



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

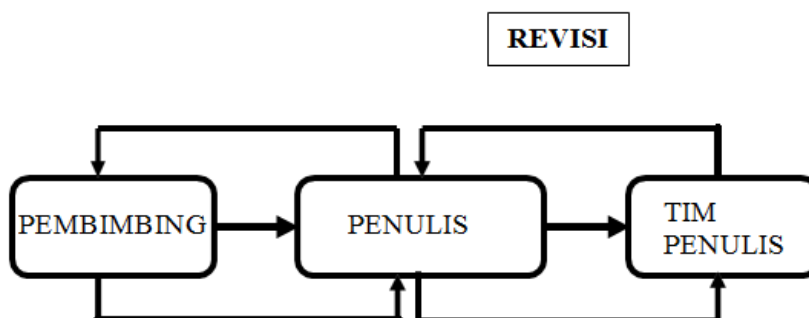
Penulis bekerja sebagai seorang *scriptwriter* iklan dan *social media management* untuk perusahaan Cateringaja.

3.1.1. Kedudukan

Dalam bekerja magang di perusahaan Cateringaja, penulis ditempatkan sebagai seorang *scriptwriter* iklan dan *social media management* yang dibimbing oleh Veronica Indrijani. Penulis *script* iklan sendiri bertanggung jawab untuk membuat ide cerita iklan yang bertujuan untuk menarik perhatian *audience* baik agar mereka menjadi tertarik memesan jasa Cateringaja.

3.1.2. Koordinasi

Dalam menjalani kerja magang, penulis berkoordinasi secara langsung dengan pemilik Cateringaja, Veronica Indrijani. Alur kerja dalam magang yaitu penulis berkoordinasi terlebih dahulu konsep iklan yang akan dibuat, apakah untuk menarik *engagement*, melakukan *brand awareness*, atau melakukan *Call To Action*. Penulis akan memberikan beberapa contoh konsep, dan merevisi berkali-kali hingga disetujui oleh Veronica Indrijani. Setelah disetujui, penulis baru memberikan konsep tersebut kepada tim penulis.



Gambar 3.1. Alur Koordinasi
Sumber: Dokumentasi Cateringaja

3.1.3. Tugas yang Dilakukan

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 & 2	Social Media Cateringaja	<ul style="list-style-type: none"> - Menganalisis kompetitor, seperti <i>Hadi Kitchen, Erica Catering</i>, dll. - Mempelajari <i>market & customer behaviour</i> pelanggan catering. - Menjadi admin bagian Instagram & Whatsapp.
2	3&4	<i>Social Media</i> Cateringaja	<ul style="list-style-type: none"> - Merapikan konten Instagram (<i>story & feed</i>). - Mempelajari cara beriklan menggunakan Facebook & Instagram. - Memotret foto menu makanan Cateringaja. - Mempelajari dan membuat <i>copywriting</i> untuk <i>caption</i>.
3	5&6	Iklan Cateringaja	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>script</i> iklan Cateringaja.
4	7-8	Iklan Cateringaja	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Hunting</i> lokasi produksi iklan Cateringaja. - <i>Casting</i> para <i>talent</i> iklan Cateringaja. - Syuting produksi iklan Cateringaja.
6	9-11	Iklan Cateringaja	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan <i>Post-Production</i> iklan Cateringaja, seperti <i>editing, dubbing, grading</i>, dll.
7	12-14	Social Media Cateringaja	<ul style="list-style-type: none"> - Mengupload hasil iklan Cateringaja dan beriklan menggunakan Facebook Ads & Instagram Ads.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang
 Sumber: Dokumentasi Cateringaja

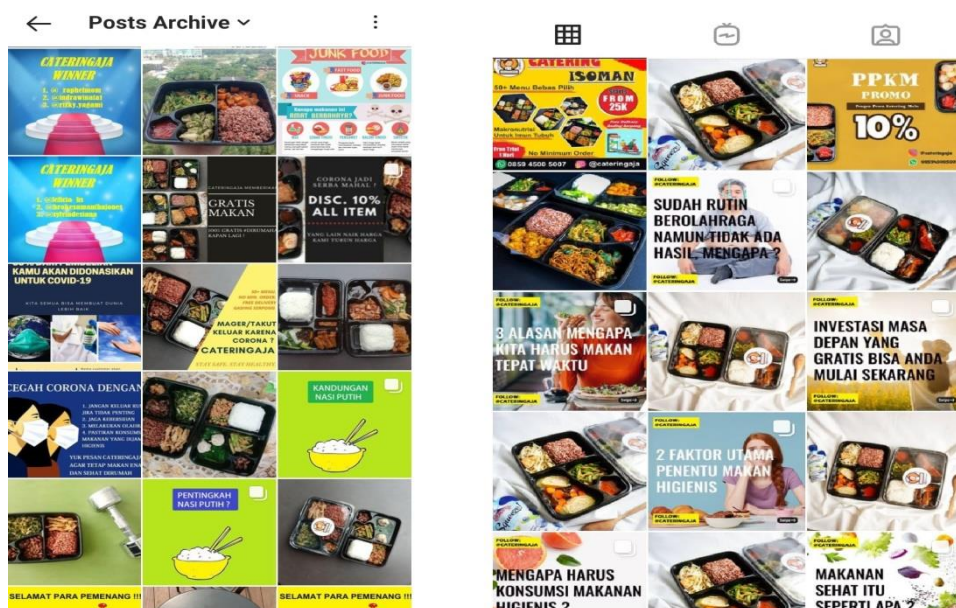
3.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Proses pelaksanaan magang yang dilakukan penulis akan penulis jabarkan di bawah ini.

3.2.1. Proses Pelaksanaan

3.1.1.2 Social Media Cateringaja

Penulis diberikan tugas untuk menjadi admin yang mengurus bagian pemesanan pelanggan di Whatsapp agar penulis dapat mempelajari lebih dalam tentang *customer behaviour*. Penulis juga menganalisis kompetitor seperti *Hadi Kitchen*, *Erica Catering*, dan lain-lain, dalam segi *copywriting*, *design*, dan iklan. Setelah itu, penulis diminta untuk merapikan konten Instagram agar sesuai dengan yang dilakukan oleh kompetitor. Penulis juga diminta untuk merevisi *caption* Instagram menjadi *copywriting* yang lebih baik. Setelah *feed* lama telah dirapikan, penulis ditugaskan untuk memotret beberapa foto produk makanan Cateringaja, dan meng-*upload* ke dalam *feed* Instagram-nya. Selanjutnya, penulis diberikan tugas untuk mempelajari Facebook & Instagram Ads supaya penulis dapat beriklan setiap hari menggunakan kedua *tools* tersebut.



Gambar 3.2. Gambar sebelum dan sesudah *feed* dirapikan
 Sumber: Dokumentasi Cateringaja

3.1.1.3 Iklan Cateringaja

Menurut Truby (2007), jika penulis ingin mahir dalam menulis sebuah cerita baik untuk kebutuhan film maupun iklan, penulis sebaiknya siap dalam menghadapi banyak tantangan pada penulisan. Penulis harus bisa benar-benar memahami pemahaman yang tepat tentang permasalahan hidup di dalam kehidupan nyata. Kemudian, penulis diharapkan dapat mengubahnya menjadi sebuah cerita yang bagus. Semua orang bisa menulis, namun untuk menulis sebuah cerita yang bagus, penulis harus melakukan beberapa pengamatan. Pengamatan yang dilakukan penulis bisa melalui pengalaman orang sekitar maupun berita (hal. 4).

Setelah memahami *audience* Cateringaja, penulis menulis sebuah *script* untuk iklan Cateringaja. Sebelum penulis mulai menulis, penulis berkoordinasi dengan Veronica Indrijani mengenai konsep yang akan dibuat untuk iklan tersebut. Pembimbing kemudian mengajarkan penulis tentang konsep marketing, seperti *AIDA, Informing, Persuading & Adding Value* yang akan penulis jelaskan di bawah ini. Setelah berkoordinasi, penulis membuat konsep meningkatkan *engagement* dan *call to action* sesuai dengan keinginan dan arahan pembimbing.

Setelah penulis memahami konsep, penulis mulai membuat skrip menggunakan konsep sebagai berikut ini:

1. *AIDA (Awareness Interest Desire Action)*, yaitu membuat penonton menyadari akan jasa tersebut, kemudian tertarik dan melakukan aksi/pemesanan. Hal ini dapat dilihat saat *talent* melakukan aksi komedi untuk menarik perhatian penonton kemudian *talent* menunjukkan produk Cateringaja untuk menyuruh penonton melakukan tindakan membeli.
2. *Informing*, yaitu memberikan informasi seputar *branding* jasa Cateringaja. Hal ini dapat dilihat saat *talent* menjelaskan *benefit* dari Cateringaja.
3. *Persuading*, yaitu membujuk agar calon pelanggan dari *warm market* (yang tahu menjadi tertarik) menjadi *hot market* (yang tertarik menjadi beli). Hal ini dapat dilihat melalui *talent* yang menjelaskan nilai tambah Cateringaja yang tidak dapat di perusahaan katering lainnya.
4. *Adding value*, yaitu memberikan nilai tambah yang tidak dapat

ditemukan oleh jasa katering lainnya. Hal ini dapat dilihat saat *talent* menjelaskan *benefit* dari Cateringaja.

