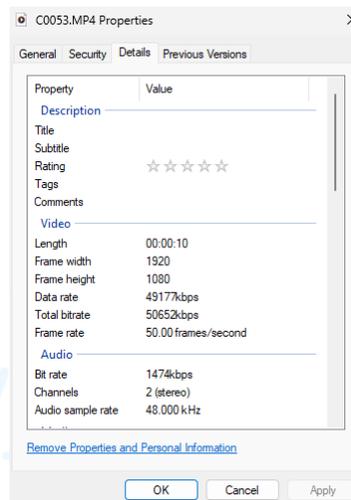
Penulis menerima penugasan langsung dari supervisor untuk mendokumentasikan rangkaian kegiatan BMW Astra dalam event IIMS 2025 yang diselenggarakan pada tanggal 13 hingga 23 Februari di JIExpo Kemayoran. Dalam proses pengambilan gambar, penulis menggunakan perangkat Sony A6000, lensa Sony 50mm f1.8, serta stabilizer gimbal

Zhiyun Weebill S untuk memperoleh hasil video yang optimal dan stabil selama proses shooting.



Gambar 3.32 Hasil Dokumentasi Video IIMS 2025

Berikut adalah dokumentasi yang dihasilkan penulis selama pelaksanaan IIMS 2025 yang mencakup berbagai kegiatan BMW Astra pada acara tersebut. Penulis merekam rangkaian kegiatan mulai dari sesi pembukaan acara, sambutan resmi, peluncuran model terbaru BMW 320i M Sport, seluruh unit kendaraan BMW yang dipamerkan, hingga interaksi para pengunjung saat mengunjungi booth BMW Astra.



Gambar 3.33 Data EXIF Video IIMS 2025

Adapun data EXIF dari hasil video dokumentasi IIMS 2025 menunjukkan bahwa penulis menggunakan rasio aspek 9:16 dengan resolusi 1080p. Format ini dipilih agar sesuai dengan kebutuhan publikasi

di media sosial, khususnya Instagram. Selain itu, penulis merekam dengan frame rate 50fps untuk memungkinkan penggunaan efek *slow motion* pada beberapa adegan tertentu.



Gambar 3.34 Workflow DaVinci Resolve Video IIMS 2025

Adapun data EXIF dari hasil video dokumentasi IIMS 2025 menunjukkan bahwa penulis menggunakan rasio aspek 9:16 dengan resolusi 1080p. Format ini dipilih agar sesuai dengan kebutuhan publikasi di media sosial, khususnya Instagram. Selain itu, penulis merekam dengan frame rate 50fps untuk memungkinkan penggunaan efek *slow motion* pada beberapa adegan tertentu.



Gambar 3.35 Pengumpulan Hasil Akhir Video IIMS 2025

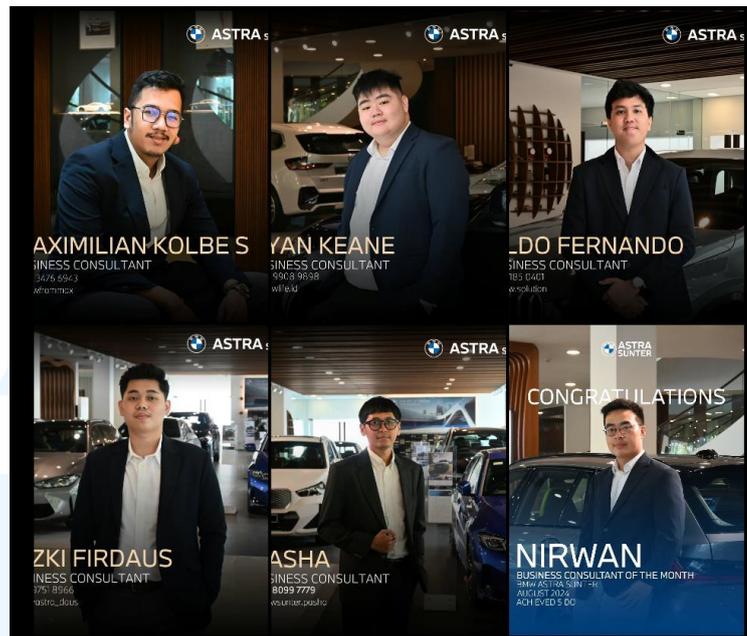
Setelah semua rekaman video terkumpul, penulis melanjutkan ke tahap *post production* yang dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak DaVinci Resolve. Proses editing mencakup penggabungan berbagai klip video serta penambahan musik latar guna meningkatkan suasana dan kualitas visual dari hasil akhir video.

