



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

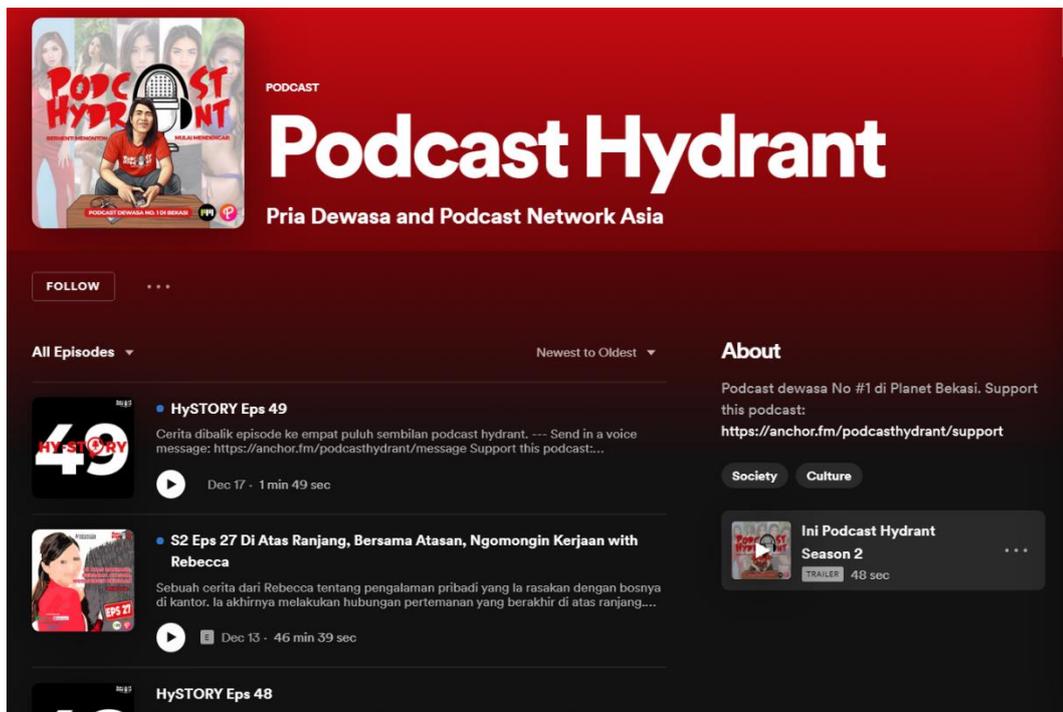
Selama menjalani program magang di PT Podkes Narasi Asia sebagai Associate Producer, tugas yang biasa penulis lakukan adalah membantu pekerjaan – pekerjaan produser di PT Podkes Narasi Asia seperti mengedit Podcast dari tiap client, membantu menyinkronkan *track audio*, menambahkan efek, menyelesaikan masalah – masalah teknis, melakukan rekaman di dalam aplikasi meeting seperti Zoom, mengecek kualitas tiap audio. Selain itu penulis juga bertanggung jawab atas seluruh *client* podcast dimulai dari praproduksi hingga pascaproduksi yang ditugaskan oleh kepala produser penulis.

Di sini penulis menggunakan aplikasi Whatsapp dan Slack untuk melakukan komunikasi dengan seluruh tim di PT Podkes Narasi Asia. Dalam menjalani tugas ini, penulis mengoordinasikan client beserta tim untuk bisa saling bekerja sama melalui aplikasi tersebut supaya tidak ada miskomunikasi, sesuai dengan rencana, dan outputnya juga baik. Jadi kepala produser memercayai penulis untuk bisa bertanggung jawab pada client – client berikut ini:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1. **Podcast Hydrant** adalah podcast yang berdomisili di Bekasi. Podcast ini merupakan obrolan dewasa (21+) yang dibawakan dengan ringan dan diunggah pada setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat, pukul 16.00.

Gambar 3.4 Podcast Hydrant



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

U M N

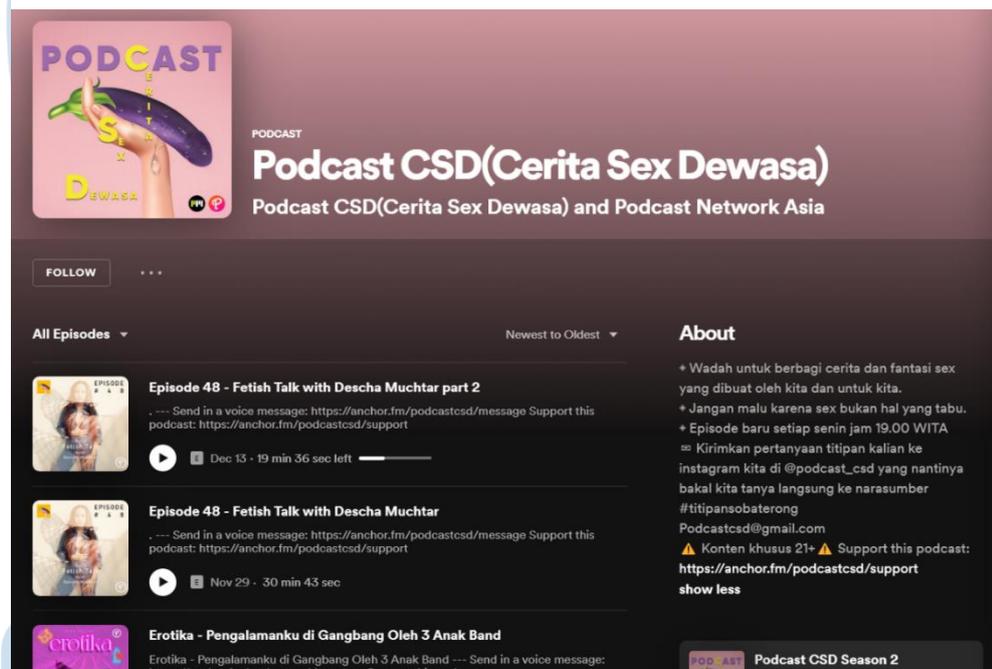
U N I V E R S I T A S

M U L T I M E D I A

N U S A N T A R A

2. **Podcast Cerita Sex Dewasa** merupakan podcast komedi sekaligus wadah bagi sobat terong (nama pendengarnya) untuk berbagi cerita dan fantasi sex dengan pembawaan ringan dan segar. Podcast ini diunggah setiap hari Senin, jam 18.00.

Gambar 3.5 Podcast Cerita Sex Dewasa

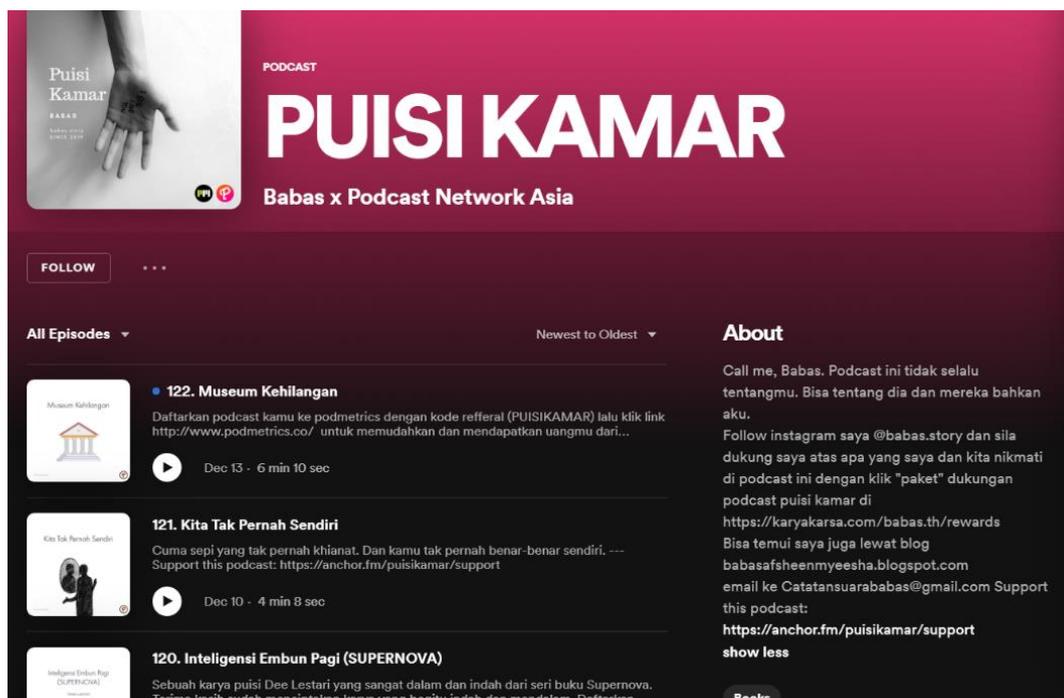


(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3. **Podcast Puisi Kamar** merupakan podcast berisi kumpulan puisi yang dibawakan oleh satu host. Di sini para pendengar disajikan dengan puisi dengan konten yang beragam seperti percintaan, kekeluargaan, diri sendiri, dan masih banyak lagi. Podcast ini diunggah setiap hari Senin dan Jumat, jam 20.00.

Gambar 3.6 Podcast Puisi Kamar

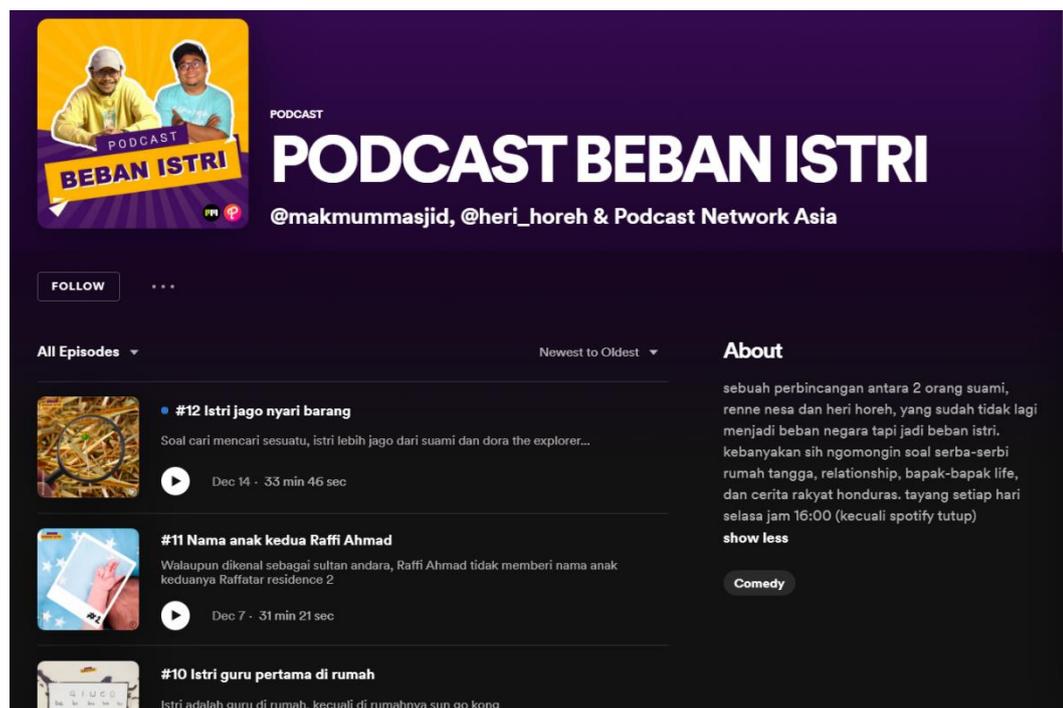


(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

- Podcast Beban Istri merupakan podcast yang dibawakan oleh dua host bernama Heri Hore dan Renne Nesa (pelawak Indonesia) dimana mereka membicarakan tentang permasalahan rumah tangga maupun kehidupan bapak – bapak dengan pembawaan yang menghibur. Podcast ini diunggah setiap hari Selasa, jam 16.00.

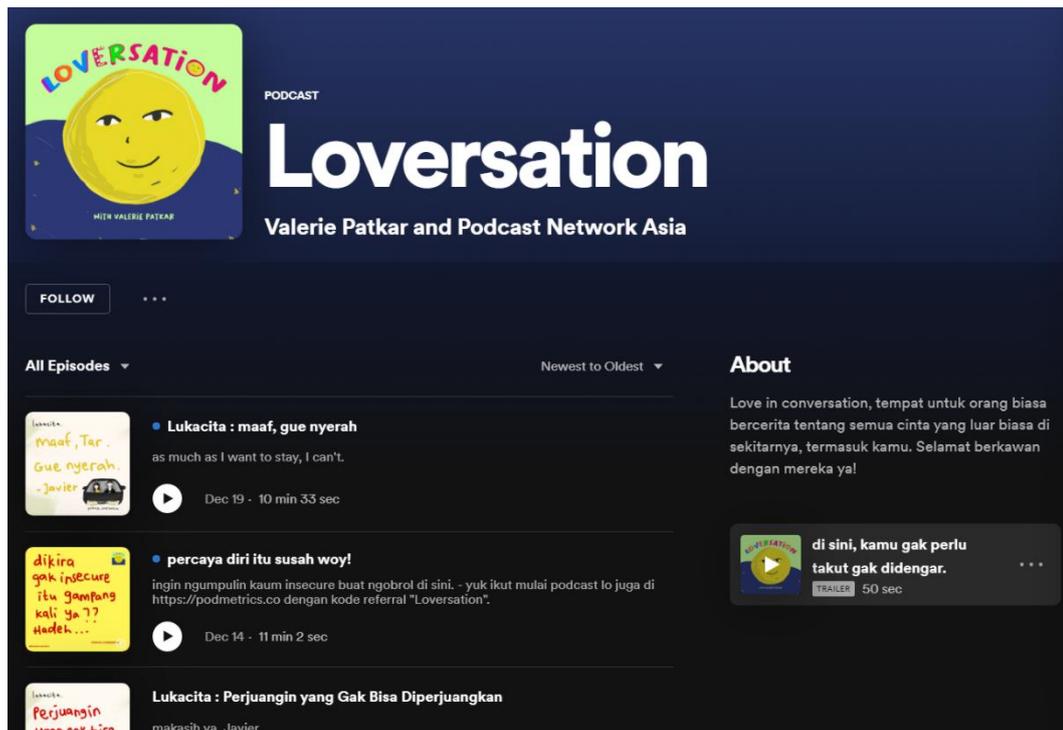
Gambar 3.7 Podcast Beban Istri



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

5. **Podcast Loversation** adalah podcast yang kontennya berisi tentang percintaan, kehidupan, serta masalah yang dialami banyak orang seperti insecure, sakit hati, dan kebahagiaan individu. Podcast ini diunggah setiap hari Selasa dan Sabtu, jam 20.00.

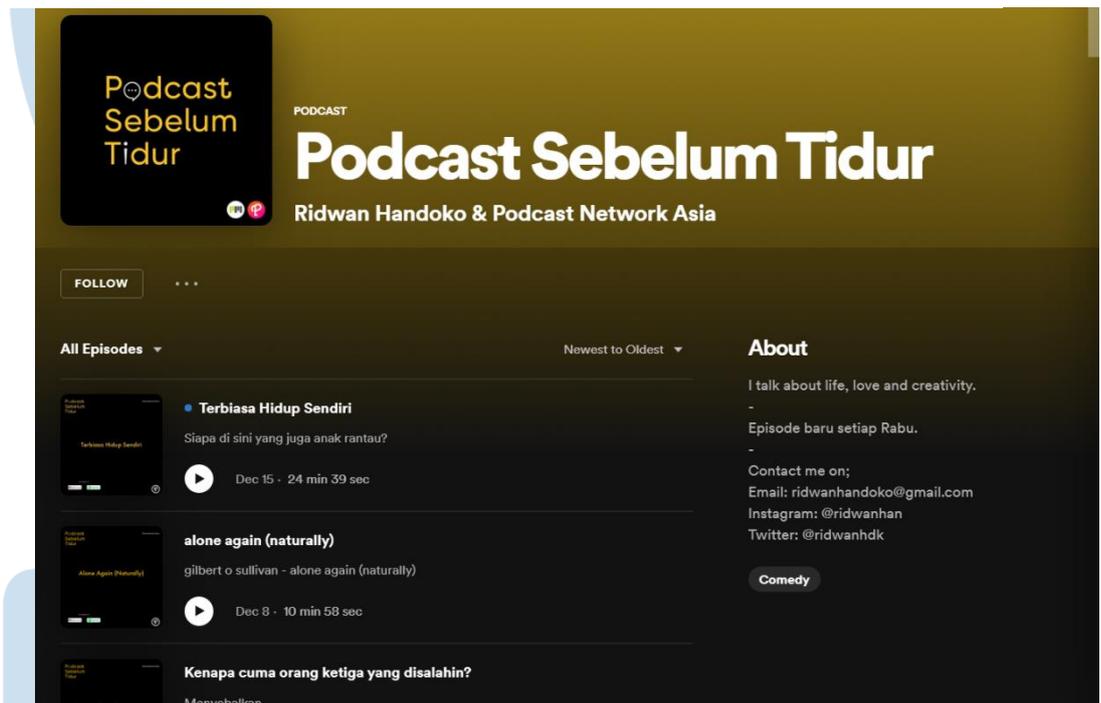
Gambar 3.8 Podcast Loversation



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

6. **Podcast Sebelum Tidur** merupakan podcast yang berisi permasalahan hidup, cerita lucu, ringan, dan masih banyak lagi. Sesuai dengan namanya, podcast ini sangat ringan untuk didengar karena pembawaan host serta lagu jazz yang cocok bagi podcast ini. Podcast ini diunggah setiap hari Rabu, jam 19.00.

Gambar 3.9 Podcast Sebelum Tidur

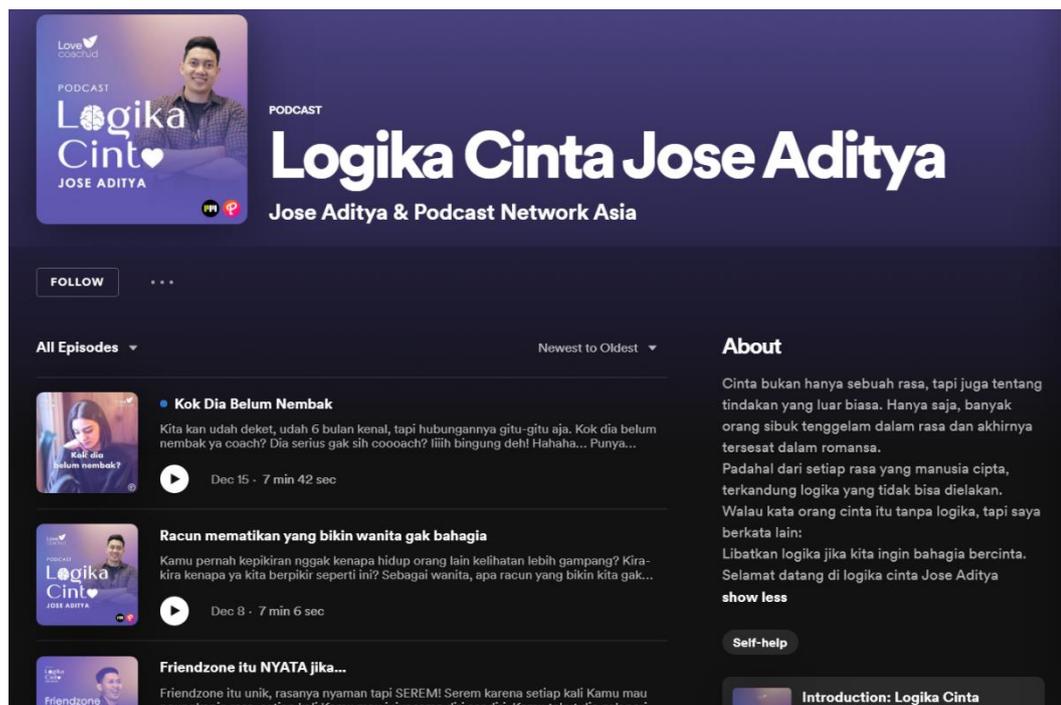


(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

7. **Podcast Logika Cinta** adalah podcast yang dibawakan oleh Jose Aditya, selaku seorang Professional Love and Relationship Coach. Sesuai dengan profesinya, podcast ini berisi tentang mindset dan strategi yang bisa membuat kehidupan dan romansa kita menjadi lebih bahagia. Podcast ini diunggah setiap hari Rabu, jam 20.00.

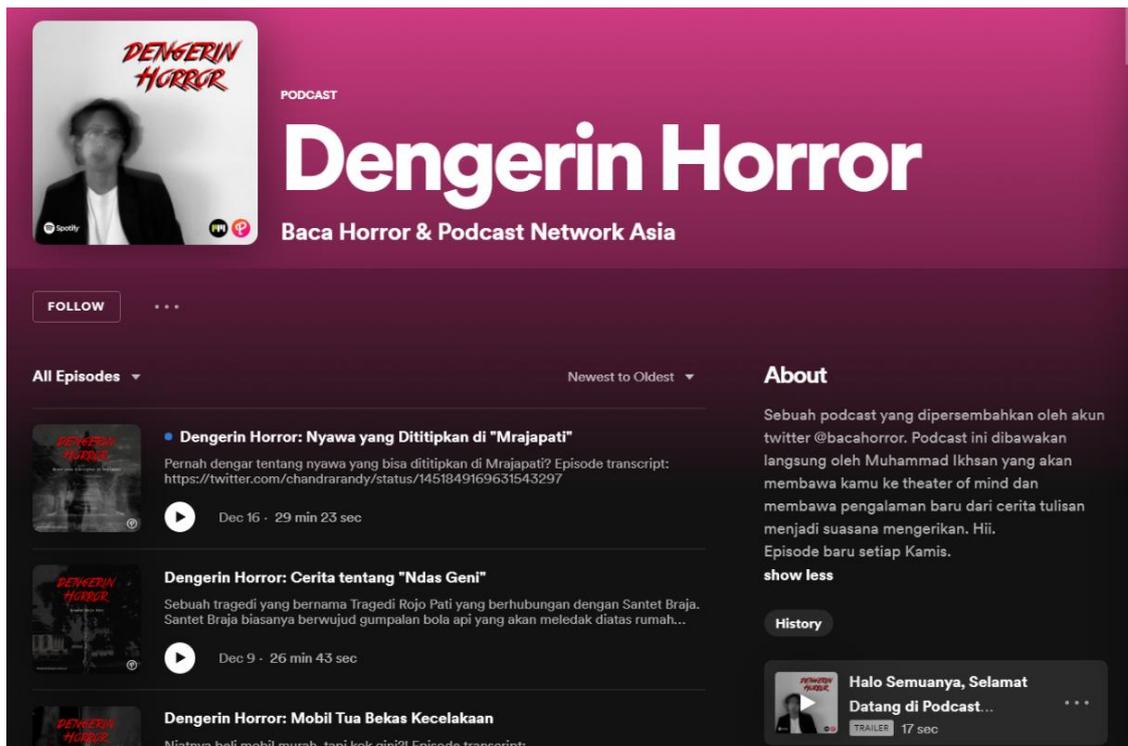
Gambar 3.10 Podcast Logika Cinta



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

8. **Podcast Dengerin Horror** adalah podcast yang berisi cerita horror, dimana host dari podcast ini akan membawa pendengarnya untuk masuk ke dalam theatre of mind. Pendengar akan merasakan suasana horror saat mendengarkan podcast ini. Podcast ini diunggah setiap hari Kamis, jam 19.00.

Gambar 3.11 Podcast Dengerin Horror

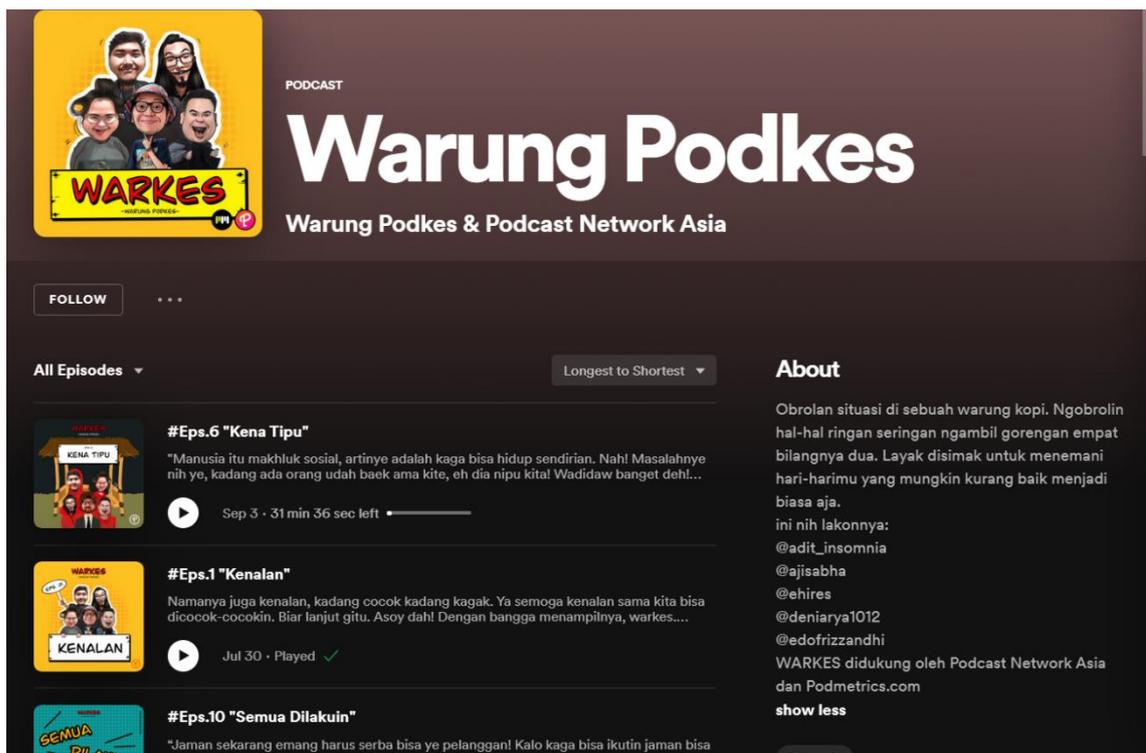


(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

9. Podcast Warung Podkes merupakan podcast seperti sandiwara radio yang di dalamnya berisi lima host. Podcast ini merupakan podcast komedi yang memiliki topik berbeda – beda tiap minggunya. Podcast ini diunggah setiap hari Jumat, jam 20.00.

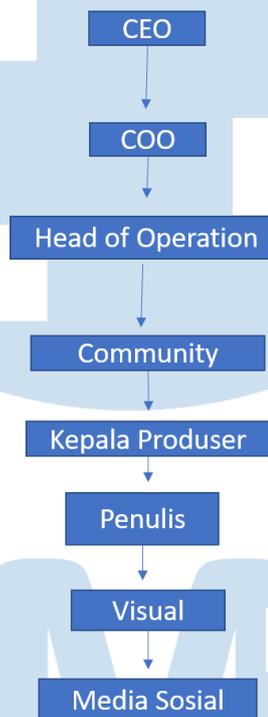
Gambar 3.12 Podcast Warung Podkes



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Penulis sebagai Associate Producer juga harus melakukan absensi setiap hari Senin, Rabu, Kamis, Jumat (09.00 – 18.00) WIB, kemudian di Hari Selasa (14.00 – 18.00 WIB) yang juga harus selalu dilaporkan kepada supervisi. Setelah melakukan absensi, penulis juga diwajibkan untuk mengisi apa yang akan dilakukan hari ini dan apa yang telah dilakukan di hari sebelumnya, dimana ini bertujuan untuk update terhadap tim serta nantinya akan dioper ke *Human Resource*. Untuk setiap alur pengerjaan, penulis juga selalu melibatkan tim produksi, kedudukan penulis dalam praktik kerja magang bisa dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3.13 Gambar Kedudukan Penulis

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Di posisi ini, penulis tidak hanya bertanggung jawab pada client maupun pekerjaan – pekerjaan yang telah ditugaskan oleh kepala produser, namun penulis juga harus terlibat dalam rapat mingguan tim produksi yang di hari Senin untuk update terkait tim penulis (Podcast Network Asia Indonesia) dimana seluruh progress divisi dari tim editor, visual, media sosial, dan marketing. Kemudian di hari kamis (Producer Meeting) yang berisi tim produksi akan meng-update soal kendala maupun rencana ke depannya terkait produksi.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

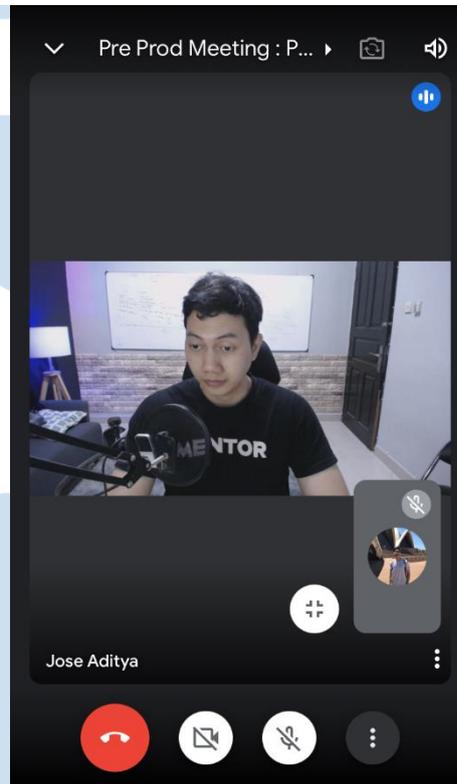
Secara keseluruhan, tanggung jawab sebagai *Associate Producer* yang penulis lakukan selama bekerja di PT Podkes Narasi Asia memiliki tanggung jawab untuk melakukan *quality check* terhadap seluruh konten yang kepala produser tugaskan kepada penulis. Dimana penulis harus memastikan konten sesuai *target audience*, kualitas file yang akan diedit sampai diupload selalu *High-Definition* (hal ini berkaitan dengan cara client merekam audionya di studio) sampai dengan visual beserta caption saat sudah diunggah di media sosial Instagram, maupun Spotify.

Setiap minggunya juga selalu ada rapat di hari Senin, dimana penulis beserta tim membahas update seluruh divisi yang ada di Podcast Network Asia Indonesia, hal ini mencakup apa saja yang harus ditingkatkan, maupun feedback yang harus dilakukan tiap podcast dari client PT Podkes Narasi Asia. Sedangkan di hari Kamis, penulis melakukan rapat dengan tim dari Filipina terkait bertukar informasi dan brainstorming untuk meningkatkan kualitas tiap produksi. Berikut merupakan alur pekerjaan yang akan penulis jabarkan:

1. *Meeting* dengan *client* untuk melakukan *dealing*, seperti contoh yang penulis berikan. Penulis beserta tim melakukan meeting dengan client yang ingin ke dalam jaringan kami, di sini kami menjelaskan tentang:
 - Profil perusahaan.
 - Cara mengembangkan podcastnya (*growth & marketing*) = Hal ini mencakup materi promosi, pengaturan media sosial, perencanaan konten, beserta cara mempromosikannya (*Cross-Promo* dan *Cross-Guestings*).

- Menjelaskan alur produksi dari awal hingga akhir = Penulis membantu menyediakan apa yang dibutuhkan client untuk memastikan kontennya menjadi versi yang terbaik.
- Monetisasi = Dengan menggunakan podmetrics, ini adalah platform yang bisa menghasilkan uang melalui podcast. Dengan podmetrics, para podcaster bisa memilih sendiri ingin berkolaborasi dengan brand apa saja, selain itu para podcaster juga bisa menganalisis performa yang memberikan panduan nilai dari show podcast.

Gambar 3.14 Meeting Bersama Podcast Logika Cinta

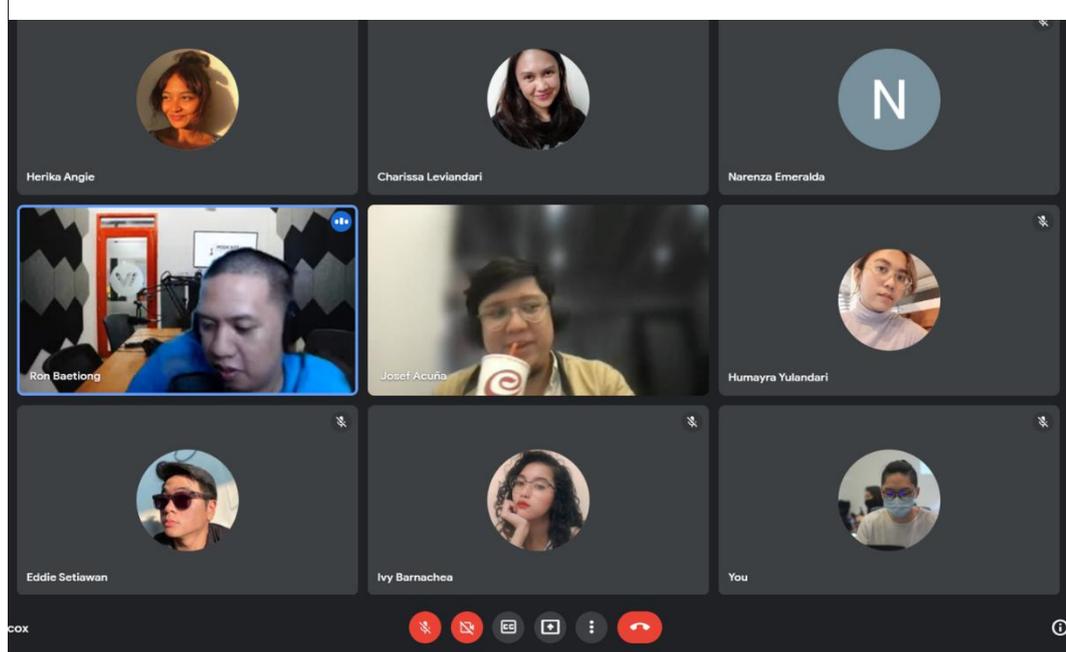


(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

2. Penulis beserta tim yang didampingi dengan CEO, COO, dan Head of Operation PT Podkes Narasi Asia melakukan brainstorming dengan tim

terkait Pre-Production Meeting. Di sini kita memikirkan untuk melakukan yang terbaik dari segi produksi, promosi, dsb.

Gambar 3.15 Meeting dengan Tim PNA Indonesia

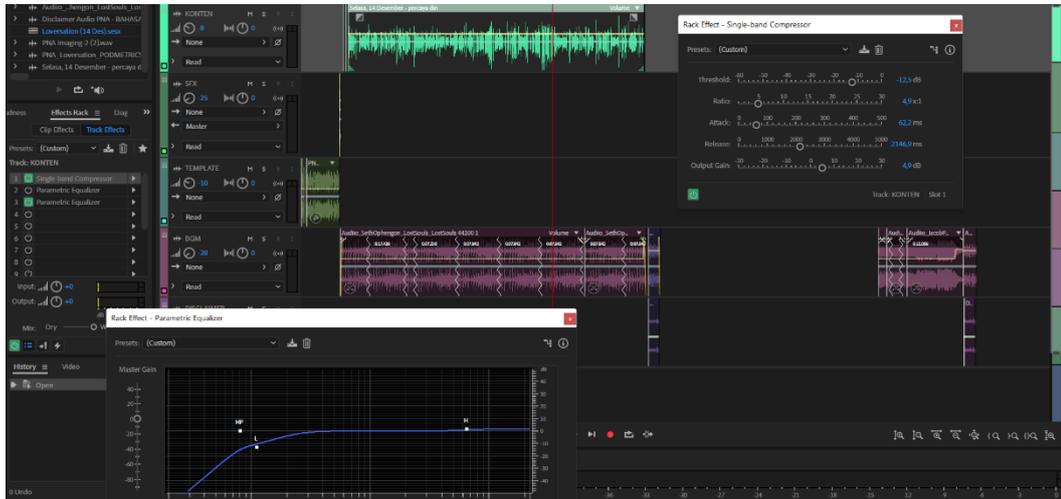


(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

3. Proses produksi yang penulis biasa lakukan adalah mengikuti recording online, membuat bumper, *mixing* dan *mastering* audio. Penulis juga membantu divisi lain seperti media sosial untuk membuat *caption*, serta mengedit *artwork*.

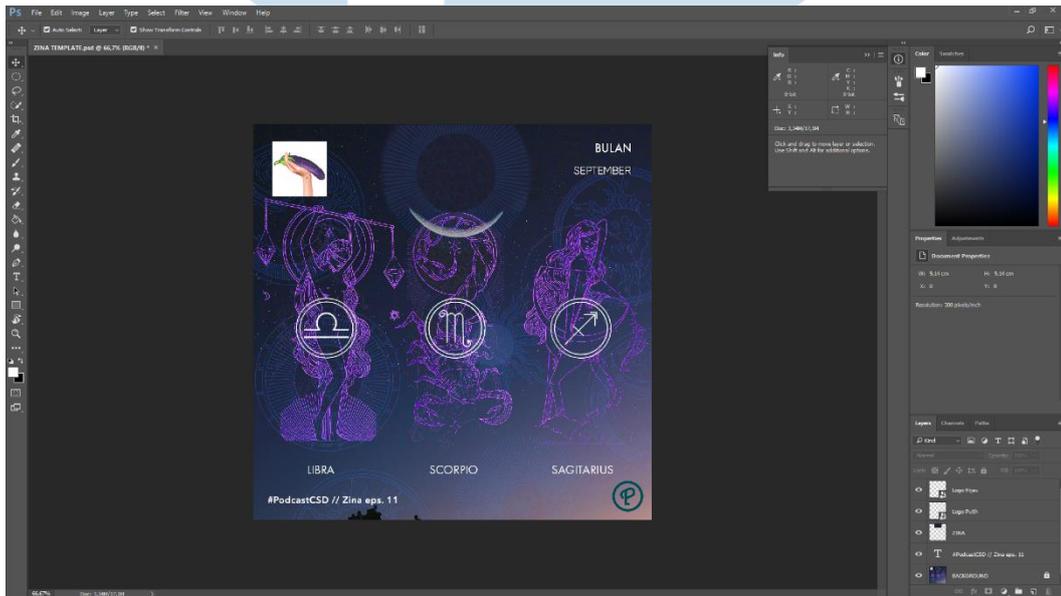
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Gambar 3.16 *Editing Audio dengan Software Adobe Audition*



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

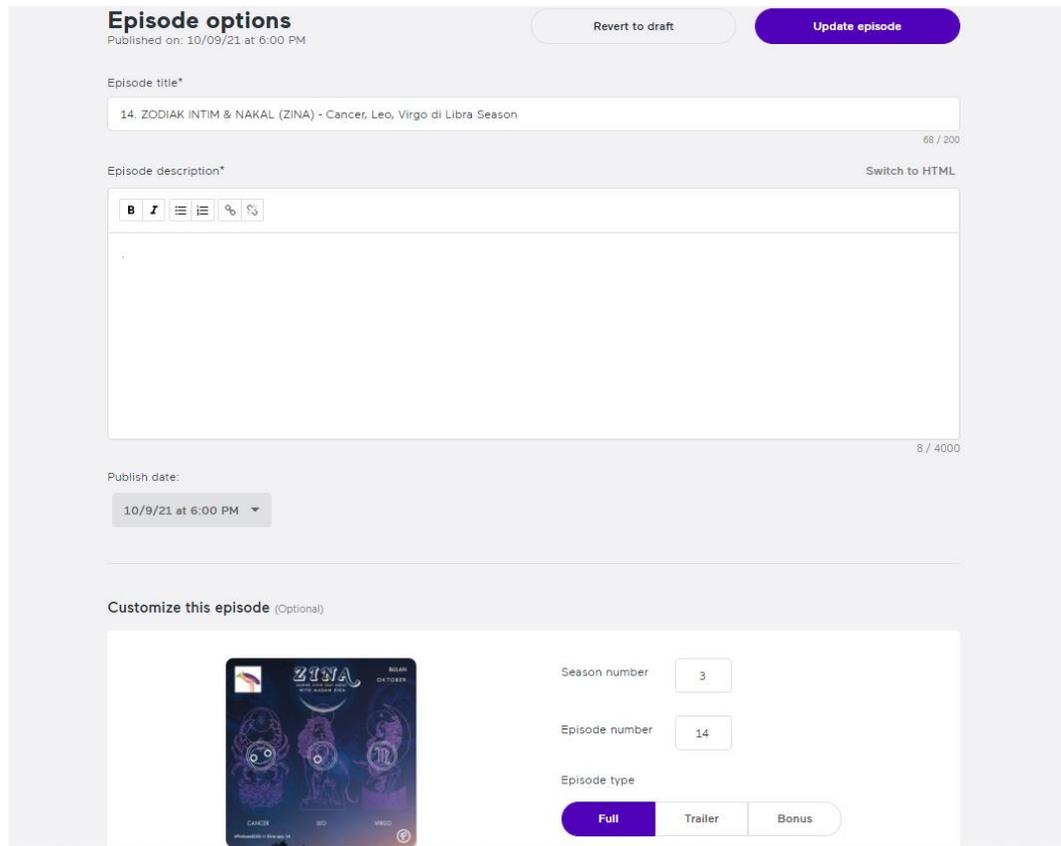
Gambar 3.17 *Editing Artwork dengan Software Adobe Photoshop*



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

4. Seluruh hasil visual dan audio nantinya diupload ke Spotify melalui Anchor.

Gambar 3.18 Uploading Konten di Anchor



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Setelah penulis menjelaskan tahapan/alur yang biasa penulis lakukan saat melakukan praktik kerja magang, berikut penulis juga akan menyampaikan *progress* tiap minggunya:

MINGGU KE	JENIS PEKERJAAN YANG DILAKUKAN MAHASISWA
1 – 3	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan proses adaptasi dengan lingkungan perusahaan - Mengenal lebih dekat dengan tim produksi - Mengobservasi kebutuhan tiap client yang sudah bergabung di PT Podkes Narasi Asia, serta menganalisis marketing strategi untuk meningkatkan rating.

4	Mulai diperkenalkan dengan podmetrics yang harus digunakan tiap client setiap minggu minimal sekali.
5	Mulai diperkenalkan dengan cross promo (pre-roll, mid-roll, post-roll), beserta aturan yang harus dilakukan saat menggunakan iklan tersebut.
6 - 7	Diberi kepercayaan untuk meng-handle tambahan dua client.
8	Mengikuti presentasi terhadap client baru yang ingin bergabung di PT Podkes Narasi Asia
9 - 11	Menjalankan pekerjaan yang sudah ditugaskan tanpa adanya kendala
12	Melakukan perpindahan platform di salah satu client PT Podkes Narasi Asia
13	Melakukan Voice Over terhadap salah satu client PT Podkes Narasi Asia
14	Menjalankan pekerjaan yang sudah ditugaskan tanpa adanya kendala

Berdasarkan tugas kerja magang beserta *progress* mingguan yang baru penulis jabarkan, terlihat di setiap langkah dibutuhkan perencanaan, riset, dan selera yang baik. Pembuatan konten memerlukan komitmen dimana setiap minggu para podcaster harus selalu mengunggah kontennya masing – masing dimana itu membutuhkan tenaga dan waktu yang ekstra.

Penulis juga sadar, untuk menciptakan nama yang bisa dipercayai orang lain, sekaligus bisa memperbesar jaringan dan informasi dibutuhkan proses perencanaan pemasaran. Menurut Barry Callen (2010), proses perencanaan pemasaran dijabarkan sebanyak 12 langkah:

1. *Review Brand, Target Market, Product, and Competitors*

“Seorang jenderal yang cerdas tidak akan memulai kampanye sampai dia mempelajari tata letak tanah, cuaca, dan ukuran dari kekuatan pasukannya sendiri dan dari musuhnya”. Hal ini berkaitan dengan sebelum memulai melakukan pemasaran, dimana kita harus mengetahui keadaan produk (konten podcast), target pasar, pesaing. Selain itu, tidak lupa juga untuk memerhatikan:

- Kekuatan dan kelemahan perusahaan = Kekuatan client untuk masuk ke dalam network kami karena ini merupakan jaringan terbesar di Asia Tenggara, sedangkan kelemahannya sekarang masih melebarkan sayapnya di Indonesia.
- Kekuatan dan kelemahan produk = Melihat keunggulan produk client yang bisa ditonjolkan, serta menganalisis kelemahan yang mungkin bisa ditingkatkan dari kompetitor.
- Tren industri dan teknologi = Tidak dipungkiri jika teknologi sekarang berkembang dengan pesat sehingga kita juga harus mudah beradaptasi dengan perubahan platform, sampai ke peralatan yang harus kita gunakan.
- Tren lingkungan = Tren ini berhubungan dengan lingkungan sekitar sampai ke cara pembuatan konten, dimana konten yang dibuat harus sejalan dengan tren/kebiasaan target audience-nya supaya sesuai.

2. *Identify Problems and Opportunities*

Setelah informasi dikumpulkan, gambaran mulai terbentuk dimana tantangan dan peluang saat ini dan dimana kemungkinan mereka berada di masa depan. Di poin ini, kami akan membantu client untuk mengidentifikasi

kekuatan terbesar dibandingkan pesaing dalam hal memenuhi keinginan target market.

3. *Set Sales Goals*

Berdasarkan penilaian dari Problems dan Opportunities di atas, bisa dilanjutkan untuk menetapkan tujuan penjualan yang terukur, masuk akal, dan realistis. Realistis berarti kita berkitik dengan data, jadi kami membagi sasaran penjualan berdasarkan apa yang dijual berdasarkan segmen pasar/wilayah.

4. *Set Target Market Goals*

Penjualan dihasilkan dari perubahan persepsi dan perilaku target market. Misalnya dengan mengevaluasi pasar sasaran, menentukan strategi pemasaran terbaik, membuat profil client, dan evaluasi.

5. *Determine Positioning and Branding Strategies*

Tahap ini adalah tempat yang ditempati pada benak target pasar. Pertanyaan positioning harus dapat menjawab tiga pertanyaan ini:

- Siapa target pasar anda?
- Apa yang anda lakukan untuk target market anda?
- Apa yang berbeda dari anda dengan pesaing?

Setiap aspek bisnis harus mendukung *positioning*, mulai dari desain produk hingga iklan.

6. *Set Communication Goals*

Di tahap ini tujuan harus terukur dari komunikasi pemasarannya, misalnya dengan meningkatkan kunjungan ke situs web sebesar 15% dalam empat minggu ke depan, menjangkau 80% target pasar dengan pesan yang telah ditentukan selama satu bulan.

7. *Integrate Tactics*

Di tahap ini penting untuk memerhatikan taktik komunikasi pemasaran yang akan dijabarkan sebagai berikut:

- Desain
- Penamaan
- Online Marketing
- Direct Response
- Advertising Media

Banyak cara yang bisa dilakukan, hal ini bertujuan untuk mengambil taktik yang paling tepat.

8. *Develop Marketing Plan*

Merencanakan sesuatu harus mencakup daftar taktik, pihak yang bertanggung jawab, anggaran, dan jadwal. Ini bertujuan supaya saat melakukan sesuatu ada patokan pasti.

9. *Define Message Strategy*

Pesan yang strategis memandu orang – orang yang membuat iklan. Ini berisi tulisan yang cenderung tidak banyak, namun sangat semosional. Salah satu target yang bisa digunakan adalah strategi Pitchperfect, ini merupakan pertanyaan – pertanyaan yang harus dijawab saat menggunakan strategi Pitchperfect:

- Dengan siapa kita berbicara?
- Apa gunanya komunikasi?
- Apa kata kunci dari poin tersebut?
- Mengapa target harus peduli dengan poinnya?
- Mengapa target harus percaya pada poinnya
- Bagaimana perasaan target tentang pesan atau produk?

- Apa yang anda ingin target lakukan?

10. *Do Creative Development*

Setelah mengidentifikasi pesan paling kuat untuk target pasar. Sekarang dapat memulai proses pembuatan iklan, publisitas, maupun website. Serangkaian iklan ini disatukan di sekitar tema atau ide yang tak terduga/cukup menarik untuk dilihat oleh target market. Desain ini harus sesuai dengan aturan yang berlaku dimana fontstyle, color palette, dan jenis seni apa yang ingin digunakan.

11. *Decide on Media*

Tim dari media mengidentifikasi waktu dan tempat terbaik, serta media iklan yang cocok untuk mencapai target pasar dengan konten – konten tersebut. Biasanya media sosial memungkinkan pengguna akun bisnis untuk melihat demografis, geografis, dan *behavioral*-nya, ini memungkinkan kita untuk melihat dimana pelanggan berada, apa media yang mereka gunakan, dan kapan mereka menggunakannya (jam – jam tertentu).

Setelah mendapatkan data – data kasar tersebut, tim media sosial menentukan waktu mana yang terbaik untuk mengunggah konten/kampanye yang dapat memengaruhi keinginan mengonsumsi produk.

12. *Analyze Results*

Setelah menetapkan seluruh tujuan terukur di bidang penjualan, perilaku *target market*, dan *behavior*-nya, sekarang kita di tahap pengumpulan data hasil. Di tahap ini data – data digunakan untuk membuat penyesuaian tentang apa yang telah berhasil dilakukan dan bisa diulangi atau bahkan ditingkatkan selanjutnya, serta menganalisis apa yang masih menjadi kekurangan supaya dapat dievaluasi.

Keduabelas langkah ini penulis dan tim lakukan kepada client – client supaya podcast mereka bukan hanya baik di konten, namun juga dengan pemasaran yang baik pula.

Gambar 3.19 *Producer Meeting* Setiap Hari Kamis



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Mabruri (2010:39) menjelaskan bahwa di dalam tim produksi, Associate Producer mempunyai tanggung jawab yang sama seperti kepala produser tetapi dengan program yang relatif lebih kecil, selain itu seorang Associate Producer juga memiliki tanggung jawab terhadap client – client yang sudah ditugaskan oleh kepala produser agar tetap mendapatkan output yang baik juga. Selain itu etos kerja yang baik supaya dapat saling bekerja sama dengan tim juga harus diperhatikan oleh seorang Associate Producer.

Associate Producer memiliki peran yang cukup penting dalam pembuatan seluruh konten di dalam PT Podkes Narasi Asia. Pada pekerjaan ini, penulis diharuskan untuk menganalisis apakah client sesuai dengan target audience-nya, lalu penulis juga harus meningkatkan kualitas audio yang telah direkam dengan cara melakukan mixing, mastering, menambahkan efek jika diperlukan, dan masih banyak lagi. Penulis juga harus berkolaborasi dengan divisi – divisi terkait di dalam tim produksi seperti tim visual dan sosial media.

Perlu diketahui ada beberapa tahapan untuk menjadi Associate Producer yang baik dan sesuai dengan tujuan perusahaan:

1. Perlu mengidentifikasi informasi yang diperlukan pasar/target market melalui identifikasi pasar. Menganalisis SWOT, Segmentasi, Strategi, dsb merupakan hal yang tidak boleh dilupakan saat brainstorming ide dengan tim
2. Membuat *planning* sesuai dengan informasi dari client dan strategi – strategi yang telah ditetapkan bersama supaya mendapat suatu target pada saat produksi
3. Selera editing visual maupun audio yang baik dan sesuai dengan tren akan menambah nilai/value dari konten yang dibuat.
4. Dapat membuat caption beserta judul yang menarik perhatian target market, tanpa merugikan pihak lain.
5. Adanya kemauan untuk selalu belajar, memiliki sifat yang bisa diatur, dan tidak egois juga merupakan salah satu yang harus diperhatikan supaya tim juga nyaman untuk bisa bekerja bersama.

3.3 Kendala yang Dialami

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di PT Podkes Narasi Asia, penulis juga mengalami beberapa kendala yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Beberapa kali terjadi miskomunikasi dalam pengumpulan tugas yang diberikan. Hal ini terjadi karena pihak client dan tim produksi memiliki dua aplikasi komunikasi yakni Whatsapp dan Slack. Masalah ini sering terjadi di minggu 1 – 4 penulis menjalankan kerja magang, hal ini bisa disebabkan juga akibat kurangnya briefing dari tim sehingga kesalahan sering terjadi di minggu – minggu tersebut.
2. Perbedaan kepentingan dari penulis dengan kepala produser, dimana kepala produser ingin tugas yang bisa dikerjakan besok untuk bisa dikumpulkan hari ini, memang ini meminimalisasi lupa mengumpulkan file dan penundaan pekerjaan. Akan tetapi, terkadang ada hal – hal lebih mendesak yang harus penulis lakukan juga di hari itu sehingga memang pekerjaan yang bisa dikerjakan besok, lebih baik penulis kerjakan besok saja bukan di hari ini.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan selama penulis melakukan praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Masalah ini akhirnya penulis bisa atasi dengan menjadikan minggu – minggu yang sering terjadi kesalahan tersebut sebagai patokan ke depannya supaya tidak terjadi pengulangan kesalahan. Penulis akhirnya menyiapkan sebuah file yang berisi catatan per podcast yang penulis pegang terkait alur komunikasinya supaya tidak terjadi miskomunikasi lagi.
2. Penulis dan kepala produser selalu menyampaikan briefing setiap pagi terkait apa saja yang akan dilakukan hari ini dan apa saja yang terpaksa harus ditunda dulu supaya tidak terjadi perbedaan pandangan lagi.