

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Tahap Pelaksanaan Kerja Magang Praktek kerja magang dilakukan dengan posisi sebagai *content creator* di *departement* marketing pada PT Jala Niaga Elok (JNE) ,dengan itu penulis memiliki tanggung jawab untuk membantu dalam proses pembuatan konten untk dipublikasikan di social media yaitu Instagram. Lalu penulis berkoordinasi dengan tim untuk membuat konsep konten video dan *content writing*. Selama praktek kerja magang di bombing dan di damping langsung oleh atasan kami yaitu Shabrina Khairunisa. Dan Mentor ke 2 yaitu Dian dan Dimas.



Gambar 3.1 Contoh bagan alur kerja
Sumber : Data PT Jala Niaga Elok

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalanin kerja magang di PT Jala Niaga Elok , penulis mempunyai jobdeks sebagai *Content Creator*. Sebagai *Content Creator* penulis bertanggung jawab beberapa tugas yaitu salah satunya adalah pembuatan konten secara tertulis maupun visual seperti foto atau video. Dalam proses produksi penulis bertanggung jawab atas keseluruhan pembuatan konten. Mulai dari proses pra produksi ,

produksi sampai pre production. Dalam proses produksi, tugas penulis mencakup penyuntingan video keseluruhan seperti pengambilan gambar, sound, design dan *cutting*. Penulis juga terlibat dalam pemotretan untuk keperluan dokumentasi dan kebutuhan visual lainnya.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah pekerjaan yang telah dilakukan penulis selama kerja magang dilakukan :

Minggu	Proyek	Keterangan
Minggu ke -1 (5 Agustus – 9 Agustus 2024)	<i>Campaign CSS (Customer Self Servis)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>First meeting</i> bersama mentor dan atasan. 2. Mempelajari pengertian ccs terlebih dahulu 3. Mencari konten referensi 4. Membuat <i>timeline</i> 5. Membuat beberapa <i>logline</i>, latar belakang masalah dan objektif nya
Minggu ke- 2 (12 Agustus – 16 Agustus 2024 }	<i>Campaign CSS (Customer Self Servis)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Meeting</i> ke 2 (Membahas <i>logline</i>) 2. Revisi <i>logline</i> 3. Mencari talent 4. Mencari lokasi 5. Membuat <i>storyboard</i> 6. <i>Meeting</i> ke 3 (membahas <i>storyboard</i>)
Minggu Ke- 3 (19 Agustus –	<i>Campaign CSS (Customer Self Servis)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Lock storyboard</i> ,<i>Lock</i> talent dan <i>Lock</i> lokasi

23 Agustus 2024)		<ol style="list-style-type: none"> 2. Mempersiapkan <i>property</i> yang dibutuhkan 3. <i>Shooting</i>
Minggu ke-4 (26 Agustus – 30 Agustus 2024)	<i>Campaign CSS (Customer Self Servis)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Shooting</i> (mengambil <i>footage</i> yang kurang) 2. <i>Editing</i>
Minggu ke-5 (1 September – 5 September 2024)	Membuat <i>Content Colaborasi JNE x Rumah Sakit Sari Asih</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posting hasil (2 September 2024) 2. Menjadi talent untuk iklan jne bersama rumah sakit sari asih
Minggu ke –6 (9 Oktober – 13 Oktober 2024)	<i>Campaign JTR Pengiriman barang besar</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meeting 1 membahas tentang proyek yang akan di buat 2. Membuat <i>timeline</i> dan budget 3. Mempelajari apa itu JTR 4. Membuat <i>logline</i> , latar belakang masalah dan objektif 5. <i>Meeting</i> ke 2
Minggu ke-7 (16 September – 20 September 2024)	<i>Campaign JTR Pengiriman barang besar</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisi <i>logline</i> 2. Membuat <i>storyboard</i> 3. Meeting ke 3 4. Revisi <i>story board</i> 5. Mencari lokasi <i>shooting</i> 6. Mencari talent

