

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada tempat magang penulis yaitu Klassen Motorsport subbrand ppflab.id, penulis menjadi *Content Creator* yang berperan membuat konten yang menggambarkan branding dan promotion di media sosial. Bertanggung jawab dalam pembuatan naratif dan konsep video hingga editing. Peran ini sangat penting untuk mendukung *exposure* perusahaan dalam dunia digital, cara berkerja di ppflab.id dimulai dengan informasi terhadap mobil apa yang akan masuk untuk dilakukan pemasangan ppf oleh kepala bengkel karena setiap mobil mempunyai karakteristik masing masing yang bisa jadikan dasar dalam perencanaan konten. Nantinya penulis dengan *General Manager* dan *digital marketing* akan berdiskusi dan merencanakan konsep video yang seperti apa yang bisa diciptakan untuk mobil-mobil yang baru dan tidak pernah datang ke *workshop* dan mobil-mobil yang sering datang ke *workshop*. Hal ini direncanakan agar konten tetap segar dan tidak repetitif, penting juga untuk mempertimbangkan *output* yang akan diunggah ke platform media sosial tertentu. Karena karakteristik setiap media sosial berbeda, tetap bisa optimal penulis butuh untuk mengoptimalisasi konten ke platform media sosial seperti *Instagram*.

Proses pengerjaan sebuah konten di awal dengan mencari referensi dari ide dan konsep. Lalu fokus untuk membangun konsep visual, setelah itu masuk ke tahap produksi dan dilanjutkan ke dalam dengan tahap editing. Karena *PPFLAB* merupakan subbrand baru maka penulis berdiskusi dengan *general affairs* dan *digital marketing* untuk membuat *grand design* atau design yang menjadi acuan untuk ke depannya dari segi grafik desain. Hasil dari video diperiksa oleh *supervisor* untuk melihat *angle* dan kejerinihan hasil produk yang telah terpasang untuk memastikan apakah layak untuk menjadi konten promosi media sosial. Lalu hasil video dikirim via *whatsapp document* agar ukuran file video tidak berkurang dan layak untuk didistribusikan ke *Instagram*..

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penugasan terhadap apa yang harus dikerjakan dalam magang di *Klassen Motorsport* dijelaskan oleh *Head of Creative* kepada penulis tentang tata tertib dan *Standard Operating Procedure (SOP)* yang dibutuhkan dalam pembuatan konten yang harus diikuti penulis sebagai *Content Creator*. Setelah penulis memahami dan mempelajari SOP, kemudian penulis diberikan kesempatan untuk membuat konten yang dibutuhkan untuk mempromosikan *Klassen Motorsport (PPFLAB)*.

3.2.1 Tugas yang dilakukan

Berikut adalah sejumlah pekerjaan yang telah dilakukan penulis selama proses magang.

Tabel 3.2. 1 Tabel kerja Magang

Minggu	Proyek	Keterangan
Mingg ke -1 (1 Juli – 6 Juli 2024)	Content Knowledge of PPFLAB.ID and PT Klassen Motorsport	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengenal dan memahami tentang industri PPFLAB.ID dna PT Klassen Motorsport 2. Memahami SOP dan Guidline untuk konten kreasi media sosial PPFLAB.ID 3. Melakukan <i>Editing</i> Video perdana untuk PT Klassen Motorsport
Minggu ke – 2 (8 Juli – 12 Juli 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> <i>Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Innova Zenix untuk konten media sosial 2. Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> untuk <i>Promotional Video</i> Innova Zenix untuk konten media sosial
Minggu ke – 3 (13 Juli – 18 Juli 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> <i>Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Hyundai Palisade untuk konten media sosial 2. Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> untuk <i>Promotional Video</i> Hyundai Palisade untuk konten media sosial
Minggu ke – 4 (19 Juli – 23 Juli 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> <i>Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Toyota Voxy untuk konten media sosial 2. Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> untuk <i>Promotional Video</i> Toyota Voxy untuk konten media sosial
Minggu ke – 5 (24 Juli -31 Juli 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> <i>Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil

		<p>Mercedes Benz GLS 450 untuk konten media sosial</p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> untuk <i>Promotional Video</i> Mercedes Benz GLS 450 untuk konten media sosial Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Genesis G80 untuk konten media sosial
Minggu ke -6 (2 Agustus - 7 Agustus 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil BMW 7 Series untuk konten media sosial Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Toyota Land Cruiser VX300 untuk konten media sosial Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> untuk <i>Promotional Video</i> BMW 7 Series untuk konten media sosial
Minggu ke - 7 (9 Agustus - 14 Agustus 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Mini Cooper JCW Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> unuk PPFLAB.ID pada mobil Mercedes Benz W140
Minggu ke - 7 (15 Agustus - 19 Agustus 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> unuk PPFLAB.ID pada mobil Innova Zenix Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing</i> untuk <i>Promotional Video</i> mobil Toyota Innova Zenix
Minggu ke - 8 (20 Agustus - 28 Agustus 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> unuk PPFLAB.ID pada mobil Innova Reborn Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Promotional Video</i> pada mobil Innova Reborn
Minggu ke - 9 (2 September - 7 September 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Promotional Video</i> pada mobil Hyundai Palisade XRT Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> unuk PPFLAB.ID pada mobil Hyundai Palisade XRT
Minggu ke - 10 (9 September - 14 September 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Promotional Video</i> pada mobil BMW X5 M Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil BMW X5M
Minggu ke - 11 (16 September - 21 September 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Promotional Video</i> pada mobil Innova Reborn

		<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Innova Reborn Video kolaborasi dengan <i>Tiktokers</i> terkenal Aldo Winaldi
Minggu ke – 12 (23 September – 28 September 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Promotional Video</i> pada mobil Lexus LM 450 Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Lexus LM 450
Minggu ke – 14 (30 September – 5 Oktober 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Promotional Video</i> pada mobil Mercedes Benz S400 Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Mercedes Benz S400
Minggu ke -15 (7 Oktober – 12 Oktober 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Promotional Video</i> pada mobil Mercedes Benz GLS 450 Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Mercedes Benz GLS 450
Minggu ke -16 (14 Oktober – 19 Oktober 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Toyota Innova Zenix 2 Unit
Minggu ke -17 (21 Oktober – 26 Oktober 2024)	Content Production PPFLAB.ID	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Toyota Innova Zenix unit ke 2 Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Product Showcase</i> untuk PPFLAB.ID pada mobil Hyundai ioniq 5 Melakukan <i>Shooting</i> dan <i>Editing Promotional Video</i> untuk ___Hyundai Ioniq 5

Tabel 3.2. 2 Tabel Kerja Magang

3.2.2 Uraian kerja magang

Dalam tahap magang yang dijalani oleh penulis pada perusahaan *PT Klassen Motorsport* penulis memiliki tugas utama sebagai *Content Creator* untuk media sosial *PPFLAB*. Penulis bertugas untuk membuat konten *product showcase* produk yang telah dipasangkan ke kendaraan dan juga konten promosi untuk mendorong penjualan produk. Semua dilakukan oleh penulis secara bertahap mulai dari

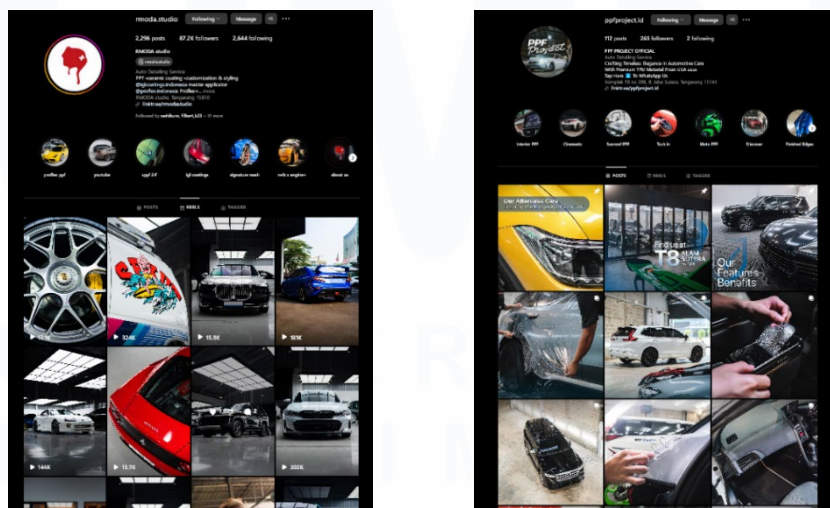
Brainstorming ide konten hingga tahap *Editing* dan *delivery* ke media sosial. Selama melakukan magang penulis telah menghasilkan beberapa hasil karya dan kolaborasi dengan beberapa konten kreator lainnya yang membantu menaikkan *exposure* perusahaan.

Berikut adalah tahap dalam pembuatan konten yang dibuat penulis dalam menjalani magang.

1. *Video Reels Product Showcase*

Video Reels Product Showcase untuk produk *Paint Protection Film* yang diunggah ke Instagram dengan format vertikal. Diupload periode 3 -5 hari mengikuti durasi pengerjaan mobil di bengkel. *Product Showcase* yang ditunjukkan dalam *reels* ini adalah tahapan pengerjaan pemasangan *paint protection film*, hasil dari pemasangan PPF terhadap mobil yang sudah terpasang. Poin poin penting yang di minta oleh *Head Creative* untuk *video showcase* adalah sudut sudut mobil untuk menunjukkan kerapihan, menunjukkan kekincolangan mobil dan proses terhadap mobil agar calon *client* dan *client* bisa melihat kinerja dan cara kerja perusahaan.

Untuk konsep pembuatan *video reels production showcase* penulis diminta oleh *Head creative* untuk menciptakan master konsep yang untuk *reels* karena ini *reels showcase* merupakan hal baru untuk media sosial PPFLAB.ID. Maka pertama yang dikerjakan oleh penulis adalah mencari referensi-referensi dari *workshop* -



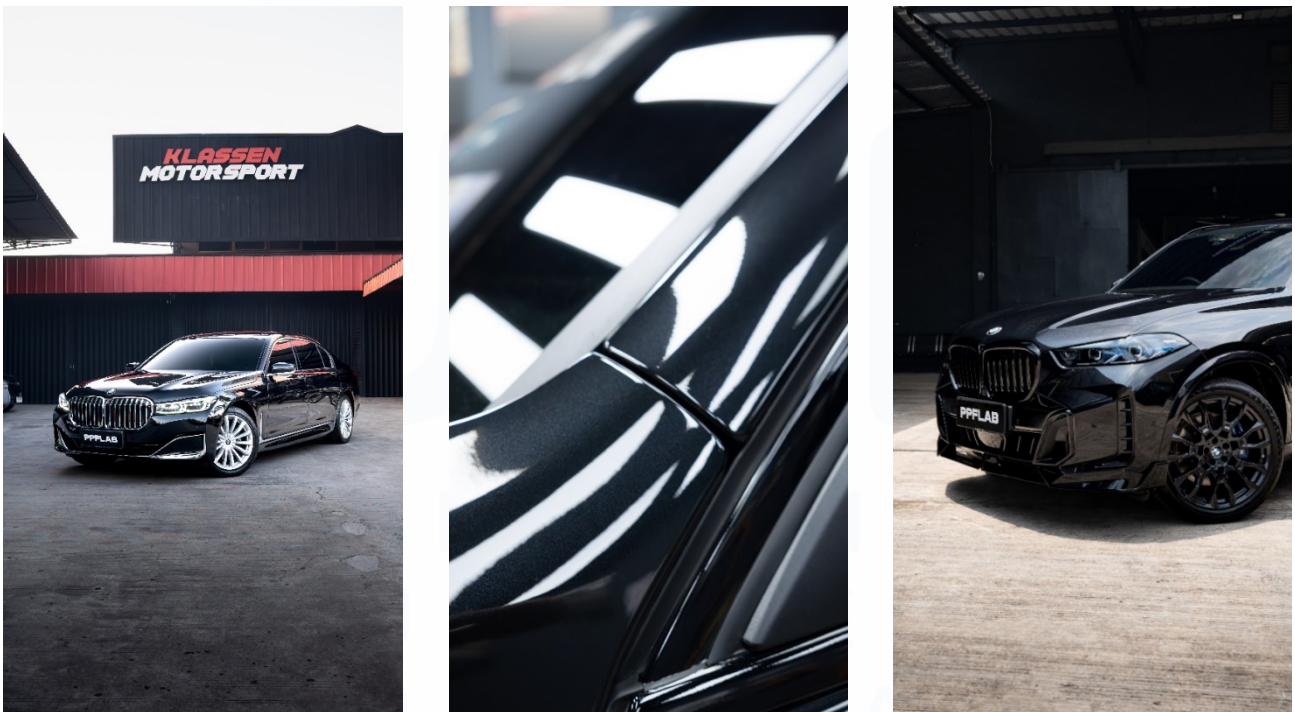
Gambar 3. 1 Foto Referensi Workshop

Sumber : Media Sosial Instagram (2024)

workshop yang memang sudah cukup terkenal terhadap konten yang akan diciptakan.

Setelah mendapatkan referensi penulis memberikan kepada *Head of Creative* untuk finalisasi konsep yang bisa sustain dan bisa menarik perhatian target market. Setelah finalisasi terciptalah konsep *video walkthrough*, yang mana penonton diajak untuk melihat proses pengerjaan pemasangan ppf di mobil dan hasil dari pemasangan ppf di mobil. Selain dari itu juga untuk beberapa video dikombinasikan dengan awalan *talking head* menjelaskan tentang prosedur pengerjaan tipe mobil dan promosi tentang product. Dalam pembuatan video *reels* ada 2 sampai 3 komponen utama dalam video, yang pertama adalah Talking Head yang mana subjek atau host berbicara di depan kamera yang kedua adalah *Master Shot*, footage utama atau inti dari video dan yang ketiga *B-roll* yang merupakan *shot* atau *footage* yang relevan terhadap *Master Shot*. Dari ketiga kriteria yang ada, dua kriteria sudah pasti dilaksanakan.

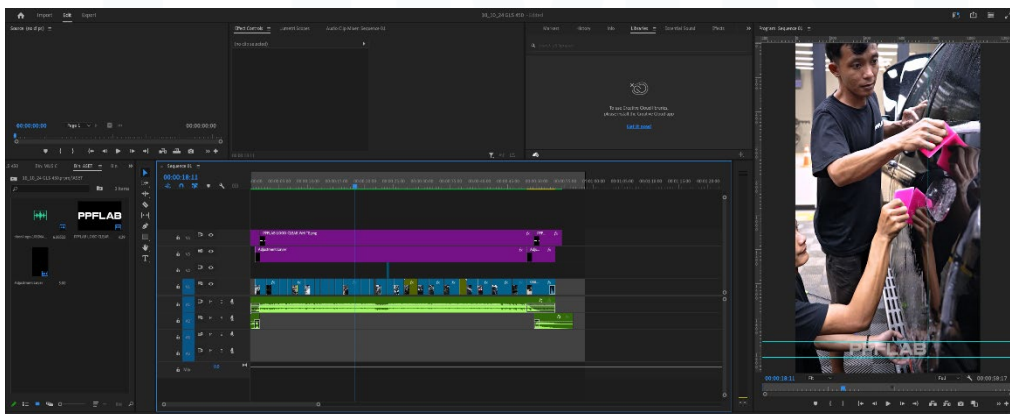
Dalam pembuatan video SOP yang diikuti oleh penulis adalah melakukan penempatan mobil di area lapangan parkir workshop untuk melakukan *master shot*



Gambar 3. 2 Gambaran shot master, medium close up dan extreme close up
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

before mobil dikerjakan dan juga untuk melakukan talking head. Setelah itu mobil masuk kedalam workshop untuk start mulai pengerjaan yang diawali dengan poles mobil pada saat ini penulis memiliki 2 list dalam tipe *shotnya* yaitu *Wide shot* untuk *establish* apa saja yang sedang dikerjakan dan menunjukkan kelengkapan alat untuk pemasangan ppf. Lalu *medium close up* untuuk menunjukkan detail dari pemasangan dan untuk menunjukkan kerapihan dalam pemasangan ppf, pengambilan video pengerjaan dilakukan dalam rentang 3-5 hari. Setelah video pengerjaan selesai dilanjutkan dengan pengambilan video hasil jadi setelah pemasangan, di dapati semua video yang dibutuhkan telah terangkum maka akan memasuki kedalam tahap *editing*.

Penulis juga ikut serta dalam tahap pengerjaan *offline* dan *online editing*, pada tahap ini penulis diminta oleh *Head Of Creative* untuk melakukan pengorganisasian *file* berdasarkan bulan yang nantinya dikategorikan dengan tanggal mobil masuk dan juga warna serta jenis mobil. Setelah itu penulis memasuki tahap *Editing* menggunakan software *Adobe Premier Pro*. Untuk *offline editing* penulis mengacu pada SOP yang telah diberikan oleh atasan. Yang berkonsep *Walkthrough* dimulai dengan video pengerjaan dan video hasil akhir. Sebelum *Editing* dimulai yang pertama penulis cari adalah musik yang *fast pace* dan sedang *hits* agar video memiliki kesempatan untuk masuk kedalam *for you page* atau *FYP*. Setelah mendapatkan musik baru dimulai sesi *editing offline* dengan merangkai sesuai SOP ditambah dengan logo pembuka dan penutup. Dari penulis

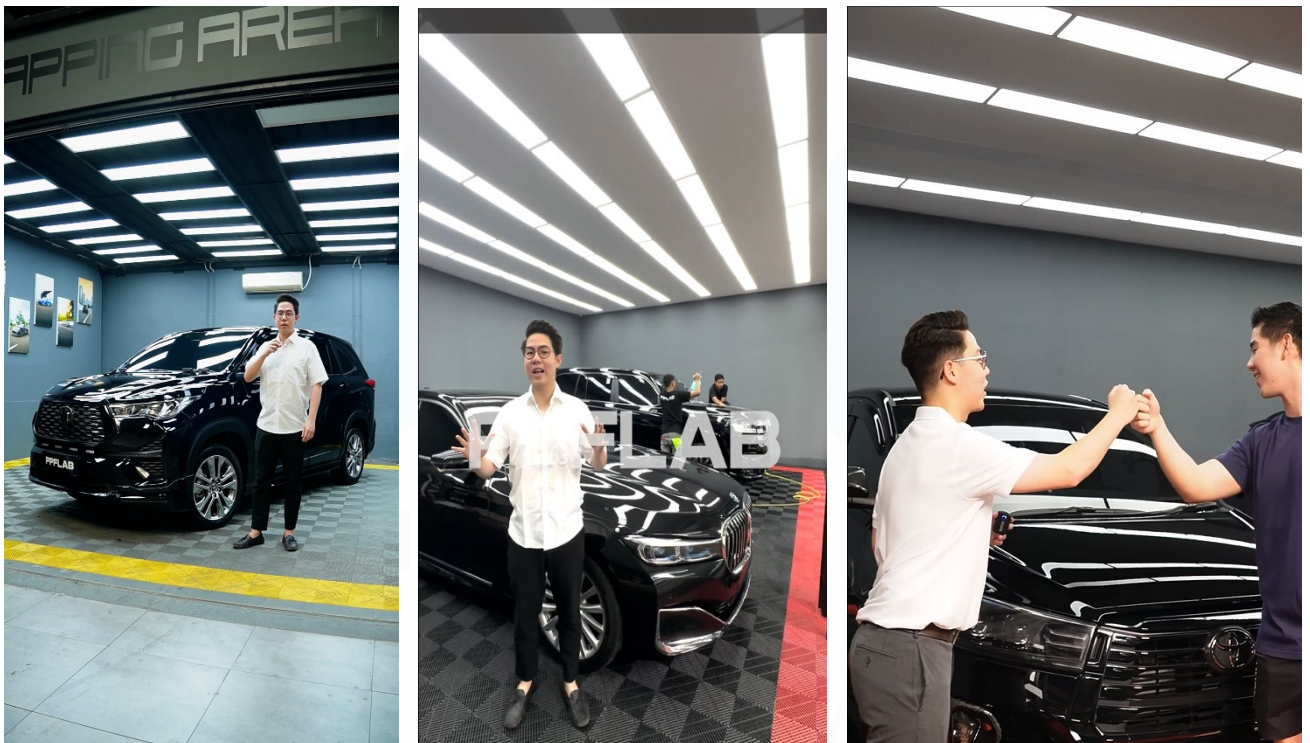


Gambar 3. 3 Dashboard Editing Product Showcase
Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

menambahkan ide untuk ada *hook* suara untuk logo dan pembuka dan penutup video. Setelah secara rangkaian sudah selesai dan sudah disetujui oleh *Head of Creative*. Penulis lalu masuk tahap *online editing* dengan melakukan *color-correction* dan efek efek visual seperti penambahan teks dan transisi. Setelah semua itu sudah disetujui, video akan *diexport* dan dipublikasikan ke sosial media PPFLAB.id di Instagram.

2. *Promotional Video*

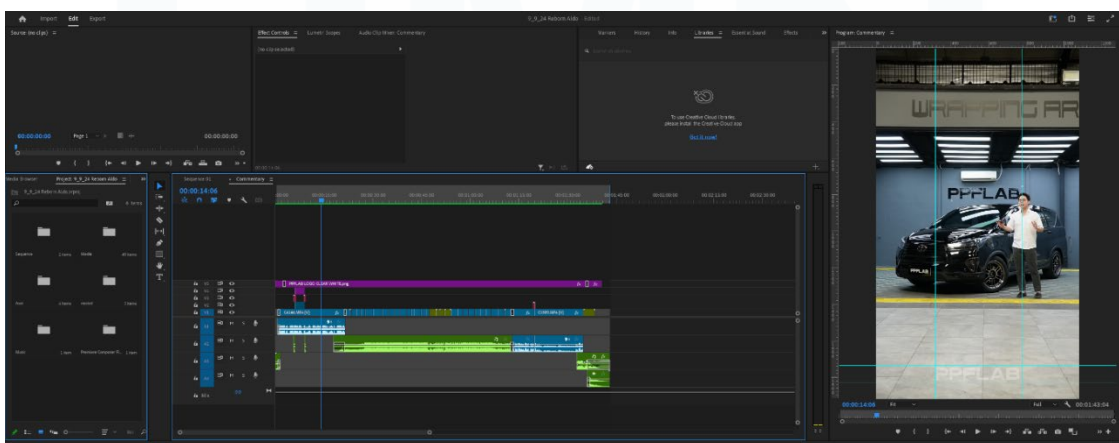
Video Reels Promotional Video untuk produk *Paint Protection Film* diunggah ke sosial media *Instagram* dalam bentuk *story* ataupun *reels*. Durasi diupload bergantung pada kebutuhan digital marketing melihat penjualan dan kondisi *workshop*. *Promotional Video* meliputi mobil sedang sering masuk ke *workshop* dan dilihat memiliki potensi untuk menarik calon pembeli lainnya, konsep *Promotional Video* menggunakan konsep *talking head* yang menurut (Breitman, Kendall, 2024) *talking head* adalah konsep video dimana seseorang berdiri dan berbicara langsung didepan kamera dan orang yang berbicara didepan kamera ini adalah orang yang ahli dalam bidangnya, hal ini menjadi krusial dalam pembuatan



Gambar 3. 4 *Talking Head Promotional Video*
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

video promosi agar orang bisa mengenali dan menciptakan kepercayaan bagi calon pelanggan. Dalam video promosi ini penulis diminta untuk berkreasi untuk menciptakan promosi video yang menarik, keterlibatan atasan dalam pembuatan *Promotional Video* cukup minim sehingga penulis menciptakan *Guideline* sendiri.

Guideline tersebut berisikan *master shot* yang menunjukkan mobil yang sudah selesai pengerjaan atau sedang dalam tahap pengerjaan dan menjelaskan ppf yang telah terpasang atau sedang dipasang, kekuatan dan jenis bahan yang digunakan. Selain *master shot* diisi dengan *b-roll* yang menunjang apa yang sedang diucapkan oleh host. Untuk Workflow dalam pembuatan *Promotional Video*, mobil yang ingin dijadikan bahan promosi ditentukan oleh *team digital marketing* berdasarkan ketentuan yang telah disebutkan diatas. Mobil tersebut lalu ditempatkan dilapangan parkir atau dalam ruangan *Workshop* dengan kondisi mobil miring $\frac{3}{4}$ depan dengan ban yang di belokkan. Pose mobil seperti ini digunakan untuk memperlihatkan kegagahan mobil dan juga estetika mobil, kemudian penulis dan host yang merupakan General Manager yaitu bapak Nathanael S.H untuk berdiri disamping mobil dan menjelaskan sekaligus promosi. Setelah pengambilan video sudah selesai, penulis masuk dalam tahap *editing, offline*, dan *online*. Pada tahap terakhir cara bekerjanya mirip dengan *Product Showcase* mulai dari file organization, pemilihan musik dan merangkai sesuai *guideline*. Untuk video promosi butuh dipublikasikan terlebih dahulu ke sosial media sebelum video *Product Showcase*.



Gambar 3. 5 Dashboard Editing Promotional Video

Sumber : Dokumen Pribadi (2024)

Dalam pengerjaan kedua konten utama, adanya perencanaan dalam proses pembuatan konten dibutuhkan agar konten dapat didistribusikan ke media sosial. Dalam waktu rentang 1 minggu 3-5 hari sudah terisi untuk pengambilan gambar maka proses pengolahan konten dilakukan setelah rentang 3-5 hari tersebut. Konten yang akan didahulukan dalam tahap distribusi adalah promosi video agar marketing perusahaan dapat bergerak untuk menarik pelanggan selanjutnya yang memiliki jenis mobil yang sama. Dimana pengambilan gambar untuk video promosi bisa dilakukan sebelum atau sesudah mobil selesai tahap pengerjaan. Setelah konten *product showcase* akan dilakukan pengolahan dan distribusi. Hal ini berulang untuk 2 konten besar tersebut untuk jenis mobil yang pertama kali masuk ke *PPFLAB.ID*.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan proses praktik magang, pastinya ada kendala yang dihadapi oleh penulis. Kendala yang dihadapi oleh penulis merupakan kendala dari faktor internal penulis maupun juga faktor manajemen dari perusahaan di bidang sosial media. Kendala yang dialami penulis mencakup beberapa faktor sebagai berikut.

1. Menumpuknya stok video yang belum teredit

Penulis mengalami *overload* pekerjaan penulis dalam melakukan praktik kerja magang dikarenakan jadwal masuknya mobil untuk melakukan pemasangan sangat beruntun sehingga menciptakan *overload* dalam proses pembuatan konten dikarenakan yang mengerjakan hanya 1 orang saja yaitu penulis. Dimana setiap minggunya mobil dapat masuk 2 -3 mobil yang waktu pengerjaan 3-5 hari dimana dalam 3-5 tersebut penulis tidak memiliki waktu untuk mengedit konten dan hanya dapat untuk mengambil video untuk mobil mobil yang masuk. Sehingga menciptakan kekacauan pada *timeline* yang sudah dirancang oleh penulis sendiri.

2. Kendala hasil konten yang mengalami penurunan saat di upload di sosial media

Penulis menghadapi masalah teknis tentang hasil video sebuah konten yang telah disiapkan dan diunggah ke platform media sosial, video mengalami kompresi file yang cukup signifikan hal ini mengakibatkan penurunan kualitas visual dari konten yang awalnya sudah diproduksi dengan sangat baik oleh penulis. Masalah ini memicu perdebatan antara tim sosial media dan tim kreatif, karena kedua belah pihak memiliki pandangan yang berbeda terkait penyebab dan solusi dari masalah tersebut. Penulis merasa bahwa kualitas konten yang mereka buat sudah berada pada tingkat tertinggi, dimana penulis merasa bahwa ada kesalahan terjadi di tahap pengunggahan yang dilakukan oleh tim sosial media. Sedangkan tim sosial media berpendapat bahwa mereka hanya menjalankan prosedur standar dalam mengunggah konten ke platform media sosial, dan penurunan kualitas konten yang terjadi di luar kendali mereka.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Solusi yang penulis dapatkan untuk kendala untuk stok video yang menumpuk setelah berdiskusi dengan *General Manager, Digital Marketing* dan *Head of Creative* disimpulkan dengan pengurangan jumlah konten untuk *reel* dan *feeds* perminggunya. Dimana untuk perminggu hanya akan diunggah maksimal 2 konten dan *reels* namun ditambah dalam bentuk story sehingga setiap harinya harus ada story untuk *update progress* pengerjaan mobil agar akun media sosial tetap aktif dan eksis. Selain itu untuk konten dengan mobil yang memiliki jenis sama akan hanya diupload di *feeds dan story* dalam bentuk video production showcase dan promotional sebanyak 2 kali selain itu mobil dengan jenis yang sama akan dialihkan menjadi konten dalam bentuk *story progress update* yang akan tayang setiap harinya, dan juga penulis dan *Head of Creative* sepakat untuk tidak perlu mengambil setiap sudut pengerjaan mobil. Karena kesepakatan tersebut Penulis juga membuat jadwal timeline baru yang terjadwal dimana 3 hari pengerjaan dan pada hari ke-4 dan 5 dimana mobil berada dalam posisi *finishing* penulis akan melakukan *Editing* untuk konten yang belum diupload atau dikerjakan, sehingga tidak terjadi penumpukan konten dan *overload*.

2. Solusi untuk kendala kualitas video di sosial media setelah melakukan beberapa eksperimen dan diskusi dengan sosial media, penulis dan tim sosial media mendapatkan fakta bahwa faktor alat pengupload dan settingan upload serta bitrate ketika mengexport video memiliki pengaruh terhadap kualitas video. Jika pengupload menggunakan perangkat berbasis *android* maka kualitas video akan sedikit lebih menurun dibandingkan dengan perangkat berbasis *ios*. Selain itu juga penting untuk menyalakan setting *best quality for upload* di setiap platform media sosial agar aplikasi tidak mengurangi kualitas video. Hal paling penting juga berada pada setting *export* penulis, yaitu jenis *bitrate* dan angka *bitrate* yang digunakan untuk mengupload di media sosial. Pada akhirnya penulis menemukan titik temu untuk yaitu menggunakan settingan export *Variable Bitrate* atau VBR dengan besaran angka *7mbps* agar total *size file* tidak lebih dari 100mb sehingga tidak mengalami penurunan kualitas saat sudah diupload kedalam media sosial.