Setelah proses editing video selesai, penulis mengunggah hasil akhir ke dalam folder Google Drive dan membagikannya kepada supervisor untuk permintaan revisi apabila diperlukan. Setelah video dinyatakan final, supervisor akan meneruskannya kepada Branch Manager BMW Astra Cilandak untuk kemudian dipublikasikan melalui akun Instagram resmi @bmwastracilandak.

#### **3.3.2.4 Feeds Instagram Foto Perkenalan Tim**

Selama masa magang di BMW Astra Cilandak, penulis diberi tugas oleh supervisor untuk mengerjakan proyek pembuatan konten Instagram feeds yang berisi perkenalan tim internal BMW Astra Cilandak. Proyek ini memiliki peran penting sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan untuk memperkenalkan struktur organisasi kepada pelanggan. Melalui konten ini, pelanggan dapat mengenal lebih dekat berbagai posisi penting dalam tim, mulai dari Branch Manager, Business Consultant, Sales Manager, Aftersales Manager, Customer Relation Officer, Product Genius, hingga Service Advisor. Tujuan dari proyek ini adalah untuk mempererat hubungan antara perusahaan dan pelanggan dengan menghadirkan wajah-wajah tim yang berkontribusi dalam pelayanan BMW Astra Cilandak.

Penulis bertanggung jawab dalam seluruh proses produksi konten tersebut, mulai dari pengambilan foto, pengeditan, hingga penyusunan desain visual yang mengikuti pedoman merek BMW. Setiap posisi penting ditampilkan secara informatif dan menarik sehingga memudahkan pelanggan dalam mengenali tim yang melayani mereka. Konten ini diunggah pada akun Instagram resmi @bmwastracilandak sebagai upaya perusahaan untuk memperkuat citra profesional dan pengenalan tim melalui media sosial. Dengan demikian, proyek ini menjadi salah satu langkah strategis dalam membangun kepercayaan dan komunikasi yang baik antara BMW Astra Cilandak dan pelanggannya.

