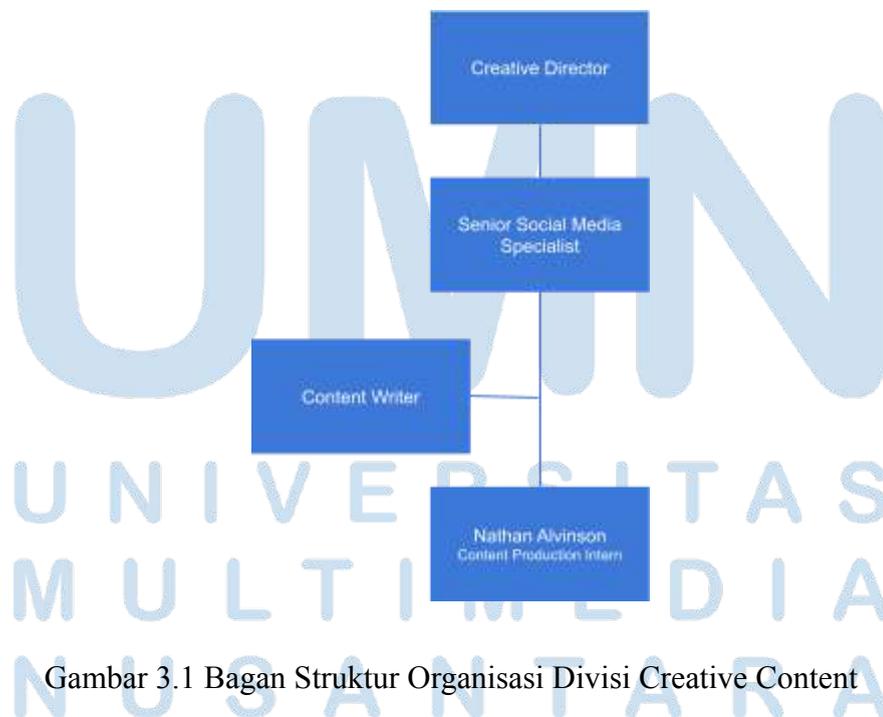


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani magang di PT. Artyco Kreatif Lab, saya ditempatkan di divisi *Content Production Intern* dengan peran sebagai *Content Production Intern*. Fokus utama dalam peran ini adalah pada proses *shooting* dan *editing* konten yang digunakan untuk berbagai keperluan pemasaran digital.

Dalam menjalankan tugas, saya berkoordinasi langsung dengan *Senior Social Media Specialist* serta *Content Writer*. *Senior Social Media Specialist* bertanggung jawab dalam menentukan strategi dan konsep konten yang akan dibuat, sedangkan *Content Writer* berperan dalam menyusun narasi atau teks pendukung untuk memastikan pesan dalam konten dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Divisi Creative Content
(Sumber: Dokumen Penulis)

Sebagai *Content Production Intern*, saya bertanggung jawab untuk mengeksekusi ide-ide kreatif yang telah dirancang oleh tim, mulai dari proses pengambilan gambar, pengeditan, hingga finalisasi konten sebelum dipublikasikan di platform media sosial klien. Selama proses ini, saya juga berkomunikasi dengan berbagai anggota tim untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan strategi komunikasi yang telah ditetapkan.



3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani kegiatan magang di PT. Artyco Kreatif Lab, penulis mendapatkan tanggung jawab langsung dari Creative Director untuk mengerjakan sejumlah konten dari berbagai brand. Tugas utama yang diberikan meliputi proses pengambilan gambar atau *video shooting* sesuai dengan konten plan yang telah disusun sebelumnya, serta pengeditan video atau *video editing* agar siap dipublikasikan di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Semua proses dikerjakan dengan memperhatikan format dan karakteristik visual yang sesuai dengan standar media sosial masa kini.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Penulis melaksanakan praktik magang di Artyco Creative Lab dengan peran sebagai *Content Production Intern*. Dalam posisi ini, penulis bertanggung jawab untuk melakukan proses perekaman konten serta mengedit video yang telah direkam. Konten yang dikerjakan ditujukan untuk kebutuhan media sosial, seperti *Instagram Reels* dan *TikTok*. Setelah proses produksi dan editing selesai, hasil video akan melalui tahap peninjauan dan persetujuan dari Creative Director serta pihak yang menyusun content plan sebelum dapat dipublikasikan.

Tabel 3.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan selama Magang

No	Periode	Proyek / Brand	Keterangan
1.	1 Oktober - 4 November	Gateway Pasteur	<ul style="list-style-type: none">- Syuting di Pasteur, Bandung- Mengedit video <i>Tiktok Gateway Pasteur</i>
2.	6 November - 28 November	Bleumour	<ul style="list-style-type: none">- Membuat <i>Pitch Deck, Script, Photo Board & Shot List</i> untuk syuting proyek iklan <i>Bleumour x Dusun Bambu</i>- Mendirect proses syuting <i>Bleumour x Dusun Bambu</i>- Mengedit video iklan <i>Bleumour x Dusun Bambu</i>
3.	22 November -	Derma Centric	<ul style="list-style-type: none">- Merekam konten <i>Instagram Reels</i> dan <i>Tiktok Derma</i>

	Maret		<i>Centric</i> - Syuting <i>Event-event</i> yang diadakan oleh <i>Derma Centric</i> - Mengedit <i>Aftermovie</i> , Konten <i>instagram reels</i> , dan <i>Tiktok Derma Centric</i>
4.	1 Desember - 10 Februari	BYND	- Membantu proses <i>Photoshoot</i> dan <i>Video Shoot BYND</i> - Menghadiri acara <i>JxB</i> untuk menjaga stand <i>BYND</i>
5.	11 Desember - 24 Desember	Endora Care	- Mengedit video konten <i>instagram reels</i> dan <i>tiktok Endora Care</i>
6.	20 Desember - Maret	Mami Lola	- Syuting konten <i>tiktok</i> Mami Lola di rumah Mami Lola yang berada di <i>green lake city</i>
7.	18 Desember - 19 Desember	Le Foyer	- Syuting konten <i>reels Le Foyer</i> di rumah klien yang berada di <i>PIK</i> - <i>Mengedit</i> foto dan video konten sosial media <i>Le Foyer</i>
8.	22 Januari	Virelai Teknik	- Membantu proses syuting video konten sosial media <i>Virelai Teknik</i>
9.	3 Februari - Maret	Kelly Cosmetics	- Syuting konten <i>reels</i> dan <i>tiktok Kelly Cosmetic</i> - Edit konten <i>reels</i> dan <i>tiktok Kelly Cosmetic</i>

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani praktik kerja magang di Artyco Creative Lab sebagai *Content Production Intern*, penulis terlibat dalam sejumlah proyek pembuatan konten untuk berbagai brand. Beberapa brand yang dikerjakan antara lain *Gateway*

Pasteur, Bleumour, Derma Centric, BYND, Endora Care, Mami Lola, Le Foyer, Virelai Teknik, dan Kelly Cosmetics.

Sebagian besar proyek yang ditangani merupakan produksi konten untuk platform media sosial, khususnya Instagram dan TikTok. Jenis konten yang penulis kerjakan mencakup video testimoni, konten yang mengikuti tren viral, serta video close-up atau *beauty shot*.

Selain itu, penulis juga berkontribusi dalam proses kreatif pembuatan iklan proyek *Bleumour x Dusun Bambu*, mulai dari penyusunan *script* dan *photoboard*, menjadi *director* dalam proses produksi, hingga mengerjakan *rough cut* dan *color grading* pada tahap pascaproduksi.

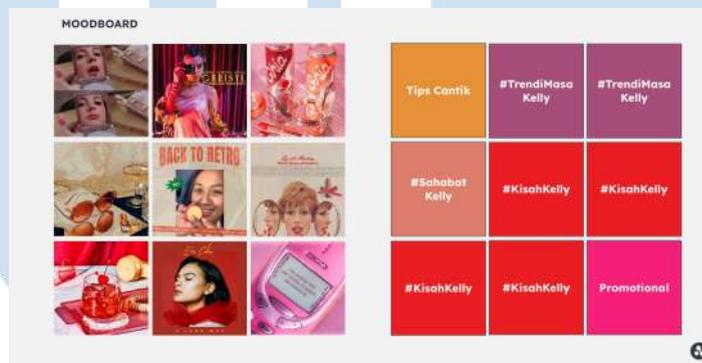
Meskipun terdapat berbagai proyek yang melibatkan penulis, fokus dalam laporan ini akan diarahkan pada tahapan-tahapan yang umum dilakukan dalam pembuatan konten video promosi untuk sebagian besar brand yang ditangani di Artyco Creative Lab. Berikut ini adalah uraian langkah-langkah kerja yang penulis jalankan selama proses tersebut.

1. Pre-Production Review & Planning Alignment

Setiap awal bulan, kegiatan produksi konten diawali dengan proses *review* terhadap *editorial plan* dan *moodboard* yang telah disusun oleh tim *Social Media Specialist* pada minggu kedua. Dokumen tersebut berisi perencanaan jenis konten yang akan dibuat, arahan gaya visual, serta pesan komunikasi utama yang ingin disampaikan kepada audiens.

12 Feb 11:00	Plan Type: Content	Content: Editorial & Influencer Content	Review
1	Brand/Influencer: KS Brand/Influencer: KS Title: Back to Retro Location: Urban Caption: Back to Retro	Brand/Influencer: KS Brand/Influencer: KS Title: Tips Cantik Location: Urban Caption: Tips Cantik	Brand/Influencer: KS Brand/Influencer: KS Title: Trendi Masa Kelly Location: Urban Caption: Trendi Masa Kelly
2	Brand/Influencer: KS Brand/Influencer: KS Title: Sahabat Kelly Location: Urban Caption: Sahabat Kelly	Brand/Influencer: KS Brand/Influencer: KS Title: Kisah Kelly Location: Urban Caption: Kisah Kelly	Brand/Influencer: KS Brand/Influencer: KS Title: Promotional Location: Urban Caption: Promotional

Gambar 3.2 *Editorial Plan Kelly Cosmetics* (Dokumen Penulis)



Gambar 3.3 *Moodboard Kelly Cosmetics* (Dokumen Penulis)

Dalam tahap ini, penulis bersama tim melakukan penyesuaian terhadap rencana yang telah dibuat agar proses produksi dapat berjalan lebih efisien dan tetap sesuai dengan karakteristik serta identitas visual dari masing-masing brand. Sebagai contoh, pada brand *Kelly Cosmetics*, tim *Social Media Specialist* mengarahkan agar konten yang diproduksi mencerminkan karakter yang *charming*, *feminine*, dan *trendy*, dengan penggambaran visual bernuansa *vintage*, *retro*, dan *classic*.

Sebagai *Content Production Intern*, penulis bertanggung jawab untuk merekam dan mengedit total 15 konten untuk brand *Kelly Cosmetics* setiap bulannya. Konten-konten tersebut harus disesuaikan dengan arahan visual dan naratif yang telah ditetapkan dalam *editorial plan*, sehingga diperlukan pemahaman yang kuat terhadap identitas brand serta kolaborasi yang efektif dengan tim *Social Media Specialist*. Untuk membantu proses ini, penulis

memanfaatkan struktur *content pillar* sebagai panduan dalam menentukan elemen visual yang konsisten dan relevan dengan citra brand yang dibangun.

CONTENT PILLARS	OBJECTIVES	CONTENT TYPES EXAMPLES	IMPORTANT DATES
#KisahKelly	<ul style="list-style-type: none"> Highlighting products to audiences Showcase the features, benefits, and USP to deepen audience's brand knowledge Create a retro community for Kelly 	<ul style="list-style-type: none"> Kelly guides & tutorials for each product FAQ about skincare or Kelly products (Q&A, feature) Behind the scenes of brand's operations and product development (including its ingredients, pills and quizzes → "Guess the ingredients") 	
#SahabatKelly	<ul style="list-style-type: none"> Drive sales by encouraging others to make a purchase Increase brand's trust, credibility, and customer experience gained through #SahabatKelly 	<ul style="list-style-type: none"> Reporting testimonials shared by customers and tagging us on social media (UGC) 	
#TrendiMasaKelly	<ul style="list-style-type: none"> As a trendsetter to entice audience to join #TrendiMasaKelly movement Increase brand awareness Increase reach, followers and engagement on social media To engage audiences through interactive, inspiring, and engaging content 	<ul style="list-style-type: none"> Rising trending content (viral music / movie / celeb / lifestyle) e.g. vlog, collabs, barbie Collaboration, Giveaway & Campaign 	
Tips Cantik	<ul style="list-style-type: none"> To give ideas to market the brand through reliable & relevant contents Create shareable contents 	<ul style="list-style-type: none"> Beauty & skincare inspo, hacks, DIY 	
Promotional	<ul style="list-style-type: none"> Inform audience on ongoing events 	<ul style="list-style-type: none"> e-commerce promo (11.11, 12.12), payday sale Giveaway 	

Gambar 3.4 Content Pillar Kelly Cosmetic (Dokumen Penulis)

2. Content Production & Voice Over Recording

Memasuki minggu ketiga dalam siklus kerja bulanan, penulis mulai menjalankan proses pengambilan gambar dan video berdasarkan rencana produksi yang telah disusun sebelumnya. Kegiatan ini mencakup *photoshoot* serta *video shooting* untuk berbagai jenis konten, seperti *product showcase*, *testimonial*, maupun konten berbasis tren yang sedang populer di media sosial.

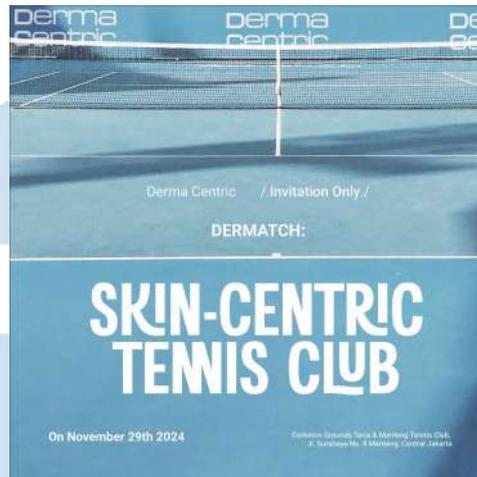
U M W N
 U N I V E R S I T A S
 M U L T I M E D I A
 N U S A N T A R A



Gambar 3.5 *Lighting Setup* untuk *Photoshoot Brand Derma Centric*
(Dokumen Penulis)

Dalam pelaksanaannya, pengambilan konten tidak selalu dilakukan di area kantor. Terkadang, kebutuhan visual dan konsep konten menuntut proses *shooting* dilakukan di luar ruangan atau lokasi tertentu yang sesuai dengan tema kampanye. Salah satu contohnya adalah saat mengerjakan konten untuk brand *Derma Centric*, di mana tim melakukan pengambilan gambar di lapangan tenis dan sebuah *private bar*. Hal ini dilakukan dalam rangka mendukung event promosi yang sedang dijalankan oleh *Derma Centric*, sehingga latar dan suasana pengambilan konten dapat memperkuat pesan kampanye yang ingin disampaikan.

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 3.6 *Derma Centric Tennis Event*

(https://www.instagram.com/reel/DC9IJjAhrq4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)



Gambar 3.7 *Derma Centric Private Event*
(Dokumen Pribadi)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.8 Rekam video *Mami Lola* di *Greenlake City*
(Dokumen Pribadi)

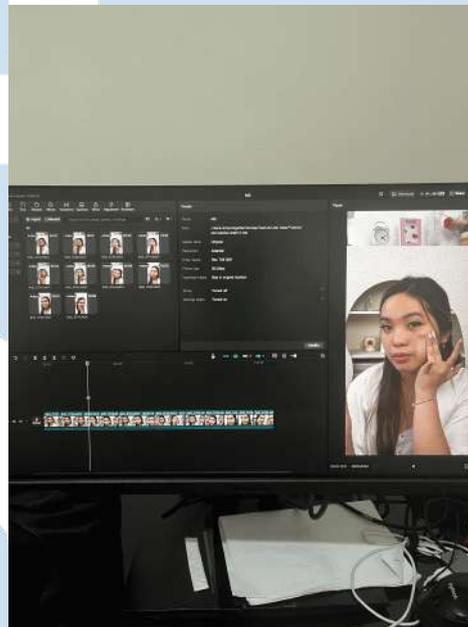
Untuk beberapa jenis konten, penulis juga bertanggung jawab dalam merekam *voice over* (VO) yang akan digunakan pada tahap pascaproduksi. Hal ini umumnya dilakukan pada konten yang saat perekamannya tidak menggunakan audio langsung, agar narasi tetap dapat tersampaikan secara jelas dan menarik bagi audiens. (file VO)

3. Post-Production: Design, Editing & Finalization

Seluruh materi konten yang telah direkam dan dikumpulkan selama proses produksi kemudian memasuki tahap pascaproduksi pada minggu keempat. Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab untuk melakukan proses pengeditan video agar sesuai dengan standar visual dan karakteristik masing-masing brand.

