

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

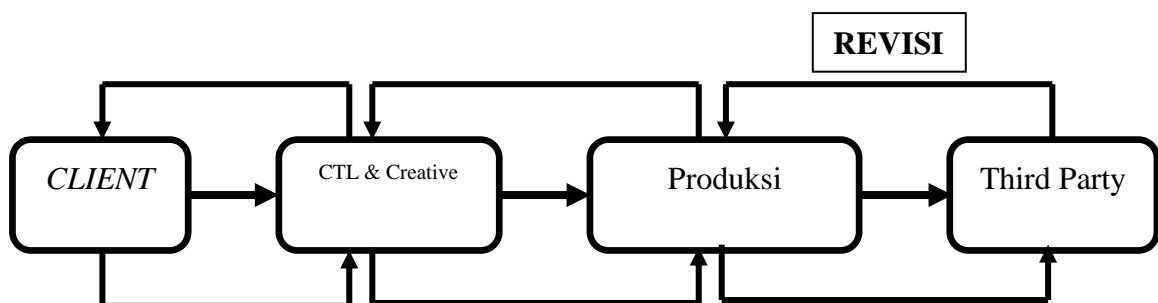
Bagian ini berisi mengenai keterangan/informasi posisi penulis dan bagaimana alur koordinasi penulis dengan pembimbing lapangan pada saat melakukan pengerjaan suatu proyek/pengerjaan.

##### 1. Kedudukan

Kedudukan penulis di perusahaan penulis diberikan kesempatan ke pada divisi produksi yang menjabat sebagai *Junior Producer*. Jabatan yang di percayakan kepada penulis menuntut untuk bekerja dengan efisien, tidak membuang waktu, harus sigap, dan diperlukan ketegasan serta kesabaran yang tinggi karena seringnya bertemu dengan *client*, *third party* seperti *vendor* maupun *production house*. Penulis berkordinasi langsung dengan Ibu Mala Komawaty selaku *senior producer* yang menjabat.

##### 2. Koordinasi

Bagian ini berisi penjelasan mengenai informasi alur kordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di perusahaan magang. Alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini:



Gambar 3.1. Struktur koordinasi saat dilapangan

Pada umumnya pihak *client* menghubungi CTL yang memegang masing-masing *brand* tersebut, CTL akan mendengarkan *brief* yang diinginkan oleh *brand team* dan didiskusikan secara bersama. Jika CTL sudah menerima *brief*nya kemudian dilemparkan kepada tim *Creative* untuk dilakukan pemuatan konsep lalu diserahkan kembali kepada *client*. Hal ini juga terdapat penjelasan lengkap mengenai tahap-tahap alur pada bagian pelaksanaan kerja magang.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut ini merupakan tabel tugas yang dilakukan oleh penulis selama praktik magang berlangsung.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	Rexona <i>Social Media Plan</i> , Wall's <i>Asian Games</i> "Eko", <i>follow up director from Production House</i> ,	Kegiatan yang dilakukan penulis seperti melakukan supervisi foto untuk keperluan <i>content social media plan</i> dengan <i>vendor</i> yang sudah terpilih dan melakukan <i>brief</i> bersama, selain itu memastikan produksi yang berjalan berjalan dengan lancar, seperti masalah perijinan dalam melakukan <i>photoshoot</i> dan koordinasi antara <i>brand client</i> yang akan datang ke lokasi <i>photoshoot</i> dan pengaturan <i>supply asset</i> yang dibutuhkan seperti <i>property</i> atau <i>handprop</i> atau <i>Mercandise</i> bersama dengan <i>client</i>
2	2	Sensitive <i>Expert by Pepsodent</i> , <i>Supervisi Kantor</i> .	Melakukan <i>follow up</i> bersama dengan <i>vendor</i> untuk keperluan <i>product photoshoot</i> , memastikan <i>budget</i> yang diberikan., memastikan <i>property</i> yang