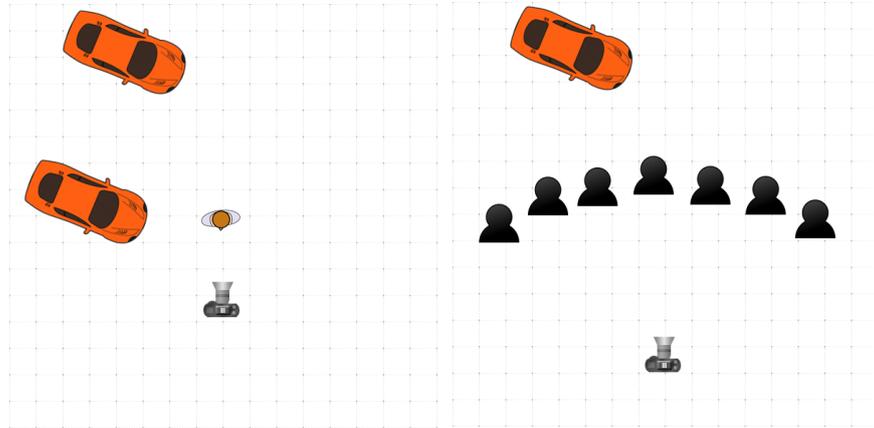


Gambar 3.36 Perkenalan Tim Instagram @bmwastrasunter

Sebagai bagian dari pelaksanaan proyek pembuatan konten perkenalan tim di BMW Astra Cilandak, penulis melakukan studi referensi dari akun Instagram @bmwastrasunter. Akun tersebut telah lebih dahulu mengembangkan konten serupa berupa perkenalan Business Consultant melalui format feeds di Instagram. Dalam konten tersebut, setiap Business Consultant diperkenalkan secara individual dalam satu postingan tersendiri, yang memuat informasi nama lengkap dan jabatan masing-masing secara rinci. Referensi ini menjadi sumber inspirasi penting bagi penulis dalam menyusun konsep konten yang sesuai dengan kebutuhan BMW Astra Cilandak.

Model penyajian perkenalan yang diterapkan oleh @bmwastrasunter dinilai efektif dalam menyampaikan informasi secara jelas dan terstruktur kepada audiens. Dengan memberikan ruang khusus untuk setiap individu dalam satu postingan, pelanggan dapat lebih mudah mengenali dan memahami peran masing-masing anggota tim. Penulis kemudian mengadaptasi konsep ini dengan menyesuaikan elemen desain dan gaya komunikasi agar selaras dengan identitas visual BMW Astra

Cilandak. Hal ini bertujuan agar konten yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki estetika yang menarik dan profesional.



Gambar 3.37 Diagram Pemotretan Foto Perkenalan Tim

Berikut merupakan diagram pemotretan yang digunakan dalam pembuatan konten foto perkenalan tim BMW Astra Cilandak. Dalam proses pemotretan, terdapat perbedaan pendekatan dalam pengambilan gambar berdasarkan struktur tim. *Branch Manager* dan *Aftersales Manager* difoto secara individu untuk memberikan penekanan terhadap peran strategis mereka dalam operasional cabang. Sementara itu, untuk tim lainnya seperti *Business Consultant*, *Customer Relation Officer*, *Product Genius*, dan *Service Advisor*, pengambilan gambar dilakukan secara berkelompok dalam satu *frame*. Komposisi ini bertujuan untuk menampilkan kekompakan dan kerja sama tim dalam mendukung layanan di BMW Astra Cilandak. Sebagai elemen pendukung, latar belakang pemotretan menggunakan unit mobil BMW yang dipajang di showroom.

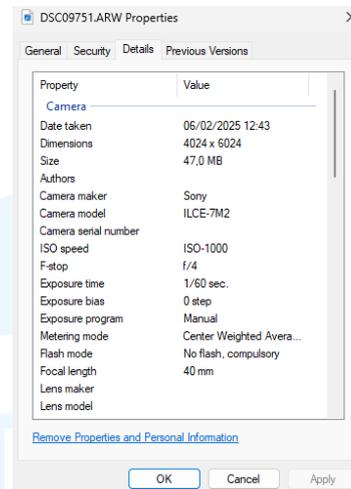
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.38 Hasil Gambar Foto Perkenalan Tim

Pengambilan gambar untuk proyek perkenalan tim di BMW Astra Cilandak dilaksanakan pada tanggal 6 Februari 2025 dengan durasi sesi pemotretan mulai pukul 11:00 hingga 14:00. Kegiatan ini dilakukan secara terjadwal dan terorganisir agar seluruh anggota tim dapat difoto dengan maksimal dalam waktu yang telah ditentukan. Selama proses pengambilan gambar, suasana kerja yang kondusif dijaga agar hasil foto dapat optimal dan setiap anggota tim merasa nyaman selama sesi pemotretan berlangsung.

Dalam proses pemotretan, penulis menggunakan kamera Sony A7II sebagai perangkat utama. Kamera ini dipilih karena kemampuannya dalam menghasilkan kualitas gambar yang tinggi serta fleksibilitas dalam pengaturan manual. Selain itu, penulis menggunakan dua jenis lensa yaitu lensa 50mm f/1.8 yang mampu menghasilkan efek depth of field yang baik dan memberikan fokus tajam pada objek utama dengan latar belakang yang blur. Sedangkan lensa Sony 24-70mm dipakai untuk mendapatkan sudut pengambilan gambar yang lebih variatif, memungkinkan penulis mengambil foto dari berbagai perspektif dan komposisi yang menarik.



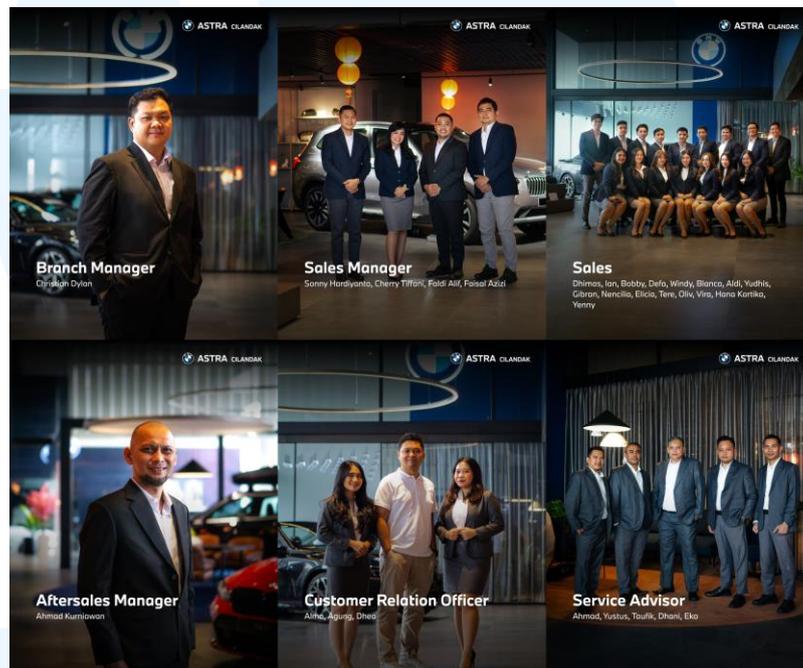
Gambar 3.39 Data EXIF Foto Perkenalan Tim

Berikut merupakan data EXIF dari proses pengambilan gambar perkenalan tim BMW Astra Cilandak. Seluruh foto diambil dalam format RAW untuk memastikan kualitas gambar yang optimal dan memberikan fleksibilitas maksimal saat proses pengeditan. Foto-foto tersebut menggunakan orientasi portrait untuk menyesuaikan dengan standar format Instagram feeds, agar hasil akhir tampak profesional dan sesuai dengan kebutuhan platform media sosial.



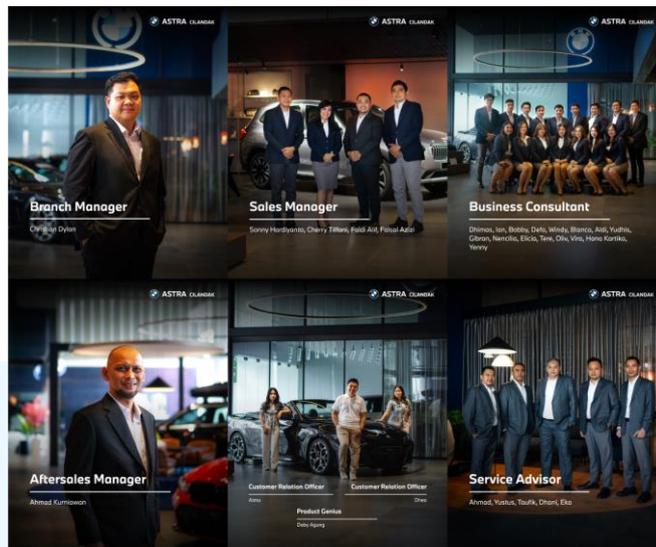
Gambar 3.40 Hasil Adobe Lightroom Foto Perkenalan Tim

Setelah proses pemotretan selesai, penulis melakukan seleksi terhadap hasil foto untuk memilih foto-foto terbaik yang akan dilanjutkan ke tahap pengeditan. Proses *editing* dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Lightroom yang dimulai dengan penyesuaian warna untuk menjaga konsistensi tone dan estetika, pengaturan pencahayaan agar setiap subjek terlihat jelas dan proporsional, serta peningkatan detail untuk menonjolkan kualitas visual dan ketajaman gambar.



Gambar 3.41 Hasil Desain Foto Perkenalan Tim

Setelah tahap pengeditan warna, pencahayaan, dan detail selesai dilakukan menggunakan Adobe Lightroom, proses selanjutnya adalah penambahan elemen teks dan logo BMW Astra Cilandak pada foto. Proses ini dilakukan melalui aplikasi Figma dengan menggunakan font resmi BMW, yaitu BMWTypeNext, agar sesuai dengan identitas visual merek. Teks yang ditambahkan mencantumkan nama dan jabatan masing-masing anggota tim, sehingga setiap menampilkan visual yang profesional dan juga informatif.



Gambar 3.42 Hasil Revisi Foto Perkenalan Tim

Setelah seluruh proses pengeditan diselesaikan, penulis menyerahkan hasil akhir kepada supervisor untuk dilakukan peninjauan dan permintaan revisi apabila diperlukan. Berdasarkan hasil evaluasi, penulis menerima beberapa masukan revisi, antara lain penambahan garis pemisah antara nama dan jabatan pada setiap elemen teks, penggantian foto Customer Relation Officer, serta penyesuaian jabatan dari 'Sales' menjadi 'Business Consultant' agar sesuai dengan struktur jabatan resmi di BMW Astra Cilandak. Setelah seluruh revisi diselesaikan sesuai arahan supervisor, penulis kemudian menyerahkan hasil akhir kepada Branch Manager BMW Astra Cilandak. Hasil tersebut selanjutnya dipublikasikan melalui akun resmi Instagram perusahaan, yaitu @bmwastracilandak.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di BMW Astra Cilandak, penulis memperoleh berbagai pengalaman serta pembelajaran yang bernilai, baik melalui bimbingan dari supervisor, interaksi dengan business consultant, maupun komunikasi langsung dengan pelanggan. Di samping itu, penulis juga menghadapi beberapa tantangan selama pelaksanaan magang. Meskipun demikian, setiap kendala yang muncul berhasil diatasi melalui pendekatan yang tepat. Berikut ini

adalah kendala yang dihadapi beserta solusi yang telah diterapkan selama masa magang berlangsung.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Selama menjalani kegiatan magang, penulis kerap mengalami kendala berupa miskomunikasi dalam proses koordinasi pengambilan video, khususnya dengan *business consultant* maupun *product genius*. Hal ini terjadi karena kurangnya kejelasan dalam menyampaikan jadwal dan rencana shooting, baik dari pihak penulis maupun rekan kerja yang bersangkutan. Akibatnya, penulis menghadapi kesulitan dalam menentukan waktu yang tepat untuk melakukan proses pengambilan gambar, mengingat padat nya jadwal aktivitas masing-masing pihak. Seringkali jadwal yang telah disepakati sebelumnya harus dibatalkan atau dijadwalkan ulang karena terjadi benturan dengan agenda lain, baik dari pihak penulis maupun pihak yang terlibat.

#### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan menyusun timeline kerja yang lebih terstruktur dan terarah. Penjadwalan ini sebaiknya dilakukan sejak awal dengan mempertimbangkan ketersediaan semua pihak yang terlibat, seperti *business consultant* maupun *product genius*. Selain itu, penulis perlu menjaga komunikasi secara konsisten dengan pihak terkait, baik melalui pesan tertulis maupun diskusi langsung, untuk memastikan setiap perubahan jadwal atau kebutuhan tambahan dapat segera diantisipasi. Dengan demikian, pengambilan gambar bisa berlangsung lebih lancar, terorganisir, dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.