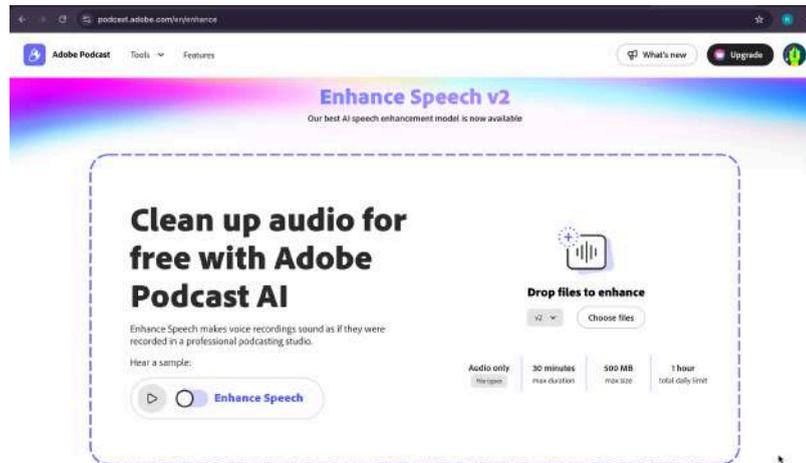
Aktivitas ini mencakup pemilihan *footage* terbaik, penambahan elemen teks dan animasi ringan, *color grading*, serta sinkronisasi dengan audio atau *voice over* (VO) yang telah direkam sebelumnya.

Dalam proses pengeditan, penulis diarahkan untuk menggunakan aplikasi *CapCut* versi desktop, sebagaimana yang diajarkan di lingkungan kerja PT Artyco Kreatif Lab. Pemilihan aplikasi ini didasarkan pada pertimbangan efisiensi, karena *CapCut* memungkinkan penulis untuk mengedit beberapa konten dalam satu hari, sehingga mempercepat proses produksi dalam skala besar.



Gambar 3.9 Sudut pandang penulis pada saat mengedit menggunakan *Capcut*
(Dokumen Pribadi)

Selain itu, dalam pengolahan audio *voice over*, penulis juga dibekali dengan teknik peningkatan kualitas suara menggunakan platform *Adobe Podcast*. Dengan fitur *enhancement* yang tersedia pada perangkat lunak tersebut, hasil audio menjadi lebih jernih dan layak untuk digunakan dalam konten profesional yang akan ditayangkan di media sosial.



Gambar 3.10 *Adobe Podcast*

(<https://podcast.adobe.com/en/enhance>)

Sebagai contoh, dalam proyek pengeditan video untuk brand *Kelly Cosmetic*, penulis menyesuaikan gaya visual dengan arahan dari tim Social Media Specialist yang ingin membangun citra merek yang *charming*, *feminine*, dan *trendy*. Oleh karena itu, video yang dihasilkan tidak cukup hanya menggunakan *subtitle* sederhana, tetapi perlu diperkaya dengan warna-warna cerah, animasi dinamis, serta elemen visual lain yang mendukung kesan meriah dan energik. Pendekatan ini penting agar konten lebih menarik perhatian audiens dan sejalan dengan identitas visual brand yang telah ditentukan.

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



Gambar 3.11 Konten *Tiktok Kelly Cosmetics*

(https://www.tiktok.com/@kellycosmetics.id/video/7498688133173710085?is_from_webapp=1&sender_device=pc)

4. Internal Review & Approval Process

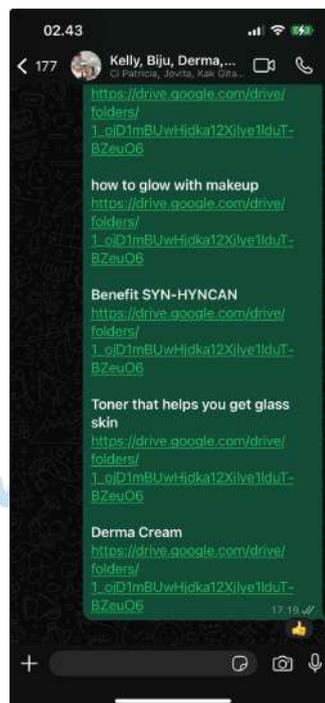
Setelah konten selesai diedit, penulis mengajukan hasilnya kepada *Social Media Specialist* untuk ditinjau. Proses ini dilakukan secara daring melalui grup WhatsApp internal yang telah dibagi berdasarkan kategori brand. Setiap konten akan dibagikan dalam grup sesuai segmentasi brand. misalnya, brand kecantikan seperti *Kelly Cosmetics* dimasukkan dalam grup khusus skincare & kosmetik, sedangkan brand seperti *Virelai Teknik* berada dalam grup kategori industri otomotif.

Apabila ditemukan hal yang perlu diperbaiki, komentar akan diberikan langsung oleh tim melalui grup tersebut. Penulis kemudian melakukan revisi sesuai masukan untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan strategi komunikasi dan identitas visual masing-masing brand.

5. Final Approval & Publishing

Jika konten telah dianggap sesuai dan mendapatkan *approval* dari *Social Media Specialist*, maka akan diberikan tanda persetujuan berupa *reaction* di grup WhatsApp. Setelah itu, tim Social Media Specialist akan menjadwalkan dan mengunggah konten ke akun media sosial masing-masing brand.

Dengan berjalannya proses ini, konten dari beberapa brand dapat terdistribusi secara konsisten dan tepat waktu, menjaga ritme komunikasi brand dengan audiens serta membangun kehadiran digital yang kuat di platform Instagram dan TikTok.



Gambar 3.12 *Group Whatsapp Brand Skincare PT Artyco Kreatif Lab*

(https://www.tiktok.com/@kellycosmetics.id/video/7498688133173710085?is_from_webapp=1&sender_device=pc)

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani kegiatan magang di PT Artyco Kreatif Lab sebagai *Content Production Intern*, penulis menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi kelancaran proses produksi konten. Kendala-kendala tersebut antara lain:

- 1) Keterbatasan sumber daya manusia. Jumlah personel yang terbatas dalam tim menyebabkan beban kerja yang cukup tinggi bagi setiap individu. Masing-masing anggota tim, termasuk penulis, harus menangani lebih dari satu brand secara bersamaan. Hal ini mengakibatkan adanya penumpukan pekerjaan dan berdampak pada keterlambatan dalam proses produksi maupun pengunggahan konten yang tidak selalu dapat dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
- 2) Minimnya variasi lokasi pengambilan gambar. Fasilitas ruangan yang tersedia di kantor untuk kegiatan *photoshoot* dan *shooting* cukup terbatas. Akibatnya, pengambilan gambar untuk beberapa brand kerap dilakukan di tempat yang sama setiap bulannya. Hal ini menyebabkan konten visual menjadi kurang bervariasi dan dapat menimbulkan kesan monoton, terutama bagi audiens yang mengikuti akun media sosial dari brand-brand tersebut secara rutin.

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

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi selama masa magang, penulis berupaya menerapkan beberapa solusi sebagai bentuk penyesuaian dan peningkatan kinerja:

- (1) Pengelolaan waktu secara efektif. Dalam menghadapi beban kerja yang padat, penulis belajar untuk meningkatkan kemampuan *time management* secara signifikan. Dengan cara menyusun prioritas kerja berdasarkan urgensi setiap proyek dan membagi waktu secara proporsional, penulis dapat menyelesaikan proses produksi dan editing konten untuk masing-masing brand dengan lebih teratur, rapi, dan sesuai tenggat waktu.
- (2) Optimalisasi ruang dan properti yang tersedia. Untuk mengatasi keterbatasan tempat pengambilan gambar di kantor, penulis berusaha lebih kreatif dalam memanfaatkan spot-spot baru yang sebelumnya kurang dimaksimalkan, seperti sudut ruangan tertentu, area outdoor di sekitar kantor, atau pemanfaatan latar sederhana yang dimodifikasi dengan bantuan *props* atau pencahayaan tambahan. Dengan demikian, meskipun lokasi pengambilan gambar terbatas, konten tetap terlihat segar dan menarik bagi audiens

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA