

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Proses kerja magang di PT. Nawatunggal Karunia Jaya Makmur berlangsung dalam divisi Sales & Marketing yang memiliki fungsi untuk membuat sebuah promosi terhadap produk melalui berbagai media yang digunakan, salah satu media yang digunakan adalah media sosial Instagram (@sirinestroboindonesia) Dalam proses kerja magang penulis bertugas untuk membantu dalam perancangan konten, *brainstorming* ide serta waktu yang tepat untuk publikasi konten yang telah dibuat sehingga dapat mencapai tujuan dari divisi tersebut.

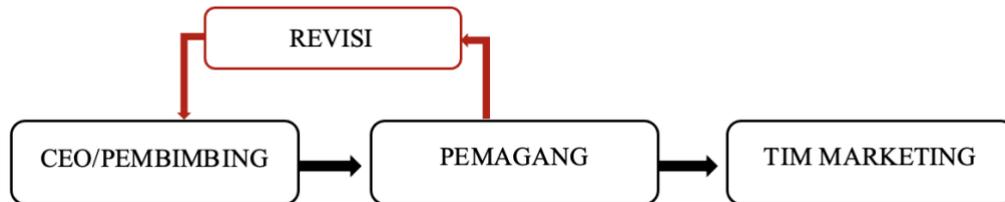
1. Kedudukan

Tugas utama pemegang di PT Nawatunggal Karunia Jaya Makmur adalah sebagai *content creator* sekaligus *editor* perusahaan. Penulis diawasi langsung oleh tim dari divisi *sales & marketing* sesuai dengan kebutuhan dari konten yang ingin dipublikasikan. Penulis bekerja dari pra produksi seperti persiapan konsep konten hingga pasca produksi seperti *editing*, *sound effect*, *sound mixing* dan *cutting*. Dalam produksi konten penulis bekerja secara langsung dibawah bapak Justin sebagai CEO dari perusahaan ini.

2. Koordinasi

Pada pelaksanaan kerja magang koordinasi penulis dimulai ketika CEO ingin mempublikasikan salah satu produk terbaru agar dapat dikenal oleh calon konsumen, kemudian akan dilaksanakan *briefing* dalam pembuatan konten video. Dengan memilih *footage* yang nantinya akan dikirimkan kepada CEO apakah sesuai dengan kebutuhan konten. Setelah *footage* dan pengambilan gambar selesai, pemegang akan melanjutkan kepada proses *editing* konten seperti *color grading*, *sound mixing* dan *video cutting*. Konten yang telah

selesai dibuat dan disetujui oleh bapak Justin nantinya akan diserahkan ke tim *marketing & sales* yang nantinya akan di *upload* ke media sosial Instagram milik PT Nawatunggal Karunia Jaya Makmur.



Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja Magang

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

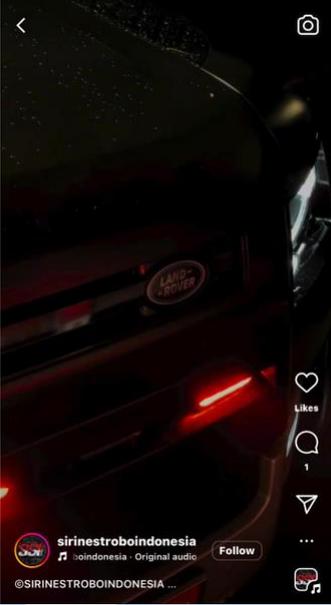
Proses kerja magang yang berlangsung selama 640 jam kerja meliputi berbagai macam kegiatan, mulai dari perencanaan konsep konten, pemetaan *footage* hingga proses *video editing*. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *video making* sehingga dapat menghasilkan konten yang berkualitas serta sesuai dengan tujuan dari perusahaan yaitu membuat khalayak mengetahui informasi tentang produk dari PT Nawatunggal Karunia Jaya Makmur.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

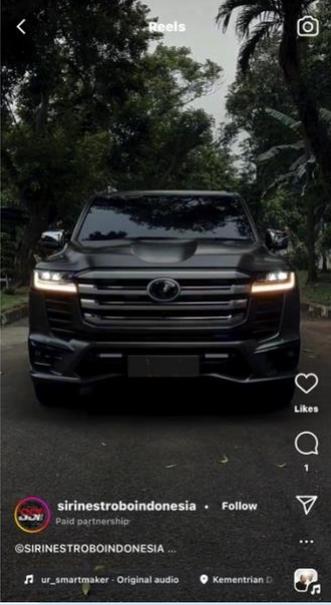
UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

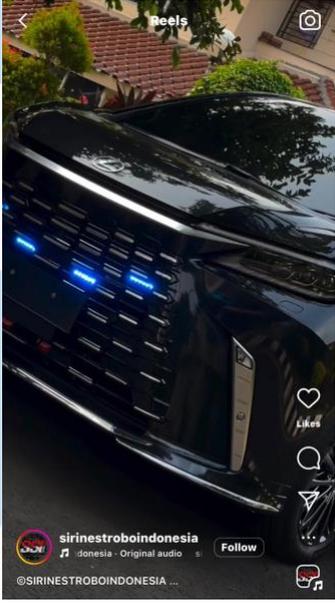
Penulis melakukan proses kerja magang dalam 640 jam 27 feb sampai 27 juni sehingga dalam proses tersebut penulis melakukan beberapa proyek konten seperti:

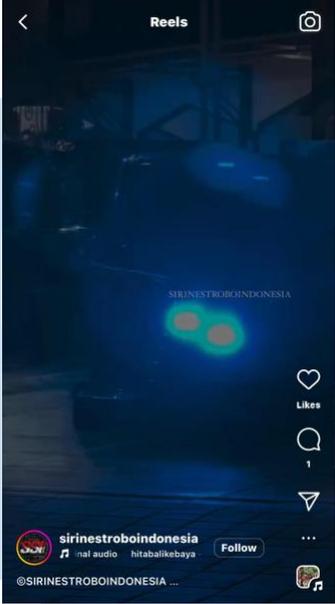
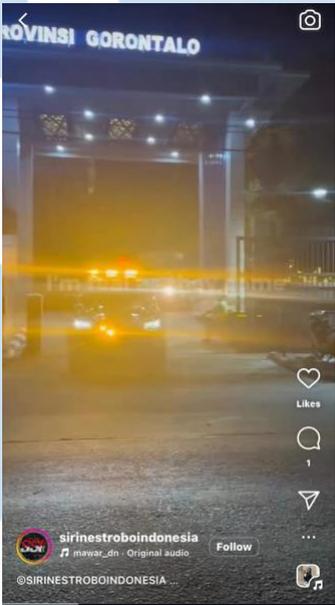
No.	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	27 Februari- 1 Maret 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 1 	Melakukan <i>rolling</i> shot untuk pertama kali dari PT Nawatunggal Karunia Jaya Makmur.
2	4 Maret – 9 Maret. 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 2 	Membuat konten yang hampir sama dengan minggu sebelumnya, dengan konsep yang menyatu namun dibedakan sesuai dengan produk yang dipasang.
3	11 Maret – 16 Maret 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 3 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram, meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi

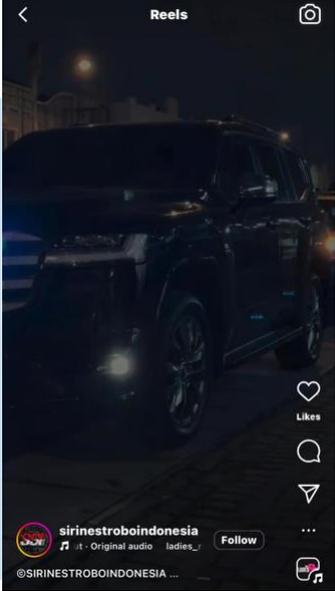
4	18 Maret – 23 Maret 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 4 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram, meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi
5	25 Maret – 30 Maret 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 5 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram, meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi

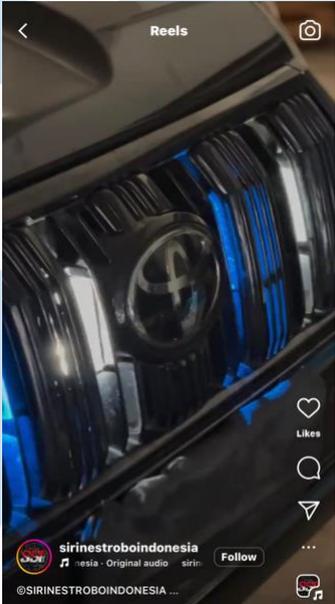
6	1 April – 6 April 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 6 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram, meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi
7	8 April – 13 April 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 7 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram (<i>home service</i>), meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi

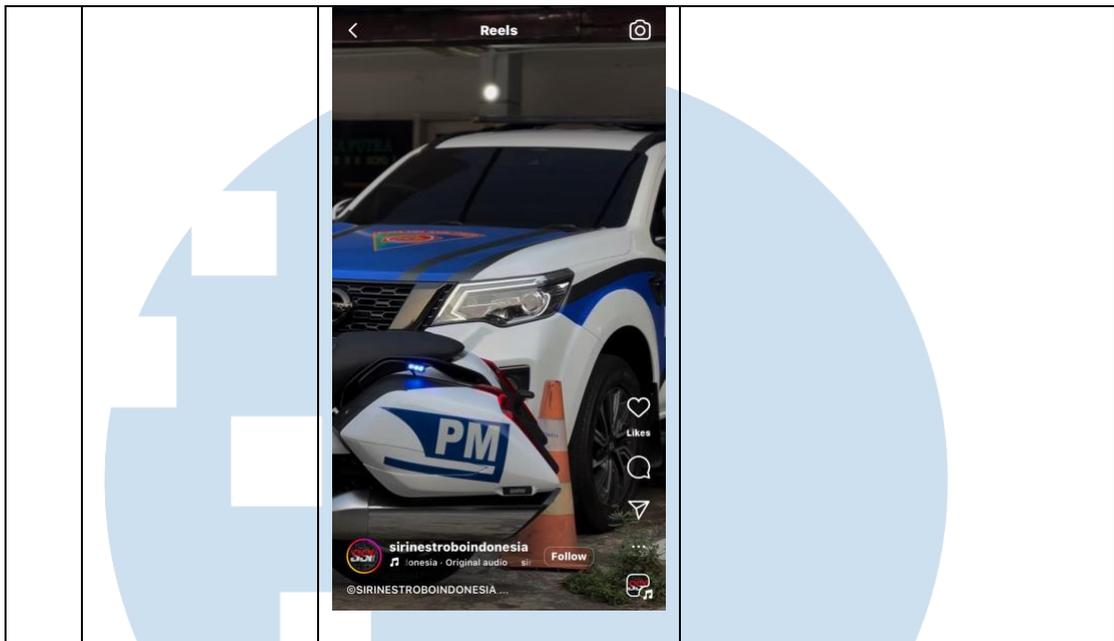
8	15 April – 20 April 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 8 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram (<i>home service</i>), meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi
9	22 April – 27 April 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 9 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram (<i>home service</i>), meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi, meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi
10	29 April – 4 Mei 2024	Konten <i>reels</i> Instagram 10	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram (<i>home service</i>), meliputi tahap <i>briefing</i> , pra

			produksi, produksi dan paska produksi
11	6 Mei – 11 Mei 2024	<p>Konten reels Instagram 11</p> 	Pembuatan konten reels Instagram (<i>home service</i>), meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi
12	13 Mei – 18 Mei 2024	<p>Konten reels Instagram 12</p>	Pembuatan konten reels Instagram (<i>home service</i>), meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi

			
13	20 Mei – 25 Mei 2024	<p>Konten <i>reels</i> Instagram 13</p> 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram (<i>home service</i>), meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi
14	27 Mei – 1 Juni 2024	<p>Konten <i>reels</i> Instagram 14</p>	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram , meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi

			
15	3 Juni – 8 Juni 2024	<p>Konten <i>reels</i> Instagram 15</p> 	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram , meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi
	10 Juni – 15 Juni 2024	<p>Konten <i>reels</i> Instagram 16</p>	Pembuatan konten <i>reels</i> Instagram (<i>home service</i>), meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi

			
17 Juni -22 Juni 2024	Konten reels Instagram 17		Pembuatan konten reels Instagram , meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi
24 Juni – 27 Juni 2024	Konten reels Instagram 18		Pembuatan konten reels Instagram , meliputi tahap <i>briefing</i> , pra produksi, produksi dan paska produksi



Tabel 3.1 Detail Pekerjaan Selama Magang

Selama melakukan proses kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis, terdapat empat total konten yang nantinya akan dipublikasikan di media sosial dari PT Nawatunggal Karunia Jaya Makmur antara lain tiga konten untuk halaman Instagram dan satu konten *reels*.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Dalam melaksanakan kerja magang pada minggu pertama dan kedua, penulis berfokus untuk merencanakan dan mengambil beberapa *footage* untuk pembuatan konten yang nantinya akan dipublikasikan di media sosial Instagram. Pada pembuatan konten, penulis bertugas untuk membuat sebuah konten dari awal hingga proses editing serta mengerjakan revisi konteng yang diinginkan oleh CEO perusahaan. Selain sebagai seorang *content creator*, penulis juga bertugas sebagai *video editor* yang berperan penuh dalam proses *editing* yang nantinya akan dibentuk sebagai sebuah video konten.

1.2.2.1 Produksi Konten *Feeds* Instagram

Dalam proses kegiatan magang, penulis sebagai seorang *content creator* melalui divisi marketing&sales setiap minggunya akan melakukan *brainstorming* untuk membahas ide konten apa yang akan ditayangkan di *feeds* Instagram dari media sosial perusahaan. Dalam *brainstorming* ini, penulis diharuskan memberikan ide dan konsep dalam pembuatan konten yang sebagai perencanaan dalam pembuatan konten serta dapat memberikan referensi video untuk konten tersebut. Melalui kegiatan ini juga, penulis akan ditugaskan dalam membuat jadwal *take video* dan kebutuhan lainnya.

Penulis kemudian membuat *visual treatment* sesuai dengan judul konten yang sudah dibuat sebelumnya. Konten yang akan diproduksi ditargetkan berdurasi kurang lebih 40 detik hingga 1 menit atau video singkat yang nantinya akan dipublikasikan ke Instagram sehingga melalui video tersebut informasi yang dapat disampaikan harus singkat namun berisi informasi yang jelas sehingga dapat menarik orang untuk melihat konten tersebut.

Setelah konsep ditentukan melalui *briefing* Bersama tim dan *owner* dari perusahaan akan dilanjutkan kepada proses pengambilan *footage* video yang biasanya dari hasil syuting target yang akan dicapai adalah 3 konten video yang nantinya akan diproduksi. Penulis juga berperan menjadi seorang *editor video* dalam pembuatan konten tersebut yang nantinya akan ditanyakan kepada *owner* terhadap hasil konten yang dihasilkan apakah sudah sesuai dengan keinginan atau harus direvisi dari beberapa poin dalam konten tersebut.

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



Gambar 3.2 Proses Editing Konten
(Dokumentasi Penulis)



Gambar 3.3 Konten Instagram Feeds
(Dokumentasi Media Sosial Perusahaan)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Setelah proses syuting konten yang dilanjutkan proses *editing visual* terhadap konten yang dibuat, konten yang sudah selesai dalam pembuatannya serta telah disesuaikan oleh revisi yang diberikan oleh pembimbing yaitu Bapak Justin, konten kemudian akan diproduksi dan nantinya akan diberikan kepada tim Marketing & Sales sehingga, konten tersebut dapat dipublikasikan di media sosial perusahaan.

1.2.2.2 Produksi Konten Reels Instagram

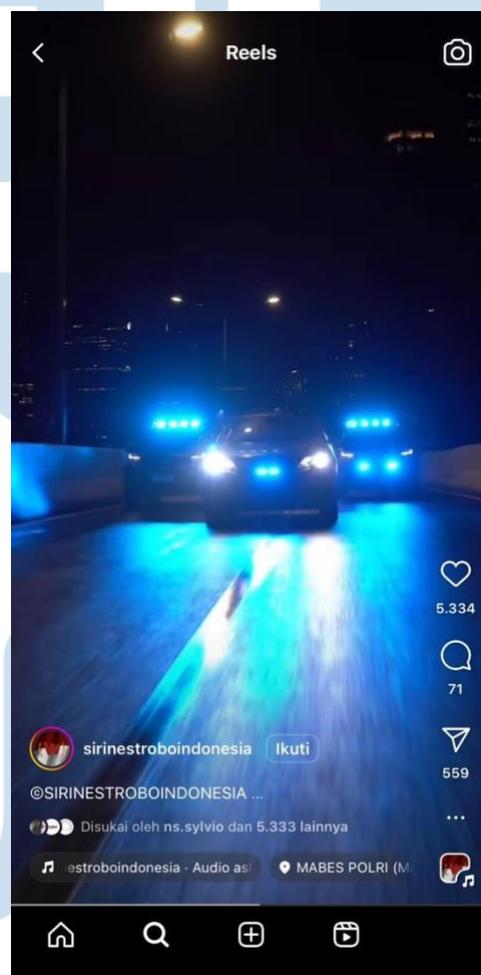
Dalam menarik calon konsumen agar berminat terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan PT Nawatunggal Karunia Jaya Makmur, Tim Marketing & Sales memiliki strategi untuk memberikan konten panjang di Instagram yaitu konten *reels*. Sehingga penulis sebagai *content creator intern* diharuskan membuat konten tersebut dengan durasi lebih panjang dari konten *feeds* yang hanya berdurasi maksimal 1 menit.

Melalui konten ini juga, penulis harus bisa memberikan pesan konten dengan informasi yang lebih detail terhadap produk dari PT Nawatunggal Karunia Jaya Makmur sehingga keunggulan produk dapat terlihat dari kompetitor bisnis perusahaan tersebut. Dengan ketentuan yang diberikan oleh *owners* sekaligus pembimbing konten tersebut diharapkan dapat menarik minat dan dapat menjangkau banyak orang agar dapat lebih memahami produk-produk dari perusahaan ini.

Dalam proses pembuatan konten penulis diharuskan merancang dan mendesain konseptual konten dan isi konten yang akan diberikan, dengan mencari referensi dari konten *reels* yang menarik penulis harus menentukan lokasi syuting dan waktu pengambilan video agar terlihat menarik sehingga setiap *shot* dari video dapat diambil dengan maksimal dan menjadi sebuah konten yang berkualitas.

Setelah proses syuting penulis juga berperan penuh dalam *editing video* mencakup *cutting video*, *sound mixing*, *color grading*. Karena

produk dari PT Nawatunggal Karunia Jaya Makmur ini merupakan sebuah lampu maka dari itu penulis mengambil konsep di jalan raya Jakarta dengan penampakan gedung pencakar langit, karena produk juga memiliki cahaya yang tinggi, dalam proses *editing* penulis menurunkan *exposure* agar dalam konten tersebut produk lebih terlihat berkualitas.



Gambar 3.2 Konten Instagram Reels
(Dokumentasi Media Sosial Perusahaan)

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

3.2.3 Kendala dan Kelemahan yang Ditemukan

Dalam melaksanakan tugas sebagai seorang *content creator* yang dilaksanakan selama 640 jam kerja, Adapun kendala yang dialami seperti:

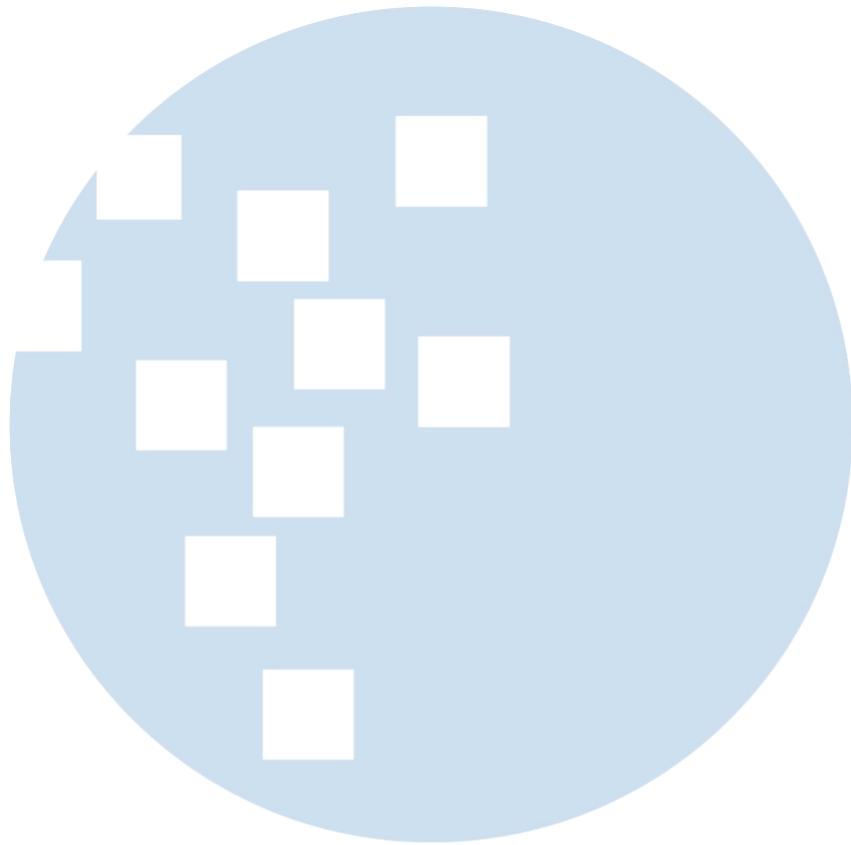
- 1) Pemberian instruksi pekerjaan yang kurang terperinci sehingga menimbulkan kebingungan dan sedikit menghambat saat melakukan praktik kerja magang.
- 2) Kendala referensi sumber konten dari contoh konten yang dibutuhkan ketika dalam proses pembuatan konten, sehingga pada saat proses pembuatan konten lebih memakan waktu.
- 3) Batas waktu yang diberikan untuk proses pembuatan konten cukup dekat sehingga menimbulkan *pressure* seperti jam kerja magang yang larut.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dilakukan sebagai seorang *content creator* untuk mengatasi berbagai kendala yang muncul, seperti:

- 1) Mengerjakan apa yang ada untuk sementara dan menanyakan kepada pembimbing secara rutin untuk konten yang dibutuhkan setiap minggunya.
- 2) Ketika kekurangan referensi dari pembimbing pemagang berupaya untuk mencari referensi dari contoh konten yang ada internet secara mandiri.
- 3) Dengan keterbatasan waktu atau *deadline* solusi yang dapat ditemukan seperti segera mengerjakan konten serta meminta saran dari tim *marketing* agar konten lebih sesuai tanpa ada revisi.

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



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA