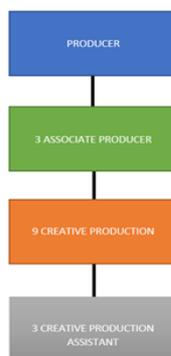


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan pekerja magang di perusahaan Fremantle adalah sebagai *Creative Production Assistant* yang berada di divisi *creative* dalam program Take Me Out Indonesia. *Creative Production Assistant* yang berjumlah tiga orang termasuk pekerja magang, bertugas dalam membantu seluruh pekerjaan dari tim *Creative Production* yang berjumlah Sembilan orang. Divisi *Creative* ini dikoordinatori langsung oleh *Associate Producer* yang berjumlah tiga orang dengan *job desc* yang berbeda-beda. Peran *Associate Producer* pertama bertugas untuk melakukan koordinasi terkait keperluan kantor, lalu peran *Associate Producer* kedua bertugas untuk melakukan koordinasi terkait keperluan shooting dan studio, dan peran *Associate Producer* ketiga bertugas untuk melakukan koordinasi terkait keperluan *after shooting*. Seluruh tugas dan alur komunikasi serta perizinan wajib melalui *Associate Producer* selaku koordinator untuk mempermudah seluruh aktivitas yang berlangsung. Untuk divisi *creative* ini sendiri dipimpin oleh *Producer* sebagai kepala dari divisi *creative* yang berjumlah satu orang dan bertugas memberikan tugas, arahan, mengawasi, serta bertanggung jawab terhadap jalannya seluruh proses rangkaian acara yang dibantu oleh ketiga *Associate Producer* dalam menjalankan tugasnya.



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.1 Kedudukan Pekerja Magang di Divisi *Creative*

Seluruh proses penyampaian informasi semua harus melewati *Associate Producer*, mulai dari *Creative Production Assistant* dan *Creative Production* yang ingin menyampaikan seluruh urusan terkait pekerjaan harus disampaikan kepada *Associate Producer* agar dapat disampaikan kepada *Producer*. Sebaliknya, *Producer* juga akan memberikan arahan, tugas, perizinan, dan segala kebutuhan terkait pekerjaan kepada *Associate Producer* yang nantinya pesan tersebut akan diteruskan kembali kepada *Creative Production* dan *Creative Production Assistant*. Penyampaian informasi dan komunikasi, serta melakukan *meeting* hanya dilakukan secara langsung, *WhatsApp*, dan *Microsoft Teams*.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas dan aktivitas yang dilakukan oleh pekerja magang selama masa magang 80 hari atau 640 jam di Fremantle adalah mencakup proses produksi program atau acara mulai dari awal hingga akhir, proses komunikasi yang dilakukan selama melakukan magang di Fremantle, antara lain:

Tabel 3. 1 Uraian Tugas Magang

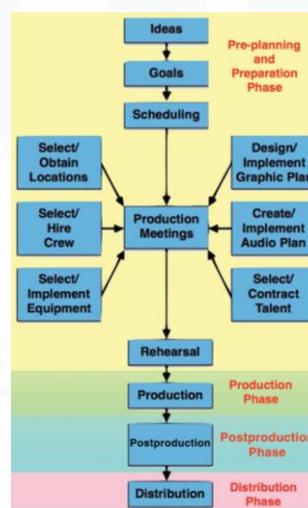
AKTIVITAS	BULAN				
	1	2	3	4	5
Planning & Preparation					
• Communication Interpersonal					
• Communication Persuasive					
• Public Speaking					
The Production					
Postproduction					

Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

1. **Planning and Preparation:** Melakukan segala persiapan produksi untuk program Take Me Out Indonesia seperti melakukan *Indepth Single Man* (SM), membuat *Creative Breakdown* (CB), melakukan *Workshop* (WS) untuk para SM, *Mix n Match Wardrobe*, *banking* materi untuk *shooting*, dan melakukan Gladi Resik (GR) serta *detailing* sebelum *shooting* dengan menggunakan *interpersonal* dan *persuasive communication* serta *public speaking*.
2. **The Production:** Menjalankan program yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan memastikan program berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang sudah direncanakan sebelumnya, seperti *Briefing SM* sebelum naik ke atas panggung, dan memastikan *property* siap.
3. **Postproduction:** Melakukan *review* kembali rangkaian acara yang telah dilakukan dan melakukan evaluasi seperti mengerjakan *after shooting* CB yang sudah selesai.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

*Production* menjadi pekerjaan utama dari pekerja magang, oleh karena itu pekerja magang diwajibkan untuk memahami hal-hal apa saja yang harus dilakukan terutama untuk bekerja sebagai *Creative Production Assistant* di Fremantle dalam program Take Me Out Indonesia.



Sumber: (Buku *The Television Production*, 2019)

Gambar 3.2 Tahapan Produksi

Dalam buku *The Television Production* karya Jim Owens, terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan dalam melakukan sebuah produksi, dimulai dari tahapan perencanaan hingga tahap distribusi. Namun pekerja magang hanya menjelaskan tugas apa yang dilakukan sebagai *Creative Production Assistant*. Diantaranya seperti:

#### A. *Planning and Preparation*

Menurut Ronald Hickman, director, kualitas suatu produksi akan berbanding lurus dengan kualitas dan kuantitas pra produksi. Setiap elemen dalam saluran video atau audio suatu produksi harus dikontrol, karena setiap elemen akan mempengaruhi reaksi penonton (Hickman).

Dalam proses *planning and preparation* terdapat tahapan yang harus dilakukan dalam mempersiapkan segala keperluan dari program yang ingin dijalankan. Dimulai dengan *the idea: Starting with a concept*. Dalam hal ini pekerja magang memiliki tugas untuk dapat mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dari *Single Man* (SM) yang dapat kulik dan hal unik apa yang dapat dijadikan konten untuk materi yang akan dibuat dalam bentuk *Creative Breakdown* (CB). Berikut merupakan salah satu contoh CB yang telah selesai dibuat dan digunakan oleh pekerja magang.



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

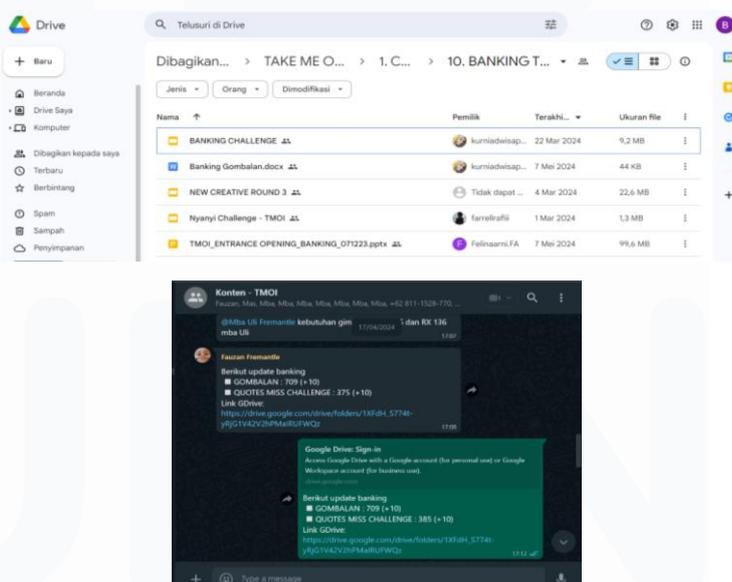
Gambar 3.3 *Creative Breakdown* Episode 130

CB ini sangat berguna dan membantu pekerja magang dan para tim *creative* untuk membuat materi dan konten serta *treatment* yang cocok untuk SM tersebut yang langsung dapat dibagi kedalam beberapa ronde yang setiap rondonya memiliki *treatment*-nya sendiri-sendiri, mulai dari

*Entrance, Opening, Round 1, Round 2, Round 3, dan Property (Storyboards).*

CB ini akan sangat berguna dan memudahkan para tim *creative* untuk dapat melakukan *report* kepada *producer* untuk nantinya dapat di-*approve*. CB ini juga sangat berguna pada nantinya dalam menjabarkan sekaligus mengeksekusi pada saat produksi berlangsung (*Setting the goal and objectives*).

Selain itu dalam *pre-production*, pekerja magang juga melakukan *banking* materi-materi untuk keperluan *shooting*, seperti materi gombal, *property*, *gimmick*, kata-kata mutiara, *challenge*, *entrance opening*, dll. Berikut merupakan salah satu contoh pekerja magang melakukan report banking materi untuk keperluan *shooting*. Untuk materi tidak dapat di-*publish* karena sifatnya konfidensial (*Production Methods*).



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.4 *Banking Materi Shooting*

*Banking* dilakukan setiap hari agar tidak kehabisan ide konten nantinya, serta memudahkan pekerja magang dan tim kreatif untuk dapat membuat konten-konten yang dibutuhkan nantinya (*Research*).

Pekerja magang dalam tahap *pre-production* juga melakukan persiapan sebelum *shooting*, salah satunya dengan melakukan *Workshop*

dan GR untuk para SM. *Workshop* bertujuan untuk mengenalkan kepada SM kepada *stage*, apa saja yang harus dilakukan di atas *stage*, diajarkan bagaimana berdiri di atas *stage*, mematikan lampu podium untuk para *Single Ladies* (SL), menjemput SL yang sudah dipilih, dan bagaimana melakukan *Entrance*, *Round 1*, *Round 2*, dan *Round 3 (Treatment Breakdown)*. Pekerja magang dalam hal ini akan memandu jalannya *Workshop* dengan menjadi *Soundman*, *Dummy SM*, SL, dan Host.



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.5 *Workshop*

GR atau Gladi Resik juga dilakukan sebelum *shooting* dimulai dengan melakukan *detailing* kepada para SM untuk menampilkan kembali *stage perform* yang sudah diajarkan sewaktu *workshop* sesuai dengan *treatment* yang sudah dibuat di CB. Berikut merupakan salah satu contoh pekerja magang melakukan *workshop* dan Gladi Resik (*The Rehearsal*).



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.6 Gladi Resik & *Detailing*

Tugas terakhir pekerja magang dalam tahap *pre-production* adalah melakukan *mix & match wardrobe* dari para SM. Selain fokus pada konten, pekerja magang juga harus menyiapkan dan memastikan *wardrobe* dari SM sudah siap dan sesuai, oleh karena itu pekerja magang harus memberikan laporan *wardrobe* kepada pihak MNC agar dapat dipilih mana yang sesuai. Berikut merupakan salah satu contoh pekerja magang melakukan report dan melakukan *mix & match wardrobe (Setup)*.



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.7 *Mix & Match Wardrobe*

Dalam proses *planning and preparation* terdapat fungsi yang dilakukan dalam mempersiapkan segala keperluan dari program yang ingin dijalankan. Diantaranya seperti **fungsi interpersonal, fungsi persuasif, dan fungsi *public speaking*.**

### **Fungsi Interpersonal**

Dalam buku *The Interpersonal Communication, Global Edition* karya Joseph A. DeVito. Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi, perasaan, dan makna melalui pesan verbal dan non verbal antara dua orang atau lebih (DeVito, 2015). Sifat komunikasi interpersonal mencakup beberapa aspek kunci, yaitu:

#### **1) Dua Arah**

Komunikasi interpersonal melibatkan dua arah interaksi dimana kedua pihak berperan sebagai pengirim dan penerima pesan. Ini memungkinkan umpan balik dan klarifikasi yang meningkatkan pemahaman.

Dalam hal ini, pekerja magang harus dapat berkomunikasi langsung dengan SM, agar SM dapat mengerti apa yang harus dilakukan SM pada program Take Me Out Indonesia, karena pekerja magang akan memberikan seluruh informasi, arahan, dan serta keperluan apa saja yang perlu disiapkan untuk menjadi SM pada program Take Me Out Indonesia melalui *indepth SM, workshop, dan GR.*

#### **2) Interaktivitas**

Komunikasi interpersonal bersifat interaktif, dimana kedua belah pihak aktif berpartisipasi dalam pertukaran informasi. Ini melibatkan sikap mendengarkan secara aktif, memberikan tanggapan, dan menyesuaikan pesan berdasarkan umpan balik yang diterima.

Oleh karena itu, pekerja magang harus bersifat interaktif dalam memberikan informasi, agar informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik oleh SM, dan SM dapat mengerti apa yang harus dilakukan SM di atas panggung nantinya. Sebaliknya SM juga harus bersifat interaktif, karena itu akan menjadi daya tarik utama tidak hanya bagi para SL, namun juga bagi penonton yang menonton program Take Me Out Indonesia, sehingga acara menjadi semakin menarik untuk ditonton.

### 3) Keterkaitan Emosional

Hubungan interpersonal yang kuat seringkali melibatkan keterkaitan emosional yang mendalam, di mana perasaan dan emosi saling mempengaruhi antara individu yang berkomunikasi.

Dalam hal ini, SM harus dapat mendalami perannya sebagai seorang pria yang lajang dan bertujuan untuk mencari wanita untuk dijadikan pasangan yang serius, bukan hanya sekedar untuk mencari pasangan hanya untuk main-main, atau hanya bertujuan hanya karena ingin masuk TV. Sebaliknya, pekerja magang juga diwajibkan untuk dapat mendalami perannya ketika sedang memberikan informasi dan contoh. Seperti ketika sedang *workshop* dan pekerja magang dituntut untuk dapat memberi contoh bagaimana menjadi SM yang baik, maka pekerja magang diwajibkan menjadi *dummy* SM, pekerja magang harus dapat memperagakan dirinya seolah-olah pekerja magang menjadi SM sesungguhnya. Sama halnya ketika pekerja magang harus dapat memberi contoh bagaimana menjadi *dummy* SL dan *dummy host* untuk dapat untuk dapat memberikan

gambaran kepada SM bagaimana situasi ketika acara tersebut sudah berjalan. Hal tersebut bertujuan agar SM dapat mengerti apa saja yang harus dilakukan ketika acara tersebut sudah dimulai.

### **Fungsi Persuasif**

Dalam buku *The Dynamics of Persuasion, Communication and attitudes in the 21 Century*, karya Richard M. Perloff. Komunikasi Persuasif merupakan suatu proses dimana komunikator berusaha mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku orang lain melalui penyampaian pesan (Perloff, 2017). Dalam komunikasi persuasif, terdapat beberapa faktor sumber/komunikator, diantaranya ada karisma, otoritas, kredibilitas, dan daya tarik sosial. Dalam pekerjaan ini, pekerja magang menggunakan faktor persuasif dalam membuat SL banyak yang tertarik kepada SM, namun pekerja magang hanya menggunakan 2 faktor, yaitu karisma dan daya tarik sosial.

#### **1) Karisma**

Karisma merupakan *good terms* dalam persuasi, konsep yang memiliki konotasi positif, tetapi telah digunakan untuk tujuan yang baik maupun jahat. Karisma menunjukkan suatu kualitas tertentu yang berbeda dengan orang biasa dan dianggap memiliki karunia supranatural, manusia super atau memiliki kualitas dan *power* yang luar biasa. Seseorang yang memiliki karisma dapat menarik dan mengendalikan komunikasi seperti *magnet* menarik benda-benda disekitarnya. Karisma adalah faktor yang menarik dalam persuasi, tetapi juga merupakan faktor yang sulit dipahami. Karisma melibatkan kemampuan komunikator untuk mempersuasi.

Oleh karena itu, pekerja magang harus membuat SM yang akan naik ke *stage* untuk memiliki karisma yang kuat,

selain memberi daya tarik untuk para SL, karisma juga dapat memberi daya tarik kepada penonton yang menonton, itu sangat penting dilakukan agar pertunjukan menarik.

## 2) Daya Tarik Sosial

Daya tarik sosial atau *social attractiveness* akan mempengaruhi *likeability*, *similarity*, dan *physical attractiveness*. *likeability*. Komunikator yang menyenangkan dapat mengubah sikap dan perilaku, karena komunikator membuat komunikan merasa nyaman dan positif, sehingga akan mudah menerima pesan. Komunikator, membuat suasana hati yang baik sehingga komunikan berpikir positif terhadap pesan yang disampaikan. *Similarity*. Faktor kesamaan merupakan dasar daya tarik untuk komunikasi persuasif. Efektivitas kesamaan akan mempermudah proses *decoding*, membantu membangun premis yang sama, menyebabkan komunikan tertarik pada komunikator, dan menumbuhkan rasa hormat dan percaya pada komunikator. *Physical Attractiveness*. Daya Tarik Fisik. Penampilan fisik yang menarik merupakan daya tarik dalam komunikasi persuasif yang dapat mengubah sikap dan perilaku. Komunikan cenderung menyenangi orang-orang yang tampan dan cantik, sehingga daya tarik fisik tersebut dapat menjadi potensi sebagai komunikator yang efektif.

Oleh karena itu, pekerja magang diwajibkan untuk membuat SM terlihat menarik dan pekerja magang disini menggunakan faktor persuasif **karisma** dan **daya tarik sosial**. SM yang terlihat menarik dan banyak disukai oleh SL akan membuat SM semakin percaya diri di atas panggung dan mempermudah pekerja magang dalam membuat pertunjukan semakin menarik.

## **Fungsi *Public Speaking***

Dalam buku *The Public Speaking Playbook*, karya Teri Kwal Gamble dan Michael W. Gamble. Pengertian *public speaking* adalah sebuah lingkaran saling memberi dan menerima antara presenter dan audiens (Gamble, 2018). Terdapat beberapa faktor dari percaya diri, seperti:

### **1) Percaya Diri**

Kepercayaan diri akan sangat memberikan efek positif yang signifikan terhadap individu, seperti meningkatkan kinerja, memperbaiki hubungan, mempercepat pengambilan keputusan, mengurangi stress dan panik, dan membuat aura semakin berwibawa. Hal ini sangat dibutuhkan terutama ketika sedang berada di atas panggung.



Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.8 SM Percaya Diri Sedang Mematikan Lampu Podium SL

Dalam membangun dan meningkatkan percaya diri pada SM, pekerja magang diharuskan untuk dapat menggali *skill* yang SM miliki yang nantinya dapat ditampilkan, salah

satu contohnya SM memiliki *skill* beladiri, oleh karena itu demi meningkatkan rasa percaya diri, pekerja magang harus membantu SM untuk menampilkan bakat dan *skill* dengan menjadi *dummy* penjahat.



Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.9 Pekerja Magang Menjadi Peran Pembantu Untuk SM Melakukan Aksi

## 2) Mampu Menjelaskan Proses dan Prosedur

Melalui kegiatan *workshop*, peran pekerja magang dalam memberikan informasi dan arahan sangat penting, karena informasi yang diberikan akan berdampak pada hasil yang nantinya terjadi, jika informasi dari awal diberikan dengan salah atau keliru, hasil yang dihasilkan juga tidak memuaskan, oleh karena itu pekerja magang harus memiliki *skill public speaking* yang baik agar dapat memberikan informasi dan arahan dengan jelas. Tidak hanya memberikan informasi, pekerja magang juga dapat memberi kesempatan kepada SM untuk boleh mencoba sendiri, agar SM dapat terbiasa dan memiliki bayangan, dan pekerja magang juga dapat memberikan penilaian, apakah sudah sesuai atau masih terdapat kekurangan.



Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.10 SM Mencoba Berdialog Dengan Dummy SL

Dalam melakukan kegiatan *workshop*, sebelum pekerja magang meminta para SM untuk dapat tampil berani dan percaya diri, pekerja magang dituntut untuk dapat memberi contoh terlebih dahulu bagaimana menjadi SM yang baik, memberi arahan apa apa saja yang harus dilakukan, bagaimana *stage perform & manner stage* yang baik dan benar, pekerja magang wajib memberikan contoh terlebih dahulu agar SM memiliki gambaran kedepannya. Pekerja magang biasanya memberi contoh dengan menjadi *dummy* SM, dimana pekerja magang dituntut untuk dapat bisa *perform* ketiga di panggung dengan mengikuti alur acara mulai dari *entrance, opening, round 1, round 2, & round 3*.



Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.11 Pekerja Magang Menjadi *Dummy* SM

Tidak hanya itu, pekerja magang juga diwajibkan untuk bisa melakukan *public speaking* yang baik agar dapat memberikan informasi dan arahan yang jelas kepada para SM, contohnya seperti bagaimana perilaku yang harus dilakukan ketika sedang berbicara dengan SL, bagaimana menjemput SL, bagaimana berbicara dengan Host.

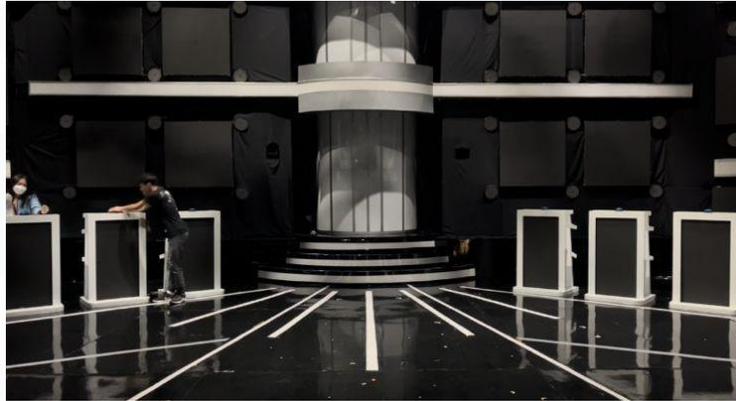


Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.12 Pekerja Magang Mengajarkan Cara Mematikan Lampu Berinteraksi Dengan Penonton

Pekerja magang juga mengajarkan para SM untuk bagaimana berbicara di atas panggung yang besar dan ditonton oleh 50 penonton. Dengan memberi contoh yang baik, otomatis SM akan dengan mudah mengerti apa yang pekerja magang sampaikan. Ketika sudah mengerti, para SM

dituntut juga harus bisa berlatih di atas panggung sesuai contoh yang sudah diberikan pekerja magang lakukan.



Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.13 Pekerja Magang Mengajarkan Cara Mematikan Lampu Podium

Informasi yang diberikan dengan jelas juga dapat meningkatkan kepercayaan yang tinggi untuk SM, karena mereka mengerti apa yang sudah dijelaskan sebelumnya, sehingga kesalahan-kesalahan dapat diatasi dengan baik.



Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.14 Pekerja Magang Mengajarkan Cara Menjemput SL

Pekerja magang dalam hal ini berfokus untuk mengerjakan segala persiapan konten yang harus dilakukan oleh SM. Pekerja magang tidak ikut dalam proses pencarian *talent* SM dan proses seleksi SM dalam bentuk *casting*, dikarenakan bagian tersebut sudah bukan dari pekerjaan tim konten. Pekerjaan tersebut dilakukan oleh divisi kontestan.

## B. *The Production*

Dalam hal ini pekerja magang memiliki tugas untuk menampilkan apa yang sudah direncanakan dan disiapkan kemarin berdasarkan CB yang sudah dibuat, melihat, mengawasi, dan bertanggung jawab terutama terhadap SM selama *shooting* berlangsung dari awal sampai akhir (*The Crew during the Production*).



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.15 *Report Traffic SM*

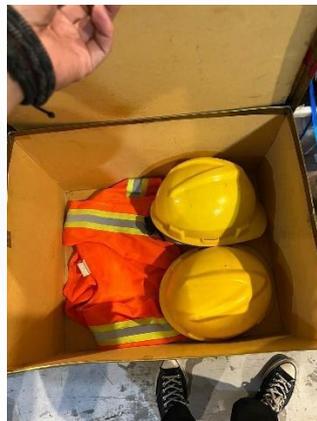
Tugas pertama pekerja magang ketika *shooting day* dimulai dengan melakukan *traffic* SM dengan melakukan absen kehadiran SM. Berikut merupakan salah satu contoh pekerja magang ketika melakukan *traffic* SM (*Creating the Show*).



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.16 *Report Final Look SM*

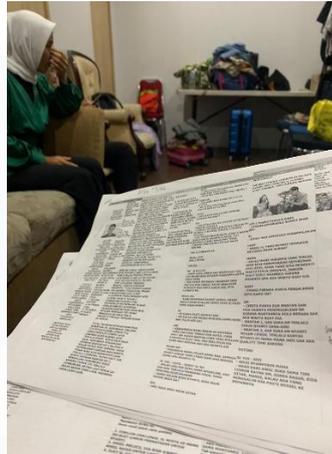
Setelah melakukan *traffic SM*, selanjutnya pekerja magang melakukan *report* untuk *final look* yang sudah disiapkan sebelum naik panggung dan juga melakukan *property check* sesuai *treatment* yang sudah dibuat. Sambil melakukan *briefing* kembali kepada para SM yang akan *shooting (The Tools)*.



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.17 *Check Property*

SM diperbolehkan untuk mengajak *Supporting Guest (SG)*, untuk mendampingi sewaktu *shooting*, namun diwajibkan berasal dari keluarga inti, baik itu bapak, ibu, kakak, atau adik (*Selective Techniques*).



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.18 *Briefing SM & Supporting Guest*

Ketika *shooting* berjalan dan semua keperluan sudah diselesaikan, tugas dari pekerja magang selanjutnya adalah melakukan *mobile monitoring*, baik itu ketika sedang di atas panggung atau di bawah panggung. Selalu mengawasi SM sebelum *perform* agar tidak bertemu dengan SL dan semua harus sesuai dengan *briefing* yang sudah dilakukan di awal dan juga harus sesuai CB yang sudah dibuat sampai selesai (*Interpretative Production Techniques*).



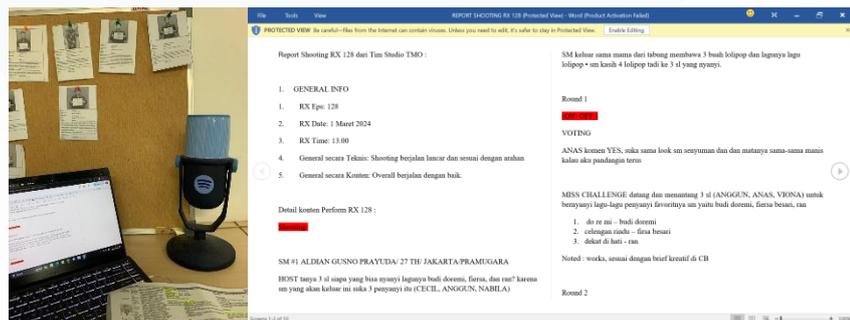
Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.19 *Mobile Monitoring*

Pekerja magang dalam hal ini berfokus kepada SM untuk menjaga, mengatur, dan memberikan arahan dalam bentuk *briefing* serta segala persiapan yang sudah dipersiapkan kepada SM. Pekerja magang tidak bertugas dalam menjalankan acara seperti mengoperasikan kamera, pencahayaan, suara, dan segala macam tugas yang berhubungan dengan studio.

### C. *Postproduction*

Dalam hal ini setelah proses *shooting* selesai, selanjutnya pekerja magang memiliki tugas untuk membuat *after shooting* yang bertujuan mereview kembali kesesuaian *shooting* kemarin berdasarkan CB yang sebelumnya sudah dibuat, apakah banyak ketidaksesuaian dan revisi, lalu dijelaskan dimana letak ketidaksesuaiannya.



Sumber: (Data Laporan Magang, 2024)

Gambar 3.20 *Report After Shooting*

*After shooting* juga berguna sebagai aset sekaligus *database* perusahaan. Salah satu tujuannya adalah menjadi portofolio bagi perusahaan agar perusahaan dapat semakin maju dan sukses dengan segala pencapaian yang telah diraih, salah satunya dapat menangani program Take Me Out Indonesia dengan baik.

Kegiatan dari *postproduction* adalah menyunting hasil konten produksi kemarin yang masih mentah atau belum diperbaiki, menjadi *file* matang yang sudah siap untuk di publikasi. Selain itu terdapat tim *social media* yang membantu menyebarkan hasil konten tersebut ke

*social media* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, sekaligus melakukan promosi kepada khalayak umum untuk menonton program Take Me Out Indonesia. Namun pekerja magang tidak mengerjakan hal tersebut dikarenakan bukan menjadi tugas dari divisi yang pekerja magang jabati. Sehingga dalam tahap *postproduction*, pekerja magang tidak memiliki tugas yang banyak, karena tahap *postproduction* bukan dikerjakan oleh divisi kreatif.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Terdapat beberapa kendala yang penulis temukan selama menjalankan aktivitas sebagai *Creative Production Assistant* di Fremantle pada program Take Me Out Indonesia, antara lain:

1. Pekerja magang belum dapat beradaptasi dengan baik dengan dunia media, sehingga cukup kesulitan untuk mengatasi, terutama dengan jam kerja yang tidak sesuai dengan *working hours* (lebih dari 8 jam sehari kerja).
2. Jam kerja yang berubah-ubah, dan tidak tetap, serta sering *overtime* yang membuat pekerja magang mengalami kesulitan untuk melakukan pekerjaan.
3. Sistem kerja yang dituntut harus serba cepat karena kebutuhan produksi dan *jobdesc* pekerjaan yang belum jelas membuat pekerja magang sempat tidak dapat mengikuti dengan baik.
4. Pembagian *jobdesc* antar pekerja magang dengan pekerja magang lain yang berbeda dan tidak rata, membuat pekerja magang sempat mengalami kesulitan.
5. Alur komunikasi yang tidak jelas antara pihak Fremantle dengan MNC Studio perihal ruangan, dan keperluan sewaktu *shooting* yang menghambat pekerjaan pekerja magang.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Solusi yang ditemukan oleh pekerja magang dalam mengatasi kendala selama menjalankan tugas sebagai *Creative Production Assistant* di Fremantle pada program Take Me Out Indonesia, antara lain:

1. Pihak Fremantle merevisi kembali kebijakan jam kerja untuk pekerja magang dari yang sebelumnya masuk pukul 10.00 sampai 20.00 saat *office day* dan pukul 08.00 sampai 23.00 saat *shooting day* direvisi menjadi 8 jam sehari untuk pekerja magang baik saat *office day* maupun *shooting day*.
2. Pihak Fremantle merevisi kembali jam kerja yang sering overtime dan melewati batas kerja bagi pekerja magang menjadi 8 jam sehari, jika terjadi *overtime*, maka kelebihan jam tersebut diganti ke jam kerja selanjutnya.
3. Pekerja magang sudah dapat mengikuti pekerjaan dengan baik dan tugas yang diberikan sudah cukup jelas dan teratur sehingga pekerja magang dapat mengikuti alur kerja dengan baik, karena pekerja magang sudah mulai diarahkan dan dibimbing oleh para pekerja di Fremantle.
4. Pihak Fremantle telah memberikan *jobdesc* yang sama dan rata antar para pekerja magang lainnya sehingga bobot pekerjaannya sama dan pekerja magang dapat menyelesaikan tugas baik.
5. Alur komunikasi antara pihak Fremantle dan MNC Studio sudah teratasi, karena pihak Fremantle dan MNC Studio sudah melakukan diskusi terkait masalah alur komunikasi. Walaupun terkadang masih terdapat masalah karena kurangnya koordinasi, namun sudah cukup teratasi dengan baik.

