

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

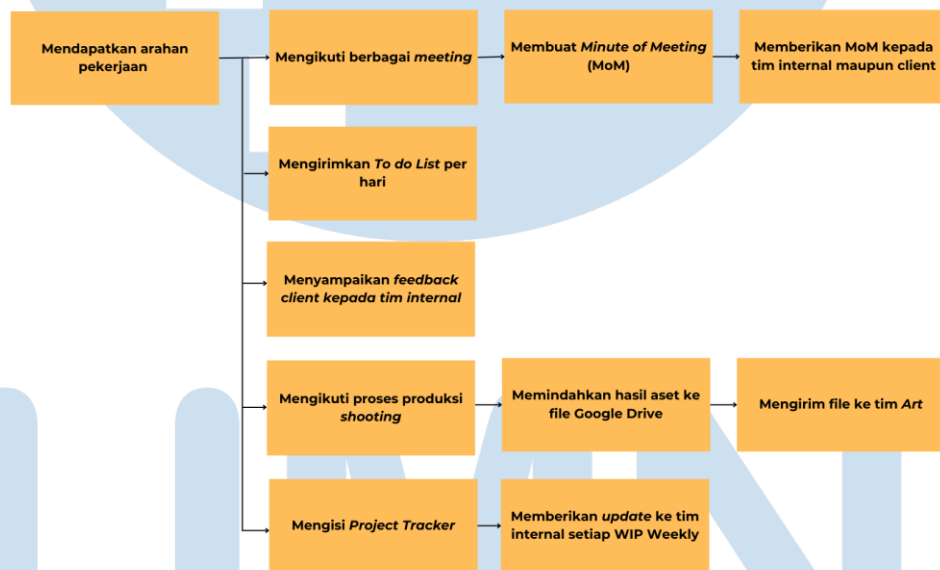
Magang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja nyata di dunia profesional, yang mendukung pendidikan dan pengembangan keterampilan. Program magang memungkinkan mahasiswa untuk memilih tempat magang yang sesuai dengan minat mereka, dan magang ini dapat dihitung sebanyak 20 SKS. Selama menjalani program magang di Pranala Social, penulis menempati posisi sebagai *Account Executive Intern* dan berada di bawah naungan divisi Account Management. Dalam struktur organisasi perusahaan, posisi penulis berada langsung di bawah *Senior Account Executive* dan *Account Manager*, dengan tanggung jawab utama membantu kelancaran komunikasi antara pihak eksternal (klien dan vendor) dan pihak internal (tim kreatif dan produksi). Program magang ini berlangsung selama empat bulan, dimulai dari akhir Januari hingga akhir Mei 2025, dan dilaksanakan secara penuh waktu di kantor Pranala Social.

Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penulis dikoordinasi secara langsung oleh Yohannes selaku *Senior Account Executive*, serta dibimbing oleh Putri Ayu, yang menjabat sebagai *Account Manager*. Keduanya memberikan arahan kerja, supervisi proyek, serta evaluasi rutin atas progres tugas yang penulis jalankan. Selain itu, penulis juga mendapatkan arahan strategis dari Mas Bobby Febriawan, selaku *Managing Director*, serta dukungan dari Mas Ignatius Hendrik, selaku *Strategic Business Director* yang turut terlibat dalam proyek-proyek strategis tertentu.

Sebagai *Account Executive Intern*, kedudukan penulis bersifat operasional sekaligus suportif, yaitu menjalankan fungsi koordinatif antara klien dan tim internal. Penulis ikut serta dalam berbagai rapat seperti brief meeting dan evaluasi konten, membuat *Minutes of Meeting*, serta menyampaikan *To-Do List* harian

yang mencerminkan pembagian tugas dan progres proyek. Alur kerja penulis juga mencakup kegiatan administratif seperti penyusunan *Project Tracker*, pengisian *Scope of Work*, dan dokumentasi hasil kerja ke Google Drive. Seluruh proses ini kemudian dilaporkan secara berkala dalam WIP Weekly Meeting tim internal.

Koordinasi tidak hanya terbatas pada atasan, tetapi juga dilakukan secara intensif dengan tim kreatif internal seperti tim Art & Design (Ditkors, Chika, Hanif), Creative Editor (Sindy, Bagja), dan Social Media Specialist (Nizu, Aliya, Monica), serta Chief Editor (Rere). Koordinasi ini diperlukan terutama ketika menyampaikan feedback dari klien, mengirim file aset produksi, atau memantau proses revisi konten yang akan dipublikasikan.



Gambar 3. 1 Alur Kerja Magang

Sumber: Olahan penulis

Alur kerja magang penulis dapat digambarkan melalui bagan aktivitas yang memperlihatkan urutan proses mulai dari mendapatkan arahan pekerjaan, mengikuti meeting, membuat dan membagikan MoM, menyampaikan feedback, terlibat dalam produksi konten, hingga mengelola file produksi dan melaporkan progres proyek melalui *Project Tracker* dan update mingguan. Bagan ini

menunjukkan bahwa kedudukan AE Intern berada dalam siklus kerja yang aktif dan terus terhubung dengan berbagai divisi internal, sekaligus menjadi penghubung utama informasi dari dan untuk klien.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Pada intinya, selama menjalani proses magang sebagai *Account Executive Intern* di Pranala Social, peran utama yang dijalankan adalah menjadi penghubung komunikasi antara klien dan tim internal perusahaan. Tugas ini mencakup menghadiri *briefing meeting* bersama klien, melakukan riset yang relevan untuk pengembangan strategi, hingga mengelola koordinasi dan komunikasi secara aktif dengan berbagai pihak yang terlibat dalam proyek, seperti tim kreatif, vendor, maupun talent eksternal.

Selama proses kerja magang, penulis tidak hanya berperan pada tahap perencanaan kampanye, namun juga ikut serta secara langsung dalam tahap produksi hingga pelaksanaan konten digital. Lingkup pekerjaan penulis mencerminkan peran menyeluruh dari seorang *Account Executive* dalam dunia agensi kreatif, yaitu sebagai penghubung strategis yang mampu menyampaikan kebutuhan klien ke dalam bentuk eksekusi kreatif yang relevan dan terarah.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama masa magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas yang merupakan bagian dari siklus kerja tim *Account*. Aktivitas tersebut tidak hanya bersifat administratif atau pelengkap, tetapi juga mencakup peran aktif dalam koordinasi, produksi, komunikasi, serta pengembangan strategi konten. Tugas-tugas utama penulis dirangkum sebagai berikut:

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

No	Kategori Pekerjaan	Aktivitas
1	Koordinasi untuk persiapan penjualan	Melakukan koordinasi lintas tim dengan menghadiri meeting klien, briefing vendor, diskusi pra-produksi, evaluasi konten, dan regroup internal sebagai persiapan proyek, proposal kerja sama, atau eksekusi kampanye yang berkaitan dengan aktivitas komersial klien.
2	WIP (Work In Progress)	Pertemuan rutin mingguan yang dilakukan untuk menyampaikan progres ter-update dari proyek yang sedang dikerjakan/ditangani.
3	Melakukan dokumentasi rapat dalam format Agency	Membuat dokumentasi hasil rapat dari setiap meeting dengan format internal agensi.
4	Membantu mengisi Scope of Work	Membantu menyusun dan memperbarui dokumen Scope of Work (SoW) untuk proyek klien.
5	Membantu Proses Produksi dan Konten	Membantu persiapan dan pelaksanaan produksi (photoshoot, shooting video), dokumentasi acara, dan pengambilan footage untuk kampanye konten.
6	Membuat Project Tracker	Bertanggung jawab dalam pengisian dan pembaruan mingguan Project Tracker, yaitu dokumen internal yang berfungsi sebagai alat monitoring status berbagai proyek yang sedang berjalan.
7	Menjadi talent	Berperan sebagai talent dalam pembuatan konten digital untuk proyek internal atau brand klien.
8	Insight Development	Melakukan riset terkait target audiens, kompetitor, tren pasar, hingga analisis performa konten untuk klien (misalnya: ChatGPT vs DeepSeek, dll).
9	External Communication	Melakukan komunikasi dan koordinasi untuk kebutuhan kerjasama
10	Administrasi Keuangan Proyek	Menyusun dan mengajukan cash advance serta membuat settlement form sebagai bentuk pertanggungjawaban dana produksi konten dan logistik acara.
11	File Management	Menyusun dan mengorganisir file hasil produksi ke dalam struktur folder internal (Drive), serta melakukan distribusi ke tim terkait.
12	Event & Aktivitas Tim	Mengikuti kegiatan informal seperti Pranala Day, acara olahraga, diskusi internal dan sesi "Tiba-tiba Sharing" untuk membangun budaya kerja tim.

Tabel 3. 1 Tugas Kerja Magang

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Seorang *Account Executive Intern* di Pranala Social bertanggung jawab terhadap *Account Planning* dan *Project Management* dalam industri creative.

Menurut Moraru (2023), *Account Planning* adalah proses strategis dalam

periklanan yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang konsumen untuk menghasilkan kampanye yang relevan dan membangun hubungan merek yang kuat. Dalam *Account Planning* peserta magang terlibat dalam mengembangkan wawasan merek, menyusun brief, dan mengikuti Rapat WIP mingguan. Di sisi lain, dalam industri kreatif, *Project Management* memainkan peran krusial dalam mengelola berbagai aspek proyek, mulai dari perencanaan hingga eksekusi. Menurut Holzmann dan Mazzini (2020), penerapan manajemen proyek dalam industri kreatif membantu dalam mengkoordinasikan sumber daya dan proses untuk mencapai hasil yang diinginkan. Tugas dan tanggung jawab sebagai *Project Management* juga bertugas dalam membantu dalam persiapan keuangan produksi, melaksanakan peliputan konten, dan mengelola distribusi hasil produksi. Peran ini juga mencakup keterlibatan dalam aktivitas teknis dan logistik dalam eksekusi proyek, meningkatkan kemampuan koordinasi dan adaptasi. Berbagai aktivitas berikut ini menggambarkan bentuk pelaksanaan tugas yang dijalankan selama menjalani magang sebagai *Account Executive Intern* di Pranala Social:

1) Koordinasi untuk persiapan penjualan

Dalam menjalankan peran sebagai *Account Executive Intern*, penulis terlibat aktif dalam proses koordinasi lintas tim yang menjadi bagian penting dari persiapan penjualan jasa agensi kepada klien. Aktivitas ini mencakup kehadiran dalam berbagai rapat strategis seperti meeting dengan klien, briefing dengan vendor, diskusi pra-produksi, evaluasi konten, hingga sesi regroup internal. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memastikan bahwa seluruh elemen yang diperlukan—baik dari sisi strategi, visual, maupun operasional—telah dipersiapkan dengan baik sebelum diajukan kepada klien dalam bentuk proposal atau presentasi penjualan.

Dalam praktiknya, penulis berkontribusi dengan mencatat poin penting hasil diskusi, serta menyampaikan informasi dari klien kepada tim internal

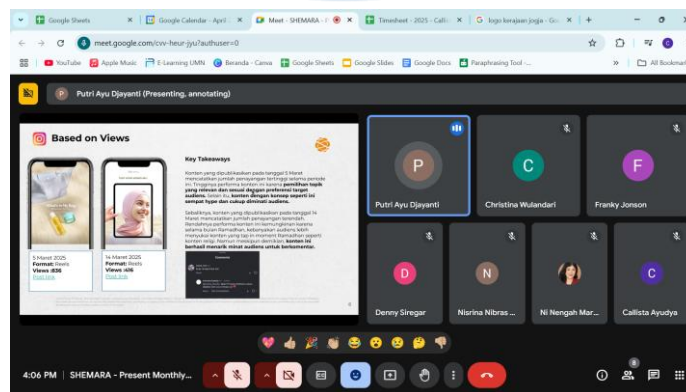
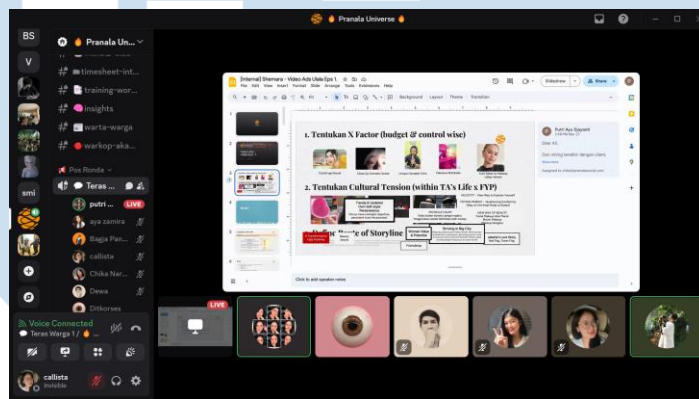
dengan jelas dan tepat waktu. Proses ini juga melibatkan kerja sama erat dengan divisi kreatif, media sosial, dan produksi untuk menyelaraskan eksekusi dengan kebutuhan penjualan klien. Sebagai contoh, penulis ikut serta dalam *meeting pitching brand campaign* untuk *brand* Shemara yang disampaikan langsung oleh klien kepada tim internal agensi. Dalam kegiatan ini, penulis mendampingi *Account Manager* serta tim internal lainnya yang terlibat untuk menerima pemaparan kampanye dari pihak Shemara, termasuk objektif komunikasi, target audiens, pesan utama, dan ekspektasi konten. Penulis bertugas mencatat dengan rinci seluruh kebutuhan klien serta arahan strategis yang disampaikan, lalu menyusunnya dalam bentuk *Minutes of Meeting* (MoM). Dokumen ini digunakan sebagai referensi utama dalam proses pengembangan strategi dan konten oleh tim internal agensi.

Kegiatan ini tidak hanya penting dari sisi koordinasi, tetapi juga secara langsung mencerminkan penerapan teori *Integrated Marketing Communication* (IMC). IMC menekankan pentingnya keselarasan pesan yang dikomunikasikan lintas saluran dan fungsi, serta konsistensi dalam strategi komunikasi merek. Dalam konteks ini, *meeting pitching* menjadi titik awal krusial untuk memastikan bahwa pesan yang dikembangkan agensi nantinya akan sejalan dengan nilai merek dan ekspektasi klien, sekaligus dapat diterjemahkan secara utuh ke dalam bentuk visual dan naratif yang tepat sasaran.

Selain itu, kegiatan ini juga berkaitan dengan penerapan teori STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Penjelasan dari klien tentang target audiens, persona konsumen, dan nilai produk menjadi dasar bagi tim internal untuk menentukan segmen pasar mana yang akan dituju, bagaimana strategi penargetan akan dilakukan, dan bagaimana *brand* Shemara ingin diposisikan di benak konsumen. Penulis belajar bahwa proses pemahaman pasar tidak hanya terjadi dalam ruang analisis, tetapi

juga dibentuk dari interaksi langsung dengan klien sebagai sumber data primer.

Melalui kegiatan ini, penulis tidak hanya mengembangkan keterampilan komunikasi dan dokumentasi, tetapi juga memperkuat pemahaman mengenai peran strategis *Account Executive* dalam menjembatani kebutuhan klien dengan solusi kreatif berbasis teori pemasaran yang terintegrasi dan berorientasi pasar.



Gambar 3. 2 Proses *Pre-Production Meeting* Shemara

2) *Work In Progress* (WIP)

Departemen Account di Pranala Social secara rutin mengadakan pertemuan mingguan yang dikenal sebagai *Work In Progress* (WIP). Tujuan dari WIP meeting ini adalah untuk menyampaikan perkembangan

proyek yang sedang berjalan, mengevaluasi kendala, serta menyelaraskan rencana kerja ke depan antara tim internal dan eksternal. Selama WIP, setiap anggota tim menyampaikan status terkini dari tugas yang ditangani, termasuk informasi dari hasil meeting dengan klien, masukan dari tim kreatif, serta jadwal produksi yang sedang berjalan. Pertemuan ini juga menjadi sarana untuk menyatukan persepsi seluruh anggota tim dan menjaga agar semua pekerjaan berjalan sesuai timeline yang telah ditentukan.

Dalam studi oleh Harkema (2023), praktik kolaboratif "WIP *Collaborative*" menekankan pentingnya struktur rapat yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan proyek, komunitas, dan pemangku kepentingan. Ini menunjukkan bahwa fleksibilitas dalam agenda dan partisipasi sangat penting untuk efektivitas pertemuan. Sebagai intern berperan dalam menyampaikan progres pekerjaan yang berkaitan dengan *Insight*, serta mendokumentasikan jalannya diskusi ke dalam bentuk notulen sebagai arsip dan panduan kerja lanjutan. Pertemuan WIP ini secara konsisten dijalankan untuk memastikan setiap proyek tetap berada di jalur dan dapat dieksekusi secara tepat waktu dan efektif.

3) Melakukan dokumentasi rapat dalam format *Agency*

Sebagai bagian dari peran *Account Executive Intern* di Pranala Social, penulis juga bertanggung jawab dalam mendokumentasikan hasil rapat klien ke dalam format *Minutes of Meeting* (MoM) yang telah distandarkan oleh agensi. Salah satu contoh implementasi nyata dari tugas ini adalah saat mengikuti meeting bersama klien Shemara pada tanggal 26 Maret 2025 dengan agenda "*Brief Creative Development* untuk Program Afiliasi". Dalam sesi ini, penulis berperan aktif mencatat seluruh informasi penting yang disampaikan oleh klien, termasuk materi visual yang dibutuhkan, arahan desain, preferensi format konten, serta langkah selanjutnya dari kedua belah pihak (agensi dan klien).

Format MoM yang digunakan di Pranala Social bersifat terstruktur dan ringkas, dengan mencantumkan elemen-elemen utama seperti: nama klien, agenda, tanggal rapat, peserta yang hadir, poin diskusi berdasarkan topik, update terbaru, serta pembagian tanggung jawab langkah selanjutnya antara pihak agensi (Next Step – PS) dan pihak klien (Next Step – Client). Melalui proses ini, penulis tidak hanya belajar menyusun dokumentasi yang akurat dan profesional, tetapi juga memastikan bahwa seluruh tim internal memiliki rujukan kerja yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Pembuatan MoM menjadi hal krusial dalam koordinasi proyek karena berfungsi sebagai alat kontrol dan pengingat progres, serta menjadi bukti komunikasi formal antara pihak klien dan agensi. Penulis juga bertanggung jawab untuk menyebarkan MoM tersebut kepada tim internal melalui email dan folder proyek di Google Drive agar seluruh pihak mendapatkan informasi secara merata dan tepat waktu. Keterampilan ini memperkuat pemahaman penulis tentang pentingnya dokumentasi dalam manajemen proyek kreatif yang cepat dan dinamis.



M.O.M				
Client	Shemara			
Agenda	Brief Creative Dev. Affiliator Program EXT			
Date	26 Maret 2025			
Present	Pranala: Putri, Chika, Nizu, Sindy, Callista, Aya			
	Client: Wulan			

No	Topic	Update	Next step - PS	Next step - Client
1	KV Shemara GNC	- Logo Shemara, logo GNC, tagline persentase keuntungan - Desain simple dengan premis "glow" dan "grow" - Background outdoor - Menggunakan dua talent (berhijab dan tidak) - Untuk visual konten beberapa poin informasi akan diubah menjadi ikon agar lebih menarik dan mudah dibaca	- Finalize logo design and tagline, concept design draft with "glow" and "grow" premis	- Will be confirm to PS - video content and delivery details - Discuss VO requirements and production timeline - Decide on final format for Reels content
2	Konten Carousel & Video Ads	- Informasi tentang program afiliasi, ketentuan, cara bergabung, dan manfaat. - Desain senada dengan KV, 3 banner/slide - Referensi video dari link yang sudah di share di Deck (terutama yang video) - Preferensi VO not on-screen talent - Airing expect 16 April 2025	- Will be share timeline production & quotation	- Approval quotation after send to tim Shemara from PS

Gambar 3. 3 Tangkapan Layar MoM dari Brand Shemara

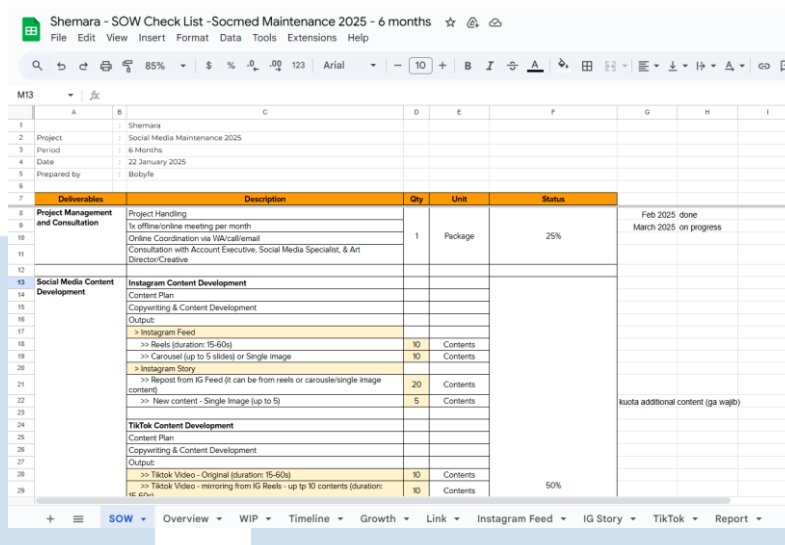
4) Membantu mengisi *Scope of Work (SOW)*

Salah satu tanggung jawab tambahan yang penulis jalani selama masa magang sebagai *Account Executive Intern* di Pranala Social adalah membantu dalam proses penyusunan *Scope of Work (SoW)*. SoW merupakan dokumen penting yang merinci daftar output konten yang akan diproduksi dalam satu periode proyek tertentu. Dokumen ini menjadi acuan bersama antara pihak agensi dan klien untuk memastikan kesesuaian target dan ekspektasi terhadap *deliverables* yang disepakati.

Dalam praktiknya, penulis turut mencatat dan membantu menyusun daftar output seperti jumlah konten, jenis platform publikasi (misalnya Instagram, dan TikTok) serta format postingan seperti IG *Feeds*, *Reels* atau *Carousel*. Pekerjaan ini membutuhkan tingkat ketelitian yang tinggi, karena seluruh rincian yang tercantum dalam SoW nantinya akan digunakan untuk penghitungan progres kerja, pelaporan ke klien, serta penentuan KPI dari masing-masing proyek.

Keterlibatan penulis dalam penyusunan SoW memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya dokumentasi proyek yang presisi dan terstruktur. Selain itu, penulis juga belajar bagaimana menyesuaikan kapasitas produksi tim dengan ekspektasi klien, serta mengembangkan kebiasaan kerja yang *detail-oriented* untuk mendukung kelancaran proyek secara keseluruhan.

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



Deliverables	Description	Qty	Unit	Status
Project Management and Consultation	Project Handling	1	Package	25%
	1x offline/online meeting per month			
	Online Coordination via WA/call/email			
	Consultation with Account Executive, Social Media Specialist, & Art Director/Creative			
Social Media Content Development	Instagram Content Development			
	Content Plan			
	Copywriting & Content Development			
	Output:			
	> Instagram Feed			
	>> Reels (duration: 15-60s)	10	Contents	
	>> Carousel (up to 5 slides) or Single Image	10	Contents	
	> Instagram Story			
	>> Repost from IG Feed (it can be from reels or carousel/single image content)	20	Contents	
	>> New content - Single Image (up to 5)	5	Contents	
	TikTok Content Development			
	Content Plan			
	Copywriting & Content Development			
	Output:			
	>> Tiktok Video - Original (duration: 15-60s)	10	Contents	
	>> Tiktok Video - mirroring from IG Reels - up to 10 contents (duration: 15-60s)	10	Contents	50%

Gambar 3. 4 Pembuatan *Scope of Work*

5) Membantu Proses Produksi

Selain menjadi penghubung antara tim internal dan klien, peran *Account Executive* di Pranala Social juga turut aktif dalam proses produksi konten digital. Selama magang, *Account Executive Intern* berkesempatan untuk mendampingi dan berkontribusi langsung dalam berbagai tahap produksi konten, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan, termasuk dokumentasi serta koordinasi teknis saat produksi berlangsung. Salah satu pengalaman signifikan adalah keterlibatan dalam produksi konten video bersama *Nadine Abigail* dan pelaksanaan live streaming untuk *brand Sleek Baby*.

1. Pre-production

Tahap ini melibatkan persiapan konsep, penyusunan materi pendukung, serta koordinasi tim produksi. Sebelum pelaksanaan video shooting “Svs X Nadine”, penulis ikut serta dalam perencanaan konten bersama tim Svaka Media, mulai dari koordinasi kebutuhan teknis seperti kamera dan lokasi, hingga penyusunan *deck* presentasi dan *call sheet*.

Proses ini juga mencakup penjadwalan waktu produksi dan memastikan kesiapan semua pihak, termasuk talent dan peralatan yang akan digunakan. Dalam proyek *IG Live Sleek Baby*, penulis ikut menyusun materi presentasi untuk klien, mencatat hasil rapat (MoM), dan menyiapkan kebutuhan properti untuk live streaming.

2. Production

Pada tahap ini, penulis membantu secara langsung saat pelaksanaan shooting video *Voxpop Nadine Abigail*, termasuk memastikan kelancaran pengambilan gambar di lokasi, membantu koordinasi kru produksi, serta mendukung kebutuhan teknis selama proses berlangsung. Dalam pelaksanaan *IG Live Sleek Baby*, penulis juga terlibat dalam pengaturan set, memeriksa kesiapan alat, serta menjadi moderator yang membantu menyampaikan informasi penting dari tim ke host selama siaran langsung. Proses ini menuntut ketelitian tinggi dan komunikasi yang cepat agar semua aspek berjalan sesuai rencana.

3. Postproduction

Setelah proses produksi selesai, penulis membantu dalam pengelolaan file hasil shooting dan dokumentasi acara. Kegiatan ini termasuk memindahkan file ke sistem penyimpanan internal (Google Drive), mengorganisir materi untuk diedit atau diunggah, serta mengisi *settlement form* sebagai pertanggungjawaban penggunaan dana produksi. Dalam beberapa kasus, penulis juga membantu proses *upload* konten ke media sosial dan menyusun laporan dokumentasi untuk kebutuhan klien.

Seluruh proses produksi yang penulis jalani selama magang di Pranala Social mencerminkan prinsip yang diungkapkan oleh Akinrosoye et al (2022), yaitu bahwa agensi periklanan memainkan peran krusial dalam inisiasi, produksi, dan penyebaran pesan iklan. Efektivitas kampanye sangat dipengaruhi oleh bagaimana agensi menangani proses

produksi, mulai dari penyusunan pesan hingga eksekusi media. Peran aktif *Account Executive Intern* dalam setiap tahap produksi menjadi bagian penting dalam berjalannya proses dan memastikan kesesuaian dengan objektif yang telah ditetapkan oleh klien.



Gambar 3. 5 Dokumentasi saat kegiatan shooting video Bersama Nadine Abigail dan sesi *Live Streaming brand Sleek baby*

6) Membuat *Project Tracker*

Sebagai bagian dari peran dalam *project management*, penulis juga bertugas untuk mengisi dan memperbarui *Project Tracker* secara rutin setiap minggu. *Project Tracker* merupakan salah satu alat monitoring kerja internal untuk mencatat dan melacak progres dari berbagai proyek yang sedang berjalan. Fungsi utamanya adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai status setiap proyek dan akan di *update* dalam *WIP (Work in Progress) Weekly Meeting* ke tim internal.

Dalam praktiknya, penuli mencatat setiap proyek aktif, status terkini dari masing-masing output (ide, revisi, produksi, atau sudah tayang), serta

detail waktu publikasi dan tanggung jawab tim terkait. Informasi ini kemudian penulis susun ke dalam format tracker internal yang telah disepakati tim, sehingga saat sesi WIP mingguan, seluruh anggota tim bisa mendapatkan update yang jelas, ringkas, dan *real-time* terhadap progres kerja.

Tugas ini menuntut penulis untuk bekerja dengan disiplin, teliti, dan komunikatif, karena semua data yang tercantum akan digunakan untuk dasar pengambilan keputusan internal dan pembagian beban kerja selanjutnya. Melalui pengalaman ini, penulis belajar tentang pentingnya dokumentasi proyek yang terorganisir, serta bagaimana peran seorang *Account Executive* juga mencakup aspek koordinasi dan pelaporan internal yang sistematis.

Task	Status	Assignee	Due Date
1. Svaka x JKY Good Guide			
- Contact PIC	DONE	Max Han	
- First meeting	DONE	Callista	10/3/2025
- and meeting	DONE	Max Han	
- Meeting di hari senin 11 maret 2025	DONE	Callista	
- Create initiative program (sharing)	On Development	Rene and Hendrik	22/3/2025
- Emailing proposal program			
- Create content prototype			
2. Gara-Gara Mangle			
- First meeting	DONE	Callista	
3. Make Up Content x Nini			
- Collab Meeting	DONE		
- desk pre production	DONE		
- Shooting Production	DONE		
- Uploaded Content	DONE		
4. VARST EVENT			
- Pitch Deck	On Development	Rene	Januar, 11 April 2025
5. Podcast Production Plan			
- Referensi Ide Koneksi	DONE	Callista, Hanif, mas Raga	
- Set up	DONE	Callista, Hanif, mas Raga	
6. Art Jakarta Garden			
- Cash Advance	DONE	Callista	
- Tickets	DONE	Callista	
- Settlement Form	DONE	Callista	
7. Directory Content			
- Cash Advance	DONE	Callista	
- Liputan	DONE	Callista, Hanif, mas Raga	

Gambar 3. 6 Dokumentasi *Project Tracker*

7) Menjadi Talent

Selain berperan dalam perencanaan dan produksi konten, *Account Executive Intern* di Pranala Social juga turut dilibatkan sebagai talent dalam pembuatan berbagai konten digital. Kegiatan ini merupakan bagian dari kolaborasi tim yang fleksibel, di mana setiap individu dapat berkontribusi dalam berbagai peran untuk mendukung efektivitas dan efisiensi produksi konten.

Salah satu pengalaman sebagai talent adalah keterlibatan dalam pembuatan konten sosial media untuk *project* internal Svaka Studio. Dalam kegiatan ini, penulis menjadi *talent* yang tampil dalam konten *carousel* yang di-post di kanal internal sebagai bagian dari kampanye komunikasi *visual* dan promosi unit studio. Peran ini mencakup pengambilan gambar, membawakan narasi ringan, serta memberikan ekspresi *visual* yang sesuai dengan arah kreatif dari tim art.



Gambar 3. 7 Menjadi talent dalam sesi pemotretan di Svaka Studio

Selain itu, penulis juga berperan sebagai talent untuk konten digital dari *brand* klien *Semen Merah Putih*. Keterlibatan penulis yaitu diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan terkait "rumah impian" dalam format wawancara singkat ala voxpop. Output dari kegiatan ini berupa konten *Instagram Reels* yang digunakan sebagai bagian dari aktivasi digital *brand* di media sosial.



Gambar 3. 8 Tangkapan layar saat menjadi talent dalam konten video kampanye digital *brand* Semen Merah putih

Pengalaman lainnya adalah saat diwawancarai sebagai talent dalam konten Hari Kartini yang dibuat oleh Svaka Media, unit media digital internal. Dalam kesempatan ini, penulis membagikan pandangan pribadi seputar makna emansipasi perempuan di masa kini, yang direkam dan dipublikasikan sebagai bagian dari kampanye Hari Kartini di platform sosial media. Konten ini tidak hanya bertujuan untuk memperingati Hari Kartini, tetapi juga membangun citra positif serta nilai-nilai progresif dalam internal tim dan komunitas digital yang dimiliki Svaka Media.

Keterlibatan sebagai talent ini memberikan pengalaman baru dan menambah wawasan penulis tentang proses produksi dari sisi performatif, serta menumbuhkan kepercayaan diri dalam menghadapi kamera dan menyampaikan pesan secara komunikatif.



Gambar 3. 9 Dokumentasi saat menjadi pembicara dalam konten video bertema “Menjadi Perempuan” untuk Svaka Media

8) *Insight Development*

Selama menjalani magang sebagai *Account Executive Intern* di Pranala Social, penulis turut diberi tanggung jawab dalam mengembangkan *Insight* dari berbagai topik strategis sebagai bagian dari upaya memperluas wawasan internal serta mendukung *target performance* individu. Tugas *Insight development* ini juga menjadi dasar dalam sesi berbagi pengetahuan atau *sharing session* kepada tim internal, sehingga dapat mendorong diskusi yang produktif serta mendukung pengambilan keputusan kreatif maupun strategis di level tim.

Beberapa topik *Insight* yang penulis kembangkan di antaranya adalah analisis *brand Shemara*, sebuah *brand* lokal di industri *skincare*. Dalam proyek ini, penulis menyusun tinjauan mendalam terkait *positioning brand*, persepsi pasar, serta peluang diferensiasi *visual* dan strategi konten di platform digital seperti Shopee dan TikTok. Selain itu, penulis juga menyusun riset mengenai industri *skincare* secara global untuk memahami tren pasar, inovasi produk, serta strategi pemasaran yang digunakan oleh *brand-brand* besar internasional dalam menarik konsumen.

Topik lain yang penulis kerjakan adalah analisis film animasi berjudul *Jumbo*, yang penulis jadikan sebagai studi kasus dalam memahami *storytelling* dan *emotional branding* dalam konteks kampanye sosial dan *visual media*. *Insight* ini dikembangkan sebagai bentuk eksplorasi kreatif terhadap konten non-komersial dan bagaimana pendekatan naratif dapat memengaruhi persepsi audiens. Penulis juga menyusun *Insight* terkait *influencer marketing*, yang membahas peran dan efektivitas *Key Opinion Leader* (KOL) dalam mendukung kampanye *brand*, termasuk studi mikro dan makro *influencer*, serta dampaknya terhadap *consumer trust* dan *conversion rate*. *Insight* ini dipresentasikan dalam sesi internal untuk menambah referensi bagi tim saat merancang kolaborasi dengan talent atau *content creator*.

Salah satu riset yang juga menarik adalah analisis perbandingan teknologi AI antara *ChatGPT* dan *DeepSeek*, di mana penulis dan teman *Intern* lainnya mempelajari keunggulan, kelemahan, dan potensi pemanfaatan masing-masing teknologi dalam konteks produktivitas kerja dan pengembangan konten berbasis kecerdasan buatan. *Insight* ini dipresentasikan dalam sesi “Tiba-tiba Sharing” sebagai bentuk kontribusi penulis dalam mendorong diskusi lintas bidang dan mendorong literasi teknologi di lingkungan kerja.

Hasil perbandingan antara ChatGPT dan DeepSeek menunjukkan bahwa keduanya memiliki keunggulan masing-masing yang saling melengkapi. ChatGPT lebih unggul dalam pemahaman konteks, percakapan alami, dan cocok digunakan untuk kebutuhan kreatif seperti penulisan, *brainstorming*, dan edukasi. Sementara itu, DeepSeek menonjol dalam tugas-tugas teknis seperti matematika dan analisis data dengan akurasi tinggi, serta menawarkan sistem *open-source* yang dapat dikustomisasi. Dari sisi pendekatan, ChatGPT cenderung faktual dan analitis, sedangkan DeepSeek lebih diplomatis dan netral, terutama dalam isu sensitif. Oleh karena itu, pemilihan antara keduanya tergantung pada kebutuhan pengguna: apakah untuk interaksi yang fleksibel atau untuk riset dan pemrosesan data yang kompleks.

Seluruh aktivitas *Insight development* ini tidak hanya meningkatkan kapasitas analitis penulis, namun juga melatih kemampuan komunikasi strategis dan pemetaan tren yang relevan bagi kebutuhan klien maupun pengembangan internal tim.



Gambar 3. 10 Dokumentasi Deck terkait *Insight* yang Pernah dikerjakan

9) *External Communication*

Sebagai *Account Executive Intern* di Pranala Social, penulis juga menjalankan peran penting dalam komunikasi eksternal. Peran ini mencakup aktivitas menghubungi pihak-pihak eksternal yang menjadi bagian dari ekosistem proyek, seperti vendor, talent, maupun mitra kolaborasi. Tugas ini dilakukan untuk memastikan kelancaran koordinasi antar pihak dan memperlancar kebutuhan produksi atau perencanaan proyek.

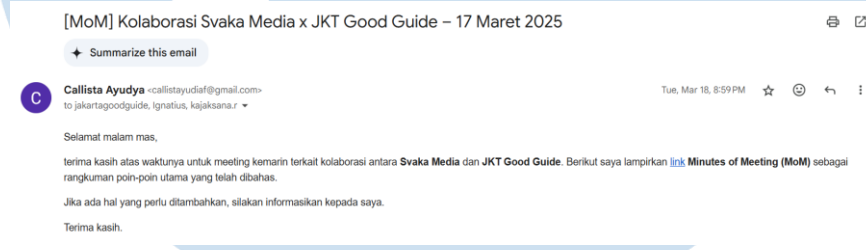
Salah satu tugas komunikasi eksternal yang penulis lakukan adalah menghubungi PIC Teater Salihara sebagai bagian dari keperluan konfirmasi untuk kegiatan peliputan konten Svaka Media. Komunikasi dilakukan untuk mendapatkan izin interview dengan narasumber (sutradara) serta mengkonfirmasi untuk kehadiran dari tim Svaka Media yaitu berjumlah 2 orang. Selain itu, penulis juga berkomunikasi langsung dengan freelance 3D artist untuk keperluan proyek *visual brand Shemara*. Tugas penulis mencakup untuk follow-up hasil pekerjaan, serta membantu proses administrasi seperti SPK dan BAST.

Penulis juga pernah menghubungi manajer Nadine Abigail guna membantu memastikan kehadiran talent ke kantor Pranala Social dalam rangka kegiatan shooting untuk konten Svaka Studio “Svs X Nadine”. Komunikasi ini mencakup penyampaian *rundown*, detail lokasi, dan konfirmasi kehadiran agar proses produksi berjalan lancar dan sesuai dengan jadwal.

Selain itu, penulis juga berperan aktif dalam mengelola tindak lanjut hasil pertemuan eksternal. Salah satu contohnya adalah ketika penulis mengikuti langsung meeting dengan PIC JKT Good Guide untuk membahas rencana kerja sama konten bersama Svaka Media. Setelah pertemuan tersebut, penulis menyusun dan mengirimkan *Minutes of Meeting (MoM)* melalui email sebagai dokumentasi formal dan referensi

bersama mengenai poin-poin kerja sama dan konten apa saja yang akan diproduksi.

Tugas ini mengasah kemampuan penulis dalam menyusun pesan yang efektif, menjaga etika komunikasi, serta memastikan informasi tersampaikan dengan jelas dan tepat waktu. Keterlibatan dalam komunikasi eksternal ini merupakan bagian krusial dari peran *Account Executive*, di mana ketepatan informasi, kejelasan pesan, dan kemampuan menjaga hubungan profesional menjadi kunci keberhasilan dalam menjalankan proyek komunikasi dan produksi konten lintas pihak.



Gambar 3. 11 Tangkapan Layar Email ke JKT Good Guide Perihal MoM

10) Administrasi Keuangan Proyek

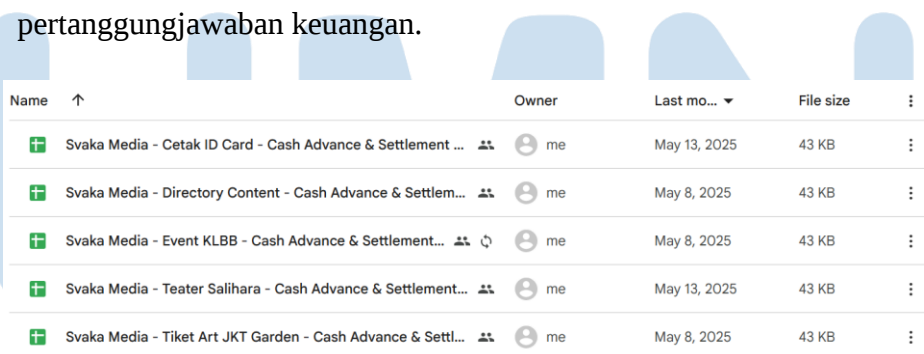
Dalam peran penulis sebagai *Account Executive Intern* di Pranala Social, penulis juga diberi tanggung jawab dalam pengelolaan administrasi keuangan proyek, khususnya untuk mendukung kebutuhan operasional selama pelaksanaan kegiatan produksi konten dan peliputan acara. Tugas ini mencakup penyusunan dan pengajuan *Cash Advance* (CA) serta pembuatan *Settlement Form* sebagai bentuk pertanggungjawaban penggunaan dana yang telah disetujui.

Cash Advance diajukan untuk mendukung berbagai aktivitas lapangan yang berkaitan langsung dengan keperluan produksi dan logistik. Beberapa contoh pengajuan dana yang penulis kelola meliputi pembelian

tiket untuk keperluan peliputan di acara konser KLBB Festival (KapanLagi Buka Bareng), liputan Art Jakarta Garden, serta liputan Teater Salihara. Selain itu, dana juga digunakan untuk mendukung produksi konten internal seperti konten Directory Svaka Media, serta menutupi biaya transportasi tim, dan biaya cetak ID Card sebagai perlengkapan liputan.

Setiap pengajuan dana dilakukan dengan menyusun *formulir Cash Advance* yang memuat rincian kebutuhan, estimasi biaya, dan tanggal penggunaan. Setelah kegiatan selesai, penulis juga bertanggung jawab untuk menyusun *settlement form* yang mencakup bukti transaksi (nota, struk, tiket, dsb.), laporan pengeluaran aktual, serta sisa dana jika ada, kemudian menyerahkannya ke bagian finance untuk proses pencatatan dan verifikasi melalui email.

Melalui proses ini, penulis belajar untuk bekerja secara rapi, teliti, dan akuntabel dalam mengelola dana perusahaan. Selain itu, keterlibatan dalam administrasi keuangan ini membantu penulis memahami proses alur pengeluaran di lingkungan profesional dan bagaimana pentingnya transparansi serta akuntabilitas dalam setiap pengajuan dan pertanggungjawaban keuangan.



Name	Owner	Last mo...	File size
Svaka Media - Cetak ID Card - Cash Advance & Settlement ...	me	May 13, 2025	43 KB
Svaka Media - Directory Content - Cash Advance & Settlement...	me	May 8, 2025	43 KB
Svaka Media - Event KLBB - Cash Advance & Settlement...	me	May 8, 2025	43 KB
Svaka Media - Teater Salihara - Cash Advance & Settlement...	me	May 13, 2025	43 KB
Svaka Media - Tiket Art JKT Garden - Cash Advance & Settl...	me	May 8, 2025	43 KB

Gambar 3. 12 Tangkapan Layar File *Cash advance & Settlement Form*

11) *File Management*

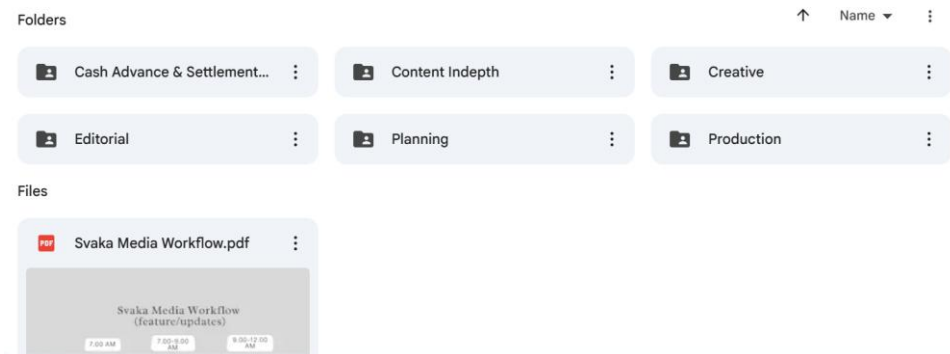
Dalam menjalankan tugas sebagai *Account Executive Intern* di Pranala Social, penulis juga bertanggung jawab dalam pengelolaan file dan aset digital proyek. Tugas ini dikategorikan sebagai bagian dari proses *File Management*, yang berperan penting dalam menjaga keteraturan dokumen, efisiensi alur kerja, serta kemudahan akses file oleh seluruh anggota tim yang terlibat dalam proyek.

Kegiatan *file management* yang penulis lakukan mencakup penyusunan dan pengorganisasian file hasil produksi, baik berupa dokumen, gambar, video, maupun deck presentasi, ke dalam struktur folder internal yang telah ditetapkan di Google Drive. Setiap proyek memiliki struktur pengarsipan yang sistematis berdasarkan jenis aset, serta kronologi pekerjaan, sehingga memudahkan pencarian kembali jika dibutuhkan di kemudian hari.

Selain itu, penulis juga bertugas menyiapkan file internal untuk keperluan distribusi aset seperti hasil *shooting*, dan *footage* ke tim internal seperti tim kreatif. Dalam pelaksanaannya, penulis memastikan file yang dibagikan telah lengkap, final, dan tersimpan dalam format yang sesuai.

Contoh implementasi tugas ini adalah ketika penulis memindahkan file hasil shooting *Konten Voxpop Hari Kartini*, video *Svs X Nadine*, hingga hasil dokumentasi kegiatan liputan seperti *Art Jakarta Garden* dan *Teater Salihara* ke folder khusus yang terorganisir di Google Drive Svaka Media. Setelah file berhasil diunggah, penulis juga mendistribusikan tautan aksesnya ke tim yang relevan melalui email atau grup kerja agar proses post-production maupun publikasi konten dapat segera dilakukan.

Tugas file management ini melatih penulis untuk bekerja secara teliti, rapi, dan disiplin dalam manajemen data digital, sekaligus membantu menjaga kelancaran alur komunikasi dan koordinasi antartim di dalam proyek.



Gambar 3. 13 Tangkapan Layar File Internal Svaka Media

12) Event & Aktivitas Tim

Selain terlibat dalam proyek profesional, penulis juga mengikuti berbagai kegiatan informal selama masa magang di Pranala Social. Kegiatan ini merupakan bagian dari upaya perusahaan dalam membangun budaya kerja tim yang positif, mendukung komunikasi lintas divisi, serta mempererat hubungan antar anggota tim melalui interaksi yang lebih santai namun bermakna.

Salah satu kegiatan yang penulis ikuti adalah Pranala Day, yaitu agenda internal yang diisi dengan kegiatan non-formal seperti *walking tour*, sesi diskusi ringan, maupun *Pranala ber-social* yaitu aktivitas mengunjungi sekolah kolong jembatan di Jakarta. Dalam salah satu edisinya, penulis berpartisipasi dalam *Walking Tour Pecinan* bersama *JKT Good Guide*, di mana penulis juga membantu mengambil footage untuk keperluan konten media sosial. Kegiatan ini tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga memperkaya wawasan budaya dan mempererat kolaborasi lintas divisi.

Penulis juga berpartisipasi dalam aktivitas olahraga termasuk sesi *running* bareng di area GBK, yang menjadi sarana refreshing sekaligus memperkuat keakraban dengan rekan-rekan magang dan tim internal lainnya.

Keterlibatan dalam berbagai kegiatan ini memberikan penulis pengalaman yang lebih menyeluruh terhadap dinamika kerja di lingkungan agensi kreatif, serta memperkuat nilai kebersamaan dan budaya kerja yang kolaboratif di Pranala Social.



Gambar 3. 14 Dokumentasi Aktivitas *Pranala Day*

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses pelaksanaan kerja magang di Pranala Social, terdapat beberapa kendala yang penulis alami baik dalam hal komunikasi eksternal, penyampaian informasi internal, hingga koordinasi antar divisi. Kendala-kendala ini menjadi bagian dari proses pembelajaran dan adaptasi dalam lingkungan kerja profesional yang dinamis. Berikut adalah beberapa kendala yang penulis hadapi:

1. Kendala komunikasi dengan pihak eksternal

Salah satu tantangan utama yang penulis hadapi adalah saat melakukan komunikasi dengan klien, seperti vendor atau PIC eksternal. Dalam beberapa kasus, penulis mengalami respon yang lambat (*low response*), bahkan tidak mendapatkan jawaban setelah beberapa kali mengirim pesan. Hal ini menyulitkan proses konfirmasi dan menghambat kelancaran jadwal atau kebutuhan produksi. Untuk mengatasinya, penulis harus melakukan follow up secara berkala agar komunikasi tetap berjalan dan memastikan informasi diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan.

2. Kendala dalam menyampaikan feedback klien ke tim interna

Kendala lain yang penulis alami adalah ketika harus menyampaikan masukan dari klien—baik mengenai topik konten, elemen *visual*, maupun *copywriting*—ke dalam deck internal untuk ditindaklanjuti oleh tim kreatif dan tim sosmed. Dalam beberapa situasi, terjadi keliruan dalam penyampaian kalimat atau penjabaran feedback, sehingga tim internal mengalami kesulitan dalam memahami konteks atau maksud revisi yang diinginkan klien. Hal ini berisiko menyebabkan hasil revisi tidak sesuai

ekspektasi dan harus melalui koreksi ulang, yang memakan waktu produksi lebih lama.

Dalam konteks ini, teori yang sangat relevan dari mata kuliah Manajemen Pemasaran adalah Integrated Marketing Communication (IMC), di mana konsistensi pesan lintas tim dan kanal komunikasi sangat penting. IMC menekankan perlunya komunikasi yang terkoordinasi dan terpadu agar pesan yang diterima audiens tetap selaras dengan strategi merek. Sebagai AE, penulis berperan sebagai penghubung antar fungsi—dan kegagalan dalam menyampaikan pesan dengan akurat menunjukkan pentingnya penerapan prinsip IMC dalam komunikasi lintas departemen.

3. *Miss Communication* antar tim dalam pengelolaan aset konten

Penulis juga pernah mengalami miss komunikasi terkait pengelolaan aset konten dengan salah satu tim media sosial dari proyek internal, yaitu Svaka Media. Kesalahan ini lebih disebabkan oleh kurangnya koordinasi dan inisiatif dari pihak penulis sendiri dalam memindahkan hasil footage yang telah diambil ke folder file internal. Sebagai *Account Executive Intern*, seharusnya penulis lebih peka dan proaktif untuk langsung menyimpan file hasil produksi ke struktur folder internal agar dapat segera diakses oleh tim lain.

Karena penulis lupa memindahkan file tersebut ke drive, tim akhirnya mengerjakan editing konten menggunakan aset yang salah, yang ternyata belum diperbarui dengan footage yang benar.

Akibatnya, konten yang telah diedit harus diulang dari awal, yang menyebabkan keterlambatan dalam proses produksi.

Situasi ini menjadi pelajaran penting bagi penulis tentang pentingnya ketelitian, inisiatif, dan koordinasi antartim sebagai seorang *Account Executive* serta dalam setiap tahapan kerja. Dokumentasi file yang rapi dan tepat waktu bukan hanya mendukung efisiensi kerja, tetapi juga mencegah terjadinya kesalahan yang bisa berdampak pada timeline proyek secara keseluruhan.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi berbagai kendala selama pelaksanaan kerja magang di Pranala Social, penulis berupaya untuk mencari solusi yang efektif agar proses kerja tetap berjalan dengan baik serta dapat dijadikan sebagai pembelajaran untuk meningkatkan kualitas kinerja ke depannya. Dalam proses mencari solusi, penulis juga melakukan konsultasi langsung dengan atasan, yaitu Kak Putri selaku Account Manager, Mas Bobby selaku COO, dan juga Bu Lira selaku dosen pembimbing untuk mendapatkan arahan dan masukan yang relevan terhadap permasalahan yang penulis hadapi. Bimbingan dari ketiganya sangat membantu penulis dalam mengevaluasi cara kerja dan menyusun langkah perbaikan yang lebih strategis dan efisien. Berikut adalah beberapa solusi yang penulis terapkan terhadap kendala-kendala yang ditemukan:

1. Solusi untuk kendala komunikasi eksternal (*low response*)

Untuk mengatasi permasalahan saat menghubungi klien atau PIC eksternal yang merespons dengan lambat, penulis mulai

menerapkan sistem follow-up berkala yang terjadwal, baik melalui email maupun pesan langsung. Penulis juga mencatat setiap komunikasi dalam *Project Tracker* untuk memantau progress dan memastikan tidak ada pesan yang terlewat. Selain itu, penulis belajar untuk merancang pesan yang lebih jelas, *detail*, dan *to the point*, agar lebih mudah dipahami dan meningkatkan kemungkinan respons yang cepat dari pihak eksternal.

2. Solusi untuk kendala penyampaian *feedback* klien ke tim internal

Solusi yang penulis terapkan untuk mengatasi kendala miskomunikasi dengan tim internal mengacu pada pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM), yang dalam konteks agensi tidak hanya relevan untuk membangun hubungan dengan klien eksternal, tetapi juga penting dalam menciptakan *internal relationship* yang sehat dan produktif. Dengan semangat kolaboratif dalam CRM, penulis mulai membangun komunikasi yang lebih terbuka dan interaktif dengan tim kreatif, termasuk menyelenggarakan sesi klarifikasi pasca-*feedback* serta menyusun *feedback matrix* yang lebih *visual* dan sistematis. Format ini membagi masukan dari klien ke dalam kategori yang lebih spesifik—seperti *visual*, *copywriting*, hingga *tone of voice*—sehingga lebih mudah dipahami dan ditindaklanjuti.

3. Solusi untuk kendala koordinasi aset konten (*Miss Communication*)

Setelah mengalami kesalahan akibat keterlambatan pemindahan hasil footage ke file internal, penulis mulai menerapkan kebiasaan langsung mengunggah file hasil produksi ke folder internal setelah kegiatan selesai, disertai penamaan file dan

struktur folder yang rapi. Selain itu, penulis melakukan konfirmasi ulang ke tim art setiap kali aset sudah siap digunakan. Untuk menghindari kendala serupa, penulis juga mulai membuat checklist pribadi terkait tugas pengelolaan file agar setiap langkah tidak terlewat.

Dengan menerapkan solusi-solusi ini, penulis tidak hanya dapat memperbaiki kesalahan yang telah terjadi, tetapi juga mengembangkan kebiasaan kerja yang lebih disiplin, komunikatif, dan proaktif, sesuai dengan tuntutan dunia kerja profesional.

