BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

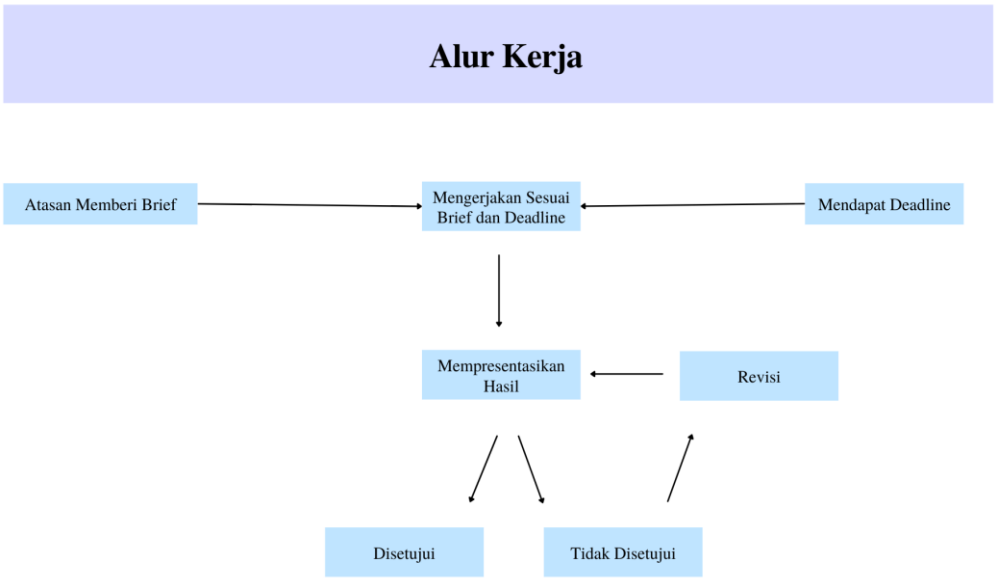
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis pada kesempatan magang ini ditempatkan oleh perusahaan pada divisi dokumentasi dan media sosial. Dalam divisi ini penulis akan bertanggung jawab langsung terhadap supervisi divisi dokumentasi dan media sosial perusahaan yaitu Ibu Wulan. Penulis akan melaksanakan kerja magang dari tanggal 25 Juli 2022 sampai tanggal 25 November 2022. Adapun jam kerja perusahaan dimulai pada pukul 7.30 sampai pukul 16.30. Jam kerja magang yang dianjurkan oleh pihak universitas adalah sebanyak 800 jam selama rentang waktu itu. Untuk itu, penulis akan berkordinasi langsung kepada supervisi yaitu Ibu Wulan. Berikut ini merupakan standar operasional prosedur dalam bekerja yang diberikan oleh perusahaan terhadap penulis :

1. Penulis akan mendapatkan perintah untuk mengerjakan sebuah video, bisa untuk kebutuhan media sosial perusahaan ataupun dokumentasi sebagai arsip perusahaan
2. Penulis akan mendapatkan *deadline*
3. Penulis mengerjakan tugas yang diberikan dan menyelesaikannya tepat waktu
4. Jika hasil sudah ada Penulis boleh mempresentasikan hasil yang telah dikerjakan, untuk bisa didiskusikan bersama, yang nantinya akan mendapatkan persetujuan ataupun harus melakukan revisi.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.1 Alur Kerja



3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis mendapatkan posisi pekerjaan sebagai seorang videografer. Penulis memiliki tugas utama untuk bisa membuat gambar bergerak bagi perusahaan, yang nantinya diharapkan bisa digunakan untuk kebutuhan pemasaran melalui media sosial oleh perusahaan. Penulis dalam batasan pekerjaan hanya bertanggung jawab untuk menciptakan tayangan gambar bergerak, dari awal sampai jadi.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Dalam menjalankan tugas kerja magang, penulis diberi tanggung jawab menjadi seorang videografer. Videografer pada perusahaan bertugas dalam membantu perusahaann untuk menghasilkan tayangan gambar bergerak untuk keperluan pemasaran. Tayangan gambar bergerak yang dihasilkan oleh penulis bisa digunakan baik pada media sosial perusahaan, seperti Instagram, Tiktok bahkan untuk *website* juga. Penulis berharap dengan kehadiran penulis dalam kerja

magang ini bisa membantu perusahaan untuk memasarkan produknya melalui media sosial.