Penulis kemudian menambah 4 konsep tersebut ke dalam skrip iklan Cateringaja. Agar membuat konsep menjadi lebih jelas, penulis membagikan menjadi 3 *scene*. Setiap *scene* memiliki konsep yang berbeda-beda. *Scene 1* merujuk pada *Informing* dan *Persuading*. *Scene 2* merujuk pada *Adding value*. *Scene 3* merujuk pada *AIDA*. Penulis kemudian menulis skrip tersebut di *software* Microsoft Word.

Konsep 1: Mager Tapi Laper

Lokasi: Kamar Tidur

Wardrobe Talent: Pakaian tidur

Talent baru bangun dari kasur, kemudian liat jam hp sudah jam 12 siang.

(Dialog) Talent: Haduh, uda jam 12 siang aja. Laper tapi mager. (ekspresi lemes)

Talent pusing mencari2 makanan di aplikasi grabfood.

Talent scroll sana sini ga nemu yang cocok.

(Dialog) Talent: Haduh, pusing dah mau makan apa. Pada bosan makanannya gini gini mulu.

Suara ketokan pintu kamar

Talent membuka pintu kamar

Talent menerima Cateringaja

Talent senang lalu memakannya

(VO): Mager Tapi Laper? Cateringaja solusinya.

Gambar 3.3 *Script Scene 1*
Sumber: Dokumentasi Cateringaja

Konsep 2: Sibuk Tapi Laper

Lokasi: Ruang Kerja

Wardrobe Talent: Jas/Kemeja Kantoran

Talent sedang sibuk kerja dan pusing karena kerjaan numpuk. Talent melihat jam dinding sudah jam 12 siang.

(Dialog) Talent: Haduh, uda jam makan siang aja, mana kerjaan masih belum kelar. Uda gitu mau nyari makan lagi!!! (ekspresi kesel)

Opsi makanan cateringaja muncul:

1. Dari mesin printer, muncul makanan Cateringaja.
2. Dari dalam laptop. Talent membuka laptop melihat Cateringaja.
3. Dari rekan kerja memberinya Cateringaja.

Talent senang lalu memakannya sambil bekerja.

(VO): Laper saat sibuk? Cateringaja solusinya.

Gambar 3.4 *Script Scene 2*
Sumber: Dokumentasi Cateringaja

Konsep 3: Bingung mau makan apa dengan pacar

Lokasi: Ruang Tamu

Wardrobe Talent: Pakaian santai rumahan

Talent cowo dan cewe sedang menonton TV di ruang tamu.

(Dialog) Talent cewe: Sayang, laper yuk makan.

(Dialog) Talent cowo: Yuk, makan Nasgor Amang.

(Dialog) Talent cewe: Bosen ah, baru semalem makannya.

(Dialog) Talent cowo: Hem, yaudah... Ayam Mas Udin gimana?

(Dialog) Talent cewe: Ga ah, dari kemarin itu-itu mulu.

Talent cowo mengambil Cateringaja dan menunjukkan ke Talent Cewenya.

(Dialog) Talent cowo: Yaudah, daripada pusing. Cateringaja solusinya. Ada 50+ menu bebas pilih, dijamin ga bakal bosen deh. Harganya hanya 20an ribu saja sudah termasuk delivery.

(Dialog) Talent cewe: Yah, kenapa ga bilang dari awal?

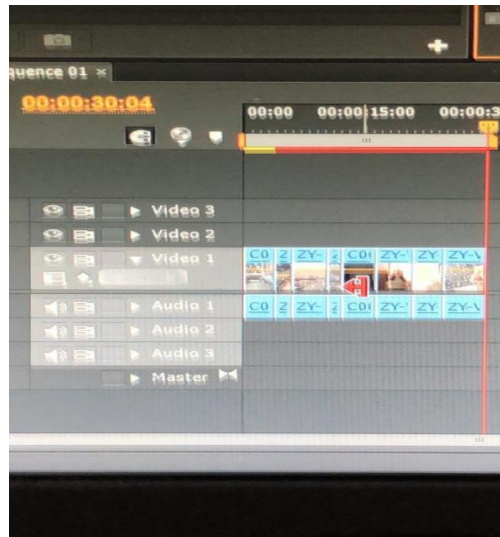
(Dialog) Talent cewe langsung merebut Cateringaja di tangan Talent Cowonya lalu memakannya.

(Dialog) Talent cowo: Tunggu!!! Itu penyaku!!!

Gambar 3.5 *Script Scene 3*
Sumber: Dokumentasi Cateringaja

Setelah skrip berhasil dibuat, penulis memberikan skrip kepada tim penulis untuk dipelajari. Berhubung konsep yang dibuat bukan untuk meningkatkan *brand awareness*, maka penulis tidak berfokus pada *talent* yang memiliki banyak *followers*, melainkan *talent* yang ekspresif dan bisa berakting. Untuk itu, penulis mengambil teman sendiri yang merupakan seorang anak teater sebagai *talent*. Setelah berhasil mendapatkan *talent* yang sesuai, penulis melakukan produksi syuting iklan Cateringaja. Syuting dilakukan di rumah teman penulis di cluster Allogio, Medang. Seharusnya proses syuting hanya dilakukan satu hari, namun berhubung dengan keterbatasan jadwal *talent*, maka proses syuting tiga *scene* dilakukan dua hari di lokasi yang sama.

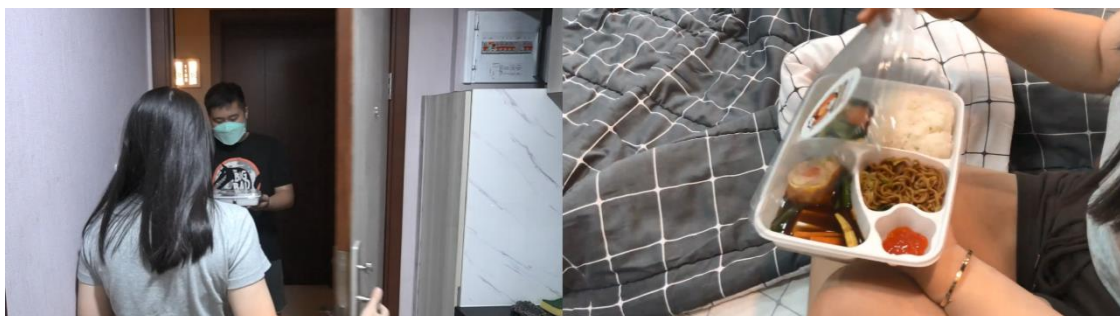
Setelah syuting, penulis menyerahkan *file* hasil syuting tersebut kepada tim penulis yang berprofesi sebagai seorang *editor* untuk kemudian melakukan *editing* untuk iklan tersebut. Proses *editing* mencakup *cutting*, *grading* dan *dubbing*.



Gambar 3.6 Proses *editing* iklan Cateringaja
Sumber: Dokumentasi Cateringaja

Setelah selesai melakukan proses *editing*, penulis melakukan *review* berkali-kali hingga menjadi video iklan yang sesuai. Penulis kemudian memberikan hasil syuting kepada Veronica Indrajani untuk ditinjau. Setelah disetujui, penulis baru mengunggah ke media sosial dan beriklan.

Berikut adalah hasil syuting untuk 3 scene:



Gambar 3.7 Hasil syuting *scene* 1
Sumber: Dokumentasi Cateringaja



Gambar 3.8 Hasil syuting *scene 2*
 Sumber: Dokumentasi Cateringaja



Gambar 3.9 Hasil syuting *scene 3*
 Sumber: Dokumentasi Cateringaja

3.1.2.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam proses bekerja magang, penulis menemukan beberapa kendala yang penulis alami, yaitu:

1. Penulis tidak memiliki ilmu bisnis, sehingga kesulitan untuk membuat konsep iklan yang dapat membuat *audience* menjadi tertarik memesan jasa Cateringaja.
2. Pandemi COVID-19, sehingga membuat proses produksi iklan menjadi lebih terhambat, termasuk komunikasi, ijin dan *casting*.
3. Tim penulis bagian *director* tidak dapat hadir karena sedang berada di luar kota.
4. Penulis tidak begitu memahami konsep pembimbing karena penulis

selama ini hanya membuat konsep yang bersifat *entertainment*, sedangkan pemilik perusahaan membutuhkan konsep yang mengandung unsur bisnis, seperti *AIDA*, *informing*, *persuading*, *adding value*, dan lain-lain.

3.1.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang penulis jabarkan di atas, penulis juga memikirkan solusi untuk menyelesaikan kendala tersebut.

1. Solusi untuk kendala utama: Penulis mempelajari beberapa buku bisnis yang penulis beli di toko Gramedia, maupun *e-book*.
2. Solusi untuk kendala kedua: Penulis berusaha melakukan komunikasi dan melakukan koordinasi via *zoom meeting* dengan para *cast*, *crew*, dan pembimbing lapangan.
3. Solusi untuk kendala ketiga: Penulis merangkap sekaligus sebagai seorang *director* agar produksi tersebut dapat berjalan dengan lancar.
4. Solusi untuk kendala keempat: Penulis harus berusaha menyeimbangkan antara konsep *entertainment* dan *business* sehingga dapat menciptakan konsep iklan yang sesuai.