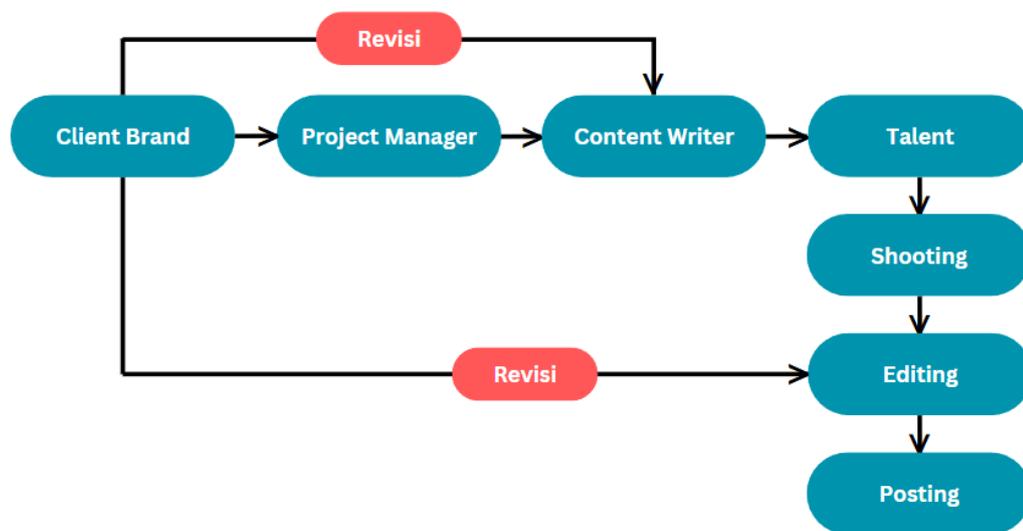


## BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam Trio Reog Management, kedudukan penulis ini terhubung dengan *project manager*, *talent*, dan *editor*. Untuk lebih jelasnya berikut ini penulis berikan bagan alur kerjanya pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Bagan alur kerja  
Sumber: Observasi Penulis (2025)

Pada awalnya *brand* akan memberikan *brief* kepada *project manager*. Kemudian *project manager* lah yang akan memberikan *brief* tersebut kepada penulis. Setelah itu penulis bersama dengan *talent* mengembangkan *brief* tersebut menjadi skrip konten. Selama proses *brainstorming* tersebut, penulis yang akan mencatatnya dan menuliskan tiap *detail* adegannya.

Setelah itu barulah penulis mengirimkannya kepada *project manager*. Lalu *project manager* akan mengirimkannya kembali ke pihak *brand*. Jika *brand* sudah setuju, maka penulis sudah dapat melakukan pengambilan video bersama dengan *talent*. Jika sudah selesai *shooting* barulah penulis yang akan menyiapkan *brief* untuk *editor*. Kemudian saat videonya sudah selesai di *edit*, maka *project manager*

akan mengirimkannya ke pihak *brand*. Untuk proses revisi, *brand* hanya dapat dilakukan pada saat *approval script* dan *editing*.

### **3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang**

Sebagai seorang karyawan magang yang menjadi *content writer* di Trio Reog, penulis memiliki berbagai macam tugas. Selain bertugas untuk menulis skrip *endorsement*, penulis juga menulis skrip untuk promosi film jika permintaan dari *film publicist*. Dengan bekerja di sini penulis dapat merasakan langsung pengalaman kerja di dunia profesional. Akan tetapi terdapat juga beberapa kendala yang didapat dikarenakan banyaknya tugas penulis.

#### **3.2.1 Tugas yang Dilakukan**

Selama melaksanakan kegiatan magang di Trio Reog, penulis wajib masuk dari hari Senin sampai Jumat. Tugas utama penulis adalah sebagai *content writer*, yakni yang menulis *script* konten *endorsement* Trio Reog. Hal ini membuat penulis tetap terhubung dengan *project manager*. Biasanya jangka waktu dalam pembuatan sebuah video *endorsement* cukup bervariasi, tergantung pada kecepatan *client brand* dalam memberikan *approval*. Maka bisa ada yang hanya 3 hari, namun bisa juga mencapai 2 minggu.

Setelah menulis *script*, penulis juga bertugas sebagai *cameramen* yang mengambil video. Setelah videonya direkam, penulis juga harus membuat *brief* untuk *editor*. Selain bekerja sama dengan *brand*, Trio Reog juga seringkali bertugas untuk mempromosikan sebuah film. Untuk membuat video promosi sebuah film jangka waktu yang diperlukan juga bervariasi, sama seperti video *endorsement* pada biasanya.

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 Konten Trio Reog promosi film “Jumbo”

Sumber: Observasi Penulis (2025)

Salah satu film yang dipromosikan oleh Trio Reog adalah film “Jumbo”. Gambaran kontennya bisa dilihat melalui gambar 3.2. Biasanya beberapa minggu sebelum film tersebut tayang di bioskop. Pihak *management* akan dihubungi oleh *publicist* film untuk mempromosikan film mereka. Untuk pembuatan video promosinya, tim Treo Reog akan membuat konten bersama *cast* dari film tersebut. Untuk Film “Jumbo” sendiri sebenarnya merupakan film animasi. Maka disini Trio Reog bisa berkolaborasi dalam pembuatan kontennya dengan *voice actor* nya. Untuk pembuatan konten promosi film “Jumbo” ini hanya membutuhkan waktu 2 hari.

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Pada pagi hari, penulis akan mengecek jadwal yang telah diberikan oleh *project manager*. Jadwal tersebut berisikan ada *storyline* dari *brand* apa saja yang akan dibuat hari itu serta akan ada *shooting* apa saja di hari itu. Setelah itu penulis akan mengerjakannya satu per satu. Mulai dari membaca *brief* konten yang telah diberikan oleh *project manager*. Biasanya penulis akan membaca terlebih dahulu keseluruhan dari *brief* tersebut.

Kemudian baru menyampaikannya kepada *talent* dalam bentuk poin-poin yang penting saja. Setelah itu barulah penulis akan mengembangkan poin-poin tersebut

menjadi sebuah skrip konten. Dalam mengembangkan skrip konten ini biasanya penulis akan melakukan *brainstorm* bersama dengan para *talent*. Jika skrip sudah selesai dikembangkan, penulis akan menulis skrip dan catatan-catatan yang dibutuhkan untuk keperluan videonya. Setelah itu barulah penulis akan mengirimkannya kembali ke *project manager*.

Sementara menunggu *approval* dari *brand* yang *storyline*-nya sudah dibuat, penulis akan lanjut membuat *storyline* untuk *brand* lainnya. Jika terdapat revisi dari *brand*, *project manager* akan menginfokannya kepada penulis. Namun jika semua daftar *storyline* sudah selesai dikerjakan, penulis akan lanjut ke proses *shooting*. Penulis juga bertugas sebagai *cameramen* pada proses *shooting*. Hal ini dikarenakan penulis yang sudah memahami *script* yang ditulis akan memudahkan proses *shooting*.

Jika sudah menyelesaikan semua daftar konten yang harus di-*shooting*, penulis lanjut melakukan *foldering*, yakni memasukan aset video ke dalam *folder* Google Drive. Setelah itu, penulis juga bertugas untuk memberikan *brief* kepada *editor*. Hal ini juga dikarenakan penulis yang mengetahui hal-hal teknis selama pengambilan video. Sehingga penulis bisa menjelaskan pada *brief editor* mengenai detail-detail yang harus ada pada video. Jika sudah, maka tugas penulis sebenarnya sudah selesai. Namun jika masih ada jam kantor yang tersisa, biasanya penulis akan membantu *talent* untuk membuat *daily content*.

Proses tersebut juga kurang lebih sama dengan saat penulis menulis skrip untuk promosi film “Jumbo”. Perbedaannya ada pada saat sebelum menulis, penulis perlu mengetahui terlebih dahulu siapakah *cast* dari film “Jumbo”. Setelah mengetahui *cast* yang terpilih adalah Angga Yunanda, yang dimana dia adalah Gen Z, penulis dapat menentukan pilar konten apa yang akan dibuat. Penulis pun mulai membuat skrip dengan pilar konten “*circle* gua kalo”.

Pilar ini menunjukkan bahwa Trio Reog berada di *circle* yang sama dengan Angga Yunanda. Dikarenakan pada waktu itu sedang banyak konten Trio Reog tentang “*circle* gua kalo lagi main ...” yang viral. Maka penulis membuat ide untuk promosi film “Jumbo” ini kontennya adalah “*circle* gue kalo lagi main hompimpahalaiumgambreng”. Penulisan nama permainannya sengaja digabung

agar terlihat panjang dan dapat membuat *hook* bagi penonton. Pada proses pembuatan ide konten ini, penulis dibantu oleh Kak Fira, Kak Femi, dan Kak Kevin untuk melakukan *brainstorming*.

JUMBO - TRIO REOG

<b>BIG IDEA</b>	Trio Reog main suit tapi cara mainnya salah	
<b>TITLE</b>	Circle gua kalo main <a href="https://www.instagram.com/p/DH9mTkf7/">hompimpahalayungambreng</a>	
<b>REFERENCE</b>	<a href="https://www.instagram.com/p/DH9mTkf7/">https://www.instagram.com/p/DH9mTkf7/</a>	
<b>SCENE</b>	<b>VISUAL</b>	<b>AUDIO</b>
1	Trio Reog dan angga di depan wahana kidzania	Femi: Guys ini siapa yang mau duluan main? Angga: udah kita gambreng aja Kesun: iya gambreng aja gambreng Kevin: yang menang duluan ya guys Fira: yaudah yuk
2		Semua: <a href="https://www.instagram.com/p/DH9mTkf7/">hompimpahalayungambreng</a>
3		Semua: gambreng

Gambar 3.3 Potongan skrip konten Trio Reog promosi film “Jumbo”  
Sumber: Observasi Penulis (2025)

Gambar 3.3 di atas merupakan gambaran dari skrip yang penulis buat untuk konten promosi film “Jumbo” yang dilakukan oleh Trio Reog. Untuk tipe kontennya adalah komedi. Namun, penulis harus menyelipkan *key message* kepada para penonton untuk menonton “Jumbo” setelah lebaran nanti. Untuk *treatment camera* dari pilar “circle gua kalo...” hanya menggunakan tripod. Setelah skrip dibuat, penulis menulis skrip konten lalu mengirimkannya ke *project manager*. Kemudian barulah *project manager* mengirimkannya kepada pihak *publicist film*.

### 3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama penulis bekerja di Trio Reog, penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa kendala yang terjadi dalam sistem antara *management* dengan para *brand* yang melakukan *endorsement*:

1) Keterlambatan *brand*

Terdapat beberapa *brand* yang terlambat memberikan *brief* ataupun memberikan *approval* terhadap *storyline* yang sudah dibuat. Hal ini membuat semua *schedule* menjadi mundur dan tidak beraturan.

2) Kedisiplinan anggota

Masih terdapat beberapa anggota yang kurang disiplin dalam manajemen waktu. Hal ini dapat dilihat dari seringnya keterlambatan anggota pada saat bekerja.

### 3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan beberapa kendala yang sudah penulis sampaikan, berikut ini penulis berikan solusi yang dapat dilakukan:

1) Mengecek *brief* untuk keesokan harinya

Setiap harinya penulis harus mengecek jadwal untuk keesokan harinya. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa *brief* dari *brand endorsement* untuk besok telah diberikan. Jika belum, maka penulis akan meminta *project manager* untuk melakukan *follow up* kepada pihak *brand* untuk segera memberikan *brief*. Selain itu, penulis juga meminta *project manager* untuk baru dapat menjadwalkan *shooting* pada H+1 setelah *brand* melakukan *approval* terhadap *script* yang dibuat.

2) Mengingatkan kesadaran anggota

Walaupun terdapat anggota yang sering terlambat, namun penulis tetap mematuhi peraturan jam masuk kantor yang ada. Penulis juga kerap kali mengingatkan anggota-anggota lain yang datang terlambat. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran antar sesama anggota untuk lebih disiplin.

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