



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

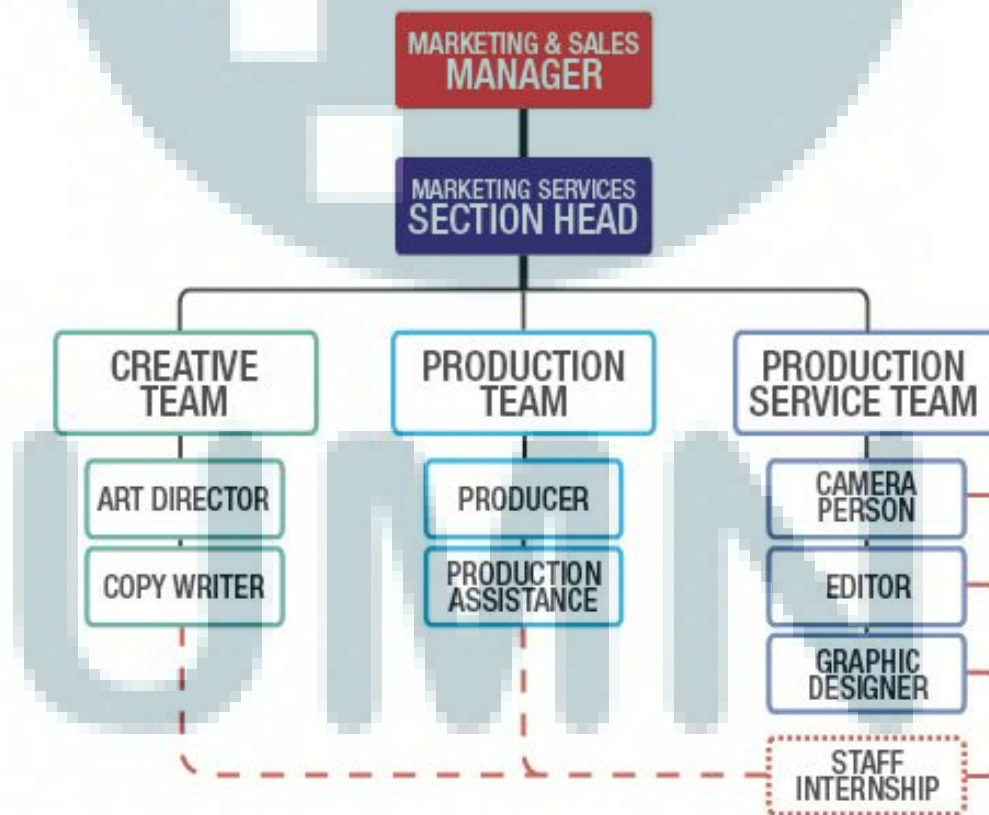
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

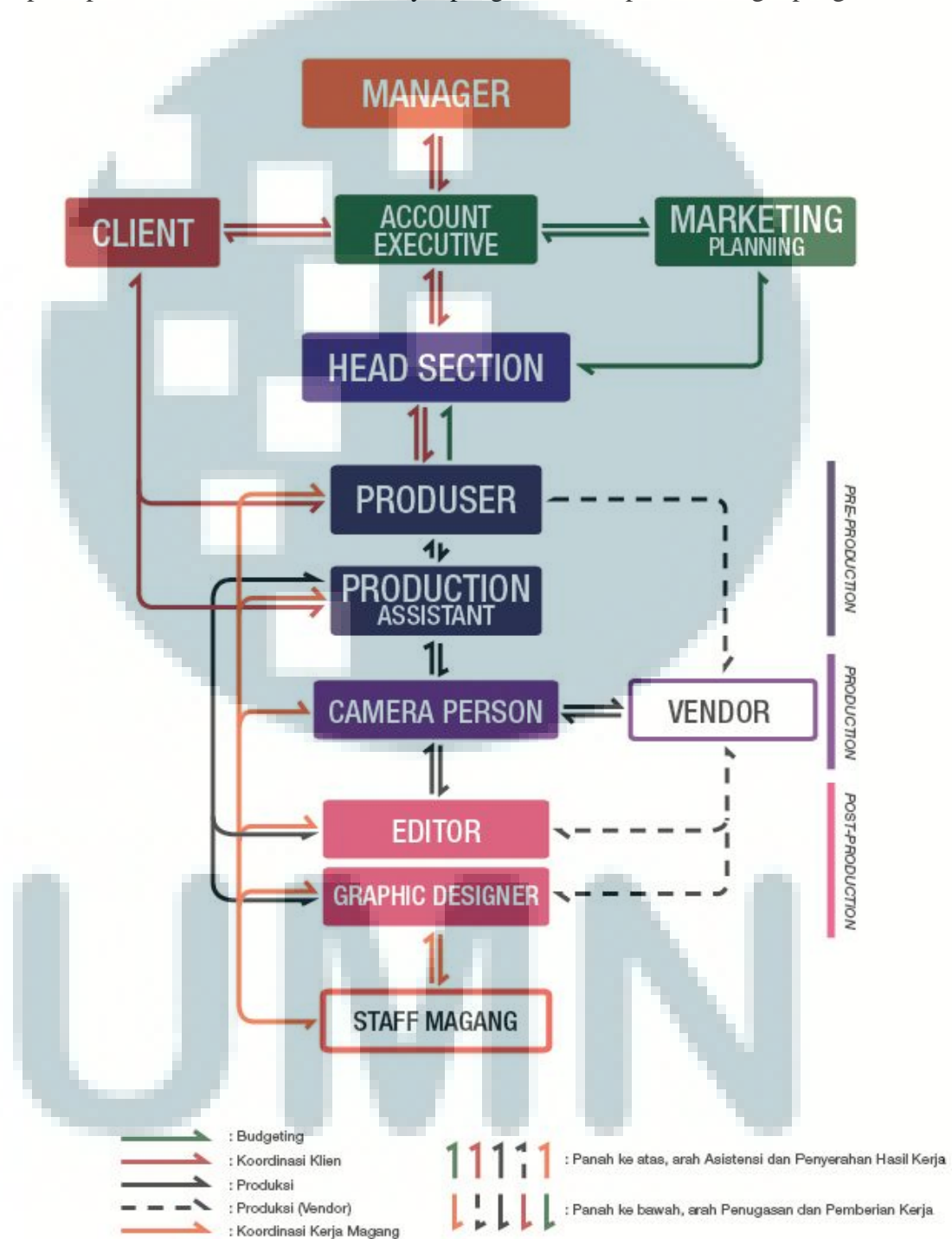
Kedudukan penulis ditentukan oleh *section head/* manager dari bagian *Marketing Activation & Creative Services* dimana penulis ditempatkan di bagian tersebut, didalam divisi *Sales & Marketing*. Bagian tersebut bekerja pada pembuatan iklan, filler, advetorial sesuai dengan permintaan klien. Di dalam bagian ini terdapat tiga jabatan yang berperan yaitu, produser, Production Assisten, dan editor.

Penulis khususnya ditempatkan sebagai asisten video editor, tetapi juga ikut bekerja membantu divisi lain seperti asisten camera, *camera person*, *Production Assistant*, dll. Sehingga memungkinkan penulis untuk mendapatkan pengalaman di setiap divisi yang berbeda saat melakukan kerja magang.



Bagan 3.1 Bagan Kedudukan Staff Magang (sumber: Sales & Marketing Presentation)

Penulis berada dibawah pengawasan *Marketing Services* manager yaitu Bapak Yulianto Tri Nugroho, Infomercial Superintendent, yang memberikan tugas kepada Video Editor yaitu Bapak Bangkit Warlianto untuk bertugas sebagai pembimbing lapangan selama penulis bertugas. Semua tugas yang diberikan kepada penulis harus melalui keduanya, pengawas serta pembimbing lapangan.



Bagan 3.2 Bagan Koordinasi Staff Magang (sumber: Data Pribadi)

Koordinasi kerja pada bagian Marketing & Sales dimulai dari *Account Executive* (AE) yang wajib mengisi form pengajuan konsep/proyek yang harus ditandatangani oleh section head dan manager. Kemudian produser ditugaskan oleh section head untuk berkoordinasi dengan AE untuk melakukan brief lebih detail dengan klien.

Produser kemudian bertugas menyusun budget proyek yang telah ditugaskan, sesuai dengan format yang telah ditentukan, kemudian diserahkan kepada head section. Budget yang telah disusun kemudian akan di followup kepada tim marketing planning, dari situ tim marketing planning akan memproses budget dari *Creative Services* yang kemudian akan diberikan kepada AE berupa paket. Produser dan production assistent sudah melakukan *brainstorming* sebelumnya, ide yang disetujui oleh klien kemudian akan mulai di produksi. Produksi yang dilakukan oleh tim *Marketing Services* tahun 2013 ini adalah 60% dibantu oleh *supporting vendors*, dimana *production house* luar perusahaan disewa untuk membantu proyek perusahaan, namun tetap dibawah nama perusahaan penyewa vendor.

Setelah produksi selesai kemudian akan masuk ke dalam pasca produksi dimana semua bahan yang telah diambil akan dikerjakan proses editing dan penambahan grafis bila diperlukan. Selama proses pengerjaan editing, production asisten akan memberikan editor script dan memandu editor dalam proses editing. Bila diperlukan asistensi oleh klien, production asisten akan mengkoordinasikannya dengan klien.

Penulis dalam proses kerja magang membantu mulai dari proses produksi, *shooting*, pembuatan *voice over*, *script* sampai editing serta grafis. Penulis juga membantu production asisten dan produser dalam pembentukan konsep juga *brainstorming* ide. Penulis mendapatkan kerja dari pembimbing lapangan di bagian pasca produksi, jika dari bagian lain mengiinkan penulis untuk membantu, bagian tersebut harus memperoleh ijin dari *section head* terlebih dahulu.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Video editor merupakan posisi awal penulis sebagai staff magang di perusahaan ini. Video juga mayoritas yang diproduksi oleh bagian *marketing services*, oleh karena itu pekerjaan tugas yang dilakukan adalah editing video, penambahan grafis, pembuatan grafis, *shooting*, dan pembuatan *voice over*. Jumlah karyawan yang ada di *marketing services* yang terbatas membuat penulis harus bisa melakukan dan mencoba berbagai macam pekerjaan, antara lain:

1. Sebagai Video Editor :

- a. Membantu editing video *filler*, *advetorial*, seremonia, baik video online (akan tayang) maupun offline (biasanya video compliment)
- b. Menambahkan *voice over*, dan grafis pada video, elemen grafis yang mungkin sederhana, namun sangat penting untuk menyampaikan pesan.
- c. Pemilihan *footage* video, bahan produksi biasanya hasilnya banyak dan diperlukan waktu untuk memilih gambar yang tepat untuk masuk dalam video.

2. Sebagai Graphic Designer :

- a. Membuat *tell-up* sebuah event, diperlukan untuk memberi info kepada masyarakat tentang suatu event, hanya dengan gambar grafis, yang biasa dijadikan motion graphic.
- b. Membuat *superimpose*, logo kecil pada sebuah video untuk menguatkan brand.
- c. Membuat iklan Klasika Kompas TV, sebuah perusahaan memerlukan iklan untuk memperkenalkan programnya ke masyarakat, khususnya masyarakat JABODETABEK.

3. Sebagai Camera Person :

- a. *Shooting filler*, sebagai assitent cameramen yang membantu pengambilan gambar dan persiapan alat.
- b. *Shooting Compliment*, sebagai camera person yang meliput sebuah event perusahaan dan melakukan wawancara langsung.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang (sumber: Data Pribadi)

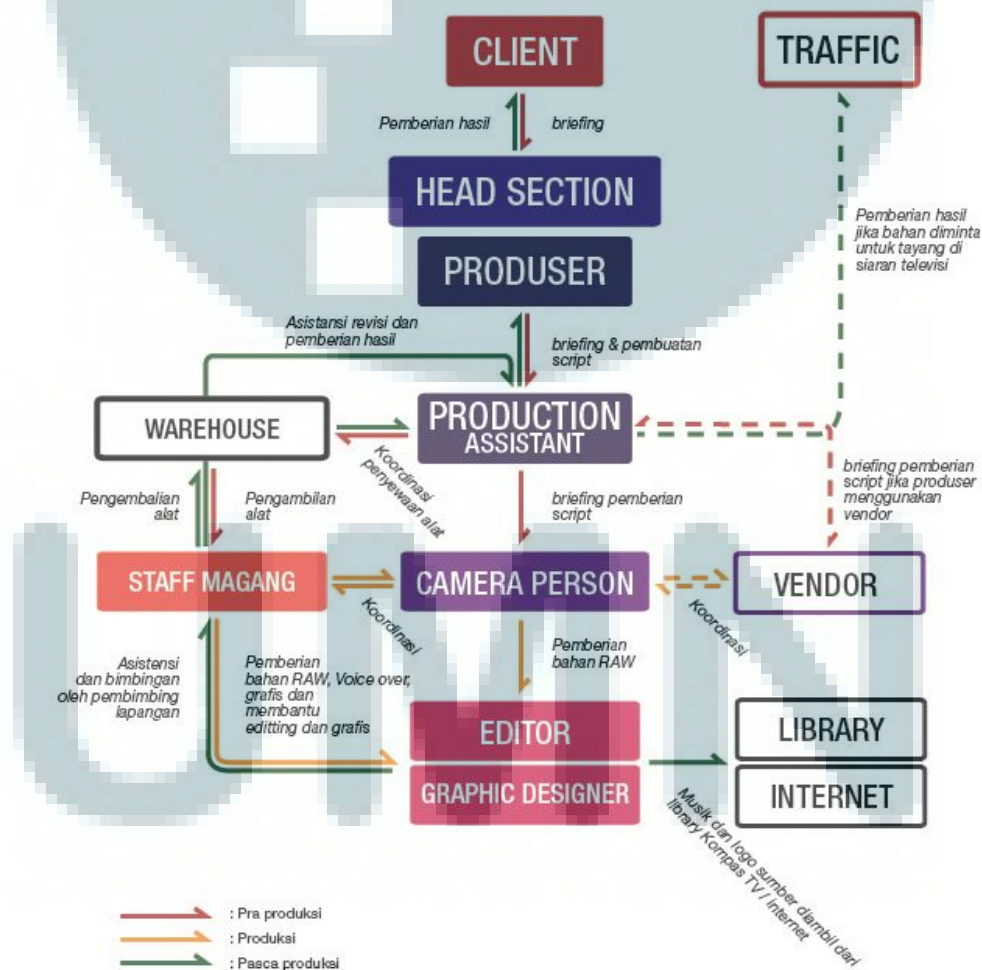
MINGGU KE -	TUGAS YANG DILAKUKAN
1	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit video filler launching Smartfren Andromax U2 60s - Membuat grafis TVC Kemenkumhan (Icon dan logo)
2	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit video Seremonia Event KKP - Membuat moodboard & Konsep Clubmild “CluborAction” - Shooting Seremonia Kemenkumhan AHU
3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konsep filler Sinda Cap Badak - Mengedit video Seremonia Kemenkumhan AHU - Shooting Seremonia launching BBM on Android and Ios
4	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat grafis tell-up Zinc Vertical Running 30s - Mengedit video filler event Kalbe
5	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat superimpose logo Blibli.com dan BKKBN - Membuat grafis iklan KTV, klasika Kompas untuk tanggal 28,29, dan 30 September 2013 - Shooting compliment Djarum Rockadventure
6	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit video dan membuat grafis Danamon Social Entrepreneur Awards finalis 60s - Mengedit video compliment Djarum Rockadventure - Membuat grafis iklan KTV, klasika Kompas untuk tanggal 5,6, dan 7 Oktober 2013
7	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit video Kratingdaeng Grand Final Power Dance 2013 - Shooting filler event Soho Global Health
8	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit video filler event Soho Global Health
9	<ul style="list-style-type: none"> - Shooting compliment World Economic Forum 2013 - Mengedit video dan membuat grafis Penjurian Danamon Social Entrepreneur Award 2013 - Mengedit video compliment World Economic Forum 2013
10	<ul style="list-style-type: none"> - Rushing video Kratingdaeng Power Dance 2013 Thailand - Membuat grafis running text BKKBN

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dua bulan menjalani praktek kerja magang banyak pengalaman yang penulis dapatkan dan pelajari. Banyaknya pekerjaan di divisi *marketing services* membuat penulis terlibat dalam banyak kegiatan. Penulis akan menjelaskan beberapa pelaksanaan kerja yang membutuhkan proses kerja cukup panjang.

3.3.1 Shooting Seremonia Direktorat Djendral AHU

Seremonia adalah tayangan komersil yang disajikan dengan gaya bahasa jurnalistik dan persuasif, yang tayang pada Kompas TV pada hari kamis atau jumat sore hari. Proses kerja yang dilalui dalam mengerjakan satu pekerjaan terhitung cukup panjang, seperti pada gambar, berawal dari klien yang memberikan briefing kepada head section dan produser.



Bagan 3.3 Proses Kerja Video Shooting (sumber: Data Pribadi)

Briefing kemudian di *follow-up* oleh production assistant yang kemudian membuat *script* dan menyiapkan keperluan yang akan digunakan untuk syuting dan berkoordinasi dengan klien, vendor, dan *camera person*.

Pada minggu pertama praktek kerja magang penulis diberi kesempatan untuk menjadi asisten camera person pada shooting seremonia Direktorat Djendral AHU yang mengadakan sebuah event Mega Seminar Hukum “Keterbukaan Informasi Publik DIRJENAHU Menuju Reformasi Pelayanan Publik yang Berintegritas” pada tanggal 12 September 2013 di JS Luwansa Hotel & Convention Center. Masa pra-produksi diawali oleh klien yang sebelumnya sudah memberikan brief kepada Head Section untuk melakukan shooting liputan event. Kemudian produser mempersiapkan script serta menerima press release dari klien supaya mendapatkan momen dan info yang ada pada event sesuai dengan keinginan klien.

Masuk pada produksi shooting seremonia ini, produser menggunakan vendor dari luar perusahaan untuk membantu menyelesaikan proyek ini. Hal ini dilakukan karena kurangnya staff dan peralatan yang dimiliki. Production Assistant kemudian berkoordinasi dengan *camera person* dari vendor, juga penulis yang menjadi asisten camera person. Tugas dari asisten camera person yaitu mengambil gambar established shot, shot cadangan (*medium shot, long shot, close-up*) dan lighting person. Peralatan yang digunakan adalah kamera DSLR 5D mark III, 7D, lensa pendukung dan tripod video.

Dalam pembuatan video seremonia diperlukan beberapa shot penting, seperti close-up shot yang biasa diambil dari atas bahu sampai kepala, jenis shot ini digunakan untuk info penting seperti wawancara dan pidato dalam sebuah event. Dalam pengambilan shot close-up ini penulis menjadi lighting person yang mengoperasikan jenis lampu LED untuk menambahkan efek *back light* pada objek. Seperti yang terlihat pada gambar dibawah,



Gambar 3.1 Close-up shot dan backlight (sumber: Data Pribadi)

Jenis shot berikutnya adalah yang penulis kerjakan yaitu pengambilan *established shot* yang berfungsi sebagai perantara atau menghubungkan antar gambar satu dengan yang lainnya. *Established shot* memberikan kesan keseluruhan atau *wide*, sehingga menggambarkan keadaan sekitarnya. Seperti yang terlihat pada gambar dibawah, *established shot* mengambil gambar secara keseluruhan sehingga bisa menghubungkan gambar-gambar *medium shot*, *close-up*, dsb.



Gambar 3.2 *Established Shot* (sumber: Data Pribadi)

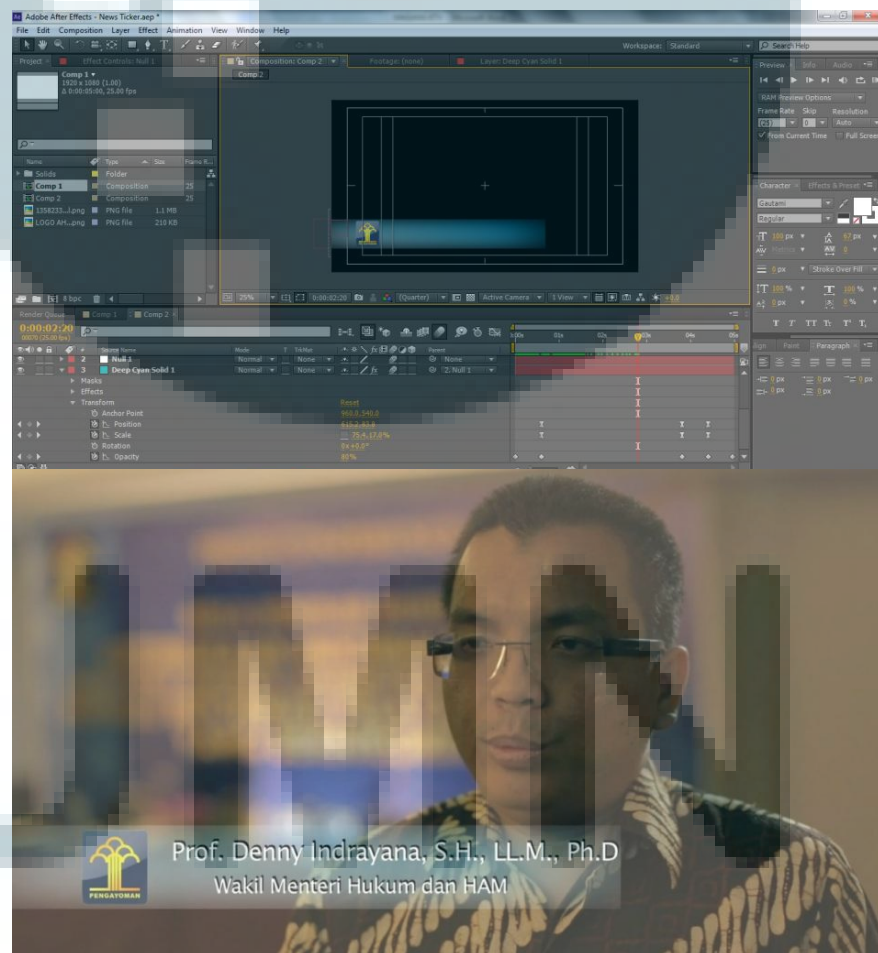
Penulis juga mengerjakan shot cadangan yang digunakan untuk memberi gambar dari sudut pandang yang berbeda sehingga memberi kesan menarik dan tidak membosankan. Gambar dibawah menunjukkan perbedaan sudut pengambilan gambar yang diambil penulis dan camera person pada waktu yang sama juga objek yang sama, dalam video terlihat memberi kesan dinamis.



Gambar 3.3 Penerapan *Established shot* dan *Close-up Shot* (sumber: Data Pribadi)

Setelah produksi pada hari itu selesai, semua data yang ada kemudian diberikan kepada penulis untuk diproses ke bagian editing dan grafis atau pasca produksi. Dalam editing video seremonia tersebut penulis mengerjakan bagian grafis dan insert video. Video insert diberikan pada video wawancara dengan gambar yang sesuai info pada wawancara. Penulis menambahkan grafis pada video, grafis hanya sekedar template nama, namun hal ini sangat penting dalam video jurnalistik seremonia ini.

Template nama ini dibuat dengan menggunakan program After Effect yang dijadikan *overlay* pada program video editing yaitu Final Cut Pro. Pada gambar dibawah menunjukkan template yang digunakan pada video. Data seperti logo diambil dari internet atau dari klien langsung, sedangkan untuk background musik, Kompas TV memiliki *library* tersendiri untuk musik yang digunakan.



Gambar 3.4 Penerapan Grafis Template Nama (sumber: Data Pribadi)

Proses asistensi dilakukan selama proses editing berlangsung dan setelah editing selesai. Asistensi dilakukan oleh production assistant yang bertanggung jawab terhadap klien, juga membuat *voice over* juga mengarahkan editor agar sesuai dengan keinginan klien. Setelah proses editing selesai dan asistensi revisi dilakukan, hasil akhir video kemudian diberikan kepada bagian traffic untuk ditayangkan pada saluran Kompas TV. Durasi video seremonia ini adalah tiga menit yang tayang di antara pukul 15.00 sampai 17.00 WIB.

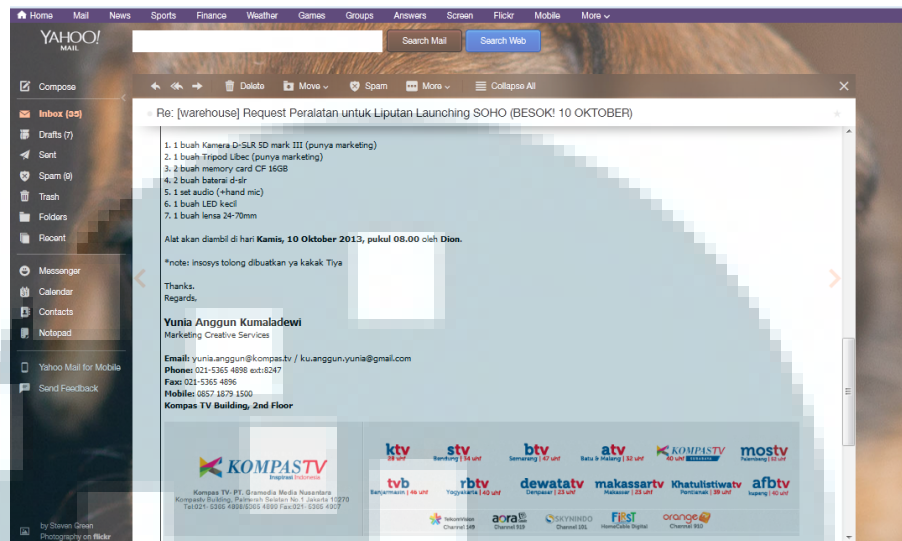
Proses kerja pada shooting ini berlaku juga pada kerja magang penulis yang lainnya pada event, Blackberry Messenger Launching, Djarum Rockadventure, dan World Economic Forum.

3.3.2 Shooting dan Video Editing SOHO Global Health

Penulis menjalani juga tugas menjadi *camera person* sampai editor, pada tanggal 14 Oktober 2013 penulis ditugaskan untuk mengisi posisi yang kosong dan mengerjakan *shooting filler* event SOHO Global Health di Central Park, Jakarta. Event berikut dengan launching juga seminar ini bertujuan untuk memperkenalkan kembali produk-produk dan memberikan info keterpedulian terhadap kesehatan oleh group SOHO di Indonesia. Klien memberikan brief kepada head section dan produser, kemudian diserahkan kepada produser dan production assistant untuk mengurus penyewaan alat dan koordinasi lanjutan dengan klien.

Penulis bertugas untuk mengambil alat yang sudah disiapkan di warehouse Kompas TV dan mempersiapkan alat untuk syuting. Peralatan yang digunakan antara lain adalah kamera DSLR, Mic, tripod video dan lensa DSLR. Penyewaan alat dari production assistant ke warehouse menggunakan e-mail perusahaan, seperti yang tertera pada gambar dibawah. Penulis juga mempersiapkan pertanyaan disamping mengambil stock gambar event yang berlangsung. Dalam melakukan wawancara penulis juga perlu menyiapkan hand mic, dan setting kamera, karena kurangnya staff penulis menyiapkan sendiri keperluan tersebut. Dalam pengambilan shot wawancara digunakan medium shot pada objek agar focus

audiens terhadap objek lebih jelas. Seperti gambar dibawah objek diambil dari bagian pundak sampai atas kepala.



Gambar 3.5 Contoh Email Pesanan Alat ke Warehouse (sumber: Data Pribadi)



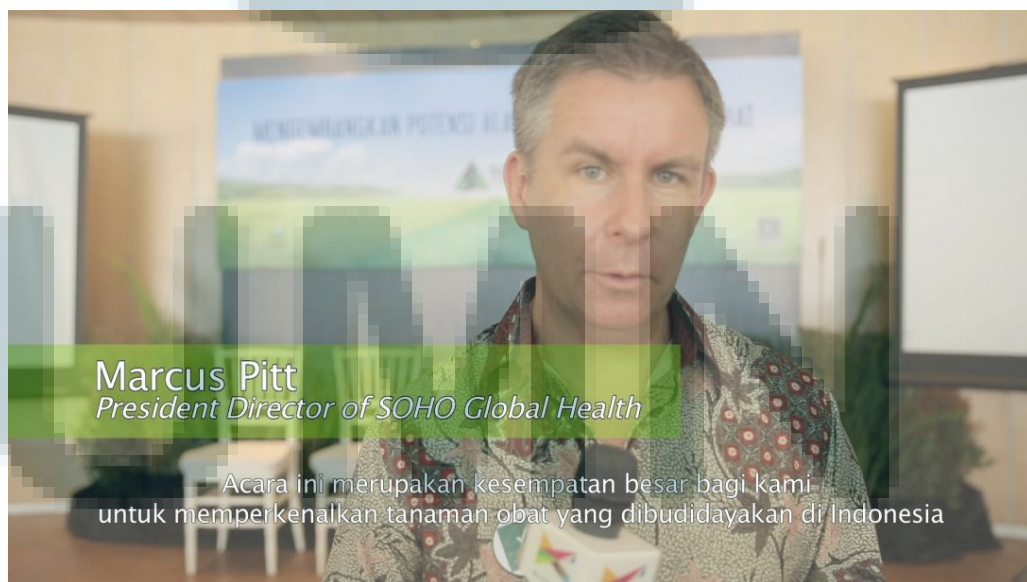
Gambar 3.6 Medium Shot (sumber: Data Pribadi)

Penulis juga menerapkan pengetahuan yang telah diterima dari shooting terdahulu, seperti penggunaan *established shoot* untuk menampilkan objek gambar dari beberapa sisi, seperti yang terlihat dari gambar dibawah. Penulis mengerjakan shooting dengan cepat dan cekatan karena hanya menggunakan satu kamera saja, hal ini dilakukan agar penulis mendapatkan berbagai macam stock gambar dari bermacam sudut pandang atau sisi. Hal ini memberikan kontinuitas dalam filler yang biasanya tidak terlalu diperhatikan.



Gambar 3.7 Penerapan Established Shot (sumber: Data Pribadi)

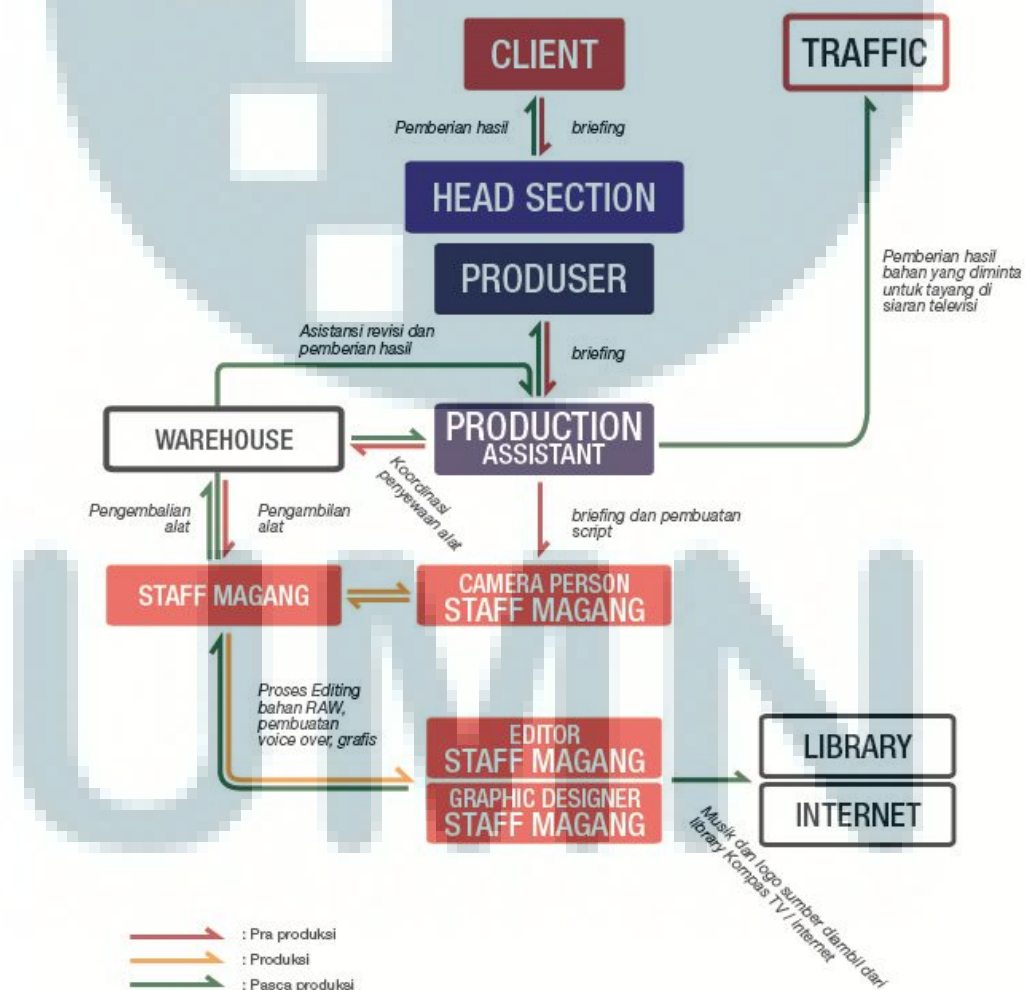
Proses produksi dan pasca produksi dikerjakan oleh penulis, editing dan pemberian sedikit grafis untuk video. Dalam proses pasca produksi penulis dibimbing oleh video editor dalam pemilihan gambar, production assistant juga melakukan asistensi juga koordinasi dengan klien. Koordinasi diperlukan karena hasil penilaian harus sesuai dengan pencitraan klien. Grafis yang diaplikasikan ke video berupa template nama dan juga subtitle yang dikarenakan wawancara menggunakan bahasa inggris.



Gambar 3.8 Penerapan Grafis dan Subtitle (sumber: Data Pribadi)

Penulis juga membantu pembuatan *voice over* yang direkam oleh salah satu staff Kompas TV. Setelah asistensi dan revisi dilakukan video hasil kemudian diberikan kepada klien oleh Produser dari production assistant juga ke *traffic* Kompas TV untuk ditayangkan. Video filler ini berdurasi selama 30 detik dan tayang di jam yang sama dengan seremonia yaitu antara pukul 15.00 sampai 17.00 WIB.

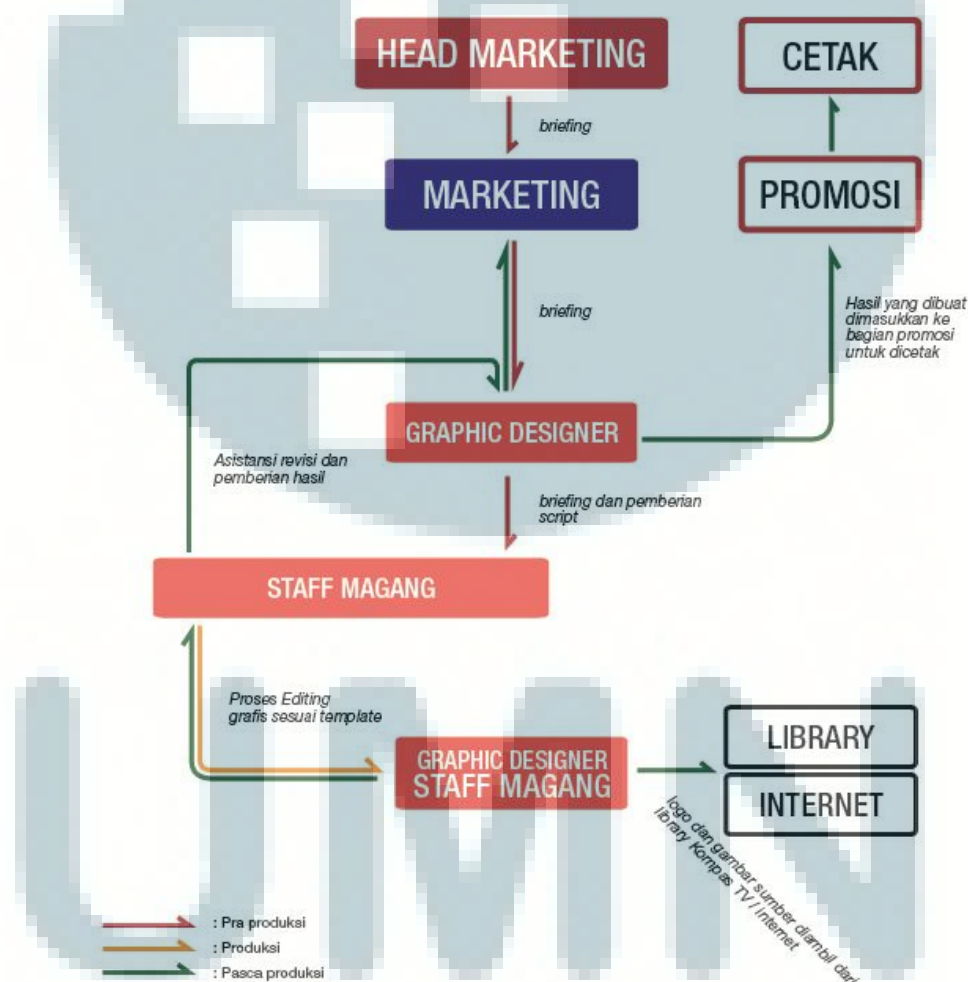
Proses kerja yang dijalani tidak jauh berbeda dengan sebelumnya, hanya untuk syuting ini produser tidak menggunakan vendor. Produser menugaskan keseluruhan kerja kepada penulis sebagai staff magang di Kompas TV. Seperti pada bagan dibawah, penulis bertugas mulai dari masa produksi sampai masa pasca produksi.



Bagan 3.4 Proses Kerja Shooting dan Editing (sumber: Data Pribadi)

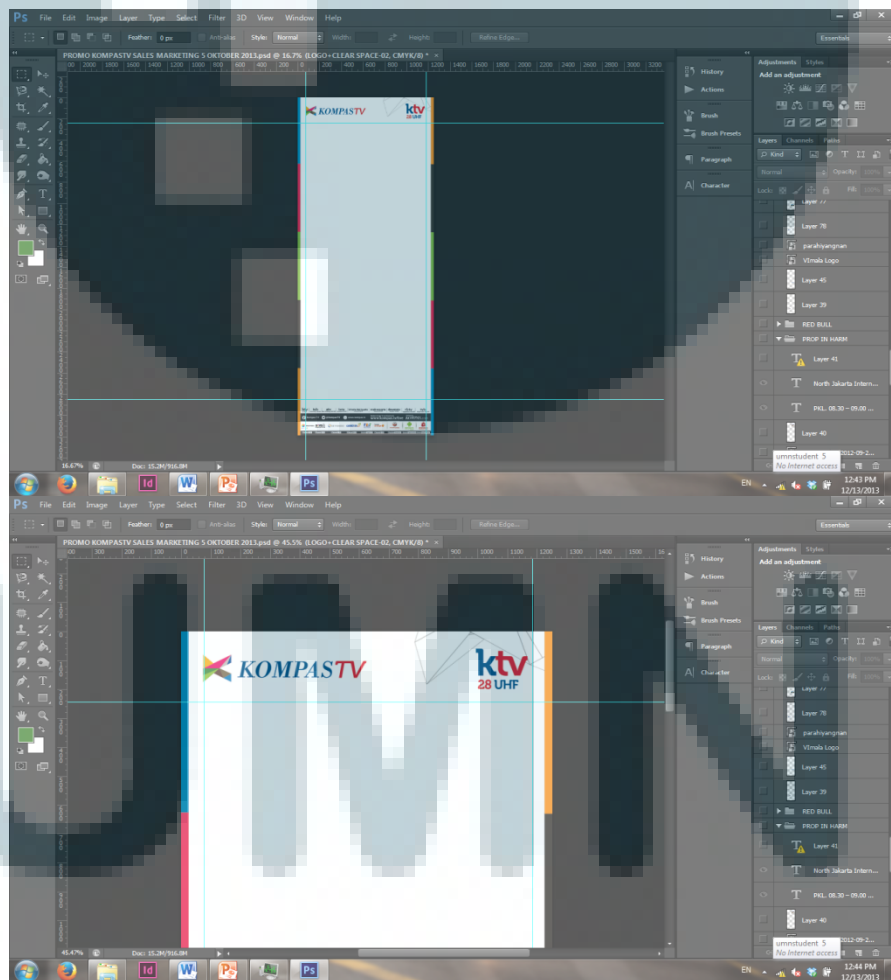
3.3.3 Pembuatan Grafis Klasika Kompas TV

Klasika merupakan bagian dari koran Kompas yang beredar di Jabodetabek, yang berisikan informasi hiburan dan pengetahuan yang menarik. Kompas TV mendapatkan bagian kecil dari Klasika Kompas untuk memberikan informasi tentang program-program dan acara yang akan tayang pada hari atau minggu berikutnya. Penulis mendapat kesempatan untuk mengerjakan grafis iklan Klasika Kompas TV untuk periode 25, 26, 27 September 2013 dan 5, 6, 7 Oktober 2013 tepatnya keluar setiap hari Sabtu, Minggu dan Senin, khusus koran Kompas Jabodetabek.

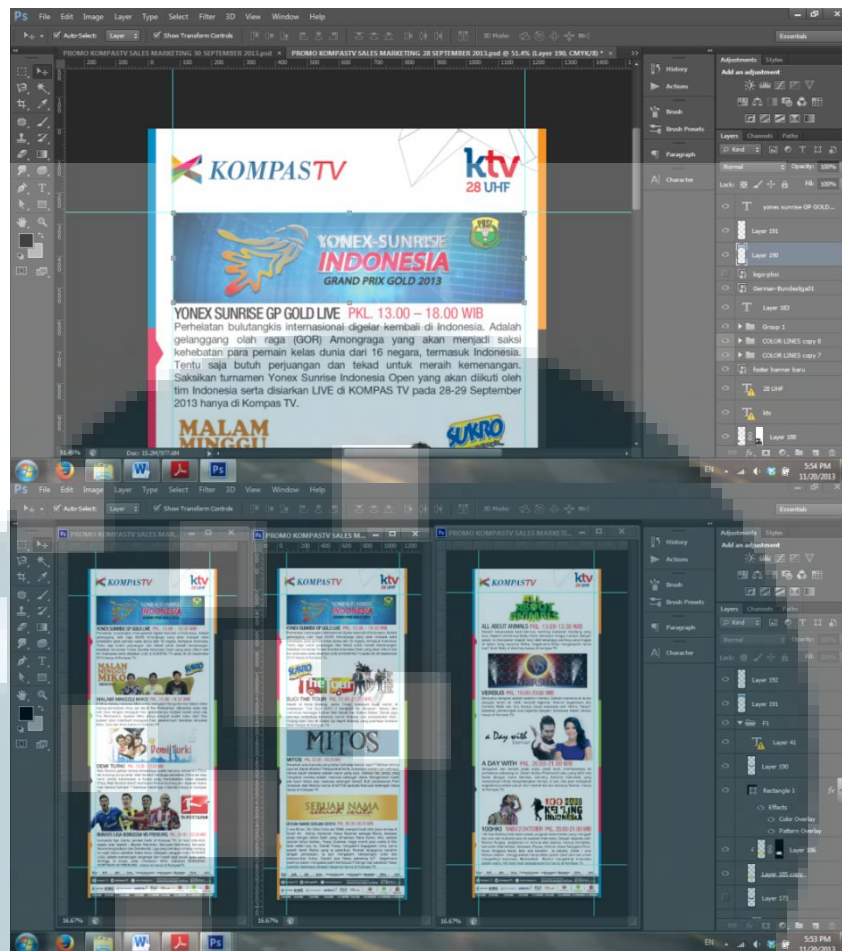


Bagan 3.5 Proses Kerja Grafis Klasika Kompas TV (sumber: Data Pribadi)

Iklan klasika Kompas TV ini dikoordinasi oleh bagian marketing yang bertugas untuk memilih program yang akan diangkat dan membuat sinopsis. Program tersebut kemudian dipilih dan dievaluasi mana saja yang memiliki rating tinggi dan perlu dipublikasikan lagi. Penulis mengerjakan penerapan grafis pada template yang telah tersedia dengan menggunakan program Adobe Photoshop cs6. Walaupun sudah menggunakan template, penulis juga harus mempertimbangkan keterbacaan juga desain yang diterapkan. Pemilihan gambar yang digunakan juga tidak sembarangan, gambar itu harus tetap mengangkat identitas dari Klasika Kompas itu sendiri. Grafis satu dengan yang lainnya harus memiliki kesamaan atau identitas. Template yang tersedia dipaparkan seperti gambar dibawah ini, terdapat logo Kompas TV dan grafis frame untuk batas konten iklan klasika Kompas TV.



Gambar 3.9 Template Klasika Kompas TV (sumber: Data Pribadi)



Gambar 3.10 Proses pembuatan Klasika Kompas TV (sumber: Data Pribadi)

Penggunaan font juga harus yang jelas dan mudah dibaca, penulis menggunakan font helvetica untuk Klasika Kompas TV ini sesuai dengan template yang ada, namun penulis tetap memperhatikan setting character dan paragraph. Asistensi tetap dilakukan dalam pembuatan grafis Klasika Kompas TV ini agar penulis mengetahui kesalahan yang mungkin terjadi dan bisa segera mengatasinya. Seperti kejadian dari staff promosi sebelumnya yang menggunakan warna RGB untuk media cetak yang menyebabkan ditolaknya grafis yang diberikan. Penulis sebelumnya sudah mempelajari media cetak dan mengerti pekerjaan yang dilakukan sehingga tidak ada kesalahan selama pengerjaan.

Program yang ada di Klasika Kompas TV memiliki strata atau tingkatan urutan sesuai dengan waktu tayang. Namun perubahan tingkatan dapat dilakukan jika program yang ditayangkan memiliki rating lebih tinggi dari program yang lainnya.



Gambar 3.11 Hasil Identik Klasika Kompas TV (sumber: Data Pribadi)

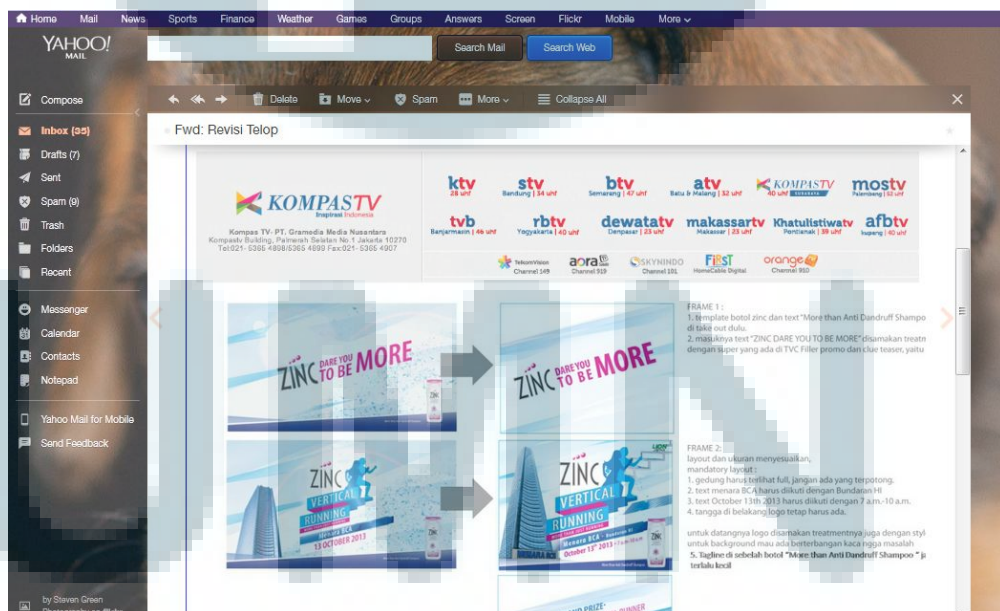
Seperti contohnya acara Live MotoGP 2013 yang ditayangkan pada tanggal 6 Oktober 2013, namun pada Klasika 5 Oktober 2013 sudah mulai dipromosikan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan perhatian audiens.

Hasil yang telah dikerjakan kemudian diberikan langsung kepada bagian promosi Kompas, dengan cara mengunggah file hasil ke website bagian promosi Koran Kompas. Pengerjaan Klasika ini dikerjakan sehari sebelum Klasika akan dicetak dan hasil paling lambat diberikan pada pukul 17.00 WIB, jika melebihi waktu tersebut maka tidak akan naik cetak. Hal ini terjadi karena staff bagian promosi harus men-follow up program terbaru apa yang akan tayang di minggu berikutnya, dan program tersebut baru akan dipastikan akan dimasukkan ke Klasika Kompas pada hari Jumat atau akhir minggu kerja.

3.3.4 Pembuatan Tell-up dan Grafis

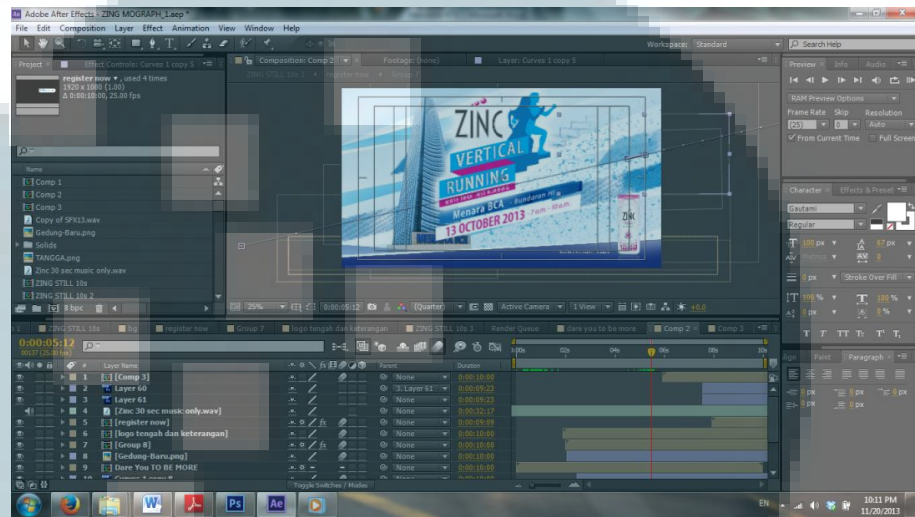
Ada kalanya ketika penulis tidak melakukan shooting ataupun video editing, penulis membantu bagian grafis selain pembuatan grafis klasika seperti pembuatan motion graphic *tell-up*, *running text*, dan *bumper* sebuah video. Proses kerja yang dilakukan seperti pembuatan video editing dan klasika, hanya saja materi yang dikerjakan berbeda. Pembuatan motion graphic ini menggunakan program Adobe After Effect dan Photoshop cs6, mulai dari pembuatan bahan dan pengaplikasian bahan ke video dilakukan penulis.

Motion Graphic pertama yang dikerjakan adalah sebuah *tell-up*, video yang memberikan info tentang suatu event. Event kali ini adalah Zinc Vertical running di Menara BCA. Konsep yang diinginkan dari permintaan klien yang disampaikan oleh *production assitant* adalah harus sesuai dengan produk shampoo Zinc yang segar dan bersemangat. Penulis mengerjakan sebagian grafis dan banyak di bagian Motion Graphic. Asistensi dengan klien biasanya melalui e-mail yang dikoordinasi oleh PIC atau production assistant, seperti gambar dibawah yang menunjukkan proses asistensi dari klien.



Gambar 3.12 Proses Asistensi Melalui e-mail (sumber: Data Pribadi)

Proses pengerjaan tell-up Zinc juga diasistensikan kepada pembimbing lapangan grafis, supaya mengerti hal-hal apa saja yang menjadi patokan pembuatan tell-up Hal ini perlu dilakukan karena setiap orang memiliki sense art yang berbeda-beda. Tell-up Zinc Vertical Running ini berdurasi 30 detik yang berisikan informasi acara, waktu, tempat dan hadiah lomba.



Gambar 3.13 Proses Kerja pembuatan Tell-up Zinc (sumber: Data Pribadi)

Hasil yang telah diasistensikan dan direvisi, jika sudah memenuhi keinginan dan ketentuan brief dari klien akan dimasukkan ke *traffic* untuk ditayangkan.



Gambar 3.14 Hasil Motion Graphic Zinc (sumber: Data Pribadi)

Penulis juga mengerjakan bumper untuk video finalis Danamon Social Entrepreneur Awards 2013. Video yang berisi tentang 5 profil pemenang event tersebut. Bumper yang dibuat penulis berdurasi lima detik dan diaplikasikan pada akhir video. Bumper yang penulis buat sebatas motion graphic foto profil pemenang yang kemudian ditempelkan diatas video promosi event Danamon Social Entrepreneur Awards 2013. Gambar dibawah menunjukkan proses dan hasil yang dikerjakan penulis.



Gambar 3.15 Proses dan Penerapan Grafis Danamon (sumber: Data Pribadi)

3.4 Kendala yang Ditemukan

Proses yang telah dijalani penulis tentu saja ada beberapa kendala yang dialami, dari dalam perusahaan dan juga dari luar. Beberapa diantaranya adalah

1. Kurangnya Staff dan Karyawan

Perusahaan mengalami kekurangan staff dan karyawan, dalam proses kerjanya dibagian marketing services hanya terdapat satu video editor, dan dua desainer graphic yang mengerjakan bermacam pekerjaan mulai dari video event sampai poster event. Penulis juga ikut mengerjakan sebuah projek dari produksi dari pasca produksi tanpa pembimbing.

2. Koordinasi dengan Klien

Kendala ini bukan merupakan hal yang khusus lagi, hampir semua perusahaan pernah mengalami kendala dengan klien, terlebih dalam hal komunikasi. Klien yang sulit dihubungi membuat proses pengerjaan kadang terhambat. Hal ini membuat kurangnya produktivitas dari staff karena harus menunggu brief lanjutan dari klien.

3. Ketersediaan Alat untuk Bagian Sales & Marketing.

Ketersediaan alat produksi untuk bagian Sales dan Marketing tidak mencukupi untuk melakukan produksi *In-House* sepenuhnya. Masih harus menggunakan vendor, sehingga hasil dan proses masih tergantung dengan *production house lain*. Penyewaan alat dengan warehouse juga terhambat, karena alat yang tersedia di warehouse juga digunakan untuk produksi bagian news dan program dari Kompas TV.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Kendala yang dialami perlu diatasi supaya perusahaan tetap bertahan dan terus berkembang, mulai dari menambah jumlah karyawan dan membatasi pemakaian vendor. Penambahan jumlah karyawan meningkatkan efisiensi dalam hal produksi, jika sebelumnya perusahaan banyak menggunakan vendor dari luar perusahaan dan harus menambah pengeluaran hanya untuk penyewaan alat dan tenaga.

Beberapa solusi sudah dijalankan oleh perusahaan seperti menambah jumlah karyawan untuk produksi dan menyewa freelancer untuk menjadi pegawai sementara dalam perusahaan. Human resource department juga meningkatkan hubungannya dengan peserta praktek kerja magang dari beberapa universitas, untuk menambah tenaga kerja, dan membuka kesempatan untuk mahasiswa yang ingin mendapatkan pengalaman dunia kerja. Dengan adanya peserta praktek kerja magang seperti yang penulis jalani, penulis dan perusahaanpun mendapatkan keuntungan yang sama. Ketersediaan alat juga dengan seiring berjalannya waktu akan bertambah, kendala ini hanya dikarenakan production house tim sales & marketing masih baru sama dengan Kompas TV.

Koordinasi dengan klien yang biasa dilakukan dengan email dan komunikasi telepon, sehingga memungkinkan terjadinya salah tangkap atau *misscommunication* antara klien dan PIC atau *production assisten* dalam pengerjaan. Hal tersebut menghambat pekerjaan produksi dan pasca produksi. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan komunikasi dan koordinasi dengan klien. Selain itu, juga diperlukan komunikasi yang kuat antar staff dan karyawan sehingga menghindari terjadinya *misscommunication*.

Memang masih belum bisa penuh meningkatkan komunikasi dengan klien jika klien juga tidak punya waktu atau bahkan hanya ingin terima jadi, hal yang menyulitkan staff dan karyawan dalam pengerjaan sebuah projek. Oleh karena itu, staff dan karyawan perlu untuk meningkatkan dedikasi dan tekad bekerja mereka didalam perusahaan.