



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 kerja magang penulis yang dimulai dari tanggal 17 Januari 2020 dengan persetujuan dengan pihak perusahaan kalau penulis masih ada kelas sehingga tidak setiap hari penulis ke kantor melainkan, bekerja secara *mobile*, penulis bekerja dari hari Senin hingga Jumat dan datang pukul 08.00 hingga 17.00 kecuali hari Jumat yang jam pulang kerjanya pukul 17.30. Penulis diminta bekerja sama dengan divisi *Recruitment & Assesment* untuk melaksanakan proyek yang bernama *Employee Branding* dimana mempersatukan perusahaan PT. Midi Utama Indonesia Tbk. (Alfamidi) dengan induk perusahaannya PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart). Proyek tersebut direalisasikan dengan bentuk video iklan, foto, poster serta kegiatan – kegiatan yang bersifat positif yang bertujuan untuk mempromosikan keragaman pekerjaan karyawan yang ada pada kedua perusahaan tersebut. Selain itu dengan ada proyek ini, penulis beserta rekan kerja yang lain berharap dapat mengubah pola pikir masyarakat Indonesia dalam melihat pekerjaan di perusahaan Alfamidi dan Alfamart.

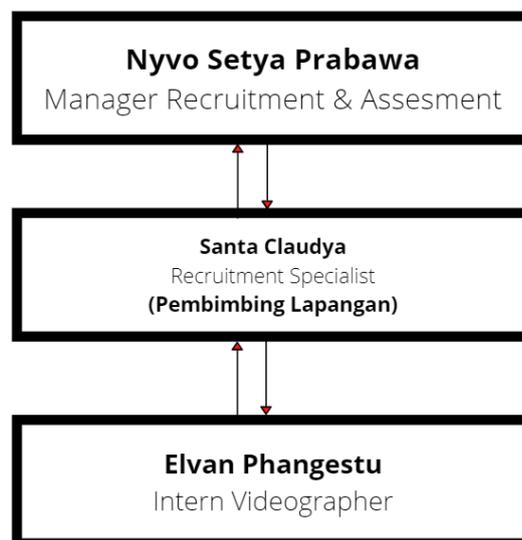
3.1.1. Kedudukan

Penulis pada awalnya diberikan kesempatan untuk melakukan program kerja magang di PT. Midi Utama Indonesia Tbk. selama 3 bulan. Seluruh pekerjaan penulis dibimbing oleh Santa Claudya selaku *Human Capital Recruitment &*

Assesment. Selama program magang, penulis dibimbing dari proses pra – produksi hingga produksi. Mulai dari pengalaman membuat ide cerita, breakdown, menjalankan tugas sebagai *Videographer* untuk proyek *Employee Branding* ini.

3.1.2. Koordinasi

Pada alur kerja tim kami, menggunakan alur kerja kurang lebih sama dengan alur kerja dalam pembuatan film sebagaimana mestinya dari kampus ajarkan, namun lebih disederhanakan lagi. Dimulai dari tahapan penyusunan hingga *pitching* (Logline, Statement dan Sinopsis singkat) kepada para atasan. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan skrip, lalu membuat breakdown skrip dan merealisasikannya dalam bentuk visual sementara yakni, storyboard, shotlist hingga itu semua selesai maka tahap terakhir adalah *rehearsal*.



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi
(Sumber: data perusahaan)

3.2. Tugas yang Dilakukan

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	17 Januari 2020	<ul style="list-style-type: none"> • Pra Produksi TVC 5 • Brainstorming Photoshoot Perpustakaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Bedah Skrip TVC 5 • Brainstorming Photoshoot Perpustakaan
2.	20 Januari 2020 – 24 Januari 2020	Photoshoot perpustakaan	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan photoshoot perpustakaan • Hunting Location • Photoshoot Perpustakaan • Grading & Correcting Photoshoot Perpustakaan
3.	27 Januari 2020 – 31 Januari 2020	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan shooting video testimonial EB 1 • Development 	<ul style="list-style-type: none"> • Hunting Location untuk video testimonial EB 1 • Brainstorming dalam

		TVC 6 <ul style="list-style-type: none"> • Shooting TVC 5 	pembuatan skrip TVC 6 <ul style="list-style-type: none"> • Shooting TVC 5
4.	3 Februari 2020 – 7 Februari 2020	Shooting ILM Shooting EB 1	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dilakukan PT. MUI setiap dua minggu sekali • Shooting EB 1
5.	10 Februari 2020 – 14 Februari 2020	Preproduction TVC 6	<ul style="list-style-type: none"> • Bedah skrip TVC 6 • Mencari lokasi untuk Shooting TVC 6
6.	17 Februari 2020 – 21 Februari 2020	Shooting ILM Shooting TVC 6	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dilakukan PT. MUI setiap dua minggu sekali • Shooting TVC 6
7.	24 Februari 2020 – 28 Februari	Meeting besar Shooting TVC 6	<ul style="list-style-type: none"> • Meeting besar bersama pihak PT.

	2020		MUI dan PT. SAT untuk TVC 7
8.	2 Maret 2020 – 6 Maret 2020	Development TVC 7	<ul style="list-style-type: none"> Brainstorming Skrip TVC 7
9.	9 Maret 2020 – 13 Maret 2020	Preproduction TVC 7	<ul style="list-style-type: none"> Bedah Skrip TVC 7 Hunting Location TVC 7
10.	16 Maret 2020 – 20 Maret 2020	WFH	<ul style="list-style-type: none"> idle
11.	23 Maret 2020 – 27 Maret 2020	WFH	<ul style="list-style-type: none"> idle
12.	30 Maret 2020 – 3 April 2020	WFH	<ul style="list-style-type: none"> Meeting besar bersama pihak PT. MUI dan PT. SAT untuk permasalahan Covid-19
13.	6 April 2020 – 10 April 2020	WFH	<ul style="list-style-type: none"> idle
14.	13 April 2020 –	WFH	<ul style="list-style-type: none"> idle

	17 April 2020		
15.	20 April 2020	WFH	<ul style="list-style-type: none"> • idle

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang
(Sumber: data perusahaan)

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mengerjakan berbagai macam dari program kerja magang ini berlangsung. Penulis diberi pekerjaan untuk membuat konten kreatif yang berhubungan dengan *Employee Branding* yang berisi nilai – nilai yang dianut perusahaan serta pesan yang secara implisit dapat disampaikan kepada masyarakat Indonesia. Agar masyarakat mempunyai pola pikir yang dapat diubah mengenai suatu pekerjaan yang berada pada Alfamidi dan Alfamart.

Berikut adalah nilai – nilai yang akan ditanamkan pada setiap konten yang akan dibuat:

1. *Work with fun team*
2. *Place to learn and grow*
3. *Reward your hardwork*
4. *We are everywhere*

3.3.1. Proses Pelaksanaan

A. TVC 5 (WAWAN BAHAGIA)

Pada saat mulai terhitungnya magang oleh pihak kampus, penulis sedang menyelesaikan pekerjaan dalam tahapan produksi video iklan untuk

nilai pada yang mengacu ke poin *Place to Learn and Grow*, dimana menunjukkan karakter Wawan bekerja di Alfamart yang awalnya sebagai pegawai toko dapat menjadi pejabat toko apabila bekerja dengan giat, gigih dan selalu membawa aura kesenangan di setiap ia memasuki hari kerja.

Pada proses pembuatan TVC ini, penulis menggunakan dua unit kamera Sony a7 Mark II dengan lensa Canon 24 - 70mm f/4L IS USM dan Nikkor 28mm f/2.8 sebagai sarana untuk mengeksekusi hasil dari storyboard dan referensi.

B. TVC 6

Setelah TVC 5 berada dalam tahap pasca produksi atau editing, penulis beserta pembimbing lapangan (Alfamidi) dan rekan kerja lainnya yang dari Alfamart mulai *development* TVC 6 bersama – sama untuk mengembangkan skrip yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada penonton benefit dan nilai – nilai apa yang akan didapat selama bekerja di Alfamart/Alfamidi dengan bentuk video testimonial. Untuk itu, nilai yang terkandung dalam TVC 6 adalah *Work with Fun Team*.

1. INT. KANTOR

KARYAWAN A (21) Menjelaskan pengalamannya pada saat mengikuti kegiatan COI ketika mendaki gunung. Karyawan A terlihat ANTUSIAS saat menjelaskan cerita pengalaman tersebut.

2. EXT. GUNUNG

DOKUMENTASI PRIBADI Karyawan A bersama karyawan - karyawan lain yang sedang mendaki gunung.

3. INT. KANTOR

KARYAWAN B (23) Menjelaskan pengalamannya pada saat mengikuti kegiatan COI ketika bermain Basket. Karyawan B terlihat sangat ENERGIK saat menjelaskan cerita pengalaman tersebut.

4. EXT. LAPANGAN BASKET

DOKUMENTASI Karyawan B sedang bermain basket bersama karyawan - karyawan lain.

5. INT. KANTOR

KARYAWAN C (27) Menjelaskan pengalamannya pada saat mengikuti kegiatan COI yang berupa senam Yoga. Karyawan C terlihat KALEM pada saat menjelaskan cerita pengalaman tersebut.

6. INT. TEMPAT YOGA

DOKUMENTASI Karyawan C sedang mengikuti kegiatan senam Yoga bersama karyawan - karyawan lain.

Gambar 3.3. Skrip TVC 6
(Sumber: dokumentasi perusahaan)



Gambar 3.4. Proses syuting TVC 6 “Testimonial Video”
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Dalam pembuatan TVC 6 ini, penulis menerapkan pola proses produksi yang sama seperti TVC 5, yaitu bermula dari penulis sendiri dan rekan kerja dari Alfamart untuk membuat ide cerita hingga menjadi sebuah *script* yang bertujuan sebagai acuan pertanyaan yang akan dilontarkan oleh penulis sehingga memunculkan jawaban yang diinginkan oleh tim. Setelah setiap bagian divisi sudah mengerti dan menyetujuinya, maka proses produksi akan dijalankan. Konten dari video testimonial tersebut merupakan karyawan – karyawan Alfagrup yang memiliki komunitas didalamnya sehingga tidak hanya kegiatan bekerja saja namun, ada komunitas yang berfungsi untuk kebugaran, mempererat solidaritas, mengenal satu sama lain, dan lain – lain.

Pada saat pra produksi penulis mencoba untuk mencari lokasi yang tepat agar proses wawancara berlangsung dapat dijalankan dengan baik, pada saat produksi berlangsung penulis menggunakan satu unit kamera Sony a7 Mark II dan Lensa Sony FE 28 – 70mm f/3.5 – 5.6.

C. Non TVC Project

Penulis juga diberi kesempatan untuk menghandle project – project non TVC seperti beragam *photoshoot* dan program yang dihadirkan setiap dua minggu sekali di hari senin yang bernama *I Love Monday* dari tahap pre – produksi hingga post - produksi.

Photoshoot – *photoshoot* yang penulis maksud adalah untuk keperluan sosial media PT. Midi Utama Indonesia yang bertujuan untuk menarik perhatian calon karyawan yang akan bekerja di PT. Midi Utama Indonesia Tbk.



Gambar 3.5. *Photoshoot* sosial media
(Sumber: dokumentasi perusahaan)

Pada saat proses *photoshoot* aset media sosial berlangsung penulis mengarahkan pegawai – pegawai toko tersebut untuk berpose sesuai referensi dan keinginan perusahaan. Tujuan dari *photoshoot* aset sosial media ini adalah untuk menambahkan nilai estetika dari konten yang sudah dibuat oleh tim desain grafis sosial media perusahaan.



Gambar 3.6. *Photoshoot* Perpustakaan
(Sumber: dokumentasi perusahaan)

Untuk *photoshoot* perpustakaan penulis masih diberikan tugas untuk mencari referensi – referensi yang pas di *platform* yang bernama *pinterest*. Kemudian pas pada saat *photoshoot* penulis diberikan tugas untuk mengarahkan *talent* sesuai dengan referensi yang sudah disetujui oleh Pembimbing Lapangan dan tentu sudah sepengetahuan Manager.

Berikut adalah contoh konten sosial media perusahaan:



Gambar 3.7. Sosial Media Perusahaan
(Sumber: dokumen perusahaan)

Seperti yang sudah penulis singgung, *I Love Monday* merupakan acara yang diadakan setiap dua minggu sekali di hari senin yang berisi mengenai jabatan dewan direksi/manager yang memberikan semangat dan motivasi bekerja serta hasil evaluasi kinerja kerja setiap dua minggu sekali.



Gambar 3.8. Acara *I Love Monday*
(Sumber: dokumentasi perusahaan)

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Dalam proses pembuatan iklan berlangsung pasti ada kendala yang ditemukan, entah itu dari faktor eksternal dan internal. Seperti kesehatan yang tiba – tiba menurun, ketersediaan alat yang tersedia atau tidak dan di bulan Maret pertengahan adanya pemberitahuan virus pandemik *covid-19* yang tidak memungkinkan penulis untuk bekerja ke kantor melainkan bekerja dari rumah (anjuran dari pemerintah)

Setelah kurang lebih 3 bulan selama mengikuti program kerja magang di perusahaan ini, Penulis mendapat berbagai macam kendala yang bisa menjadi evaluasi bagi diri sendiri maupun perusahaan. Berikut beberapa kendalanya:

1. Penulis diberi tanggung jawab untuk membuat dan mengembangkan ide cerita hingga menjadikan sebuah skrip. Dengan hanya memiliki sedikit kemampuan untuk membuat suatu cerita, penulis kebingungan dalam mencari ide – ide tersebut.
2. Kurangnya anggota tim yang tersedia untuk memproduksi konten *Employee Branding* di PT. Midi Utama Indonesia Tbk. sehingga penulis menggarap beberapa peran.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Setelah mengalami berbagai kendala yang dihadapi penulis dalam perusahaan ini, sebagai seorang mahasiswa yang sudah memiliki wawasan

yang matang terutama di bidang industri kreatif ini, penulis pun harus bisa menyelesaikan atau mencari solusi atas setiap kendala yang dihadapi.

1. Dengan hanya memiliki sedikit kemampuan untuk membuat dan mengembangkan ide cerita hingga skrip maka penulis mencari cara untuk mencari referensi atau ide yang menarik untuk proyek ini. Salah satunya dari Youtube. Platform tersebut sangat banyak memberikan inspirasi karena saat ini banyak sekali konten kreatif entah itu dari kalangan pemula hingga profesional mengunggahnya ke *Youtube*.
2. Untuk solusi dari kendala yang kedua, penulis mau tidak mau harus mengadaptasi dengan keadaan tersebut dan masalah itu memang harus dihadapi sehingga mendorong kemampuan penulis untuk belajar mengenai ilmu – ilmu lain.