			digunakan aman, dan membantu perijinan <i>vendor</i> .
3	3	Sunsilk TVC, Jingle Paddle Pop (Walls)	Memastikan hasil revisi telah sesuai dengan <i>safe area</i> yang dianjurkan peraturan pertelevisian bersama dengan <i>Content Team Leader</i> (CTL) yang berkoordinasi dengan Brand Team (BT). Sedangkan Kegiatan penulis untuk Jingle Paddle Pop adalah melakukan <i>follow up</i> bersama dengan <i>vendor post production/audio post</i> yang membuat jingle dan melakukan koordinasi antara tim kreatif dan <i>producer audio post</i> .
4	4	Pepsodent siwak NOOR, @tanyapepsodent <i>content social media</i> .	Membantu <i>senior producer</i> dalam produksi TVC Pepsodent, dan mengamati prosedur melakukan <i>shooting</i> sebagai <i>agency</i> . Selain mengamati tata cara melakukan <i>shooting</i> yang dilakukan <i>agency</i> dan <i>production house</i> penulis juga melakukan supervisi <i>content social media plan</i> untuk @tanyapepsodent.
5	5	<i>Recording Molto</i> dan <i>live report</i> AXExEVOS <i>conten media plan</i> .	Penulis sesuai dengan jobnya melakukan supervisi sebagai <i>junior producer</i> , dan jika diperlukan penulis membantu pengambilan gambar / video untuk kepentingan konten.
6	6	Video Internal Sahaja, <i>Live streaming x Lazada</i>	Membantu melakukan persiapan untuk <i>shooting</i> dan memastikan keperluan

		<i>promotion product / E-Commerce.</i>	untuk <i>shooting</i> maupun <i>live streaming</i> berjalan dengan lancar seperti produk yang dibutuhkan untuk promosi maupun <i>booking</i> tempat yang akan digunakan. Melakukan koordinasi dengan CTL, KOL ( <i>Key Opinion Leader</i> ) yang akan datang ke studio dan <i>client</i> yang akan datang dalam <i>live streaming</i> .
7	7	Royco Kaldu Jamur, <i>scouting vendor untuk photoshoot.</i>	Membantu <i>Producer</i> dan mencatat semua kepentingan seperti <i>talent</i> yang dipilih dan baju yang sudah cocok dan dipilih oleh <i>brand team</i> . Mengingat kebutuhan yang diperlukan selama di <i>shooting</i> dan mencari <i>vendor</i> untuk keperluan <i>brand photoshoot</i> lainnya.
8	8	Rexona <i>photoshoot content media</i>	Melakukan supervisi <i>photoshoot</i> dan meminta perijinan untuk melakukan kegiatan <i>photoshoot</i> di studio. Kordinasi dengan <i>vendor</i> , konsumsi dan yang lainnya.
9	9	Rexona x Chelsea Islan, Molto x Vanesha Prescilla	Mengecek keperluan untuk <i>photoshoot</i> , berkoordinasi dengan <i>brand team</i> atau IDN yang secara langsung berkontak dengan management artis yang bersangkutan, memastikan semua berjalan dengan lancara, waktu yang tetapkan tidak saling bertabrakan dan selalu memberikan <i>brief</i> singkat yang akan di foto seperti apa.

10	10	Pepsodent WOHD ( <i>World Oral Health Day</i> )	<i>Event</i> tahunan mengenai kegiatan kampanye mengenai sikat gigi malam yang diselenggarakan bersama pepsodent,
11	11	Lifebuoy Pencegahan Covid-19. Pepsodent Event PDEC ( <i>Pepsodent Dental Expert Clinic</i> ) @gandaria_city. Close Up new campaign #SpeakUpforLove. Online Present Royco.	kegiatan penulis di minggu ini termasuk berkoordinasi dengan dokter yang akan datang ke event tersebut serta mencari <i>vendor</i> foto, <i>editor</i> , dan videografer untuk keperluan dokumentasi <i>event</i> tersebut. Tentunya kegiatan ini tidak lepas dengan perijinan, kordinasi berbagai pihak dan lainnya.
12	12	Walls.	<i>Follow up vendor</i> untuk <i>photoshoot</i> , <i>briefing with vendor</i> , <i>budget plan</i> , <i>timeline photo</i> , dan <i>deadline DI RAW</i>
13	13	PRM all brand BPC Festive (Konten Puasa semua brand unilever) & Pepsodent WOHD.	<i>Scouting editor</i> for BPC Festive, <i>briefing</i> dengan creative team, memberikan aset, menengahi antara <i>creative</i> dengan <i>editor</i> mengurus berbagai hal bersangkutan dengan hall, meminta <i>approval</i> kepada <i>client</i> dan pihak lainnya.

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang penulis dimulai dari absen pagi yang biasa dilakukan pukul 09.00 pagi dan di akhir pada pukul 18.00 malam. Setiap hari rata-rata penulis melakukan pekerjaan 8 jam sehari. Jika terjadi deadline atau pekerjaan yang sangat dibutuhkan penulis bisa standby dikantor sampai pukul 20.00-22.00 tapi sangat

jarang terjadi itupun terjadi jika ada live event atau campaign baru ato perilisan suatu produk yang akan diluncurkan.

Awal suatu terjadinya proyek ketika *Brand Team* berhubungan langsung dengan divisi *Content Team Leader* atau sering disebut “CTL”. Divisi ini merupakan divisi penting yang menggerakkan semua koordinasi semua divisi, setelah CTL menerima *briefing* dari *client* mereka konsultasikan dengan divisi *creative*. Jika dari tim *creative* sudah memutuskan konsep seperti apa yang akan di eksekusi untuk brand tersebut dan *client* menyukai konsep. CTL akan berkonsultasi kepada divisi produksi mengenai *budget* yang bisa dikeluarkan *brand*, jika sudah *deal* dengan harga yang diberikan kemudian dari pihak *agency* bisa mengerjakan produksi dengan tim sendiri atau jika tidak memungkinkan atau terlalu padat di *studio/agency* maka *agency* akan meminta tim produksi mencarikan *third party* untuk mengeksekusi konsep yang telah di setuju. Secara umum gambaran kasarnya seperti ini kordinasi yang terjadi di studio. Setelah *briefing* diterima oleh tim produksi, kemudian mencari, dan *hiring vendor* tersebut. tim produksi bisa melakukan *briefing* bersama dengan tim kreatif yang bertugas. Jika sudah semua setuju dan aman maka barulah bisa masuk ke tahap produksi. Produksi selesai data-data akan di *backup* oleh *team*. Berikut adalah gambaran singkat yang dapat diberikan. Waktu kerja yang diberikan di Unilever Studio dimulai pada jam 9 pagi – jam 6 sore dan istirahat seperti pada umumnya diberikan 1 jam istirahat di jam makan siang. Unilever Studio sendiri mengikuti aturan-aturan yang diberikan oleh aturan Unilever. Karyawannya sendiri diwajibkan menggunakan pakaian yang rapih dan yang penting sopan kecuali ketika ada event-event tertentu karyawannya diwajibkan berpakaian formal seperti *launching product, campaign event brand unilever* atau meeting dengan client global.

Selain peraturan-peraturan yang harus dipatuhi, untuk proses perijinan lokasi tentunya juga memiliki prosedur sendiri. Penulis melakukan beberapa step untuk memakai area yang berada di Unilever bila ingin digunakan untuk lokasi *shooting / photoshoot*. Berikut adalah cara meminta perijinan untuk melakukan photoshoot, shooting maupun apapun yang berhubungan di area sekitar yang memerlukan ijin, langkah yang harus dilakukan adalah meminta ijin kepada;

1. *Building management* (JLL)
2. *Facility manager* (Sodexo)
3. *Engineering*
4. *Safety ULI*
5. *WPS manager*

segala macam perijinan harus melalui ke 5 bagian ini. Jika salah satunya tidak ada maka perijinan tersebut tidak akan *valid*.

### **3.3.1. Proses Pelaksanaan**

#### **A. *Project Rexona for girl x Chelsea Islan***

1. CTL menerima *brief* dari *client*.

Ditahap ini biasa *client* menjelaskan bagaimana keinginan *client / brand team* tersebut, pertama-tama biasanya brand team melakukan panggilan atau mengirim pesan untuk melakukan briefing. Setelah itu CTL biasa menghampiri atau melakukan *brief* melalui video conference dan terkadang jika sudah telalu dekat dengan deadline bisa melalui telepon.

2. CTL melakukan *brief* kepada *Team Creative* yang dimilikinya.

Disini CTL duduk bersama dengan tim untuk berdiskusi mengenai konsep yang diberikan, kemudian di implementasikan ke *storyboard* atau *board kasar / storyline* dan *makeup* yang dibuat *team creative* yang nantinya akan diberikan kembali kepada *brand team*. Jika brand menyetujui maka proses bisa berlanjut ketahap berikutnya jika tidak konsep tersebut akan di garap ulang oleh team creative sampai *brand* menyetujui.



Gambar 3.1. BTS proses briefing  
(dokumentasi pribadi)

3. CTL meminta bantuan tim produksi untuk mencari *vendor*  
CTL menuju tim produksi untuk meminta untuk melakukan produksi yang telah disetujui oleh *admin* dan memberikan *brief* yang sudah di sepakati.
4. *Producer* mencarikan *vendor* sesuai *budget* yang di setuju untuk produksi.
5. *Producer* melampirkan beberapa calon *third party* yang sudah diseleksi lalu meminta *approval* kepada *creative* dan *client*.
6. *Producer* melakukan perjanjian dengan *third party* yang terpilih dan melakukan *brief* bersama dengan *vendor* yang diikuti juga oleh beberapa team *creative*.
7. *Vendor* terpilih melakukan eksekusi dan di dampingi oleh rekan *agency* yang terlibat. (pencarian lokasi, *property*, konsumsi, transportasi dan kebutuhan lainnya).
8. *Producer* melakukan kordinasi dengan tim KOL, brand team yang terlibat.



9. *The Day of photoshoot*, memastikan *shooting* berjalan dengan lancar.



Gambar 3.2. *BTS proses photoshoot*  
(dokumentasi pribadi)

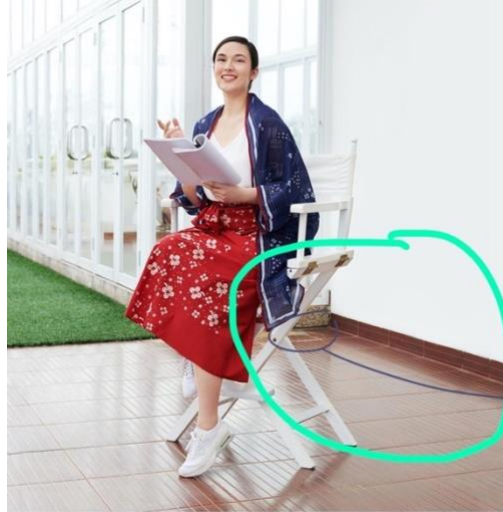
10. *Wrap*, mengumpulkan *bon*, pengeluaran, dan *backup data*.

11. Penulis menunggu hasil *DI* dari *Photographer*.

12. Penulis mencari *vendor* untuk *DI Artist*

Disini *senior producer* sudah langsung mencari *DI artist* dan sudah *deal* harga. Penulis hanya *follow up* antara *DI artist* dengan *Creative*

*Before*



*After*



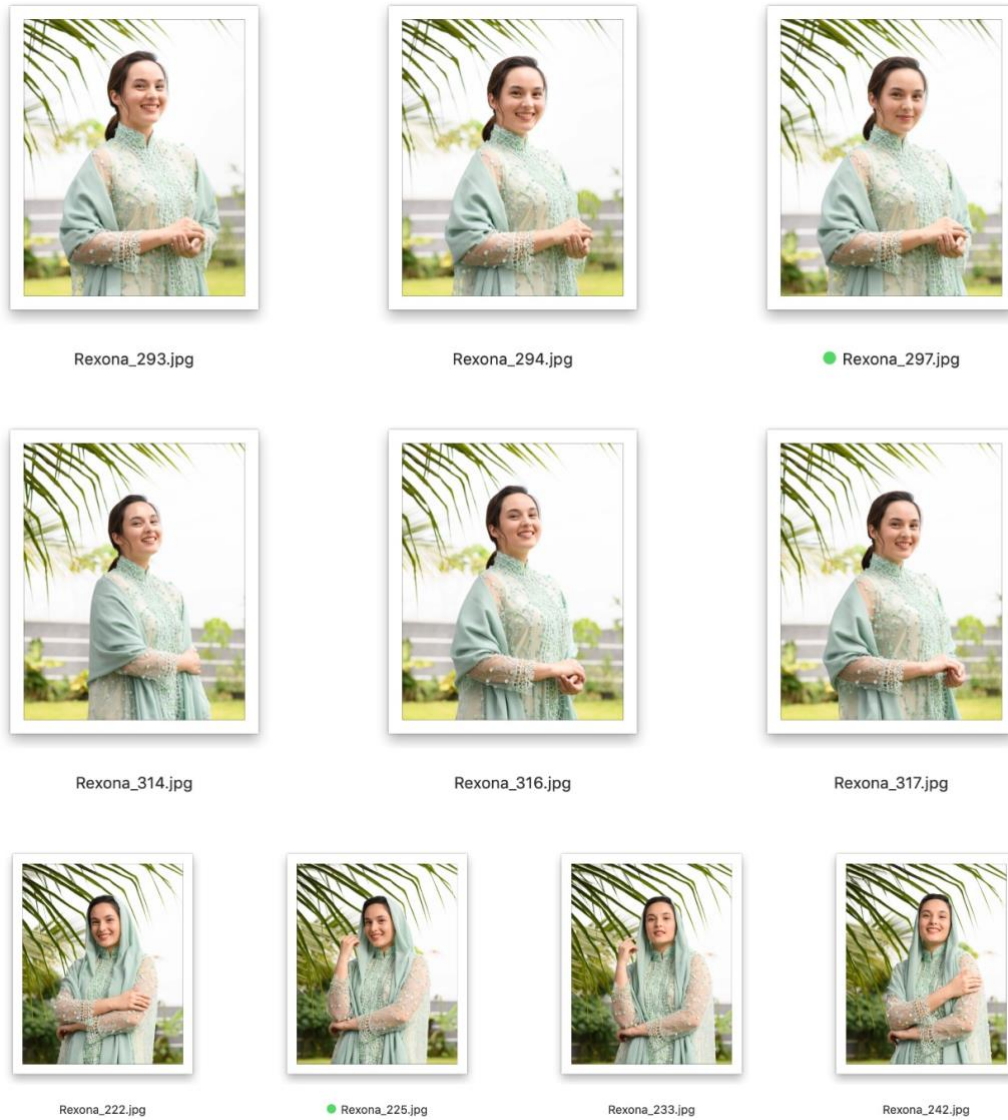
Gambar 3.3. *before and after* DI artist  
(dokumentasi pribadi)

### 13. *Closing budget.*

Penulis melakukan pengecekan ulang terhadap pengeluaran yang terjadi pada hari itu.

#### 14. Followup *DI artist*

Melakukan *followup* kepada *DI artist* dan pengecekan aset antara *DI artist* dengan *creative*.



Gambar 3.4. Proses seleksi gambar  
(dokumentasi pribadi)

#### 15. Posting hasil foto akan dilakukan oleh *Social Media Team*,

Hasil yang telah dipilih jika foto tersebut memiliki perjanjian kerjasama/kontrak bersama *Key Opinion Leader (KOL)* ini akan dimintakan ijin kepada *KOL* tersebut apakah layak untuk

dipublikasikan. Jika sekiranya tidak, akan dilakukan revisi sampai tahap KOL mengizinkan. Jika sudah aman baru sampai ke tahap akhir yaitu *posting* hasil jadi ke *media social*



Gambar 3.5. Hasil jadi / hasil postingan  
(dokumentasi pribadi)

## B. Project Content Media Plan. (Photoshoot Product, Live Steaming Promotion Product,

1. Menunggu *brief* dari *client* / CTL
2. Menerima *brief plan*,
3. Mencari *vendor* untuk setiap masing-masing plan

Penulis disini melakukan pencarian *vendor* dengan masing-masing kebutuhan seperti *live event*, *live streaming*, *photo product* dan yang lainnya. Selain melakukan *scouting* ke beberapa *vendor* dan meminta portofolio serta *quotation*. penulis juga melakukan konsultasi dengan beberapa divisi *creative* yang memegang *event* tersebut. Masing-masing

divisi akan memilih *vendor* mana yang cocok dengan pengerjaan tersebut.

4. Mempersiapkan perijinan lokasi
5. Menyetujui *timeline*/membuat *timeline* dengan *vendor*.

*Vendor* bersama penulis duduk bersama atau melakukan telefon conference bersama untuk memastikan *timeline* tidak saling bertabrakan satu dengan yang lainnya.

6. Supervisi lapangan

Memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan foto dan video lancar



Gambar 3.6. *BTS new campaign* Rexona gerak “HeForSheRUN2020”  
(dokumentasi pribadi)



Gambar 3.7. *Launching new product* Pepsodent Siwak  
(dokumentasi pribadi)





Gambar 3.8. *BTS Live Event* melepas rindu bersama MoltoVanessa  
(dokumentasi pribadi)



Gambar 3.9. *BTS product photoshoot* for @tanyapepsodent  
(dokumentasi pribadi)



Gambar 3.10. *Campaign World Oral Health Day*  
(dokumentasi pribadi)



Gambar 3.11. *BTS new campaign #SpeakUpForLove Closeup*  
(dokumentasi pribadi)



Gambar 3.12. *BTS live streaming Unilever product*  
(dokumentasi pribadi)

7. *Backup data-data*

Data-data hasil foto video dan render akan di *backup* oleh penulis lalu disimpan ke *hardisk* produksi.

8. Melakukan pemilihan bersama dengan *Creative Team*

Tahap ini foto-foto atau hasil-hasil dokumentasi akan dipilih dan diseleksi, dari hasil seleksi ini akan dilanjutkan kepada *client* untuk memilih foto-foto yang dirasa bagus dan pengecekan *product*. setelah dilakukan pemilihan akan dilempar ke divisi *editing* yang akan memoles semua hasil tersebut.



9. *Posting* hasil foto akan dilakukan oleh *Social Media Team*,  
Proses ini hamper sama dengan proses yang dilakukan di *project*  
pertama yang dibahas pada poin ke 15.