		<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Lock storyboard</i> 2. <i>Hunting lokasi</i> 3. <i>Lock lokasi dan lock talent</i>
Minggu ke-8 (23 September – 27 September 2024)	<i>Campaign JTR</i> Pengiriman barang besar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempesiapkan alat dan <i>property</i> yang dibutuhkan 2. <i>Shooting day</i> 3. <i>Editing</i>
Minggu ke -9 (30 September – 4 Oktober 2024)	<i>Campaign JTR</i> Pengiriman barang besar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisi <i>editing</i> 2. <i>Lock editing</i> 3. Posting hasil (5 oktober 2024)
Minggtu ke – 10 (7Oktober – 11 Oktober 2024)	<i>Content Harian JNE</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari referensi konten 2. Membuat Konten 3. Mengedit Konten
Minggu ke-11 (14 Oktober- 18 Oktober)	<i>Content Harian</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Referensi konten 2. Membuat Konten 3. Mengedit konten
Minggu ke – 12 (21 Oktober – 25 Oktober 2024)	<i>Content Harian</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Referensi konten 2. Membuat Konten 3. Mengedit konten
Minggu ke-13 (28 Oktober – 1 November)	<i>Content Harian</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Referensi konten 2. Membuat Konten 3. Mengedit konten

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Minggu Ke-14(4November-8 November)	<i>Content</i> Harian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Referensi konten 2. Membuat Konten 3. Mengedit konten
Minggu Ke-15 (11 November-15 November)	<i>Content</i> Harian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Referensi konten 2. Membuat Konten 3. Mengedit konten
Minggu Ke-16 (18 November- 22 November)	<i>Content</i> Harian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Referensi konten 2. Membuat Konten 3. Mengedit konten
Minggu Ke-17 (25November-29 November)	Content Harian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Referensi konten 2. Membuat Konten 3. Mengedit konten

3.2.1 Tabel Tugas Magang

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Sebagai *Content Creator* , penulis bertanggung jawab untuk memproduksi berbagai konten untuk mempromosikan jasa pengiriman atau promo yang di adakan oleh pihak perusahaan. Konten-konten yang telah dbuat oleh penulis di upload di sosial media seperti instagram. Setiap minggu, penulis melakukan brief mengenai tujuan konten dan bentuk konsep konten yang harus dibuat. Rancangan jadwal konten mengikuti agenda yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut.

1. Campaign CSS (Customer Self Servis)

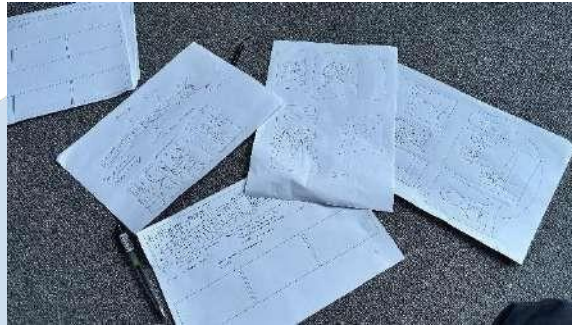
CSS JNE (Cek Status Pengiriman JNE) adalah layanan yang disediakan oleh JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) untuk memudahkan pelanggan dalam melacak status pengiriman paket. Dengan menggunakan CSS JNE,

pelanggan dapat memasukkan nomor resi yang diberikan saat pengiriman untuk mengetahui posisi terkini paket mereka. Layanan ini memberikan informasi real-time mengenai perjalanan paket, mulai dari proses pengambilan, pengiriman, hingga penerimaan. Dengan fitur ini, pelanggan tidak perlu lagi merasa cemas atau bingung tentang keberadaan paket mereka, karena semua informasi yang diperlukan dapat diakses dengan mudah. Selain itu, CSS JNE juga menawarkan beberapa fitur tambahan, seperti notifikasi melalui SMS atau email yang menginformasikan tentang perubahan status paket. Layanan ini dapat diakses melalui situs web resmi JNE atau aplikasi mobile, sehingga pelanggan dapat melacak paket kapan saja dan di mana saja. Dengan cara yang sederhana, cukup dengan memasukkan nomor resi dan mengeklik tombol untuk mengecek status, pelanggan dapat melihat informasi lengkap tentang paket mereka. Dengan demikian, CSS JNE tidak hanya meningkatkan transparansi dalam proses pengiriman, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pengalaman layanan yang lebih baik dan responsif.

Penulis sangat banyak berpartisipasi dan berkontribusi dalam pembuatan iklan CSS tersebut. Dalam tahap pra-produksi sampai dengan pasca-produksi, penulis juga di bantu oleh para mentor. Berikut bagaimana gambaran proses penulis dalam menjalankan atau mengerjakan iklan untuk sosial media PT Jala Niaga Elok (JNE) :

Pra- produksi

Dalam pencarian ide dan konsep, penulis berpartisipasi dalam tahap pencarian ide dan konsep. Ide ide yang sudah di dapatkan oleh penulis dibagikan kepada supervisor atau mentor di tempat magang. Selain itu penulis juga membuat *storyboard* , *timeline*, *budgeting* dan narasi yang akan digunakan di dalam video. Bersama tim produksi , penulis juga ikut membantu mencari lokasi shooting, penentuan peralatan dan juga mencari talent.



Gambar 3.2.2 Dokumen Perusahaan

Sumber : Data PT. Jala Niaga Elok

Produksi

Penulis di lokasi *shooting* mempunyai tugas untuk pengambilan gambar, tetapi di bantu juga oleh tim produksi. penulis juga mengarahkan letak pengambilan gambar agar sesuai dengan *storyboard* yang sudah dibuat oleh penulis.



3.3 Take Iklan

Sumber : Data PT. Jala Niaga Elok

Pasca-produksi

Pengeditan dilakukan oleh penulis , penulis terlibat di dalam pengeditan dimulai dari cut to cut, memberikan efek dan transisi di dalam video . penulis juga meminta bantuan ke mentor untuk memberikan saran dan bantuan dalam proses pengeditan . jika pengeditan sudah selesai , penulis memberikan hasil ke atasan untuk dilihat apakah sudah sesuai. Jika sudah

sesuai penulis memberikan hasil video ke tim produksi agar di upload ke dalam sosial media yaitu instagram.



Gambar 3.4 Proses Pengeditan
Sumber : Data PT. Jala Niaga Elok

2. Campaign JTR

JTR (*JNE Trucking*) adalah salah satu layanan pengiriman dari JNE yang dikhususkan untuk pengiriman barang dalam jumlah besar atau berat dengan menggunakan moda transportasi darat, seperti truk. Layanan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang-barang berat yang tidak bisa ditangani oleh layanan pengiriman reguler. Layanan JTR umumnya digunakan oleh pelanggan yang mengirimkan barang dalam jumlah besar, seperti perabotan, elektronik, atau produk industri. JTR menawarkan solusi hemat biaya dengan tarif yang lebih kompetitif dibandingkan layanan pengiriman udara, meskipun waktu pengiriman mungkin lebih lama karena menggunakan transportasi darat.

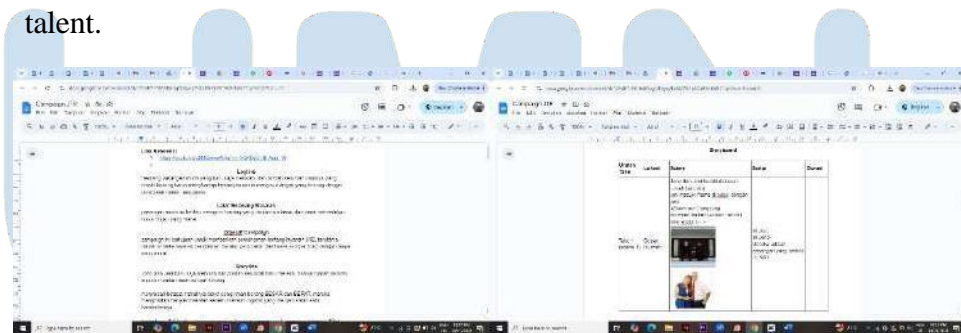
Layanan JTR memiliki ketentuan khusus, yaitu tarif minimal dikenakan untuk paket dengan berat 10 kg. Jika berat paket kurang dari 10 kg, pelanggan tetap akan dikenakan tarif 10 kg sebagai tarif minimum. Namun, jika berat paket lebih dari 10 kg, biaya pengiriman dihitung berdasarkan berat aktual per kilogram sesuai dengan tarif kota tujuan. Layanan ini tersedia di berbagai kota besar di Indonesia, dan menjadi pilihan tepat bagi pengirim yang ingin mengirim barang dalam jumlah besar tanpa terbebani

oleh biaya pengiriman yang mahal. Selain itu, JTR juga menawarkan layanan *door-to-door*, sehingga barang bisa dijemput dari tempat pengirim dan dikirim langsung ke alamat tujuan.

Dalam proses pembuatan iklan JTR penulis berperan sangat penting. Penulis menjadi sutradara, kameramen sekaligus art. Penulis juga di bantu beberapa oleh tim produksi. Penulis sangat banyak berpartisipasi dan berkontribusi dalam pembuatan iklan JTR tersebut. Dalam tahap pra-produksi sampai dengan pasca-produksi, penulis juga di bantu oleh para mentor. Berikut bagaimana gambaran proses penulis dalam menjalankan atau mengerjakan iklan untuk sosial media PT Jala Niaga Elok (JNE) :

Pra-produksi

Ditahap ini penulis dan tim menentukan konsep yang ingin digunakan di dalam iklan, yang pertama dilakukan penulis yaitu mencari logline cerita, rumusan masalah dan objektif nya dari logline cerita tersebut, setelah itu lalu penulis membuat *storyboard*. Penulis juga membuat timeline dan juga budgeting serta mencari lokasi untuk keperluan *shooting* dan juga mencari talent.



3.5 Screenshot Logline Cerita

Sumber : Data PT. Jala Niaga Elok

Produksi

Ditahap ini penulis yang mengarahkan semuanya, mulai dari penempatan posisi kamera serta posisi keberadaan talent. Agar sesuai dengan *storyboard*

yang sudah dibuat sebelumnya. Penulis dibantu oleh mentor dalam pengambilan gambar.



3.6 Shoot Iklan

Sumber : Data PT. Jala Niaga Elok

Pasca-produksi

Dalam proses pengeditan penulis yang mengerjakan dari mulai memilih footage yang bagus dan sesuai. Setelah itu dilanjut dengan *cut to cut*. Jika sudah, penulis langsung memberikan sentuhan efek dan transisi agar hasil videonya menarik. Setelah selesai semua penulis menunjukkan ke atas untuk di koreksi ,jika ada yang kurang penulis revisi dan jika sudah benar dan di *approve*. Penulis langsung mengirimkan hasil video nya ke tim produksi untuk di posting di sosial media nya PT Jala Niaga Elok (JNE).

U
M
M
N
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A



3.8 Proses Pengeditan Video Iklan
 Sumber : Data PT. Jala Niaga Elok

3. Dokumentasi JNE X Rumah IM Star

Dokumentasi kegiatan Pt Jala Niaga Elok (JNE) bersama Rumah *Im Star* , membagikan informasi kepada *audiance* yang ada di sosial media untuk memberitahu apa tujuan Pt jala Niaga Elok ini bersama Im star. Penulis merekam atau memfoto kegiatan tersebut. Kegiatan tersebut berupa rapat atau persetujuan bahwa Pt Jala Niaga Elok ini ingin bekerja sama dengan anak anak di rumah *im star* yang memiliki keterbutuhan khusus. Agar bisa merasakan bekerja. Berikut beberapa gambaran yang di ambil oleh penulis dalam cakupan dokumentasi kegiatan PT Jala Niaga Elok bersama Rumah *Im Sta*



3.9 Rumah IM Star
 Sumber : Data PT. Jala Niaga Elok

Acara tahunan yang diselenggarakan oleh PT Jala Niaga ELOK (JNE) untuk mengapresiasi kerja keras para kurir yang telah berkontribusi signifikan dalam mencapai target pengiriman dan menerima sedikit keluhan dari pelanggan selama satu tahun penuh, bukan hanya sekadar sebuah seremoni, melainkan juga merupakan momen yang sangat berharga dan penuh makna yang dirancang untuk merayakan dedikasi, profesionalisme, dan semangat kerja tim yang telah ditunjukkan oleh seluruh karyawan, terutama para kurir yang setiap harinya menghadapi tantangan di lapangan. Penulis disini bertugas untuk mendokumentasikan para pemenang dan membuat video singkat untuk diupload di story instagram PT Jala Niaga Elok.



3.10 *Event Award Best Courier*

Sumber : Data PT Jala Niaga Elok

Untuk pembuatan iklan bersama rumah sakit sari asih, konsep nya sudah di persiapkan sejak penulis belum bergabung dalam tim marketing PT Jala Niaga Elok (JNE). Penulis langsung diberikan arahan dan diberikan tugas untuk membantu proses persiapan pembuatan iklan tersebut. Karena iklan ini merupakan tugas yang cukup penting bagi PT Jala Niaga Elok (JNE) bersama Rumah Sakit sari Asih. Penulis ditugaskan

untuk menjadi talent di video tersebut bersama tim produks

Untuk pembuatan iklan bersama rumah sakit sari asih, konsep nya sudah di persiapkan sejak penulis belum bergabung dalam tim marketing PT Jala Niaga Elok (JNE). Penulis langsung diberikan arahan dan diberikan tugas untuk membantu proses persiapan pembuatan iklan tersebut. Karena iklan ini merupakan tugas yang cukup penting bagi PT Jala Niaga Elok (JNE) bersama Rumah Sakit sari Asih. Penulis ditugaskan untuk menjadi talent di video tersebut bersama tim produksi lainnya.



3.11 Take Iklan Kolaborasii JNE X Sari Asih

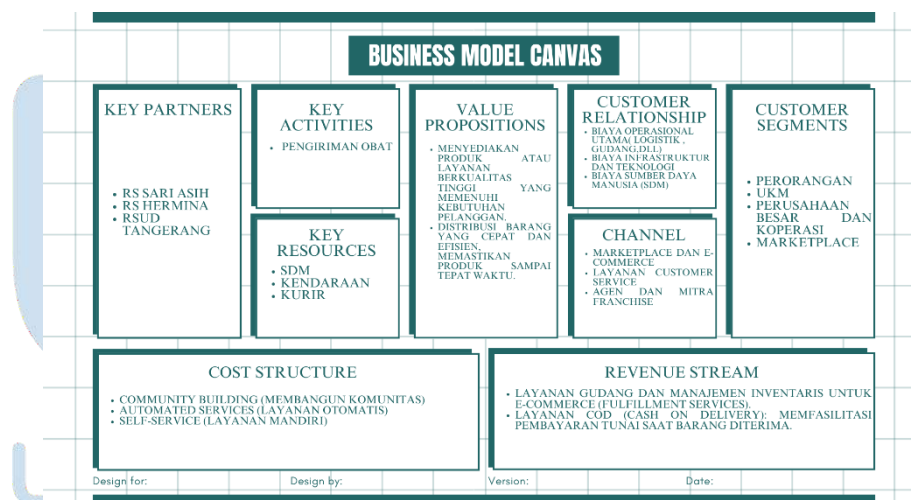
Sumber : Data PT. Jala Niaga Elok

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala atau permasalahan yang penulis hadapi Selama magang di Tim marketing Pt Jala Niaga Elok sebagai *Content Creator* diantaranya :
Salah satu kendala utama yang dihadapi penulis selama magang adalah masalah teknis, terutama terkait perangkat lunak yang digunakan. Banyak *software* yang tersedia tidak memadai untuk mendukung tugas kreatif yang harus diselesaikan. Misalnya, beberapa aplikasi pengeditan video yang kurang lengkap. ehingga menyulitkan penulis dalam menghasilkan konten berkualitas tinggi. Selain masalah teknis, penulis juga mengalami kendala dalam pembagian tugas di dalam tim seperti sumber daya yang terbatas. Baik sumber daya manusia (SDM) maupun fasilitas yang dapat mempengaruhi kerja tim. Kendala-kendala ini secara keseluruhan mempengaruhi proses kerja penulis dan tim. Masalah teknis menghambat kreativitas, sementara pembagian tugas yang tidak seimbang menciptakan ketegangan di dalam tim

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Mengatasi kendala dalam pembagian tugas tim bisa dilakukan dengan menyusun rencana kerja yang jelas dan terstruktur. Rencana ini harus mencakup pembagian tugas yang sesuai dengan kemampuan masing-masing anggota tim, sehingga beban kerja menjadi lebih seimbang. kendala seperti lamanya waktu untuk memperoleh materi, proses revisi, dan *approval* sering kali menghambat alur kerja. Untuk mengatasi masalah ini, penting untuk menyusun rencana kerja yang jelas, termasuk timeline untuk setiap tahap proyek. Komunikasi yang efektif dengan mentor atau supervisor juga sangat krusial, sehingga semua pihak bisa saling memahami dan memberikan *feedback* secara berkala. Menggunakan alat kolaborasi seperti *Google Drive* agar dapat mempercepat proses berbagi dokumen dan revisi. Selain itu, menetapkan poin-poin revisi sebelumnya dan secara proaktif meminta *feedback* akan membantu memperlancar proses. Dengan mengutamakan prioritas tugas dan menyediakan waktu *buffer*, diharapkan alur kerja selama magang dapat menjadi lebih efisien dan produktif.



3.11. Bisnis Model Canva

Sumber : Data PT Jala Niaga Elok

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A