

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada program magang ini, penulis ditempatkan sebagai Intern Digital Marketing yang bertanggung jawab untuk mendukung berbagai kegiatan promosi film melalui platform digital seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube di PT Buana Chandra Artha Pratama Jakarta. Sebagai intern, penulis berperan mendukung tim dalam menjalankan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan promosi film, seperti pembuatan video konten, poster, serta pemantauan hasil dari film yang akan tayang. Sebagai bagian dari tim pemasaran digital, penulis bekerja di bawah supervisi Direktur Utama dan Manajer Digital Marketing yang bertanggung jawab langsung terhadap perencanaan dan pelaksanaan strategi promosi film.

Adapun alur kerja dan koordinasi antara penulis dan tim digital marketing dalam PT Buana Chandra Artha Pratama:

Gambar 3.1 Alur Koordinasi Tim Digital Marketing



Intern Digital Marketing (Penulis)

- Tugas: Intern Digital Marketing berperan aktif dalam mendukung pembuatan berbagai konten digital seperti video, poster, dan materi visual lainnya yang digunakan untuk promosi film di berbagai platform digital, termasuk Instagram, TikTok, dan YouTube. Selain itu, intern juga bertanggung jawab untuk memantau hasil dan performa kampanye promosi melalui analisis data dan insight dari platform digital tersebut. Hasil pemantauan tersebut kemudian dilaporkan secara berkala kepada Manajer Digital Marketing sebagai bahan evaluasi dan perbaikan strategi promosi. Selama menjalankan tugas, intern mendapat arahan dan pengawasan langsung untuk memastikan konten yang dibuat sesuai dengan target dan standar perusahaan.
- Pelaporan Langsung Kepada:
 - Manajer Digital Marketing: Sebagai atasan langsung yang memberikan tugas harian maupun mingguan, mengatur prioritas kerja, serta melakukan evaluasi hasil kerja intern.
 - Direktur Utama: Meskipun tidak terlibat langsung dalam aktivitas sehari-hari, Direktur Utama memantau perkembangan hasil promosi film secara keseluruhan dan berkoordinasi dengan Manajer Digital Marketing untuk mengevaluasi efektivitas strategi promosi yang dijalankan.

Manajer Digital Marketing

- Tugas: Manajer Digital Marketing bertanggung jawab untuk merancang, mengembangkan, dan mengawasi pelaksanaan strategi promosi film melalui berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Selain itu, Manajer juga mengelola dan memimpin tim digital marketing agar dapat bekerja secara efektif dan sinergis dalam mencapai target kampanye. Tugasnya meliputi pemantauan performa konten, pengelolaan

anggaran iklan digital, serta melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi berdasarkan data dan feedback yang diperoleh. Manajer Digital Marketing memastikan seluruh aktivitas pemasaran digital berjalan sesuai dengan rencana dan mendukung tujuan perusahaan secara keseluruhan.

- Pelaporan Langsung Kepada:
 - Direktur Utama: Untuk memastikan hasil dari kampanye promosi film sesuai dengan visi perusahaan.

Direktur Utama

- Tugas: Sebagai pimpinan tertinggi dalam perusahaan, Direktur Utama memegang tanggung jawab penuh terhadap keseluruhan kebijakan dan keputusan strategis yang diambil demi kemajuan dan kelangsungan perusahaan. Dalam pelaksanaan tugasnya, Direktur Utama juga bertanggung jawab melakukan pengawasan menyeluruh terhadap kinerja seluruh divisi, termasuk tim pemasaran, guna memastikan semua program dan aktivitas berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan.
- Pelaporan Langsung Kepada:
 - CEO dari Multibuana Group atau investor yang memiliki kepentingan dalam pemasaran film, sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi dalam pengelolaan serta pengembangan bisnis perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani periode magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas yang berkaitan langsung dengan industri kreatif, khususnya di bidang perfilman dan media digital. Beberapa tugas utama yang dijalankan meliputi perencanaan konten untuk media sosial, yang mencakup penyusunan strategi konten, penjadwalan

unggahan, serta penyesuaian gaya komunikasi sesuai dengan target audiens. Selain itu, penulis juga berperan dalam produksi konten promosi film, termasuk pembuatan materi visual dan audiovisual seperti poster, teaser, dan video pendek untuk menarik minat penonton.

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Deskripsi Tugas	Pemberi Tugas	Frekuensi pelaksanaan	Tujuan	Target/Output
Mencari ide konten untuk konten harian promo di 3 film	Manager Marketing BCAP	Seminggu 6x	Supaya bisa didiskusikan dengan yang lain untuk konten harian di 3 film	Targetnya untuk mengupload konten di setiap hari dan tidak kekurangan konten.
Membuat PPT katalog/design untuk Skincare	Manager Care&Co	Sebulan 1-2x	Untuk kerjasama dengan B2B produk Care&Co saat ini Fatayat NU	Targetnya untuk melanjutkan kerjasama brand
Mengupload konten Youtube	Manager Marketing BCAP	Setiap Hari	Untuk mengaktifkan akun youtube dari MBK itu sendiri	Supaya aktif dan bisa upload konten lain seperti podcast supaya bisa dibikin ads.

Special Screening untuk ketiga film	CEO dari Multibuana Group	Sebulan 1-2x	Untuk memberi masukan terkait film apa yang kurang dan masukan untuk membantu pengeditan Film	Untuk meningkatkan kualitas dari film sebelum ditayangkan
Special Event Dokumentasi	Direktur Utama BCAP	Sebulan 1-2x	Membantu dokumentasi untuk spesial event	Supaya bisa ada konten yang d upload untuk spesial event konten hari itu
Mencari KOL/Influencer untuk Event Campaign	Direktur Utama BCAP	Setiap hari selama 2 bulan sebelum acara	Mencari dan menghubungi Key Opinion Leaders (KOL) atau Influencer yang relevan untuk promo film	Daftar KOL/Influencer yang berhasil diajak bekerja sama

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama proses magang di PT Buana Chandra Artha Pratama, pemagang ditempatkan sebagai Intern Digital Marketing yang bertugas untuk mendukung berbagai kegiatan promosi film melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Dalam peran ini, pemagang tidak hanya belajar mengenai teori pemasaran digital, tetapi juga langsung terlibat dalam berbagai aktivitas praktis yang mendukung strategi pemasaran perusahaan. Pemagang

bekerja sebagai bagian dari tim pemasaran digital yang dinamis, berkoordinasi langsung dengan Manajer Digital Marketing serta mendapat arahan dari Direktur Utama. Tujuan utama dari penugasan ini adalah untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan pemegang dalam bidang digital marketing sekaligus mengasah kemampuan produksi konten kreatif yang efektif dalam menarik perhatian audiens dan mempromosikan film secara optimal.

Berikut uraian tugas dan tanggung jawab yang dijalankan pemegang selama magang:

1. Mencari ide konten untuk konten harian promo di 3 film.

Gambar 3.2 Konten Film Pengin Hijrah, Ghost Soccer, & The Bell



Salah satu tugas utama pemegang adalah mencari dan menyusun ide-ide kreatif untuk konten promosi harian yang akan dipublikasikan di berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, khususnya untuk tiga film yang sedang dipromosikan. Proses ini dimulai dengan memahami karakteristik masing-masing film serta target audiens yang ingin dijangkau. Pemegang melakukan riset tren konten digital yang sedang populer, menggali insight dari feedback penonton, serta berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk menemukan konsep-konsep konten yang menarik dan relevan.

Pemberi Tugas

: Manager Marketing BCAP

Frekuensi

: Seminggu 6x

Target/Tujuan

: Menyusun konten harian untuk promosi film agar tidak kekurangan konten dan bisa dipublikasikan setiap hari.

Output

: Ide konten yang disusun di dalam Canva konsep konten, gambar/ilustrasi, dan caption atau teks yang akan digunakan untuk posting di media sosial.

2. Membuat PPT Katalog untuk Skincare

Gambar 3.3 Katalog Dermavers



Pemangag bertugas membuat presentasi dalam bentuk PowerPoint yang berisi katalog produk skincare sebagai bagian dari kerjasama bisnis dengan perusahaan B2B, khususnya dengan Fatayat NU. Proses pembuatan katalog dimulai dengan mengumpulkan data produk, seperti deskripsi, manfaat, harga, dan keunggulan masing-masing produk skincare. Selanjutnya, pemangag menyusun informasi tersebut menjadi slide yang terstruktur dengan rapi dan mudah dipahami. Selain teks, pemangag juga menambahkan elemen

visual seperti gambar produk, grafik, dan warna yang sesuai untuk memperkuat daya tarik presentasi.

Pemberi Tugas : Manager Care&Co

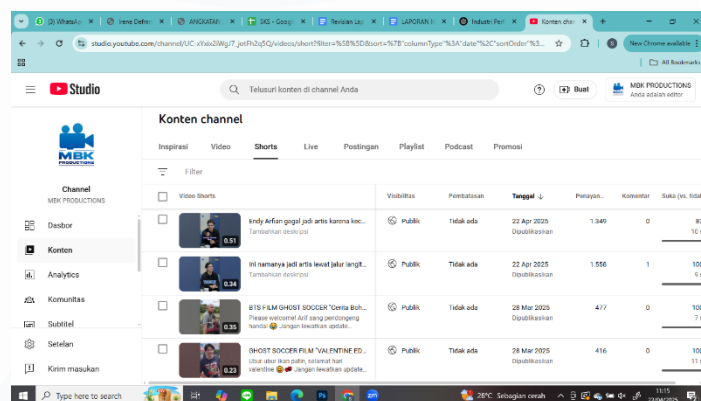
Frekuensi : Sebulan 1-2x

Target/Tujuan : Membuat desain dan katalog produk yang menarik sebagai bagian dari kerjasama dengan perusahaan B2B, khususnya dengan Fatayat NU.

Output :Desain dan PPT katalog produk skincare yang siap dipresentasikan untuk kerja sama lebih lanjut. Setiap slide dalam PPT harus mencakup informasi produk secara ringkas dan visual yang menarik.

3. Mengupload konten Youtube

Gambar 3.4 Youtube MBK Productions



Pemegang bertanggung jawab untuk mengelola dan mengunggah konten secara rutin ke akun YouTube resmi film MBK. Kegiatan ini dilakukan setiap hari dengan tujuan menjaga agar channel tetap aktif dan konsisten menghadirkan konten yang menarik bagi penonton. Konten yang diunggah beragam, mulai dari video promosi film, behind-the-scenes produksi, hingga cuplikan adegan menarik yang dapat meningkatkan ketertarikan audiens. Dengan kerja konsisten

ini, diharapkan channel YouTube dapat tumbuh menjadi platform promosi yang efektif dan berkontribusi signifikan terhadap kesuksesan pemasaran film.

Tabel 3.2 Konten-Konten Youtube Yang Di Upload

No	Judul Konten	Link Youtube
1	Pengin Hijrah BTS Day 1	https://youtube.com/shorts/PbAHik4ak0o?si=p7N2UQMva8kqALLY
2	Pengin Hijrah BTS Day 2	https://youtube.com/shorts/aEKwEi0kugA?si=MtMeHhvC1I4C3ipn
3	Pengin Hijrah BTS Day 3	https://youtube.com/shorts/xFRuJJaQwqo?si=UEW1IMRft8xkkW8u
4	Pengin Hijrah BTS Day 4	https://youtube.com/shorts/if0vdnX_3bo?si=6OOCphlJ2bgs-uRJ
5	Pengin Hijrah BTS Day 5	https://youtube.com/shorts/D3rnToZPTek?si=2mCm4EYOda2UIIx2
6	Pengin Hijrah BTS Day 6	https://youtube.com/shorts/9cduImpzGYo?si=g7BGt4X9HR_4XR1U
7	Pengin Hijrah BTS Day 7	https://youtube.com/shorts/4Q6TUCoqD8I?si=eqxAtxiX2u3duAWp
8	Pengin Hijrah BTS Day 8	https://youtube.com/shorts/SVbG_vkIEWw?si=paZOrSPfy-dPT-cH
9	Pengin Hijrah BTS Day 9	https://youtube.com/shorts/ec_c8DXgcSA?si=CeK5O37c1FyoqhTb
10	Pengin Hijrah BTS Day 10	https://youtube.com/shorts/6znDY-8Y878?si=gd7jdcP6MOgQArjU

11	Ghost Soccer BTS Day 1	https://youtube.com/shorts/3l4HTlnXsV0?si=CjrGCZy9YAYwwAo5
12	Ghost Soccer BTS Day 2	https://youtube.com/shorts/OFv-MVkiXi3M?si=BytylGxgtaue5mzo
13	Ghost Soccer BTS Day 3	https://youtube.com/shorts/mAY3XRpJkes?si=Gj6qOMqrskOq0OHf
14	Ghost Soccer BTS Day 4	https://youtube.com/shorts/4TcqkW55SFs?si=JC0MxGI_X5qLuSf
15	Ghost Soccer BTS Day 5	https://youtube.com/shorts/IuCqgQaE8_M?si=Jl2v260HqIRUt1hO
16	Ghost Soccer BTS Day 6	https://youtube.com/shorts/Nh1-BHR0rd8?si=-tqf5mkoQEET2TyN
17	Ghost Soccer BTS Day 7	https://youtube.com/shorts/JstMcBqyf1c?si=GmqxwTMjwmeUn91J
18	Ghost Soccer BTS Day 8	https://youtube.com/shorts/76QJ3Y6hIX8?si=-oZVXCEyLq4uYOeZ
19	Ghost Soccer BTS Day 9	https://youtube.com/shorts/SkeihQy6lK8?si=qZ5woKaz6l7j3W0c
20	Ghost Soccer BTS Day 10	https://youtube.com/shorts/psqkdNYGzvU?si=pztpDFX0H7qJtA_r
21	Mulai Dari Nol, Endy Shorts Pt 1	https://youtube.com/shorts/GnolV9yQ3o8?si=s0l5WcTCBw8NeAWT
22	Mulai Dari Nol, Endy Shorts Pt 2	https://youtube.com/shorts/_1fIs4WeAkE?si=6kajzv7alxIJ6Xmh
23	Mulai Dari Nol, Endy Velocity	https://youtube.com/shorts/66HPXhLkvXM?si=PL-dkkwVvKtsLiRXz

24	Drama Musikal Pengin Hijrah Rehearseal	https://youtube.com/shorts/RbLxr7SBvtc?si=GhwPMN5JdPduiWI5
25	Mulai Dari Nol Opening Samuel Rizal	https://youtube.com/shorts/B1lIHwZSwOQ?si=Z-Dtyo_BXaumGRAY
26	Drama Musikal Perkenalan Pemain	https://youtube.com/shorts/KlO-9YX_FEI?si=ysCqGG1nkZQkwreS
27	Drama Musikal Art Departemen Progress	https://youtube.com/shorts/vkhXV9QE9-g?si=wKW4r4kejOeESSEsA
28	Drama Musikal Pengin Hijrah Konten day	https://youtube.com/shorts/Dfcp6LasLIY?si=GDubJRr6fsC339oY
29	Drama Musikal Dance	https://youtube.com/shorts/XOKlcDRSl9g?si=D6bYN4q3SE8zrlT2
30	Official Trailer Drama Musikal Pengin Hijrah	https://youtube.com/shorts/ilqp17Z_LV0?si=YYZ4MLKcQditkefT

Pemberi Tugas : Manager Marketing BCAP

Frekuensi : Setiap Hari

Target/Tujuan : Mengaktifkan akun YouTube film MBK agar konten tetap ter-upload dan mempersiapkan platform untuk konten selanjutnya, seperti podcast, yang akan dijadikan iklan (ads). Tujuan jangka panjang adalah meningkatkan traffic dan engagement di platform YouTube.

Output : Video konten yang di-upload setiap hari di channel YouTube yang berisi promo film, konten terkait produksi film, atau cuplikan film.

4. Special Screening untuk ketiga film

Gambar 3.5 Special Screening Film



Pemegang terlibat dalam pelaksanaan special screening yang diadakan untuk ketiga film yang sedang dipromosikan oleh perusahaan. Kegiatan ini dilakukan 1-2 kali dalam sebulan dengan tujuan untuk menampilkan film kepada pihak-pihak terkait, seperti tim produksi, manajemen, dan kadang-kadang juga undangan khusus, guna mendapatkan masukan yang konstruktif sebelum film tersebut resmi dirilis ke publik. Hasil dari special screening sangat penting untuk meningkatkan kualitas film sebelum tayang, sehingga film yang dirilis dapat memenuhi ekspektasi penonton dan tujuan perusahaan. Dengan ikut serta dalam proses ini, pemegang memperoleh wawasan yang berharga tentang proses evaluasi film secara profesional serta dinamika kerja tim produksi dan manajemen.

Pemberi Tugas : CEO dari Multibuana Group

Frekuensi : Sebulan 1-2x

Target/Tujuan : Mengadakan special screening untuk memberikan masukan terkait film yang kurang atau perbaikan untuk pengeditan film. Meningkatkan kualitas film sebelum akhirnya ditayangkan ke publik.

Output :Umpan balik yang konstruktif mengenai film, termasuk ide atau saran terkait pengeditan atau pengembangan cerita.

5. Special Event Dokumentasi

Gambar 3.6 Special Event Dokumentasi



Pemagang juga bertugas membantu mendokumentasikan berbagai acara spesial yang diselenggarakan oleh perusahaan atau mitra kerja, dengan frekuensi sekitar 1-2 kali dalam sebulan. Dokumentasi ini meliputi pengambilan foto dan video selama acara berlangsung yang nantinya akan digunakan sebagai konten promosi di media sosial perusahaan. Dokumentasi event ini menjadi salah satu materi penting untuk memperkuat branding perusahaan. Melalui pengalaman ini, pemagang juga mengasah kemampuan teknis di bidang fotografi dan videografi serta belajar beradaptasi dengan situasi kerja yang cepat dan penuh tantangan.

Pemberi Tugas : Direktur Utama BCAP

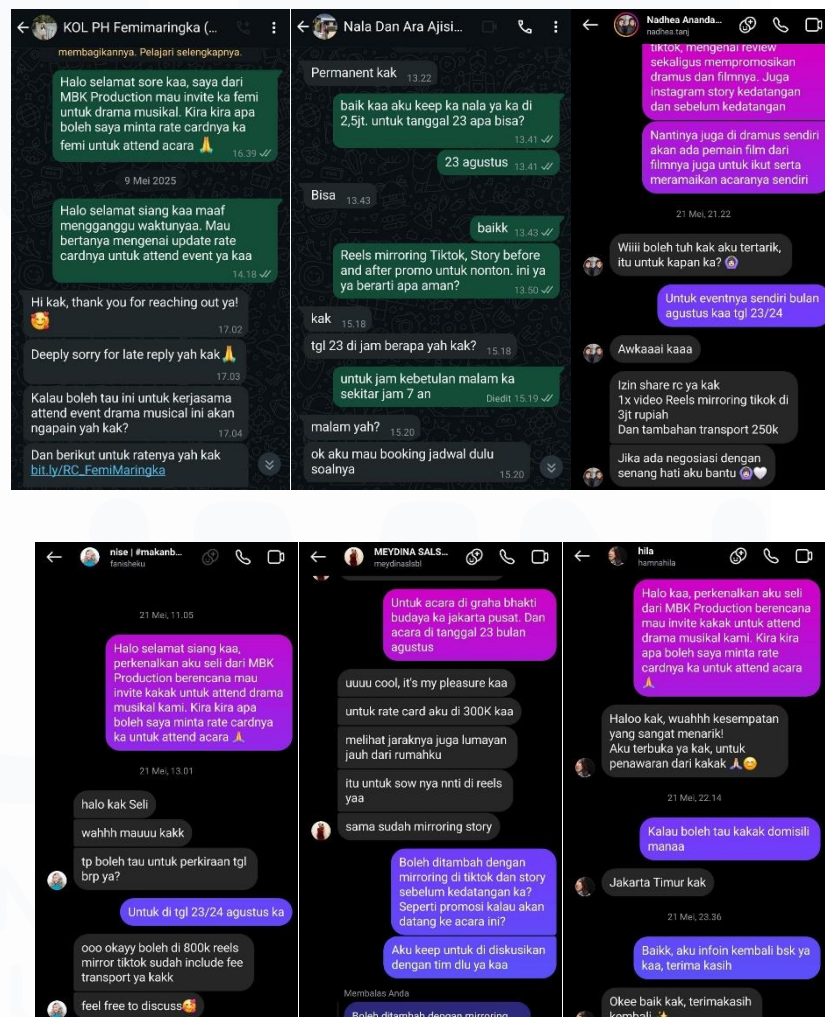
Frekuensi : Sebulan 1-2x

Target/Tujuan : Membantu mendokumentasikan acara spesial yang diselenggarakan oleh perusahaan atau pihak terkait, yang bisa menjadi konten untuk promosi acara tersebut.

Output : Foto-foto atau video dokumentasi acara spesial, yang dapat diposting sebagai konten untuk media sosial perusahaan.

6. Mencari KOL/Influencer untuk Event Campaign

Gambar 3.7 Bukti Chat Approach KOL



Pemegang juga bertugas mencari dan menghubungi *Key Opinion Leaders (KOL)* atau *Influencer* yang relevan untuk menghadiri dan

mempromosikan event campaign perusahaan. Proses pencarian meliputi riset profil *KOL/Influencer* yang sesuai dengan target audiens dan nilai brand perusahaan, melakukan pendekatan secara profesional, serta mengatur koordinasi agar mereka bersedia hadir dan berkontribusi dalam promosi acara. Pemangag juga berperan dalam menjaga komunikasi yang lancar antara pihak perusahaan dan para *KOL/Influencer* agar kampanye berjalan efektif dan sesuai rencana. Pengalaman ini memberikan pemangag wawasan praktis mengenai strategi *marketing digital* berbasis *influencer*, kemampuan negosiasi, serta pentingnya membangun jaringan yang kuat dalam dunia pemasaran dan *event organizer*.

Pemberi Tugas: Direktur utama BCAP

Frekuensi: Setiap hari selama 2 bulan sebelum acara

Target/Tujuan: Mencari dan menghubungi *Key Opinion Leaders (KOL)* atau *Influencer* yang relevan untuk menghadiri dan mempromosikan acara campaign yang akan berlangsung. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan *engagement* publik terhadap acara serta memperluas jangkauan promosi secara efektif.

Output: Daftar *KOL/Influencer* yang berhasil diajak bekerja sama, serta koordinasi yang berjalan lancar untuk kehadiran dan promosi acara.

3.3 Kendala yang Ditemukan

- **Kehabisan Konten untuk Promosi Harian:** Salah satu kendala utama yang ditemukan adalah kesulitan dalam mencari ide konten untuk dipublikasikan setiap hari, terutama ketika perilisan film yang akan dipromosikan masih lama. Ini menyebabkan kekurangan variasi dalam konten yang harus di-upload setiap hari untuk mempertahankan eksposur film.

- Tugas Mendadak dan Deadline yang Bertepatan: Terkadang, ada tugas-tugas mendadak yang harus diselesaikan dalam waktu yang bersamaan. Misalnya, pembuatan konten untuk beberapa film atau kegiatan promosi lainnya yang tiba-tiba muncul, yang mempengaruhi kemampuan untuk menyelesaikan tugas yang sudah direncanakan sebelumnya.
- Ketidakpastian dari Atasan dalam Pengambilan Langkah Promosi: Ketidakpastian dalam arah strategi promosi seringkali membuatnya sulit untuk mengambil langkah yang tepat dalam membuat konten atau merencanakan promosi film. Ketika atasan tidak memberikan arahan yang jelas atau keputusan yang cepat, ini menghambat alur kerja dan pencapaian tujuan promosi.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

- Mencari Alternatif Konten yang Lebih Variatif: Untuk mengatasi masalah kekurangan konten, penulis berkolaborasi dengan tim digital marketing untuk mencari alternatif konten yang lebih kreatif dan beragam, seperti konten *behind the scenes*, wawancara dengan pemain atau kru film, atau meme dan challenge yang relevan dengan audiens.
- Pengelolaan Waktu yang Lebih Baik dan Penjadwalan Konten: Merencanakan pembuatan konten jauh-jauh hari. Karena banyak konten yang harus dikerjakan dan ditambah mengelola podcast juga untuk menghindari terjadinya keteteran akibat deadline yang bertepatan.
- Untuk mengatasi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan promosi, penulis berinisiatif untuk mengadakan pertemuan rutin dengan atasan atau anggota tim lain untuk mendapatkan arahan yang lebih jelas dan memastikan bahwa keputusan promosi film dapat diambil dengan tepat waktu. Komunikasi yang lebih proaktif antara atasan dan tim dapat mempercepat pengambilan keputusan dan mengurangi ketidakpastian.