Gambar 3.13. Hasil *post* untuk close up  
(dokumentasi pribadi)



Gambar 3.14. Hasil Postingan @tanyapepsodent  
(dokumentasi pribadi)

### C. Project Royco TVC Kaldu Jamur .

1. Melakukan pencarian *vendor* oleh *senior producer* dan melakukan negosiasi anggaran dana.
2. *Job approval* dan *initial brief*
3. Memilih waktu *present* dengan *agency* dan *client*



Gambar 3.15. Contoh *timeline* produksi (dokumentasi pribadi)

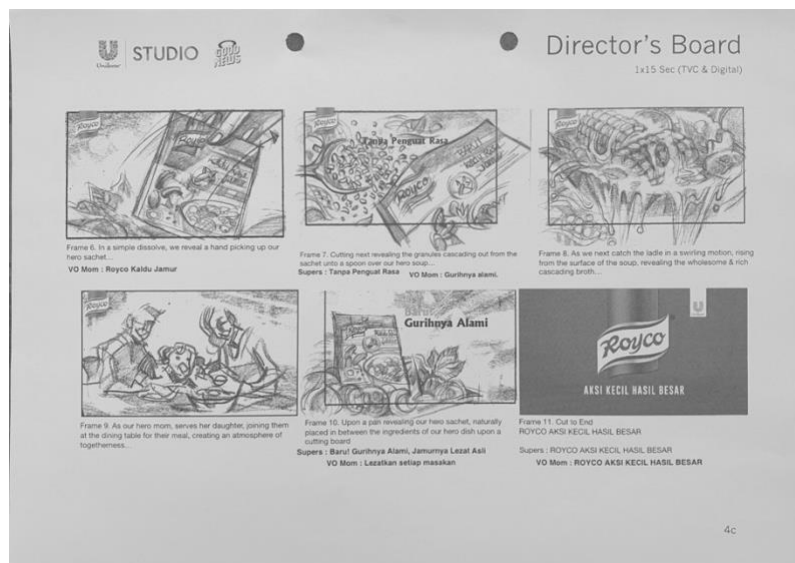
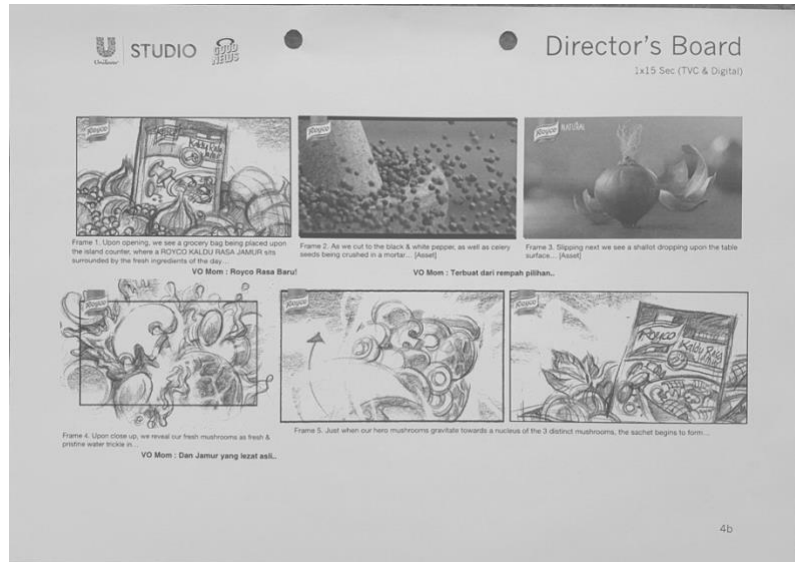
4. PH mempersiapkan 1st PPM ;

Penulis melakukan pencatatan bagian-bagian yang telah *approved* oleh *client* dan telah disepakati oleh semua pihak.

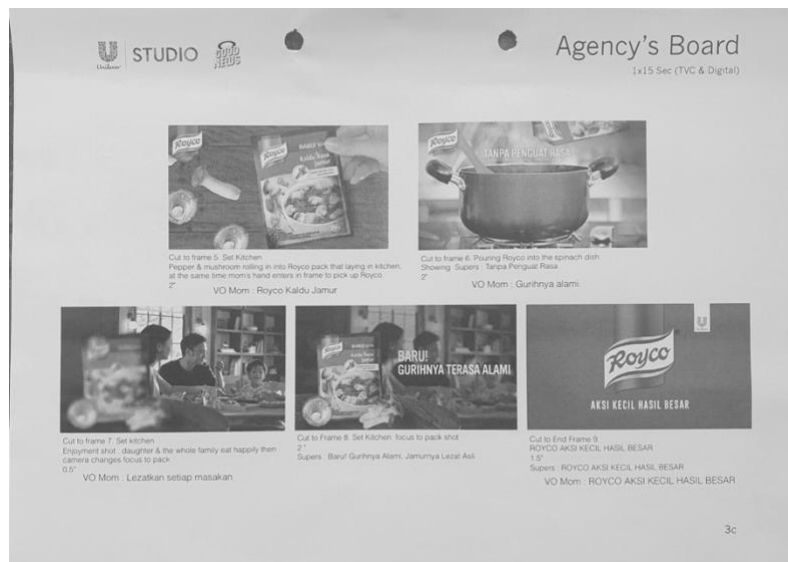
a. *Director's Refrence & Agency Board*

Berikut ada beberapa contoh *director's board* dengan *agency board* sebagai perbandingan ide yang akan dituangkan menurut

tim kreatif dan di implementasikan oleh *Director* dalam *story board* miliknya.



Gambar 3.16. *Director's board*  
(dokumentasi pribadi)



Gambar 3.17. Agency board  
(dokumentasi pribadi)

- b. Art Direction
- c. Wardrobe
- d. Refrence talent, location and others.

Dalam tahap ini semua refrence sebenarnya sudah diperlihatkan semua di presentasi yang diberikan secara gambaran umum sama seperti apa yang penulis pelajari di UMN.

STUDIO   Talent List  
1x15 Sec (TVC & Digital)

Mom

No	Name	Age	Height	Weight	Exp
1	Julle	27 yrs	166 cm	50 kg	Dancow
2	Agnes	29 yrs	178 cm	56 kg	Pantene
3	Liv	24 yrs	162 cm	49 kg	KIT

Dad

No	Name	Age	Height	Weight	Exp
1	Bryalle	29 yrs	175 cm	65 kg	The Gelas
2	Akbar	29 yrs	175 cm	70 kg	Ikea ,Milkuat
3	Ardi	28 yrs	170 cm	65 kg	Grab

Boy

No	Name	Age	Height	Weight	Exp
1	Jordan	6 yrs	110 cm	17 kg	Kraft ,Lifebuoy ,bimoli
2	Bara	6 yrs	116 cm	21 kg	Attack ,Ramayana

Girl

No	Name	Age	Height	Weight	Exp
1	Keiko	6 yrs	114 cm	19 kg	2Kelinci

6

Gambar 3.18. Talent list  
(dokumentasi pribadi)



Gambar 3.19. Meeting Agenda 1st PPM.  
(dokumentasi pribadi)

### 5. *Final PPM*

Dalam ruangan ini melakukan presentasi mengenai hasil revisi dari *1st PPM* yang lalu, dan melakukan persetujuan dan mengecek semua hal mengenai pengambilan gambar, *talent*, *wardrobe*, *property* dan yang lain. Misalnya ketika pemilihan *talent*/ penggantian *talent* yang tadinya *talent* ayah yang terlalu kaku lalu kemudian dicarikan penggantinya yang lebih memiliki kharisma seorang ayah. Masalah panci, mangkok dan penempatan lauk juga dibahas kemudian apa saja lauk yang dipilih seperti tempe, ikan, bayam atau jamur juga diberikan pilihan.



Gambar 3.20. *BTS* rapat *final PPM*  
(dokumentasi pribadi)



6. *Shooting Day*



Gambar 3.21. *BTS shooting TVC Royco*





Gambar 3.22. *BTS shooting TVC Royco*  
(dokumentasi pribadi)

7. *Offline edit dan Offline present*
8. *Online edit dan Online present*
9. *Online back up (music finalized, audio mix dan audio restripe)*
10. *Upload to IMD Cloud (The World's Smartest Ad Delivery Service)*

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

Kendala yang terjadi ketika penulis melakukan paraktek kerja magang di *Unilever Studio (OLIVER Agency)* jika menurut penulis karena awamnya penulis didunia periklanan banyak sekali lapisan-lapisan yang harus di mintai ijin dan penulis dilarang untuk ikut campur di setiap layernya sudah ada masing-masing tugas yang diberikan, sehingga untuk melakukan *approval* dengan suatu brand harus melewati

otoritas-otoritas lainnya. Oleh karenanya penulis sedikit kesusahan jika harus berhadapan dengan *brand team* atau bagaimana berkoordinasi dengan baik dengan divisi yang benar. Jika penulis melihat keseharian:

1. Banyak *team* yang saling kejar mengejar *deadline* dengan *creative* yang sama, terkadang ada bentrok dan memundurkan jadwal yang lainnya salah satu penyebabnya karena faktor keterlambatan *brief* diawal atau ada penerimaan proyek yang mendadak harus dikerjakan. Proyek yang mendadak seperti ini terkadang membuat jadwal semula yang tadinya sesuai *schedule* menjadi bertabrakan dengan proyek yang lainnya.
2. Selain itu penyebab lainnya akibat kurangnya personil dalam divisi *content team leader* yang mengemban banyak tugas dan berhadapan dengan *client* yang menjelaskan *new brief* untuk proyek selanjutnya, namun ada beberapa hal terlupakan seperti *miss deadline* karena banyaknya tugas yang diemban, mengerjakan proyek yang lain dan yang project baru/ lama tertahan beberapa jam.

Sistem kerja seperti ini yang memiliki beberapa poin *plus* dan *negative*, hampir semua sistem memiliki kelemahan dan kekurangan. Kekurang dalam sistem seperti ini bila terjadi hal sepele seperti yang terjadi pada penulis maka berakibat seperti penundaan/pengunduran proyek yang dikerjakan, selain itu mungkin jika salah satu ada orang di antara lapisan entah diantara *client* ataupun pihak *agency* dan *third party* slow respon semuanya juga akan berdampak sehingga akan terjadi perlambatan kerja.

Kendala dalam pekerjaan ketika dihadapkan dengan KOL yang cukup merepotkan, meskipun tidak semua KOL (*Key Opinion Leader*) merepotkan. Semua masalah yang terjadi di lokasi bisa terjadi karena penyebab yang lainnya contohnya karena faktor kelelahan badan kurang fit, *bad mood/ moodie*, *stress*, dan faktor lainnya. Penulis sendiri pernah menghadapi KOL yang sedang dalam kondisi terbaiknya, salah satunya mungkin akibat faktor kelelahan. Ketika tiba dilokasi *shooting talent* atau KOL marah-marah karena terlalu pagi *shooting*-nya dan lokasi untuk *shooting*-nya terlalu jauh.

### 3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Penulis melakukan adaptasi dengan divisi yang lain menanyakan beberapa hal mengenai ritme yang terjadi per-divisi. Selain itu juga penulis juga mengikuti intruksi-intruksi yang telah diberikan kepada penulis oleh pembimbing lapangan terutama Ibu Mala Komawati selaku *Senior Producer* di Unilever Studio. Melalui tahap-tahap ini penulis dijelaskan dengan terperinci, walaupun ada beberapa bahasa yang terdengar masih awam dan kurang pengalaman akan tetapi dari hari kesehari mulai bisa mengerti apa yang dibicarakan di dunia *agency*. Faktor utama penulis mengalami kesulitan adalah karena kurangnya pengalaman disirkus ini, oleh karenanya untuk bisa beradaptasi dan bisa terbiasa dengan sirkus ini dibutuhkan pengalaman yang banyak. Seiring waktu yang berjalan pengalaman yang didapatkan penulis juga bertambah dan mulai bisa mengikuti arus yang ada.

Kembali ke topik permasalahan atas kendala-kendala yang terjadi pada saat praktik kerja magang di Unilever solusinya sebagai bisa berupa berikut ini;

1. Permasalahan dengan sistem yang berlapis-lapis ini solusi terbaik adalah berkonsultasi dengan pimpinan dan mengikut arahan dari pimpinan berupa mengikuti peraturan yang sudah diterapkan dari atas. Jika ada permasalahan bisa di selesaikan bersama dengan situasi yang mendukung dan kondusif.
2. Jika permasalahan yang dihadapi dengan KOL yang sedikit, penulis bersama *senior producer* bertukar pikiran dan menanyakan langsung kepada manager atau pihak yang berhubungan langsung dengan KOL akan tetapi yang terutama adalah menenangkan KOL agar situasi kembali dengan *mood* yang baik. Selain itu memenuhi kebutuhan KOL biasanya bisa lebih membuat situasi *shooting* menjadi lebih tenang. Cara untuk menjaga agar tetap disituasi kondusif dengan *mood* yang baik tentunya memastikan semua kebutuhan mulai dari yang terkecil seperti *timeline*, konsumsi berupa makanan minuman serta snack yang harus selalu ada dalam *shooting*. Jangan sampai ada keterlambatan dalam kebutuhan yang dibutuhkan oleh kru lapangan, client, dan KOL.