

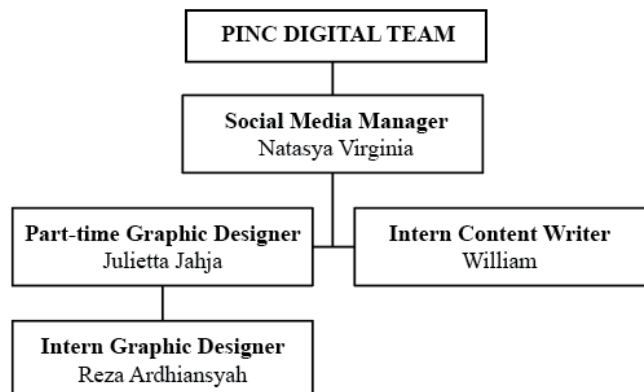
BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

Di PT Rubah Karya Sinema, penulis bekerja sebagai *content writer* yang tergabung di dalam divisi sosial media. Divisi sosial media dipimpin langsung oleh Natasya Virginia selaku CMO dan *social media manger*. Di dalam divisi sosial media sendiri berisikan empat orang dengan pembagian tugas: satu *social media manager*, satu desainer part-time, satu desainer magang, dan satu *content writer* magang. Semua tim anggota divisi sosial media ini bekerja sesuai dengan arahan dari *social media manager* dan bertanggung jawab langsung kepadanya.



Gambar 3.1. Struktur Divisi PINC *Digital Team*

3.1.2 Koordinasi

Selama masa pandemi, hampir semua koordinasi dilakukan secara *online*. Setiap harinya, seluruh tim dan divisi PT Rubah Karya Sinema berkumpul melakukan *online meeting* dari pukul 10:00 hingga pukul 12:00. Lewat *meeting* tersebut, divisi sosial media merencanakan konten-konten yang akan diproduksi dan *project-project* lainnya. Selain itu, divisi sosial media juga memanfaatkan

google slides dan *google sheets* sebagai media koordinasi. *Google slides* digunakan untuk menuliskan *script*, *guide*, referensi, dan *caption* sebuah konten. Sedangkan *google sheets* digunakan sebagai kalender konten mingguan. Di dalamnya terdapat *plotting* konten dalam satu minggu, desainer yang bertugas, hingga progress dari sebuah konten.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Sebagai *content writer*, tugas utama penulis adalah merancang, melakukan riset, dan menulis konten sosial media untuk instagram @thepincster. Tapi di luar dari tugas utama tersebut, penulis juga sempat membantu melakukan pekerjaan-pekerjaan lain jika memang dibutuhkan. Misalnya seperti: mengedit video, mendesain *thumbnail* video, hingga membantu *shooting* jika dibutuhkan.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tugas yang harus dikerjakan oleh penulis sebagai *content writer*:

No.	Platform	Tugas
1	Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat perencanaan / kalender konten - Melakukan riset - Menulis konten - Mencari referensi dan <i>guide</i> visual - Membagi tugas kepada desainer - Menulis caption - <i>Delivery</i> konten - Evaluasi performa konten - <i>Research</i> Hashtag - Editing video Instagram
2	Youtube	<ul style="list-style-type: none"> - Editing video Youtube - <i>Delivery</i> video

3	TikTok	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan riset - Menulis konten - Editing video TikTok - Menulis caption
---	--------	--

Tabel 3.1. Tugas yang harus dilakukan sebagai *content writer intern*

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Sebagai *content writer*, penulis bertanggung jawab untuk menulis lima konten dalam satu minggu. Kelima konten tersebut dipublikasikan di Instagram @thepincster setiap hari Senin hingga Jumat. Tidak hanya di Instagram, penulis juga memiliki tanggung jawab untuk mengurus konten-konten di *platform* sosial media lain seperti Youtube dan TikTok. Namun, untuk saat ini, The Pincster sendiri lebih memfokuskan kontennya di Instagram.

Utamanya, konten-konten The Pincster banyak membahas soal industri *filmmaking* dan hal lain yang meliputinya. Namun untuk kasus-kasus tertentu, The Pincster juga sering membahas topik-topik yang memang sedang hangat di internet. Semuanya dikelompokkan menjadi beberapa rubrik konten tersendiri. Rubrik-rubrik tersebut adalah #kliPINC, #camPINC, #rumPINC, #555byPincster, #RinduWFO, #PHLyfe, dan #Meme.

Secara garis besar, *workflow* pekerjaan penulis sebagai *content writer* kurang lebih sama dengan proses pembuatan sebuah film. Semuanya dimulai dari proses pencarian ide. Sumber utama ide biasanya didapat melalui proses riset. Namun, tidak jarang juga rekan kerja lainnya membantu menyumbangkan ide mereka. Ide-ide yang sudah didapatkan itu kemudian dikumpulkan setiap akhir minggu sebagai bahan *content planning* untuk minggu berikutnya. Penulis kemudian menyesuaikan ide yang didapat ke dalam rubrik lalu membuat jadwal *delivery* konten.

Setelah tahap *ideation*, tahap selanjutnya adalah mengolah ide tersebut menjadi tulisan. Tulisan yang dimaksud berupa *copy on image*, *guide*, dan juga referensi visual. Biasanya, penulis bisa menulis satu hingga dua konten dalam satu hari tergantung dari kesulitan konten itu sendiri. Lalu, penulis juga melakukan

pembagian kerja antara dua desainer yang ada dalam divisi sosial media. Ketika *COI*, *guide*, dan referensi sudah diberikan kepada desainer yang bertugas, maka mereka hanya tinggal mengeksekusi desain sesuai yang direncanakan.

Setelah desain selesai, desainer akan memberikan *preview final* kepada penulis dan *social media manager* untuk dievaluasi. Jika desain sudah disetujui, maka selanjutnya penulis harus menulis *caption* dan *delivery* ke Instagram. Namun jika tidak, tentu desainer harus melakukan revisi hingga desain disetujui. Ketika konten sudah dipublikasikan, masih ada tahap terakhir yang harus dikerjakan, yaitu evaluasi. *Social media manager* akan memberikan statistik performa dari setiap konten yang dibuat melalui *google sheets*. Dari data-data tersebut, penulis dapat mengetahui konten-konten apa yang berhasil dan konten-konten yang tidak. Hal ini akan sangat membantu proses perencanaan konten kedepannya.

Pada saat laporan ini ditulis, The Pincster sedang berkolaborasi dengan perusahaan musik bernama Sun Eater untuk membuat konten di Instagram milik Sun Eater, @suneatercoven. Konten ini bertujuan untuk mempublikasikan *webcomic* berjudul Earth-6 yang memang adalah kerjasama antara The Pincster dan Sun Eater. Untuk konten kolaborasi sendiri, *workflow* pembuatan konten akan sedikit berbeda dari *workflow* konten internal.

Pertama, Sun Eater memberikan *timeline delivery* konten kepada The Pincster. Penulis dan tim The Pincster diharuskan memproduksi konten untuk waktu yang sudah ditentukan. Setelah itu, Sun Eater memberikan *brief* berupa topik-topik apa saja yang ingin mereka angkat dalam kontennya. Di bulan September kemarin, Sun Eater ingin membuat konten yang memperkenalkan rilisan album terbaru dari musisi-musisi mereka.

Penulis dan *social media manager* lalu melakukan diskusi untuk menentukan ide konten. Berhubung konten yang dibuat harus tetap berkaitan dengan komik Earth-6, maka ide yang penulis berikan adalah mengajak *followers* untuk menebak apa isi *flashdisk* yang ada di dalam komik Earth-6 episode 2. Pada episode itu, memang sempat dibahas tentang sebuah *flashdisk* yang berisikan sesuatu rahasia penting. Sehingga, penulis merasa akan sangat menarik jika para *followers* dilibatkan untuk menebak-nebak rahasia tersebut.



Gambar 3.2. Salah satu panel komik Earth-6 episode 2

Agar sesuai dengan tujuan awal dari kontennya untuk menginformasikan rilis album baru Sun Eater, penulis mengembangkan lagi ide konten tersebut. Akhirnya penulis memutuskan untuk tidak hanya mengajak *followers* menebak isi *flashdisk*-nya tetapi juga membantu mereka dengan memberikan beberapa pilihan. Salah satu pilihan yang diberikan adalah judul-judul lagu yang memang akan dirilis oleh Sun Eater pada bulan September. Cara ini memang tidak secara eksplisit menginformasikan kepada *followers* terkait dengan rilis album tersebut. Namun, dengan cara yang *subtle* ini, para *followers* akan lebih merasa terhibur dan tetap mendapatkan informasi yang ingin disampaikan.



Gambar 3.3 dan Gambar 3.4. Konten kolaborasi The Pincster dan Sun Eater bulan September

Setelah ide sudah dirumuskan, maka selanjutnya *social media manager* harus meminta persetujuan dari pihak Sun Eater. Jika sudah disetujui oleh Sun Eater, maka ide tersebut bisa dieksekusi. Untungnya, ide yang penulis berikan langsung diterima oleh pihak Sun Eater. Sehingga desain bisa langsung diproses.

Dalam proses desain ini, penulis juga tetap mendampingi desainer. Beberapa kali penulis memberikan ide, saran, dan referensi. Ketika desain sudah selesai, maka penulis akan memberikan *preview* desain kepada Sun Eater. Jika tidak ada revisi, maka *social media manager* akan memberikan *final asset* dari desainnya dan konten siap untuk di-*deliver*. Untuk Sun Eater, karena mereka juga memiliki tim sosial medianya sendiri, maka perihal *delivery* dan penulisan *caption* mereka lakukan secara internal.

Lalu untuk konten Youtube, penulis sudah mengedit dua video yaitu video Fortune Teler with Lutesha dan video Campinc Martabak *Next Level*. Fortune Teler with Lutesha adalah video dimana aktris dan model, Lutesha, dibacakan peruntungannya lewat tarot. Sedangkan Campinc Martabak Next Level adalah video *review* martabak dengan *topping* yang tidak umum seperti *steik* dan nasi padang.



Gambar 3.5. Cuplikan video Fortune Teler with Lutesha



Gambar 3.6. Cuplikan video Campinc Martabak Next Level

Penulis sendiri tidak berpartisipasi dalam proses produksi kedua video tersebut karena proses produksinya dilakukan sebelum penulis memulai kerja magang. Sehingga, penulis hanya ditugaskan untuk mengedit kedua video tersebut. Sebelum mulai mengedit, hal pertama yang penulis lakukan adalah mencari referensi dan *style* dari vide-video The Pincster sebelumnya. Setelah itu, penulis mempelajari elemen-elemen apa yang ada pada video tersebut dan mencari tahu apa yang bisa dikembangkan dari situ. Baru setelah itu, penulis masuk dalam proses *editing*.

Untuk video Fortune Teler with Lutesha, tahap pertama yang penulis lakukan adalah membuat *assembly* dari semua *footage* yang ada. Kemudian setelah itu, penulis membuat *rough cut* dari *assembly* yang berdurasi sekitar satu jam tersebut. Penulis membuang bagian-bagian yang tidak penting. Setelah *rough cut* selesai, penulis kemudian menonton ulang *rough cut* tersebut untuk mengetahui poin-poin pembicaraan apa yang sekiranya menarik untuk dijadikan *fine cut*. Penulis lalu mencatat beberapa poin yang sekiranya menarik.

Setelah itu, penulis mulai menyusun struktur video berdasarkan poin-poin catatan yang sudah dibuat. Dari 60 menit durasi *rough cut*, penulis akhirnya berhasil membuat *fine cut* video dengan durasi kurang lebih 20 menit. Kemudian penulis memberikan *fine cut* kepada rekan-rekan The Pincster untuk meminta masukan. Penulis mendapatkan beberapa masukan. Pertama, yaitu durasinya yang masih terlalu panjang. Kedua, harus ada penambahan elemen-elemen yang membuat videonya menjadi lebih lucu dan menarik. Penulis langsung memperbaiki video tersebut sesuai dengan yang masukan yang diberikan.

Ketika revisi sudah selesai, penulis kemudian masuk ke dalam tahap *sound*, *music*, dan *online editing*. Penulis mencari lagu dan *sound effects* yang sesuai dengan kebutuhan videonya. Penulis menggunakan *platform* Youtube Audio Library untuk mengambil beberapa kebutuhan. Ketika lagu yang pas ditentukan, penulis dapat lanjut menambahkan efek, *color correction*, dan *color grading*. *Color correction* di sini sangat penting karena proses pengambilan gambar video ini dilakukan dengan tiga kamera dengan merk yang berbeda. Berarti, *color science* yang dihasilkan antar kamera juga berbeda. Sehingga, diperlukan adanya proses menyamakan warna antar footage tersebut.

Saat video sudah hampir 100% selesai, penulis kembali meminta pendapat dari rekan-rekan kerja di The Pincster. Ternyata, ada satu hal yang penulis lupa lakukan, yaitu *balancing sound*. Ada dialog salah dari satu *talent* yang tidak terdengar dengan baik. Akhirnya penulis melakukan revisi dan merapikan *sound* dari video tersebut. Setelah *sound* dan video sudah final, maka tahap selanjutnya adalah pembuatan *thumbnail*. Penulis meminta bantuan dari tim desain untuk membuat *thumbnail* tersebut. Tahap terakhir yang penulis lakukan adalah menulis deskripsi video dan *delivery* video.

Lalu untuk konten-konten di TikTok, penulis sebenarnya tidak memiliki *workflow* kerja yang terstruktur. Karena, konten TikTok ini sifatnya lebih sederhana dan sekedar “lucu-lucu-an” saja. Biasanya, penulis hanya mendaur ulang konten yang sudah ada dari YouTube. Contohnya seperti video Fortune Teler with Lutesha, penulis hanya mengambil cuplikan-cuplikan dari ekspresi dan dialog-dialog *talent* yang sekiranya menarik lalu diubah menjadi bentuk vertikal dan dipublikasikan di TikTok The Pincster. Penulis sendiri merasa bahwa ini adalah sesuatu yang disayangkan. Karena, TikTok sendiri dapat menjadi *platform* yang sangat menguntungkan jika dimanfaatkan dengan baik.

Selain mengerjakan konten TikTok untuk keperluan internal The Pincster, penulis juga pernah terlibat membuat konten TikTok untuk sebuah *brand* bernama Reederma. Ada beberapa perbedaan antara membuat konten untuk kebutuhan internal dan untuk kebutuhan *client*. Salah satu perbedaan utamanya, penulis memiliki kontrol penuh terhadap konten TikTok untuk internal The Pincster.

Sedangkan untuk konten TikTok Reederma, kontrol ada di tangan *client*. Proses pekerjaan kontennya pun lebih terstruktur karena memiliki jadwal dan konsep yang sudah matang. Natasya Virginia, selaku CMO juga ikut memantau langsung proses pengerjaan konten agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh *client*.

Setelah memasuki 450 jam kerja magang, penulis sudah menghasilkan banyak konten, yaitu:

Week	Proyek	Pekerjaan
Week 1 14 Juni – 18 Juni	Konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Konten Syndrome BTS - Konten 5 Rekomendasi MTM - Konten Meme Star Wars - Konten Review Film Ali & RRQ - Konten #RinduWFO Akhir Bulan
Week 2 21 Juni – 25 Juni	Konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Konten #rumPINC with Lisa - Konten Meme Cheetah - Konten #kliPINC Second Unit - Konten Meme Comot Bibir - Konten #555byPincster Rekomendasi Channel Belajar Film
	Konten Youtube	<ul style="list-style-type: none"> - Editing Video Fortune Teler with Lutesha
Week 3 28 Juni – 2 Juli	Konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Konten Meme Fortune Teler with Lutesha - Konten #RinduWFO Internet Lemot - Konten #kliPINC Director's Viewfinder - Konten #kliPINC Pentingnya Menuliskan Ide - Konten #555byPincster 5 Film Buat Nemenin PPKM
Week 4 5 Juli – 9 Juli	Konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Konten Meme Oldies Buddies - Konten #kliPINC Struktur Menulis Skenario Film - Editing konten IG Reels Behind The Scene Martabak Next Level

		<ul style="list-style-type: none"> - Konten Music Video Picks by Rayssa Dynta - Konten Sunday Wisdom by Peter Jackson
	Konten Youtube	<ul style="list-style-type: none"> - Editing konten Youtube Martabak Next Level
	Konten TikTok	<ul style="list-style-type: none"> - Editing konten TikTok Martabak Ngocok Challenge
Week 5 12 Juli – 16 Juli	Konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Konten #RinduWFO OOTD WFH vs OOTD WFO - Konten Behind The Scene Earth-6 Issue 3 - Konten #kliPINC Arri Alexa Mini - Konten Karakter Film Zodiak Leo - Konten IG Story QnA Pandemi - Konten Sunday Wisdom by Jean Luc Godard
Week 6 19 Juli – 23 Juli	Konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Konten #RinduWFO Website yang Bikin WFH Jadi Lebih Fun - Konten PPKM The Movie: Extended Cut Box Set - Konten #kliPINC Memanusiakan Karakter - Konten #555byPincster 5 Momen Pertemanan yang Menyakitkan dalam Film/Series - Menulis deskripsi video World Bank - Konten Sunday Wisdom by B.W. Purbanegara
Week 7 26 Juli – 30 Juli	Konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Editing video IG Reels Behind The Scene World Bank - Konten #kliPINC 6 Aturan Editing Walter Murch - Konten Meme Realita Penulis Skenario - Konten Sunday Wisdom by Martin Scorsese
Week 8 2 Agustus – 6 Agustus	Konten Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Konten #555byPincster Rekomendasi Film dari Asia Tenggara - Konten #kliPINC Menulis Meet Cute yang Berkesan

		- Konten Meme What If
Week 9 9 Agustus – 13 Agustus	Konten Instagram	- Edikting konten 17 Agustusan - Konten #kliPINC Trailer Film - Konten #kliPINC Chekov’s Gun Theory - Konten #555byPincster Suka ini? Tonton ini! - Konten Sunday Wisdom by Roger Ebert
Week 10 16 Agustus – 20 Agustus	Konten Instagram	- Konten #RinduWFO Meja Kantor - Konten Ilmu Bikin Film - Konten #555byPincster Komposisi Shot - Editing IG Reels Script vs Reality Udin Telekonsel - Konten Meme Spiderman Far From Home
Week 11 23 Agustus – 27 Agustus	Konten Instagram	- Konten #RinduWFO Keadaan Kantor Sebelum vs Sesudah PPKM - Konten #kliPINC Film Gate - Konten #555byPincster Adaptasi Komik Jadi Film - Konten Meme - Konten Introduction to Earth-6 and Sun Eater
Week 12 30 Agustus – 3 September	Konten Instagram	- Konten #PHLyfe POV Sebelum dan Sesudah Shooting - Konten #kliPINC Mengenal Heist Movie - Konten #555byPincster Cara bikin Konten yang Relatable

Tabel 3.2. Konten yang sudah dihasilkan selama 450 jam kerja magang

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Tepat setelah dua minggu setelah penulis mulai bekerja, PPKM Jawa-Bali diberlakukan. Otomatis, kantor tidak boleh beroperasi. Hal ini tentu menimbulkan kendala bagi penulis yang baru bekerja selama dua minggu. Faktor terbesar yang

dipengaruhi tentu saja masalah komunikasi. Penulis mengalami kesulitan untuk berdiskusi, dan berkoordinasi dalam produksi sebuah konten. Penulis pada saat itu juga belum memiliki pengetahuan tentang sosial media yang cukup baik. Dan karena tidak bisa bertemu langsung dengan supervisor dan rekan-rekan kerja yang lain, penulis tidak bisa belajar dengan maksimal.

Kendala lainnya, penulis juga tidak bisa memanfaatkan fasilitas kantor untuk memproduksi konten. Padahal, ada banyak hal yang bisa dimanfaatkan, mulai dari studio, *background*, *lighting*, kamera, dan lain-lain. Lebih dari itu, karena aktivitas selama PPKM dibatasi, ruang gerak untuk membuat konten juga menjadi terbatas.

Selanjutnya, penulis juga menemukan kendala yang lebih teknis yaitu memahami berbagai macam seluk beluk *platform* sosial media. Penulis harus mempelajari fitur-fitur, *user interface*, hingga algoritma dibalik setiap *platform*. Ditambah, ada beberapa *platform* sosial media yang belum pernah penulis gunakan sebelumnya.

Kendala terakhir yang penulis alami adalah kurangnya anggota tim sosial media. Seperti yang sudah dibahas di atas, penulis merasa belum bisa memanfaatkan seluruh sosial media yang ada. Hal ini terjadi karena anggota tim yang terbatas sehingga tidak mungkin mengurus dan mengatur semua *platform* yang ada. Apalagi untuk saat ini, semua ide konten dibebankan kepada penulis sendiri. Akibatnya terkadang penulis tidak punya waktu untuk mengeksplor hal-hal baru karena waktu yang terbatas. Terkadang tidak hanya memikirkan ide dan menulis konten, penulis juga harus mendesain atau mengedit video konten.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk kendala yang terkait dengan komunikasi, penulis dan tim The Pincster menggunakan *platform online* sebagai solusi. Penulis memanfaatkan fitur *Google Sheets* untuk membuat jadwal konten, lengkap dengan pembagian desainer dan status dari setiap konten. Ternyata hal ini bukan saja menyelesaikan masalah, namun juga sebagai inovasi baru yang akan sangat berguna bahkan ketika situasi sudah kembali normal sekalipun. Koordinasi pekerjaan pun terasa jadi lebih mudah

dan efektif dengan menggunakan *Google Sheets* ini. Untuk proses diskusi sehari-hari dalam produksi konten, penulis memiliki grup WhatsApp. Lewat grup tersebut, tim sosial media dapat saling bertukar pikiran dan meminta pendapat satu sama lain.

Semasa PPKM, penulis tidak punya pilihan selain memanfaatkan sumber daya yang penulis miliki di rumah. Akhirnya tidak banyak konten-konten berbentuk video pada saat itu. Namun, setelah Instagram merilis fitur *reels* mereka, penulis dan tim sosial media berusaha menyalasi agar tetap bisa merilis konten video. Solusinya adalah penulis memanfaatkan asset-aset yang The Pincster miliki, lalu diolah kembali ke dalam bentuk video. Misalnya seperti foto-foto *behind the scene* atau cuplikan film pendek produksi The Pincster yang bisa dijadikan konten video *script to screen*. Penulis juga sempat membuat animasi sederhana untuk konten Kemerdekaan Republik Indonesia.

Setiap harinya, *platform* sosial media terus berkembang. Misalnya penambahan fitur *reels* oleh Instagram. Artinya, penulis harus terus menerus mempelajari berbagai macam fitur dan bahkan berbagai macam *platform*. Penulis yang sebelumnya tidak memiliki pengalaman apapun terkait dengan dunia sosial media akhirnya harus mulai belajar. Untungnya, semua dimudahkan dengan bantuan internet, dengan bantuan dari konten-konten yang ada di internet. Melalui konten-konten tersebut, penulis belajar tentang sosial media dan seluk beluk di dalamnya. Penulis lalu juga banyak belajar dari perusahaan-perusahaan lain dan mencoba menerapkan hal menarik yang mereka lakukan pada *platform* sosial media The Pincster.

Walaupun sudah mempelajari banyak hal tentang sosial media, penulis tetap tidak bisa mengurus beberapa *platform* sosial media secara bersamaan. Kekurangan anggota tim sosial media The Pincster ini mengakibatkan kurangnya pemanfaatan berbagai *platform* sosial media. Alhasil, konten-konten The Pincster hanya terfokus pada Instagram saja. Sampai laporan ini ditulis, belum ada solusi konkret atas masalah ini. Beberapa kali, The Pincster membuka peluang magang namun belum ada hasil yang signifikan.

Kurangnya anggota tim ini juga berarti *load* pekerjaan yang dipegang setiap individu menjadi lebih berat. Hal ini beberapa kali mengganggu kelancaran dari

produksi dan distribusi konten itu sendiri. Ada beberapa waktu dimana ada konten yang tidak ter-*deliver* pada jadwal yang sudah ditentukan. Untung saja The Pincster memiliki beberapa cadangan konten. Akhirnya, ketika penulis merasa *load* pekerjaan sedang bertambah, maka penulis memanfaatkan konten cadangan tersebut. Sebetulnya konten cadangan ini bukanlah jawaban untuk kelangsungan jangka panjang. Pada akhirnya penulis juga sering meminta bantuan kepada rekan kerja di divisi lain. Maka dari itu, masalah ini harus dipikirkan dan dipertimbangkan dengan baik.