Penulis akan mempertimbangkan aspek-aspek penting dalam pembuatan tayangan gambar bergerak, seperti sinematografi, lagu, serta tren dalam pembuatan gambar bergerak agar bisa berguna sebagai media pemasaran. Penulis ingin sekali dalam praktik kerja magang ini bisa membantu perusahaan dalam mewujudkan visinya menuju ke arah digital. Pada saat periode kerja magang penulis mungkin belum membayangkan dampak yang signifikan pada pemasaran secara digital, dikarenakan masih tahap awal, namun penulis berharap pada masa depan perusahaan bisa memanfaatkan media sosial dengan maksimal. Dalam praktik langsung di lapangan ada beberapa pekerjaan yang penulis golongkan ke dalam proyek pada tabel berikut :

Tabel 3.1 *Tugas Yang Dilakukan*

Nama Proyek	**Tugas Yang Dilakukan**	**Durasi**
KF House	- Membuat tayangan gambar bergerak untuk kebutuhan portofolio perusahaan - Penulis menggunakan camera sony A6300, lensa Sony 16-70mm beserta perlengkapan gimbal Moza Aircross 3 dalam pengambilan video pada project ini - Penulis melakukan editing menggunakan adobe premiere pro, baik untuk proses *offline editing, grading* dan *online editingnya.*	- 150 Jam

Website Twindo Furniture	- Melakukan editing menggunakan adobe premiere pro untuk membuat sebanyak 5 cutdown dengan durasi 5-10s dari video company profile perusahaan	- 50 Jam
Konten Media Sosial Accent Cabinet	- Membuat konten sosial media untuk kebutuhan TikTok dan Instagram pada produk accent cabinet - Menggunakan camera sony A6300 dan lensa Sony 16-70mm, beserta merekam dengan teknik *handheld* dalam pengambilan gambar - Melakukan editing dengan adobe premiere pro Melakukan riset lagu yang sedang viral pada sosial media TikTok untuk digunakan, dengan harapan bisa membantu konten ini agar menjadi viral	- 50 Jam
Konten Media Sosial 4 Jenis Kayu	- Membuat konten edukasi mengenai jenis kayu yang cocok digunakan sebagai bahan furniture - Pada pengambilan gambar konten ini menggunakan Camera Sony A6300, Lensa Sony 16-70mm beserta	- 50 Jam

	dengan teknik pengambilan gambar secara *handheld* - Melakukan editing menggunakan adobe premiere pro, serta menginput background music yang telah dipilih - Memilih background music berdasarkan lagu yang sedang viral pada sosial media TikTok	
Catalogue Product	- Menyusun product catalogue dari Twindo Furniture - Menentukan dan membuat design awal dari catalogue product - Meriset hal-hal yang perlu disampaikan pada product catalogue agar bisa menjadi senjata pemasaran yang baik - Membuat dalam format pdf agar bisa didownload dan digunakan dalam pemasaran produk melalui media sosial	- 150 Jam

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis mendapatkan beberapa tugas hingga laporan magang ini ditulis. Tugas utama penulis adalah membuat tayangan gambar bergerak. Nama-nama proyek yang mencakup perihal tugas utama penulis

ada sebanyak 3 proyek yaitu, *project KF House*, konten media sosial *accent cabinet* dan 4 jenis kayu. Sedangkan pada tugas sampingan penulis membuat proyek *catalogue product* dan *website*. Sampai laporan magang ini ditulis, penulis telah menyelesaikan lebih dari 450 jam kerja magang. Dalam 450 jam ini terdiri dari 150 jam untuk *project KF House*, 50 jam untuk *website Twindo Furniture*, 50 jam untuk konten media sosial *Accent Cabinet*, 50 jam untuk konten media sosial 4 jenis kayu, serta 150 jam untuk *Catalogue Product*.

Penulis telah mendapatkan banyak pengalaman berharga selama masa kerja praktik magang pada perusahaan CV Twindo. Penulis juga bisa belajar banyak tentang media sosial dan pemasaran, yang mungkin hanya sempat penulis pelajari sedikit saja pada bangku perkuliahan. Penulis melakukan banyak adaptasi dalam pembuatan video, dengan kondisi yang ada serta menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan untuk pemasaran. Pengalaman seperti ini yang penulis rasa sangat diperlukan dan hanya bisa didapatkan dari praktik kerja langsung di lapangan.

Gambar 3.2 Proses Kerja Magang

Gambar 3.3 Pembuatan *Catalogue Product*

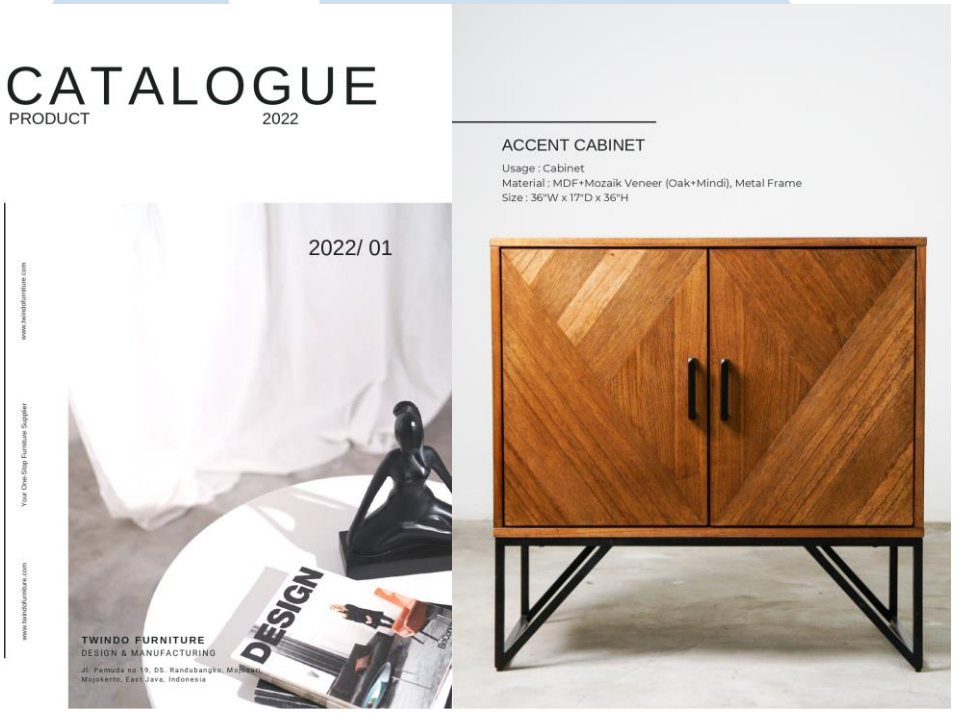
Pada proyek KF House, penulis diberikan tanggung jawab untuk meliput dan mendokumentasikan sebuah arsip dari proyek perusahaan. Penulis membuat sebuah video dengan durasi 1 menit. Pada video ini penulis lebih mengutamakan komposisi pada pengambilan gambarnya sehingga penonton akan lebih nyaman ketika melihat video arsip yang berhubungan dengan *interior* dari sebuah rumah. Penulis menggunakan kamera sony A6300 beserta dengan gimbal Moza Air Cross 3 untuk bisa mencapai kebutuhan visual yang diperlukan.

Pada pembuatan konten untuk media sosial perusahaan penulis mempertimbangkan tren yang sedang berlangsung pada saat itu. Penulis memilih lagu yang memang menjadi tren pada saat tersebut. Pemlihan lagu berperan penting terhadap tingkat interaksi pada tayangan konten. Melihat dari kebutuhan pemasaran memaksimalkan hal ini lebih penting daripada sekedar memperhatikan estetika dari pemilihan lagu.

Pembuatan *Website* dan *Catalogue Product* menjadi tugas sampingan dari penulis. Penulis ingin membuat *website* dan *catalogue product* menarik secara estetika dan dengan desain yang lebih modern. Penulis sadar jika *website* dan *catalogue product* memiliki peranan yang penting dalam pemasaran. Kedua

proyek ini walaupun hanya menjadi tugas sampingan dari penulis, namun penulis tetap kerjakan dengan maksimal sehingga bisa mendapatkan pengalaman beserta memberikan dampak bagi perusahaan.

