

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada tahap ini, penulis melaksanakan kerja magang sebagai *content creator* di PT. Metra Digital Media. Penulis memiliki beberapa tanggung jawab yang penting dalam pembuatan sebuah konten mulai dari pencarian ide konten (*ideation*), membuat *copywriting* konten, videografer, serta menjadi *talent* di dalam video konten tersebut. Setelah beberapa rangkaian proses pembuatan konten sudah selesai, maka dilakukan revisi oleh *client* hingga *client* sudah menyetujui hasil akhir dari video tersebut. Iklan video atau konten tersebut akan dipublikasi ke dalam beberapa platform yaitu Instagram, TikTok, Twitter, hingga Facebook. Penulis sendiri dibimbing dan diberikan tugas oleh Errand sebagai *Social Media Officer* (SMO) dan Rizky Ramadhan Rosevano sebagai *Supervisor*.



Gambar 3. 1 Contoh Bagan Alur Kerja
(Sumber: Data Pribadi Penulis)

Pada gambar 3.1 merupakan bagan alur kerja penulis selama berada di PT. Metra Digital Media serta posisi kedudukan penulis selama melakukan kerja magang. Penulis di haruskan berpikir kreatif dan membantu menghasilkan ide-ide konten untuk *client*, setelahnya SMO (*Social Media Officer*) akan melakukan revisi serta memberikan masukan terhadap ide dan *copywriting* yang sudah penulis buat. Setelahnya penulis membantu dalam proses *shooting* konten sebagai videografer dan juga menjadi *talent* dalam beberapa konten yang dibutuhkan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama penulis melakukan kegiatan kerja magang di PT. Metra Digital Media, penulis di tugaskan menjadi *Intern Content Creator* yang di mana diberikan beberapa tanggung jawab untuk menangani *client* yang diberikan. Penulis bertugas untuk menjadi *talent*, *copywriter*, dan videografer. Sebagai *intern content creator*, penulis dipacu untuk menghasilkan konten yang kreatif agar mendapatkan hasil video yang menarik dan berkualitas untuk menunjang pengiklanan produk / jasa *brands* agar dapat dikonsumsi banyak *audience*.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.2. 1 Tugas Yang Dilakukan

No.	Periode	Penjelasan
1	Week 1 (24 Februari – 28 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perkenalan dengan <i>supervisor</i> dan <i>tim creative</i> serta ke MD Media. - Membantu <i>brainstorming</i> dan melakukan diskusi dengan tim serta <i>supervisor</i>. - Melakukan riset beberapa konten <i>client</i>. - Membantu menjadi <i>Camera Person internal</i> saat acara ramadhan di MD Media. - Melakukan <i>brainstorming</i> ide konsep dan membantu memproduksi konten <i>client MyTelkomsel</i>.
2	Week 2 (3 Maret – 7 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan <i>brainstorming</i> konten bersama tim SMO. - Membuat <i>brief</i> ide konten <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> untuk <i>client Indihome</i> dan <i>MyTelkomsel</i>. - Membuat <i>brief</i> ide konten <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> untuk <i>client Indihome</i> dan <i>MyTelkomsel</i>.

		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Shooting</i> konten <i>TikTok Indihome</i> bersama tim SMO.
3	Week 3 (10 Maret – 14 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>ideation content</i> untuk sosial media MDMedia, dan menjadi <i>talent</i> untuk <i>shooting</i> konten. - <i>Shooting</i> konten <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> untuk <i>MyTelkomsel</i>. - WFH, membuat <i>ideation content</i> untuk konten selanjutnya. - Membuat <i>ideation content</i>, dan membuat konten untuk <i>MyTelkomsel</i> serta menjadi videografer. - Membantu <i>shooting</i> forsikatel untuk kebutuhan video ramadhan.
4	Week 4 (17 Maret – 21 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Shooting</i> konten serta membuat <i>ideation content</i> untuk projek selanjutnya. - <i>Shooting</i> acara bukber <i>internal</i> MDMedia sebagai videografer. - WFH, membuat <i>ideation</i>. - Membantu menjadi videografer untuk acara bukber GBD Telkom.
5	Week 5 (24 Maret – 28 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Menjadi runner di Posko Siaga RAFI 2025 Preparation - Membuat <i>ideation content</i> untuk sosial media MDMedia bersama tim <i>social media</i> - Menjadi photographer di <i>event</i> internal ramadhan MDMedia - Melakukan <i>brainstorming</i> <i>ideation content</i> bersama tim <i>social media</i> MDMedia - Menjadi <i>talent</i> untuk konten <i>client</i> - Membantu tim SMO untuk pembuatan konten Indihome.
6	Week 6 (31 Maret – 4 April)	<ul style="list-style-type: none"> - WFH, Brainstorming ide konten untuk MD Media Mencari referensi konten untuk beberapa konten <i>client</i>. - Brainstorming ide konten untuk pembuatan konten Indihome. - Merevisi ide konten yang sudah di <i>brainstorming</i> - Melakukan <i>brainstorming</i> konten bersama tim SMO. - Melakukan editing pada video dokumentasi <i>event</i> iftar GBD.
7	Week 7 (7 April – 13 April)	<ul style="list-style-type: none"> - (WFH) Mengumpulkan final editing video <i>event</i> iftar GBD. - Membuat <i>ideation</i> konten untuk konten MDMedia, Menjadi videografer konten <i>client</i>. - Menjadi tim dokumentasi di acara life briefing dan struktur organisasi MD Media 2025

		<ul style="list-style-type: none"> - Membantu tim sosial media dalam proses <i>shooting</i> TVC Indihome day 1 - Membantu tim <i>social media</i> untuk <i>shooting</i> TVC Indihome day 2 - Briefing untuk <i>shooting</i> TVC Indihome bersama tim MDMedia.
8	Week 8 (14 April – 18 April)	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu tim media sosial untuk <i>shooting</i> TVC Indihome day 3 - WFH, Mencari ideation <i>content</i> untuk <i>client</i> MyTelkomsel. - Melakukan <i>shooting event</i> forsikatel untuk halal bihalal di Neo Hotel. - Brainstorming ide bersama tim media sosial MDMedia dan meeting dengan vendor untuk <i>shooting</i> video halal bihalal forsikatel Telkom - WFH, Mencari <i>ideation content</i> untuk tim media sosial MyTelkomsel dan juga melakukan editing video halal bihalal forsikatel
9	Week 9 (21 April – 25 April)	<ul style="list-style-type: none"> - WFH, Melakukan <i>meeting</i> dan revisi script untuk <i>shooting</i> video sambutan halal bihalal forsikatel telkom dan revisi <i>editing</i> video halal bihalal forsikatel. - <i>Shooting</i> video sambutan halal bihalal panitia acara forsikatel telkom group di telkomsel smart office. - Melakukan <i>brainstorming content</i> ideation bersama tim SMO. - Membantu acara photoshoot Board of Director untuk annual report MDM. - WFH membuat <i>content</i> ideation.
10	Week 10 (28 April – 2 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Shooting</i> video interview ucapan karyawan MDM untuk ulang tahun MDMedia. - Melanjutkan <i>shooting</i> video ucapan interview karyawan MDM untuk ulang tahun MDM, dan menjadi video dokumentasi dalam acara pra pensiun MDM - <i>Shooting</i> video ucapan ulang tahun untuk MDMedia dari tim <i>marketing</i> bank Danamon di kantor pusat bank Danamon. - Membantu mengedit video ucapan karyawan untuk ulang tahun MDMedia. - Mereview kembali semua task yang masih ada agar tidak ada yang terlewat (Last day).

(Sumber: Data Pribadi Penulis)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Sebagai *Intern Content Creator* di PT. Metra Digital Media, penulis mendapatkan beberapa pekerjaan dan tanggung jawab. Beberapa tugas yang diberikan *Supervisor*

terhadap penulis cukup beragam, seperti menjadi *talent* dalam konten hingga menjadi videografer dalam suatu acara penting. Tetapi tugas utama yang paling sering penulis dapatkan adalah menjadi *copywriter* untuk pembuatan *ideation content brief* untuk media sosial beberapa *client*. Berikut salah satu hasil dari beberapa *ideation content brief* yang penulis telah kerjakan.

A. *Ideation Content Client MyTelkomsel*

Berikut merupakan salah satu hasil dari *ideation content* yang penulis kerjakan untuk *client MyTelkomsel*.

Tabel 3.2. 2 *Ideation Content Client MyTelkomsel*

<i>Product</i>	<i>Content Brief</i>	<i>What to Communicate</i>	<i>Copy</i>
Paket Super Seru	<p>Membuat konten mengangkat paket super seru selama bulan puasa karena ada promo.</p> <p>Talent dibuat menjadi 2 kubu, kubu pertama yang nonis menyamar menjadi muslim supaya bisa godain kubu muslim supaya batal puasa dan supaya takjilnya habis. Dan kedua muslim beneran yang menunggu buka puasa karna masih lama</p> <p>Angkat struggle kubu muslim yang sedang kelaparan saat bekerja, sedangkan kubu nonis yang menyamar asik pilih” makanan.</p> <p>Ending scene, tap in promo</p>	<p>Gaperlu takut kehabisan takjil, karna cukup beli paket kuota telkomsel bisa dapetin free takjil.</p>	<p>Scene 1 Tim nonis yang sedang nyamar lagi bersiap-siap untuk war takjil mulai dari siang hari. (Berpakaian muslim lengkap)</p> <p>Teks : “Jam 10” sedang mengatur strategi untuk war takjil.</p> <p>Shot : natural full shot, static aja</p> <p>Tim muslim struggling dengan kerjaan tapi sambal menahan lapar. (Dibuat struggle menahan lapar dari siang hari & lemas)</p> <p>Teks: “Jam 10” laper, gelisah nunggu jam buka puasa.</p> <p>Shot : Medium shot, static</p> <p>Scene 2 Tim nonis mulai melihat takjil dan memborong takjil.</p> <p>Teks : “Jam 14” war takjil!</p> <p>Shot : Wide shot, follow track out aja, usahain semua tenant terlihat</p>

	<p>kalau beli paket telkomsel di aplikasi mytelkomsel bisa dapet free takjil, jadi gaperlu war takjil lagi.</p>	<p>Tim muslim udah lemas tak berdaya (bisa terkapar atau duduk di pojokan)</p> <p>Teks : “Jam 14” lemes banget bund...</p> <p>Shot : Low angle full shot aja, terus static</p> <p>Scene 3 Tim nonis nyamperin tim muslim tarus ngedodain</p> <p>Teks : “Jam 15” Borong semua takjil!</p> <p>Shot : Wide shot static aja</p> <p>Script : Tim muslim : Yahh mau nitip padahal...</p> <p>Tim nonis : udah abis bwlee..</p> <p>(TRANSISI KE TEMAN KASIH SARAN)</p> <p>“berusaha nenangin dan jelasin tentang produk paket super seru”</p> <p>Shot : Medium shot, static</p>
--	---	--

(Sumber: Data Pribadi Penulis)

Penulis mendapatkan tugas untuk membuat konten *TikTok* untuk kebutuhan periklanan di media sosial salah satunya adalah MyTelkomsel. Tahap pertama yang penulis lakukan yaitu *brainstorming* bersama tim SMO (*Social Media Officer*) untuk membahas konsep beserta WtC (*What to Communicate*) agar tahu tujuan dari dibuatnya konten ini secara mendetail. Selanjutnya penulis mengerjakan *copywriting* yang mendetail seperti menambahkan *type of shot* dan penjelasan agar *client* beserta tim produksi lainnya dapat mengerti mengenai tahap produksi nantinya, dan tidak ada *miss communication* antara *copywriter* dan tim produksi lainnya.

Script ideation content di atas, penulis buat untuk memberi informasi mengenai promo baru dari aplikasi MyTelkomsel. *Script* tersebut penulis rancang dengan *storyline* yang bersifat *soft selling* agar diharapkan penonton dapat menikmati sebuah konten iklan tetapi tidak serta merta hanya berjualan produk yang membuat penonton bosan. Setelah penulis bersama SMO melakukan *brainstorming*, penulis mengajukan ide konten seperti tabel di atas dikarenakan penulis ingin merasa penonton *relate* dengan kondisi pada saat di video, karena waktu dan bulan puasa sama dengan waktu *upload* konten tersebut. Penulis juga ingin agar konten tersebut tidak terlalu banyak elemen dalam proses *editing* agar kesan dari poin *soft selling* yang penulis ingin *achieve* dapat tersampaikan dengan baik.

Beberapa dari *ideation content* yang sudah dibuat oleh penulis, selalu di-*review* terlebih dahulu oleh SMO dan di improvisasi agar konten lebih menarik dan dari segi produksi *shooting* masih memungkinkan atau tidak. Dari beberapa *ideation content* di atas, penulis juga ikut berpartisipasi menjadi *talent* serta videografer, berikut hasil video yang sudah di-*upload* dan berhasil mendapatkan puluhan ribu penonton. Yang di mana isi konten tersebut merupakan video tersebut berisi iklan yang dikemas secara *soft selling*.



Gambar 3. 2 Hasil Konten TikTok War Takjil
(Sumber: TikTok MyTelkomsel (2025))

Dari gambar di atas, terdapat salah satu konten yang dihasilkan oleh tim media sosial Metra Digital Media dalam memasarkan fungsi yang ada di aplikasi MyTelkomsel. Selain itu, Penulis juga mendapatkan tugas membuat skrip untuk kebutuhan *event* internal MDMedia yaitu ucapan selamat lebaran forsikatel. Sebelum penulis di tugaskan untuk menjadi videografer, penulis harus membuat skrip terlebih dahulu agar nantinya tim vendor produksi dapat memahami konsep dari video yang akan di produksi nantinya.

Tabel 3.2. 3 *Script* dan *Shotlist* Forsikatel

Script & Shotlist

No	Visual	Teks	Audio	Durasi	Keterangan
1	(Intro) footage b-roll/beauty shot lokasi dengan salah satu ibu sedang berinteraksi Dengan venue			5 Sec	
2	still medium shot	nama Panitia Forsikatel dan gelarnya	Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh!	5 Sec	ibu ita
3	follow, front medium shot (ibu dirut masuk ke barisan)		Kami, segenap anggota FORSIKATEL Telkom Group...	5 Sec	ibu 1-3
4	still, side shot medium close up		Mengucapkan	2 Sec	ibu ita
5	full shot, terlihat semua , eye level		Selamat Hari Raya Idul Fitri 1446 Hijriah!	7 Sec	bareng
6	track in, kearah barisan		Mohon maaf lahir dan batin	3 Sec	bareng
7	still, medium close up ke ibu dirut		Dan tidak lupa...Selamat Hari Kartini	5 Sec	ibu 4-6
8	track out, ke barisan		untuk seluruh perempuan hebat Indonesia!	6 Sec	ibu 7-9
9	outro, bumper forsikatel		Teruslah menginspirasi dan berkarya untuk bangsa!	6 Sec	bersamaan
10	outro, bumper forsikatel			3 Sec	

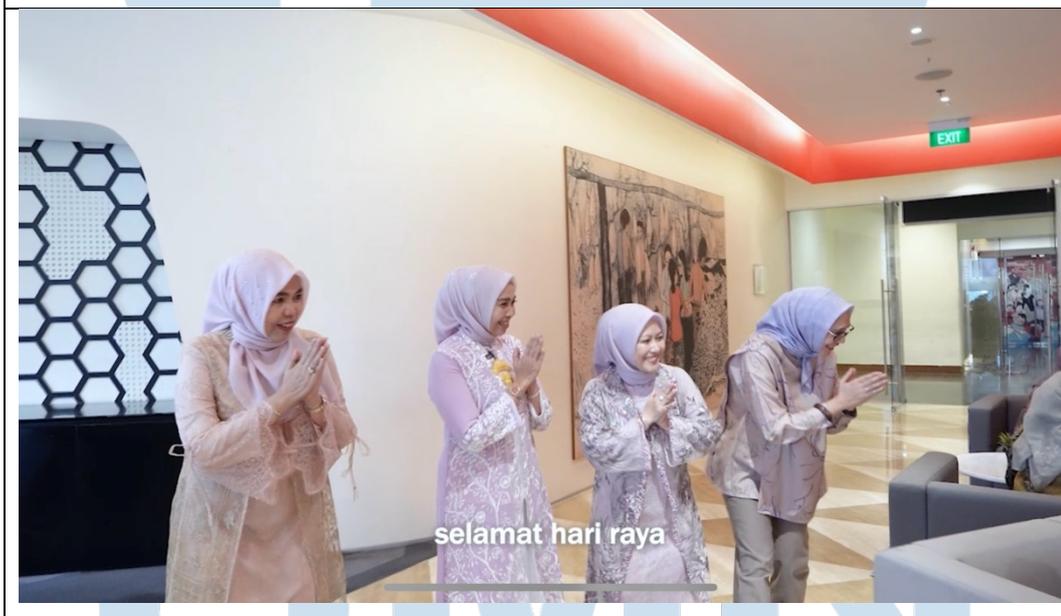
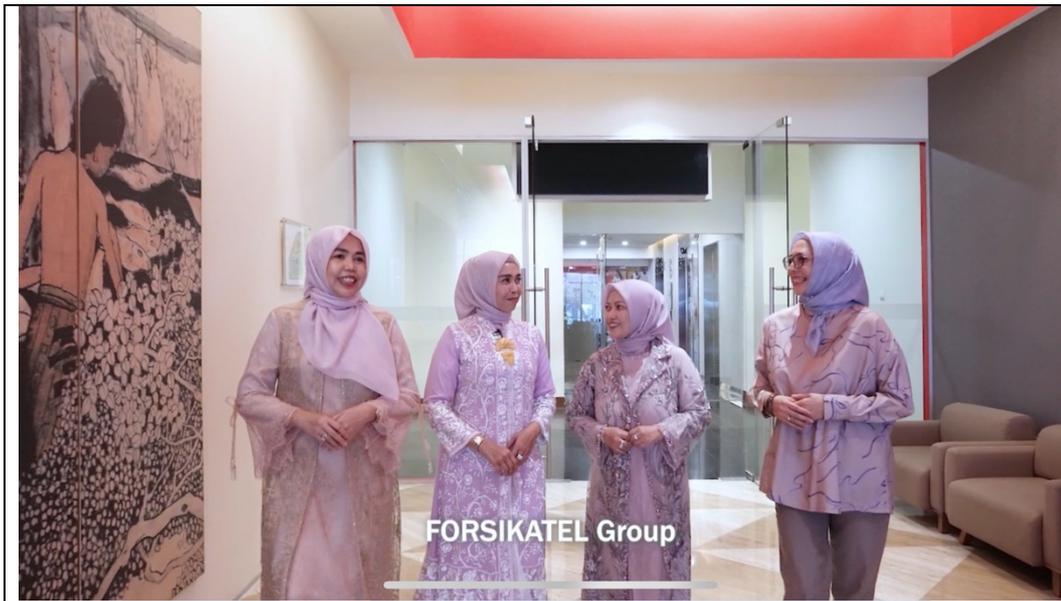
(Sumber: data perusahaan)

Penulis juga merancang *shotlist* agar memudahkan vendor produksi dalam proses *shooting* dan sudah memiliki gambaran. Selain *shotlist*, penulis juga membuat *video board* untuk memberi arah *blocking* kepada vendor produksi agar saat hari-h, dapat menghemat waktu. Penulis juga memberikan saran mengenai alat produksi yang harus dibawa, dikarenakan peraturan yang sangat ketat di lokasi produksi yang berada di Telkom Landmark Tower, tetapi alat-alat harus tetap terpakai semua sesuai *budget* dan konsep video.

Grab Still Video Forsikatel



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 3 *Grab Still* Video Forsikatel
(Sumber: Data Perusahaan)

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Saat penulis melakukan kerja magang pada PT. Metra Digital Media, penulis menemukan beberapa kendala pada perusahaan MDMedia. Berikut beberapa kendala yang dapat penulis temukan:

1) Faktor bisnis perusahaan : Selama menjalani magang di PT. Metra Digital Media (MDMedia), penulis menghadapi tantangan besar terkait distribusi beban kerja di divisi kreatif. Dalam praktiknya, satu karyawan tetap harus menangani dua *brand* dengan total produksi sekitar 60 konten per bulan. Kondisi ini membuat orientasi kerja tim lebih menekankan pada kuantitas dibandingkan kualitas. Sebagai *intern* yang masih dalam tahap pembelajaran, penulis merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan ritme kerja yang sangat cepat dan padat. Waktu untuk eksplorasi ide kreatif sangat terbatas, dan proses *brainstorming* pun sering kali berlangsung singkat tanpa ruang pengembangan lebih lanjut. Akibatnya, penulis mengalami tekanan untuk memenuhi ekspektasi tanpa sempat menyempurnakan kualitas karya yang dihasilkan. Sering kali, penulis juga menerima tugas tambahan di luar peran utama sebagai *content creator*, seperti dokumentasi acara dan fotografi. Hal ini menimbulkan kebingungan peran dan mengurangi fokus untuk mendalami kompetensi utama. Meski demikian, pengalaman ini menyadarkan penulis bahwa dunia industri kreatif menuntut fleksibilitas, daya tahan tinggi, dan kemampuan beradaptasi dengan tekanan yang konstan.

2) Faktor alur kerja (*Standard Operating Procedure* atau *pipeline*) : Penulis merasa jarak antara pekerjaan yang diberikan dengan *deadline* sangat amat berdekatan. sehingga berkaitan dengan poin pertama, yaitu penulis masih diharuskan lebih memfokuskan dalam segi kuantitas dan lebih sulit untuk menghasilkan konten kreatif lagi. Mengingat banyaknya konten yang harus dikerjakan dalam waktu 1 bulan dan juga mengerjakan tugas di luar *job desc* utama.

3) Faktor operasional kerja : Penulis melakukan kerja magang sebagai *intern content creator*, akan tetapi penulis mendapatkan beberapa tanggung jawab tambahan di luar *job description* utama seperti fotografer dan *sound man* untuk *event internal*. Sehingga penulis cukup kesulitan dalam memfokuskan pekerjaan di tim kreatif. Hal ini berdampak bagi hasil pembuatan ide konten hingga produksi konten.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Melihat beberapa kendala yang penulis temukan, penulis dapat memberikan solusi dari beberapa kendala yang penulis temukan. Berikut solusi atas kendala yang penulis temukan:

1) Untuk mengatasi tekanan kerja dan beban tugas yang tinggi di divisi kreatif, penulis mencoba mengatur waktu kerja dengan lebih efektif, seperti membuat daftar prioritas harian dan menyelesaikan tugas berdasarkan urgensi. Penulis juga mulai mengembangkan ide konten yang lebih simpel namun tetap menarik, agar tetap relevan dengan tren sosial media dan bisa diproduksi dalam waktu singkat. Selain itu, penulis berusaha bersikap fleksibel terhadap tugas tambahan di luar jobdesc utama, seperti menjadi fotografer atau dokumentator acara. Dengan pendekatan ini, penulis tetap bisa berkembang meskipun berada dalam situasi kerja yang penuh tekanan.

2) Solusi dari kendala faktor alur kerja menurut penulis adalah membuat SOP yang membantu SMO dari *deadline* yang berdekatan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan ide berpikir kreatif yang baik terhadap SMO. Berikut beberapa poin SOP yang dapat menjadi masukan dari penulis:

- Menerapkan sistem *working timeline* yang baru, seperti membuat *draft* konten untuk 1 minggu ke depan agar di saat waktunya *shooting* atau sedang membuat *ideation content*, tidak bertabrakan dengan *deadline* yang lainnya.
- Menambah SMO dalam 1 *brand*, sehingga dapat diharapkan dapat memudahkan SMO mendapatkan ide kreatif agar konten yang dihasilkan untuk *brand* tetap relevan.

3) Solusi dari kendala faktor operasional kerja yaitu, penulis berusaha untuk beradaptasi dengan beberapa *jobdesc* baru yang kurang relevan tersebut. Akan tetapi penulis memiliki *basic* pengalaman untuk menjadi fotografer dan *soundman* sehingga tidak terlalu kesulitan dalam menjalankan *jobdesc* tersebut, bahkan mendapatkan pembelajaran dan ilmu baru.