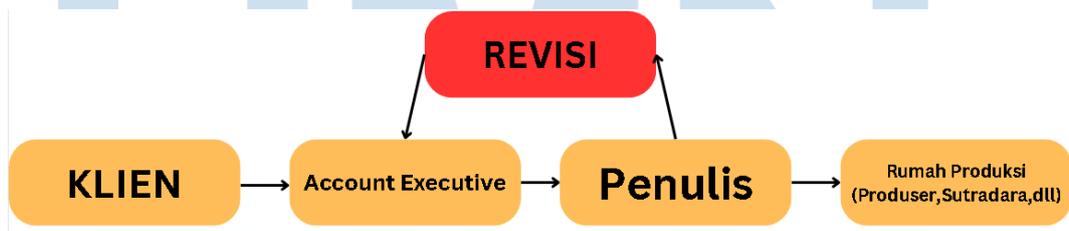


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Di dalam perusahaan tentunya memiliki struktur organisasi seperti yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya dan pada proyek iklan digital *Smartfren Unlimited Suka Suka* ini adanya sebuah alur kerja yang perlunya dipahami oleh penulis. Alur kerja ini berfungsi dalam membuat proses kerja menjadi tertata rapih dan jelas akan bagaimana cara komunikasi yang diterapkan.

Proses proyek dimulai dengan initial brief yang disampaikan oleh klien ke *account executive* yang selanjutnya akan dilakukan *breakdown* atas kebutuhan dari iklan baik dari sisi kreatif maupun teknis yang hasilnya akan diturunkan pada penulis sebagai *agency producer* dalam bentuk *creative brief* yang akan penulis jabarkan ke rumah produksi. Setiap hasil dari proses *preproduction* akan selalu penulis *follow up* ke rumah produksi dan mendapatkan hasil baik itu *recce*, casting, workshop, dan fitting baju oleh talent hal-hal ini tentunya akan dilanjutkan ke *account executive* beserta klien saat *PPM (Pre-Production Meeting)*. Adapun jika melihat ke gambar 3.1 apabila adanya revisi yang diinginkan klien maka penulis perlu melakukan revisi dan memberikan hasil revisi kepada penulis untuk dilakukan supervisi dan barulah diberikan ke *account executive* yang diteruskan ke klien.



Gambar 3.1 Bagan alur kerja proyek Smartfren Unlimited Suka Suka
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang proyek yang penulis kerjakan di PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID+). Proyek ini merupakan sebuah tanggung jawab

yang besar dimana walau sebagai asisten dari seorang *account executive* namun penulis juga terlibat secara menyeluruh dalam pengambilan keputusan yang cukup krusial serta penulis berperan mengatur alur komunikasi dengan klien, menjaga visi sesuai dengan brief awal, menjaga tim produksi sesuai timeline, supervisi hasil editan dan laporan kerja. Pada bab yang sama, penulis akan menjelaskan tentang beberapa kendala dan solusi penanganannya dalam proses produksi.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama mengerjakan proyek iklan dari brand *Smartfren* penulis mulai bekerja di saat preproduksi dimana pada tahap ini sudah adanya konsep yang akan dieksekusi, namun masih perlu adanya perubahan perubahan serta penyesuaian yang tidak terlalu signifikan dan diperlukan pengawasan yang mendalam baik dari segi *timeline* dan kesesuaian dengan *initial brief* yang klien berikan. Tugas utama penulis dalam proyek ini adalah melakukan supervisi, komunikasi dan manajerial pada tim produksi yang dikepalai oleh produser dan sutradara.

Berikut merupakan tabel timeline pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis selama magang :

No.	Tanggal	Week	Phase	Keterangan
1	4/12/2024- 11/12/2024	Week 1	Development	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti <i>development meeting</i>. • Melakukan pencacatan <i>MOM</i>. • Melakukan komunikasi dengan klien.
2	11/12/2024- 18/12/2024	Week 2	Preproduction	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pencacatan pada <i>MOM</i>.

				<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti rangkain preproduksi baik <i>ppm</i>, <i>recce</i>, <i>casting</i>, <i>fitting</i> dan <i>workshop</i>. • Berkomunikasi dengan klien.
3	18/12/2024-25/12/2024	Week 3	<i>Preproduction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pencacatan pada <i>MOM</i>. • Mengikuti rangkain preproduksi baik <i>ppm</i>, <i>recce</i>, <i>casting</i>, <i>fitting</i> dan <i>workshop</i>. • Berkomunikasi dengan klien.
4	25/12/2024-1/1/2025	Week 4	<i>Preproduction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pencacatan pada <i>MOM</i>. • Mengikuti rangkain preproduksi baik <i>ppm</i>, <i>recce</i>, <i>casting</i>, <i>fitting</i> dan <i>workshop</i>. • Berkomunikasi dengan klien.
4	2/1/2025	Week 5	<i>Production</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Asistensi klien dengan <i>account executive</i>.

				<ul style="list-style-type: none"> • Menerjemahkan bahasa teknis agar mudah dipahami klien. • Mengawasi tim produksi agar bekerja secara efisien. • Mencatat <i>notes</i> yang diperlukan di <i>postproduction</i>
5	3/1/2025-10/1/2025	Week 6	<i>Postproduction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendataan atas versi turunan video video baik dengan ragam durasi dan bentuk. • Memastikan visi awal sesuai dengan hasil akhir • Melakukan pengecekan pada hasil editing • Berkomunikasi dengan klien atas <i>feedback</i> maupun hasil revisi.
6	10/1/2025-17/1/2025	Week 7	<i>Postproduction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendataan atas versi turunan video

				<p>video baik dengan ragam durasi dan bentuk.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memastikan visi awal sesuai dengan hasil akhir • Melakukan pengecekan pada hasil editing • Berkomunikasi dengan klien atas <i>feedback</i> maupun hasil revisi.
7	17/1/2025-24/1/2025	Week 8	Postproduction	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendataan atas versi turunan video video baik dengan ragam durasi dan bentuk. • Memastikan visi awal sesuai dengan hasil akhir • Melakukan pengecekan pada hasil editing • Berkomunikasi dengan klien atas <i>feedback</i> maupun hasil revisi.

8	24/1/2025- 05/2/2025	Week 9	Postproduction	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendataan atas versi turunan video video baik dengan ragam durasi dan bentuk. • Memastikan visi awal sesuai dengan hasil akhir • Melakukan pengecekan pada hasil editing • Berkomunikasi dengan klien atas <i>feedback</i> maupun hasil revisi.
8	06/02/2025- 08/02/2025	Week 9	Delivery	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan kepaitulasi hasil video akhir yang telah melalui proses <i>postproduction</i>. • Memastikan semua video sesuai dengan format yang diinginkan. • Mengantarkan <i>file</i> dalam HDD ke kantor klien.

Tabel 3.1 Tugas yang dikerjakan dari *Development* sampai *Delivery*

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Sebagai *agency producer* di PT Media Kreasi Tritunggal (NOID+), penulis memiliki jadwal kerja harian dari jam 9 pagi sampai jam 9 malam. Kontrak kerja selama 3 bulan terhitung tanggal 4 desember sampai dengan 10 Ferbruari. Bekerja sebagai *agency producer* tentunya membuat penulis harus bekerja dengan banyaknya tekanan baik dari perusahaan, klien dan rumah produksi.

Selama masa kontrak ini, penulis bekerja di kantor perusahaan bersama dengan seorang *account executive* dan dengan staff dari berbagai macam departemen yang sekiranya tidak terlibat dalam proyek iklan ini namun dapat membantu penulis dalam memecahkan masalah yang dihadapi.

Dimulai dengan proses briefing oleh klien yang merupakan tim kreatif dari Smartfren yang pada kesempatan ini akan melaksanakan *campaign* dari promo produk baru yaitu *Smartfren Unlimited Suka Suka*. Seluruh aspek kreatif dan aturan pun dijabarkan oleh tim kreatif dimana iklan ini memiliki tujuan untuk bisa menarik perhatian masyarakat terutama kelas B-C dapat tertarik menggunakan paket internet yang terbagi dari harian, mingguan dan bulanan. Tidak seperti paket biasa, paket ini merupakan paket internet yang tidak memiliki batasan berapa banyak data yang bisa digunakan melainkan paket internet yang membuat pengguna bisa menggunakan sebanyak banyaknya gigabyte yang digunakan selama tempo pemakaian melainkan dibatasi berapa banyak FUP (*Fair usage policy*) dimana diatur/dibatasi penggunaan hariannya. Fokus dari *campaign* ini menysasar 3 kalangan yaitu siswa/mahasiswa, *firstjobber*, dan ibu rumah tangga.

DATA HARIAN	PILIH UNLIMITED SESUKAMU				
	1 HARI	3 HARI	7 HARI	28 HARI	30 HARI
1GB	Rp 9ribu-an	Rp 15ribu-an	Rp 22ribu-an	Rp 75ribu-an	Rp 80ribu-an
2GB	Rp 12ribu-an	Rp 20ribu-an	Rp 28ribu-an	Rp 90ribu-an	Rp 100ribu-an
3GB	Rp 15ribu-an	Rp 25ribu-an	Rp 35ribu-an	Rp 125ribu-an	Rp 130ribu-an
5GB	Rp 20ribu-an	Rp 35ribu-an	Rp 55ribu-an	Rp 180ribu-an	Rp 200ribu-an

Gambar 3.2 KV Promo Smartfren Unlimited Suka Suka

Sumber: Client Creative Deck (2024)

Dengan *brief* sedemikian rupa maka didapatkan hasil bahwa produksi video iklan ini akan melibatkan tiga karakter yaitu siswa, *firstjobber* dan ibu rumah tangga. Sebagai iklan digital tentunya iklan ini akan dipublikasikan ke banyak media sosial dan dalam berbagai macam bentuk dan durasi yaitu dalam bentuk horizontal, vertikal dan kubus sedangkan untuk durasi dari 120 detik hingga 5 detik.

Output:

1. Full video include 120s, 60s,30s (V&H)
2. Snackbite video college student 30s, 5s (V&H&Square)
3. Snackbite video White Collar 30s, 5s (V&H&Square)
4. Snackbite video parent 30s, 5s (V&H&Square)

Gambar 3.3 KV Promo Smartfren Unlimited Suka Suka

Sumber: Client Creative Deck (2024)

Beberapa kali dilakukan penyesuaian mengenai sisi kreatif dan sisi teknis *shot* hingga akhirnya didapatkan sebuah *board final* yang menjadi acuan hasil akhir dari iklan yang diinginkan oleh *client*.

U 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 3.4 KV Promo Smartfren Unlimited Suka Suka

Sumber: Client Creative Deck (2024)

Creative board yang sudah memiliki *director treatment* dimana pada proyek ini disutradarai oleh Pambayun Septianto Wiguno ini mengambil beberapa referensi dari berbagai macam iklan terutama iklan dari Gojek dan Gopay dimana Pambayun adalah *head creative* di gojek. Tentunya ada beberapa komentar dan tanggapan yang diberikan oleh klien terhadap cerita yang sudah ter visualisasikan pada *board* ini dimana penulis bekesempatan untuk menjelaskan secara rinci maksud dari

treatment di tiap *frame frame*-nya. Terutama di *frame 35* bagian *firstjobber* lulus dari *probation* di kantor merupakan sebuah *frame* yang memperlihatkan kebahagiaan yang dirasakan dengan keadaan yang riang gembira menggunakan *movement zoom out* dikombinasikan dengan *dutch angle* untuk membuat *frame* terasa lebih bebas dan tidak membosankan.



Gambar 3.5 Moodboard Unlimited Suka Suka frame 35

Sumber: Director Creative Deck (2024)

Setelah banyaknya *approval* yang penulis lalui bersama *supervisor* di tahap *development* maka akhirnya masuk ke tahap *preproduction* dimana agenda yang paling penting adalah penentuan lokasi *shooting* yang merupakan sebuah elemen terpenting dalam iklan ini. Dimana *supervisor* beserta penulis memberikan *brief* ke pihak produksi bagaimana lokasi yang ingin didapatkan oleh klien yaitu sebuah rumah yang tidak terlalu lama dan terlihat seperti rumah kelas menengah ke atas yang memiliki pekarangan luas agar bisa mengambil keseluruhan *set* untuk memudahkan proses pengambilan gambar secara efisien. Ada beberapa opsi yang diberikan oleh pihak produksi yang sampai ke penulis beserta *supervisor* dimana

akhirnya terpilihlah rumah kucing cirendeudeu yang merupakan sebuah lokasi yang cukup strategis untuk mencapai seluruh set yang diinginkan.



Gambar 3.6 Foto referensi lokasi syuting Rumah Kucing
Sumber: Director Creative Deck (2024)

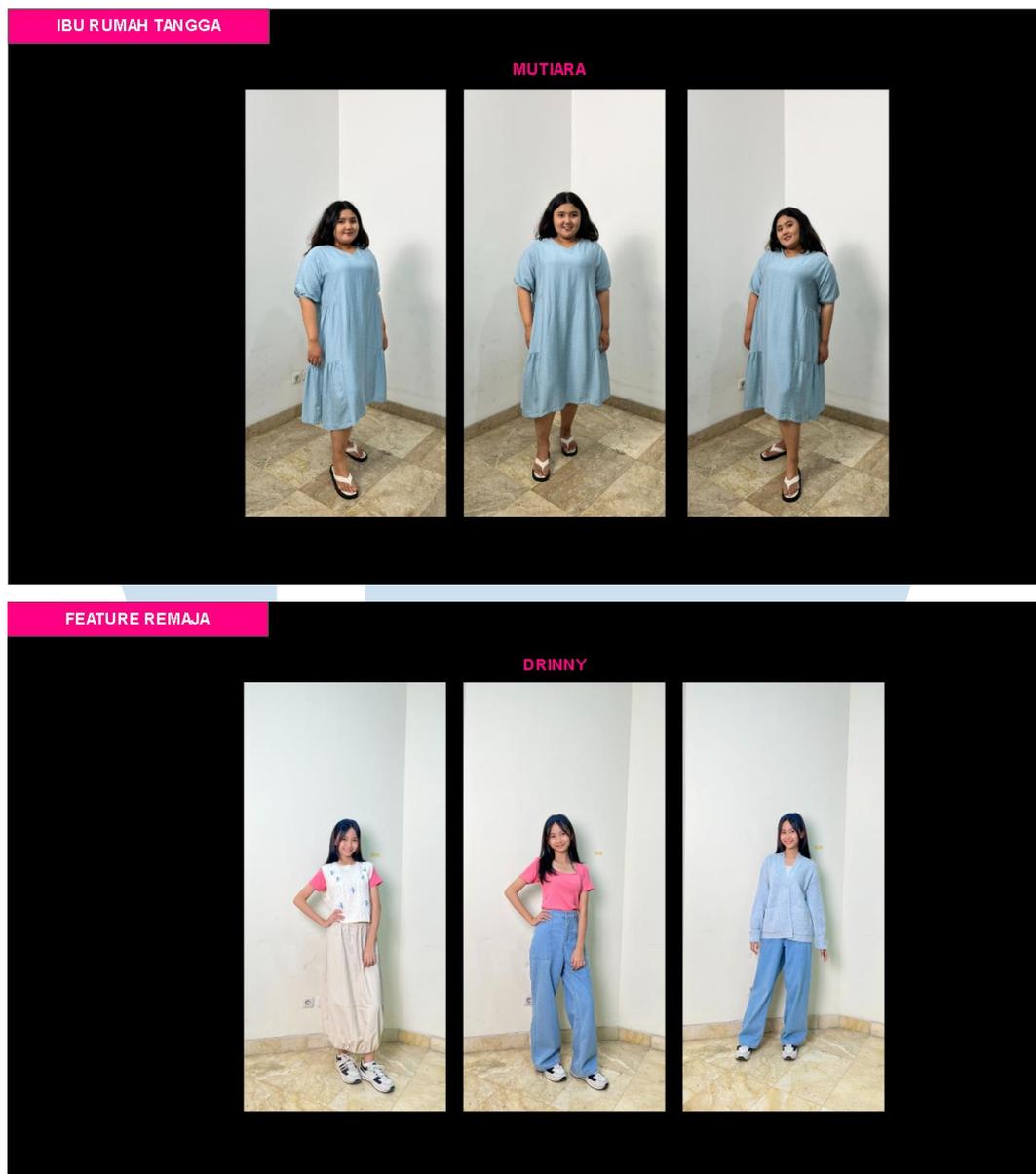
Lokasi terpilih maka dilakukan secara bersamaan scouting talent yang dilakukan pihak produksi dimana seluruh kandidat talent yang dipilih oleh pihak produksi akan melakukan sesi *casting*, *workshop* dan *fitting* di hari yang bertepatan dengan *recce* yang mana telah disepakati oleh agensi, klien dan tim produksi. Penulis walaupun sebagai perwakilan agensi yang tidak terlalu perlu datang untuk *recce* tetap datang ke lokasi dengan tim produksi agar penulis dapat lebih memahami bagaimana lokasi dan seperti apa ekpektasi hasil akhir yang bisa didapatkan oleh agensi beserta klien. Terletak di Cirendeudeu, Tangerang Selatan disebut sebagai rumah kucing menjadi sebuah rumah yang cukup baik dalam mengakomodasi kebutuhan set yang diinginkan.



Gambar 3.7 Moodboard Unlimited Suka Suka frame 35
Sumber: Director Creative Deck (2024)

Proses *recce* dimulai dengan tim produksi yang memeragakan seluruh adegan setiap *frame*-nya dan pada proses tersebut penulis juga berpartisipasi dalam sebuah *frame* yaitu *frame* 35 yang memperlihatkan karakter *firstjobber* yang berhasil lulus masa percobaan. Dapat dilihat pada gambar 3.2. penulis berpartisipasi sebagai seorang stand in yang digunakan untuk mengisi kekosongan dalam *frame*. Dilanjut berikutnya *casting*, *workshop* dan *fitting wardrobe* yang akan digunakan oleh beberapa karakter.





Gambar 3.8 Foto talent & wardrobe lock
Sumber: Director Creative Deck (2024)

Tiga orang aktris dan dua orang aktor terpilih sebagai karakter di dalam iklan ini. Baik sebagai peran utama maupun peran pendukung semuanya melalui tahapan *casting* dan *workshop* yang penulis dan tim produksi lakukan yang tentunya telah disetujui oleh klien. Setelah memastikan seluruh proses administrasi terhadap para aktor dan aktris ini berjalan dengan lancar seperti memastikan tidak pernah terlibat dalam proyek dari *brand competitor*, memastikan jadwal yang sesuai

dengan waktu syuting dan kondisi medis. Setelah mendapatkan hasil dari proses *recce*, *casting*, *workshop* dan *fitting* maka dipersiapkan sebuah presentasi yang akan dipresentasikan secara daring di keesokan harinya yaitu *final preproduction meeting* dimana juga penulis memastikan pada tim produksi bagaimana *set design* yang akan digunakan.

Client:	Team Smartfren		
Agency:	Team Noid		
Date:	5 Desember 2024	Time:	09.00
Venue:	kantor smartfren sabang	Products:	Smartfren Unlimited Suka - Suka
Agenda:	Present final storyline dan storyboard Smartfren unlimited suka-suka		

Discussion & Agreement

Berikut poin-poin berdasarkan hasil meeting present final storyline dan storyboard unlimited suka suka

Story dan konsep lock dengan Opsi 1 dengan story yang lebih fun dan drama, dengan beberapa notes tambahan:

1. Mayoritas pengguna smartfren memang di kelas BC, namun untuk tampilan video tetap bisa masuk ke semua kelas ABC. Terlihat exclusive dan bold tapi tidak mau terlihat susah dijangkau dengan kelas BC
2. Untuk scene "**lagi kehabisan kuota**", pastikan terlihat sedang menggunakan operator lain.
3. Mempertebal komunikasi "**Bebas Khawatir, Bebas Pilih, Pasti Nyaman Hanya di Smartfren**"
4. Setiap persona di video bisa mewakili masing-masing komunikasi. Namun meskipun meskipun di cut per section story, 3 komunikasinya harus tetap ada.
5. Tambahkan scene menggunakan **aplikasi smartfren (untuk existing user)**. Sesuai discuss terakhir, akan dimasukkan di part after credit
6. Tambahkan set **toko offline smartfren di scene "first jobber"**

Next step:

- Team Noid akan update timeline yang sudah di adjust, dan hindari produksi, meeting atau preview di weekend

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Client:	Team Smartfren		
Agency:	Team Noid		
Date:	12 Desember 2024	Time:	14.00
Venue:	Online	Products:	Smartfren Unlimited Suka - Suka
Agenda:	First PPM		

Discussion & Agreement

Berikut poin-poin berdasarkan hasil meeting present final storyline dan storyboard unlimited suka suka

1. Mood secara ambience tidak mau terlalu dark, lebih diarahkan lebih colorful and vibrant.
2. Style supers sudah ok tapi placement masing masing cerita diusahakan dibedaka sesuai dengan karakter
3. Untuk sound di propose alternatif lain.
4. Jargon harus masuk di setiap sesion **“Bebas Khawatir, Bebas Pilih, Pasti Nyaman Hanya di Smartfren”**

Storyboard:

1. Part Remaja flownya harusnya sesuai dengan rencana awal: Follow crush, di fallback crush, chatting tapi tiba-tiba kuota abis
2. Part Remaja download MySF dan aktifin paket data
3. Part First Jobber ganti kartu di counter
4. Part Gojek objectivenya dibuat ke arah informasi "tenang, saya pakai smartfren unlimited suka-suka"

Talent:

1. Talent Remaja : Akmal, Daffa, Dazel
2. First Jobber: Miswary, Fanita, Mala
3. Ibu: Mutiara, Sheila
4. Talent pacar remaja: Drinny
5. Ojek: Gonzaga

Wardrobe:

1. Remaja: kaos polos, celana pendek
2. First jobber: 14,15,18
3. Ibu: daster polos biru muda

Motor: vespa

Location: Rumah Cluster

Next step:

- Aset Creative untuk pembelian paket, paket aktif, dll akan di provide dari client
- Outputnya sesuai dengan BOQ terakhir

N U S A N T A R A

Client:	Team Smartfren		
Agency:	Team Noid		
Date:	17 Desember 2024	Time:	14.00
Venue:	Online	Products:	Smartfren Unlimited Suka - Suka
Agenda:	Final PPM		

Discussion & Agreement

Berikut poin-poin berdasarkan hasil meeting present final storyline dan storyboard unlimited suka suka

1. Mood secara ambience tidak mau terlalu dark, lebih diarahkan lebih colorful and vibrant.
2. Style supers sudah ok tapi placement masing masing cerita diusahakan dibedakan sesuai dengan karakter
3. Untuk sound di propose alternatif lain.
4. Jargon harus masuk di setiap sesion **"Bebas Khawatir, Bebas Pilih, Pasti Nyaman Hanya di Smartfren"**

Story:

1. Make sure menggunakan tagline "Unlimited Suka Suka" "Bebas Pilih" "Bebas Khawatir" "Pasti nyaman"
2. penggunaan color mastiin perpindahan colornya smooth dan ga terlalu kontras pаса di grading.
- 3.

Talent:

1. Talent Remaja : Tezay
2. First Jobber: Miswary
3. Ibu: Mutiara
4. Talent pacar remaja: Drinny
5. Ojek: Gonzaga

Wardrobe:

1. Tone color 3 karakter dibikin berbeda tapi tidak terlalu jauh sehingga masih ada kesinambungan.
2. jangan pake warna kompetitor
3. Salah satu karakter aja yang pakai wardrobe tema warna brand

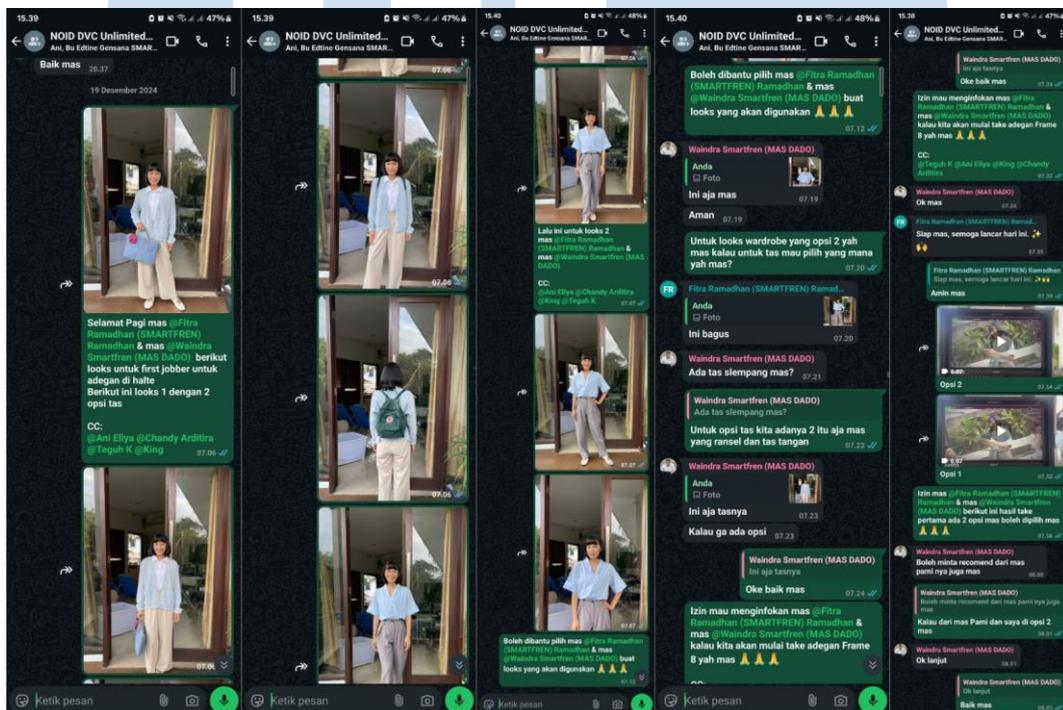
Motor: vespa
Location: Rumah Kucing, Cirendeu

Next step:

- Aset Creative untuk pembelian paket, paket aktif, dll akan di provide dari client
- Outputnya sesuai dengan BOQ terakhir

Gambar 3.9 MOM preproduction meeting
Sumber: Dokumentasi pribadi (2024)

Set design, cast, lokasi, dan moodboard telah rampung dimasukkan ke dalam presentasi Final Preproduction Meeting. Selama mengikuti meeting secara daring tentunya penulis melakukan notulensi yang dituang dalam minutes of meeting yang mencatat berbagai macam keperluan yang belum terakomodasi, perubahan, dan masukan dari klien terhadap kesiapan pengambilan gambar pada tanggal 19 desember 2024. Klien menerima seluruh persiapan yang telah dipersiapkan oleh tim produksi dan tugas penulis adalah memastikan semua berjalan lancar saat hingga hari syuting.



Gambar 3.10 Tangkapan layar approval wardrobe sebelum shooting

Sumber: Dokumentasi pribadi (2024)

Tibalah hari syuting dimana penulis sebagai perwakilan agensi datang ke lokasi di sesuai dengan call sheet yang ada dan memantau proses persiapan dari cast dan crew. Pada gambar dapat dilihat penulis memberikan informasi kepada klien mengenai opsi pakaian dari karakter first jobber dan juga menginformasikan frame pertama sudah di take dan proses syuting dimulai tepat waktu. Klien memilih wardrobe dan memilih juga opsi dari frame yang penulis sampaikan di grup klien.



Gambar 3.11 Pendampingan klien di client village

Sumber: Dokumentasi pribadi (2024)

Proses syuting berjalan hingga malam hari dan penulis bersama *supervisor* menemani klien yang ada di ruang klien dan menjelaskan bagaimana hasil akhir akan diolah dan proses pada saat editing baik offline maupun di *online editing*.

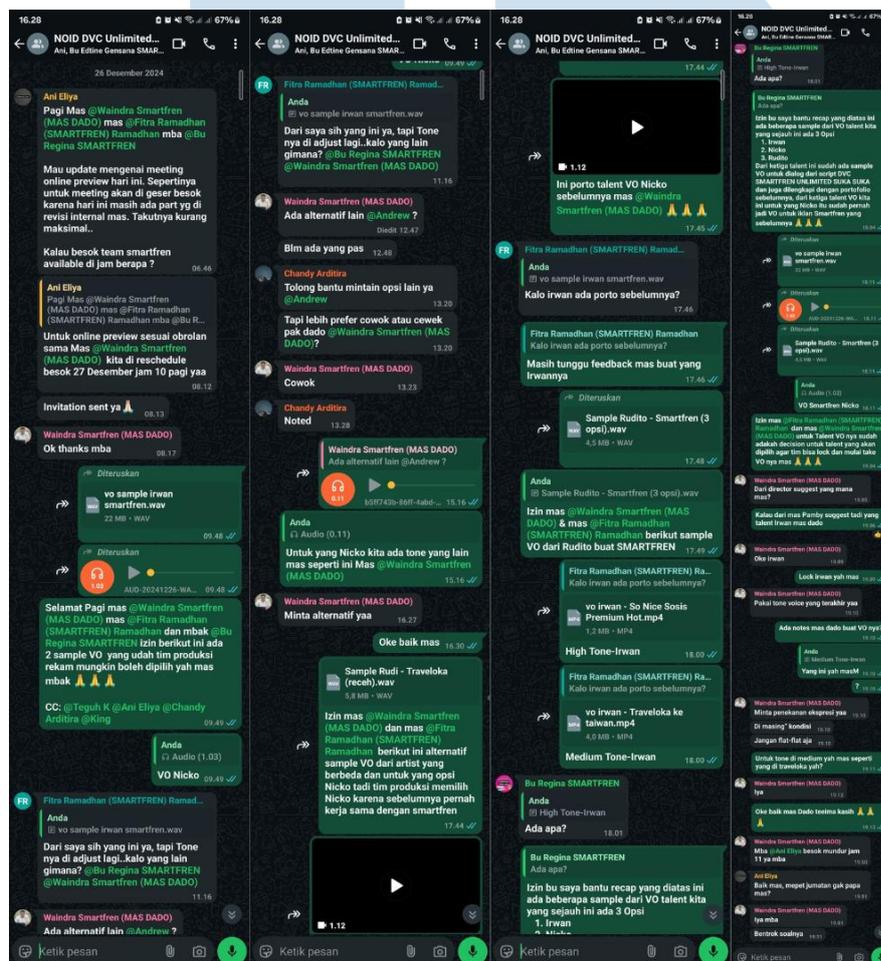


Gambar 3.12 Offline preview di kantor

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Proses syuting yang telah rampung langsung dilanjutkan tahapan *offline editing* oleh tim produksi yang akan dilakukan *offline present* setelah libur natal.

Offline present yang dilakukan di kantor agensi yang dipimpin oleh mas Pambayun mendapatkan banyak masukan yang diberikan oleh klien terutama di bagian tiap karakternya. Penulis tetap melakukan notulen pada rapat ini dan memastikan semua masukan dan keinginan klien dapat terpenuhi.

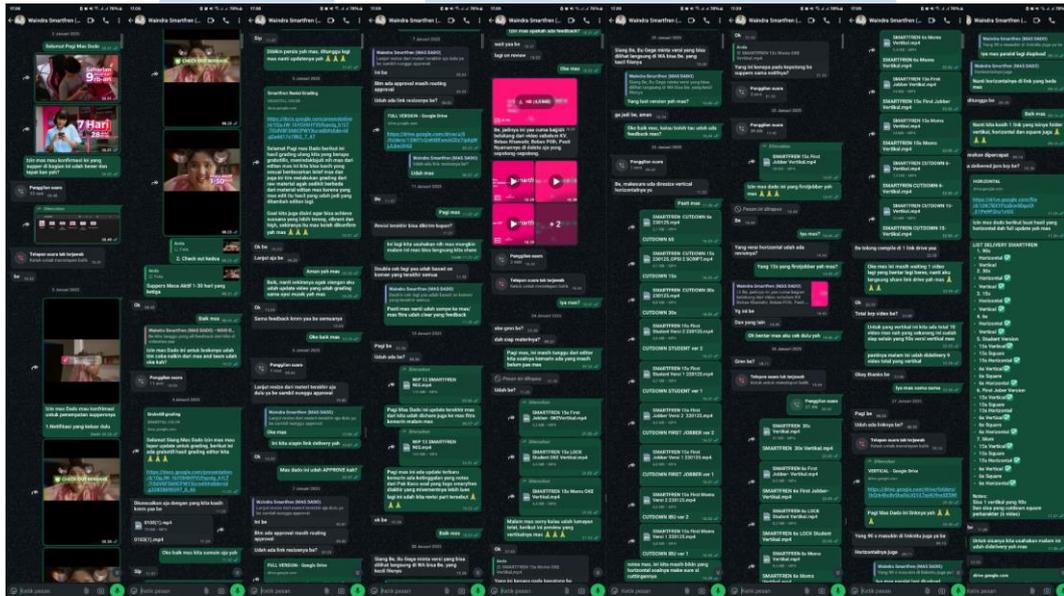


Gambar 3.13 Tangkapan layar proses online preview & audio mixing

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Setelah beberapa hari melakukan revisi oleh editor dan supervisi dari supervisor penulis dan produser hasil *offline editing* diberikan ke klien yang mendapatkan respon positif untuk segera masuk ke tahap *online editing*. Paralel dengan proses pengeditan aset dan pengaplikasian pada *footage* yang sedang di *edit*, penulis membantu tim produksi untuk memberikan opsi pengisi suara pada iklan ini. Dapat dilihat pada gambar ada beberapa opsi yang ditolak namun akhirnya ada pilihan yang dipilih yang selanjutnya secara paralel dilakukan proses pengambilan suara. Pengerjaan *editing* yang paralel membuat efektivitas hasil yang lebih baik,

namun menjadi sedikit masalah disaat menunggu *approval* dari petinggi petinggi perusahaan yang merasa ada beberapa hal yang kurang namun tim produksi berusaha mengakomodasi kekurangan semaksimal mungkin seperti editan yang lebih halus dan suara dari pengisi suara yang lebih tegas.

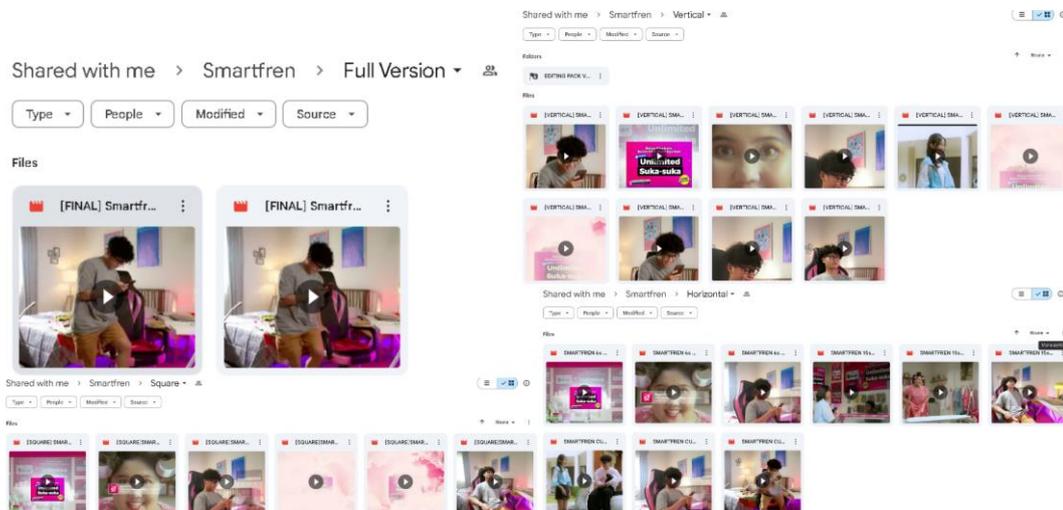


Gambar 3.14 Tangkapan layar proses komunikasi klien

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Pada saat ini penulis bertanggung jawab secara penuh terhadap proses komunikasi antara klien dan pihak produksi yang membuat komunikasi langsung dilakukan dengan perwakilan klien tanpa melewati grup yang telah dibuat mengingat efektivitas dan kecepatan balasan pesan yang klien inginkan. Komunikasi yang cukup padat terjadi tiap harinya di saat libur akhir tahun hingga tahun baru mengingat proyek ini harus selesai sebelum akhir bulan Januari 2025.

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

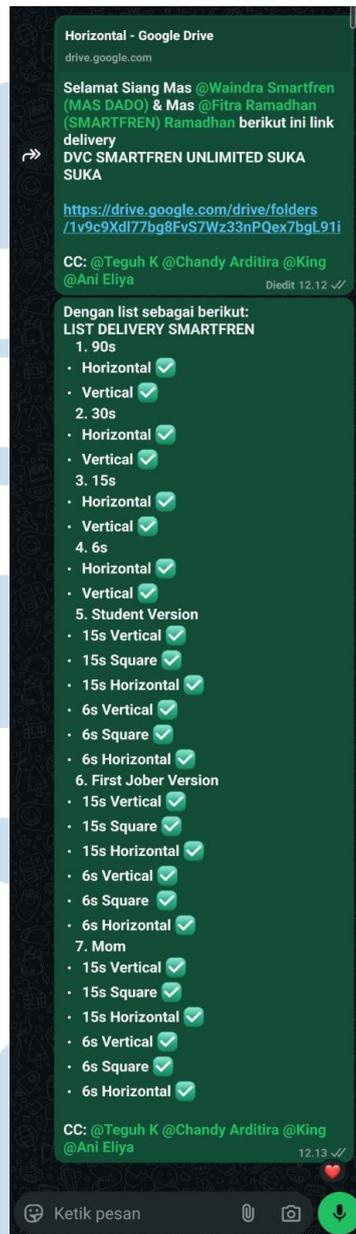


Gambar 3.15 Tangkapan layar Gdrive delivery

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Akhirnya proses editing telah rampung dan jadilah iklan versi durasi penuh, bukan hanya membuat satu versi video penulis perlu membuat turunan dari video iklan tersebut dengan ketentuan dibagi menjadi tiap karakter dengan turunan video 30s, 15s, dan 6s dibuat dalam format vertikal, horizontal dan kubus. Produk turunan ini akan digunakan oleh klien di berbagai macam media baik media konvensional seperti di layar iklan dan di media sosial.

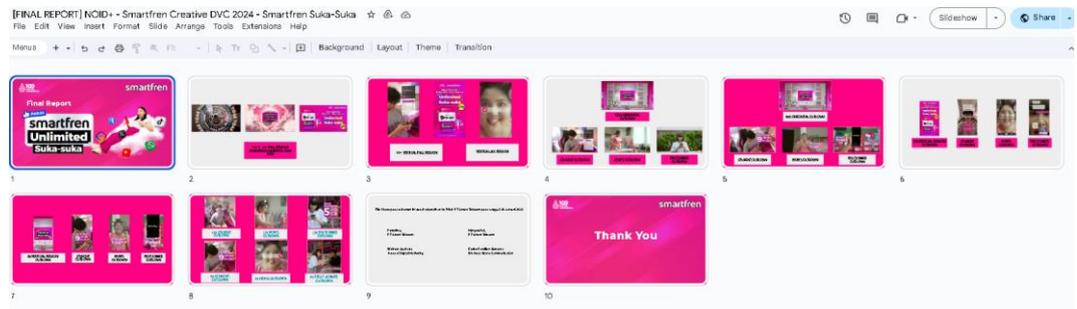
UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 3.16 Tangkapan layar list delivery di grup klien

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Seluruh materi video telah selesai diedit oleh tim produksi dan telah disetujui oleh klien maka penulis mempersiapkan delivery materi dan memastikan semua materi video iklan tidak ada yang kurang. Kurang lebih ada 26 materi video dalam berbagai macam bentuk serta durasi yang penulis kirimkan ke klien.



Gambar 3.17 Tangkapan layar slides final report

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Terakhir setelah seluruh proses pengerjaan rampung penulis diminta oleh *supervisor* untuk membuat laporan berupa presentasi dengan menautkan *link* di setiap foto agar dapat memudahkan *managing director* dalam memeriksa hasil kerja penulis dan tim produksi.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Pada bagian ini berisi kendala dan kesulitan yang ditemukan oleh penulis selama proses kerja magang di PT. Media Kreasi Tritunggal (NOID+). Penulisan lebih detail mengenai kendala-kendala yang kesulitan yang dihadapi penulis sebagai serta dampaknya. Kendala dapat berupa:

1. Faktor rantai komunikasi pada klien menjadi salah satu hambatan dimana klien yang memberikan *feedback* yang cukup memakan waktu sehingga proses revisi tidak dapat dieksekusi tepat waktu.
2. Faktor sumber daya manusia terutama *editor* yang memiliki jadwal yang padat membuat proses editing yang telah mendapatkan *feedback* dari klien secara mendadak harus terlambat dari tenggat waktu yang diberikan .
3. Faktor komunikasi klien seperti klien yang tidak memastikan informasi yang jelas dari petinggi perusahaan sehingga membuat adanya beberapa *brief* yang tidak sesuai dengan keinginan dari para petinggi.

Ketika penulis melakukan magang, penulis hanya berfokus pada satu pekerjaan dan melaksanakan pekerjaan secara *hybrid* baik secara daring maupun luring. Pekerjaan yang dilakukan juga cukup menyita waktu liburan penulis karena dikerjakan di saat libur natal hingga tahun baru.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut ini adalah analisis dan solusi atas kendala yang ditemukan selama proses kerja magang yang dilakukan oleh penulis. Solusi dapat berupa:

1. Dalam mengatasi komunikasi dari klien yang cukup memakan waktu penulis melakukan proses paralel terhadap hasil kerja yang lain sehingga di saat klien telah memberikan masukan terhadap hasil kerja sebelumnya penulis dapat memberikan hasil terbaru atas hasil kerja yang lain seperti saat klien memeriksa video *cutdown* 60s penulis mengerjakan *cutdown* 30s dan 15s.
2. Mengatasi keterlambatan kerja dari *editor* penulis terus melakukan komunikasi serta negosiasi pada klien mengingat masukan/*feedback* yang diterima juga tidak sesuai dengan *timeline* yang disepakati serta terus mendorong *editor* sigap dalam bekerja.
3. Tentunya hal ini di luar kuasa dari penulis, namun penulis hanya dapat memberikan saran dan alternatif dari permasalahan yang ada sambil terus berdoa mengingat kesalahan informasi dapat mengubah proses kerja yang sangat banyak.

Walau memiliki beberapa hambatan atau rintangan di luar kuasa penulis namun penulis tetap berkontribusi secara aktif dalam proses komunikasi dan memberikan usaha yang maksimal dengan mengedepankan proses kerja yang efisien dan tepat dengan permintaan klien.