Gambar 3.4 Hasil *Catalogue Product*



3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pengalaman penulis melakukan kerja magang pada perusahaan. Penulis melakukan pengamatan berdasarkan pengalaman penulis terhadap kendala yang penulis temukan. Penulis menemukan beberapa kendala seperti berikut :

1) Sistem produksi perusahaan yang menggunakan sistem produksi massal untuk sebuah produk, membuat penulis sebagai videografer cukup kesulitan dalam membuat konten. Pada media sosial TikTok dan Instagram yang seharusnya sesering mungkin menayangkan konten, kuantitasnya menjadi sangat minim dikarenakan penulis hanya bisa membuat konten menggunakan 1 produk saja pada jangka waktu yang cukup lama.

2) Kurangnya bantuan tenaga kerja ahli dalam dunia digital sehingga penulis cukup terhambat dalam fokus untuk membuat tayangan gambar bergerak saja. Penulis secara terpaksa juga membantu dalam hal-hal kreatif lain yang di luar dari tanggung jawab penulis sebagai seorang videografer, seperti membuat *catalogue* produk dan membuat desain pada *website* yang tentunya cukup memakan waktu meskipun di sisi lain penulis mendapatkan pengalaman baru.
3) Perusahaan memiliki target pembeli merupakan orang luar negri, sedangkan media sosial seperti TikTok dan Instagram memiliki sistem untuk menayangkan konten yang dibuat oleh kreator hanya kepada orang-orang dengan domisili negara yang sama. Konten yang dibuat oleh penulis untuk media sosial lebih banyak ditayangkan kepada masyarakat Indonesia, sehingga kegiatan menggunakan media sosial TikTok dan Instagram menjadi kurang efektif dan efisien.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala tentu penulis juga harus bisa memikirkan solusinya. Menghadapi beberapa kendala yang telah penulis terangkan pada sub-bab sebelumnya penulis juga merumuskan beberapa solusi. Diantara lain berikut merupakan solusi yang penulis anjurkan kepada perusahaan :

1) Sebelum melakukan produksi massal tentu perusahaan sudah membuat sample produknya. Penulis menyarankan agar sample produk dibuat dengan lebih sempurna lagi dan mempercepat proses pembuatan sample produk hingga untuk produksi massal 3-4 bulan di depan, dengan cara ini penulis juga bisa menyiapkan tayangan konten gambar bergerak untuk produk yang akan dipasarkan dengan kuantitas yang lebih banyak
2) Menambahkan bantuan tenaga kerja ahli untuk bidang digital karena untuk bisa membuat eksistensi digital perusahaan lebih baik lagi bukan hanya untuk masa kini namun juga untuk masa depan
3) Penulis menyarankan untuk bisa memanfaatkan media promosi digital lainnya seperti *website* untuk bisa lebih efektif dan efisien dalam

mengjangkau pembeli di mancanegara. Media sosial seperti TikTok dan Instagram tetap boleh digunakan untuk mengejar target pembeli lokal.

Dari solusi yang telah penulis rumuskan, penulis juga sudah sempat memberikan solusi terkait kendala ini kepada perusahaan. Adapun respon perusahaan pada saat tersebut masih mempertimbangkannya. Pertimbangan dari pihak perusahaan mengenai solusi pada poin pertama adalah tidak mudah untuk langsung membuat sample produk untuk pesanan pada 3 dan 4 bulan, karena pembeli baru akan bisa menyepakati model akhir dari produk pada 2 bulan sebelumnya, namun perusahaan akan mengusahakan solusi ini. Pada poin kedua perusahaan akan mempertimbangkan untuk bisa membuka lowongan lagi, namun permasalahan utama adalah susahnya mencari tenaga kerja di domisili pabrik perusahaan yang cenderung masyarakatnya belum terlalu mahir mengenai dunia digital. Perusahaan akan berupaya untuk menambahkan tenaga ahli melalui sistem kerja *remote* ataupun *freelance*. Pada poin ketiga perusahaan memutuskan untuk mencoba solusi ini, dimana perusahaan lebih memfokuskan pemasarannya melalui *website* dengan memperbaiki total *website* perusahaan agar memiliki tampilan yang lebih menarik.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA