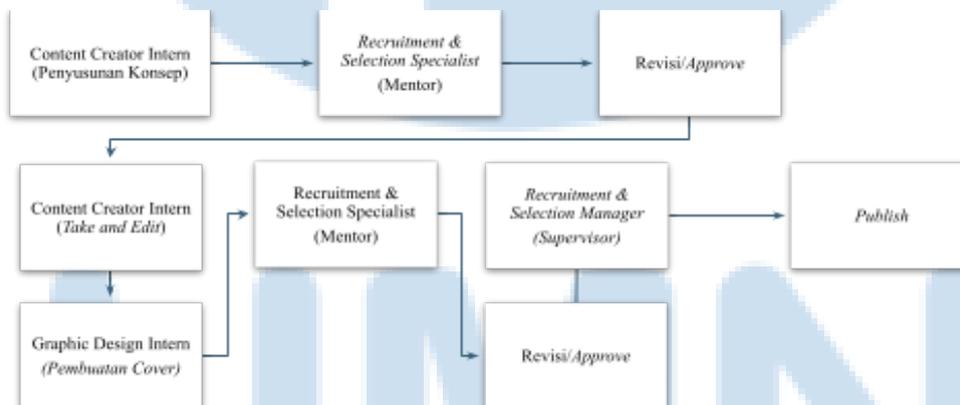


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama melakukan kerja magang, penulis sebagai *Content Creator Intern* berada di bawah pimpinan Gusti I. Mahardika *Recruitment & Assessment Specialist* dan Raja Pamungkas Batara Gulton sebagai *Recruitment & Selection Manager*. Berkaitan dengan hal tersebut, penulis memiliki tugas utama untuk membuat konten visual yang menarik dan engaging dengan salah satunya pendekatan *employer branding* serta mengurus media sosial (Instagram, TikTok, YouTube, dan LinkedIn) pada akun @alfakarir.official. Dalam mempersiapkan konten media sosial, dimulai dari perencanaan hingga publikasi yang dilakukan melalui Instagram @alfakarir.official, TikTok @alfakarir.official, LinkedIn PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart), serta YouTube @alfakarirofficial.



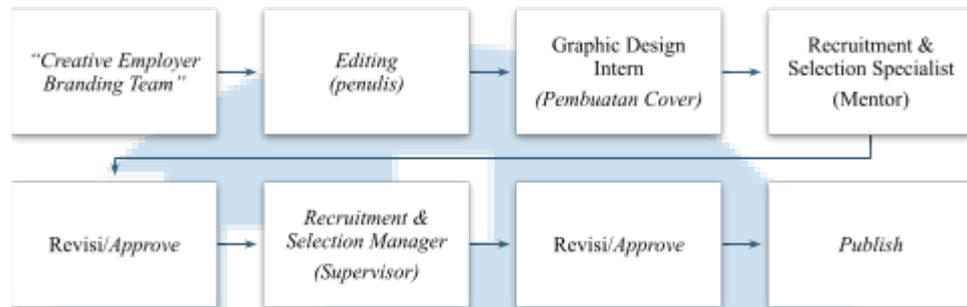
Gambar 3.1 Alur Publikasi Konten Media Sosial

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Pada Penyusunan hingga publikasi konten media sosial, penulis memulai proses dengan *brainstorming* konsep dengan mencari dan menganalisis konten terkini yang nantinya penulis tentukan hasil akhirnya dalam bentuk foto maupun video. Setelah menetapkan landasan dari isi konten dan visual yang mendukung, penulis memberikan *brief* konsep tersebut kepada Mentor yang nantinya akan merevisi atau memperbolehkan untuk melanjutkan ke tahap produksi konten. Setelah produksi konten, penulis menyiapkan *Copywriting* yang menyesuaikan

dengan isi dari konten tersebut dengan jelas dan baik menggunakan bahasa Indonesia atau panggilan tertentu kepada audiens seperti “sobat alfa”. Pada kondisi tertentu, penulis menggunakan ChatGPT sebagai alat bantu brainstorming. Penulis sudah memiliki konten dengan *Copywriting* dan adanya bantuan pembuatan cover yang dilakukan oleh *Graphic Designer Intern*, akan tetapi tetap harus melewati proses revisi ataupun approve oleh mentor yang nantinya akan di-deliver kepada Supervisi yakni *Recruitment & Selection Manager*. Pada beberapa kondisi penulis juga mendapatkan konsep, visual gambar, dan animasi yang sesuai dengan bantuan dari *Social media specialist Intern* (Konsep Video) *Content Creator Intern* (Visual gambar), dan *Graphic Designer Intern* (Visual gambar dan animasi), namun tidak menutup kemungkinan penulis juga turut menyampaikan konsep, visual, ataupun animasi. Konten yang sudah melalui proses persetujuan, konten akan dipublikasikan baik secara langsung ataupun pada kondisi tertentu konten tersebut dijadwalkan akan tayang pada waktu yang ditentukan.

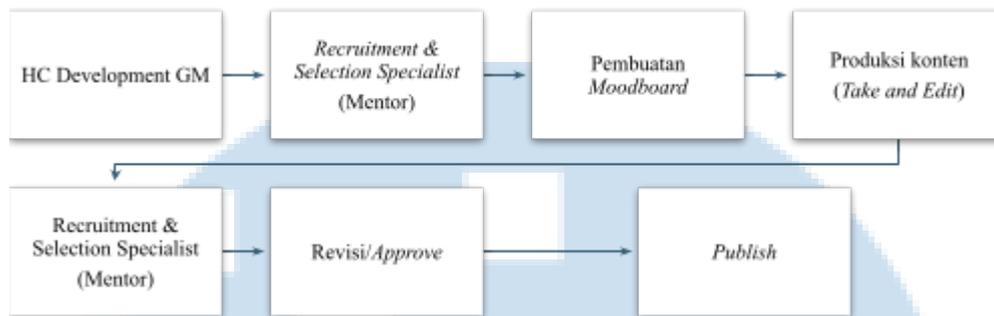
Pada awal masa magang, penulis hanya difokuskan untuk menangani platform YouTube @alfakarir.official, terutama dalam hal *editing* konten video. Namun, seiring berjalannya waktu, dalam kondisi tertentu ketika tidak terdapat konten untuk YouTube, penulis secara inisiatif sekaligus atas penugasan dari tim, turut membantu proses pembuatan konten di platform lainnya bersama rekan *Content Creator Intern* dan *Social Media Specialist*. Bantuan tersebut mencakup proses pengambilan gambar (*shooting*), penyusunan ide konten, hingga aspek editorial seperti pengeditan video. Dalam proses tersebut, penulis selalu bekerja kolaboratif dengan *Graphic Designer Intern* untuk pembuatan *thumbnail* guna mendukung tampilan konten yang lebih *eye catchy* dan sesuai dengan identitas brand. Secara keseluruhan, penulis memberikan nama tim ini sendiri dengan sebutan “*Creative Employer Branding Team*” agar dapat membedakan fokus pembagian penugasan utama dengan tim rekrutmen.



Gambar 3.2 Alur Kolaborasi *Creative Employer Branding Team*
 Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Proses publikasi konten media sosial @alfakarir.official dilakukan oleh tim yang penulis sebut sebagai “*Creative Employer Branding Team*”, terdiri dari *Content Creator Intern*, *Social Media Specialist*, dan *Graphic Designer Intern*. Konten dimulai dari proses *editing* oleh penulis karena sebelumnya sudah dikonsepsikan dan di produksi, dilanjutkan dengan pembuatan *thumbnail* oleh *Graphic Designer Intern*. Hasilnya kemudian di review oleh *Recruitment & Selection Specialist* (mentor) untuk koreksi awal, lalu diteruskan ke *Recruitment & Selection Manager* (supervisor) untuk persetujuan akhir. Setelah mendapat approve, konten dipublikasikan di media sosial sebagai bagian akhir dari salah satu strategi *employer branding* perusahaan.

Penulis turut terlibat dalam berbagai kegiatan internal yang diselenggarakan oleh tim *Human Capital*, salah satunya adalah program *Employee Engagement*. Dalam kegiatan tersebut, penulis dipercaya menjadi bagian dari tim dokumentasi, baik dalam bentuk video maupun foto, yang hasilnya digunakan sebagai arsip internal perusahaan serta bahan konten untuk media sosial @alfakarir.official. Dalam pelaksanaannya, penulis diberikan keleluasaan untuk mengeksplorasi konsep dokumentasi yang sesuai dengan karakter perusahaan dan diminati oleh audiens. Hal ini didasari oleh latar belakang penulis yang memiliki pengalaman sebagai video editor, sehingga dinilai kompeten untuk mengelola dokumentasi kegiatan *Employee Engagement* secara mandiri dan kreatif.



Gambar 3.3 Alur Publikasi Dokumentasi Employee Engagement
Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Dalam mendokumentasikan kegiatan *Employee Engagement*, penulis mengikuti alur kerja mulai dari menerima arahan Ibu Yoan Noviana (*HC Development GM*) pada situasi tertentu atau Bapak Gusti I. Mahardika (*Recruitment & Selection Specialist*), termasuk arahan untuk membuat *moodboard* bila diperlukan. Selanjutnya, penulis melakukan pengambilan gambar sesuai konsep, lalu mengkurasi *footage* untuk proses *editing*. Setelah di edit, video diserahkan kepada Mentor untuk ditinjau. Meski utamanya untuk arsip internal, penulis juga mengusulkan agar konten ini diunggah ke media sosial @alfakarir.official guna memperkuat *employer branding* perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk pada bagian *Content Creator Intern*, yang berada di bawah naungan Departemen Recruitment & Assessment dengan fokus pada strategi employer branding. Selama masa magang, penulis bertugas memproduksi konten visual untuk kebutuhan komunikasi perusahaan di media sosial @alfakarir.official, baik untuk platform Instagram, TikTok, YouTube, dan LinkedIn. Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat langsung dalam proses kreatif mulai dari penyusunan konsep konten, pengambilan gambar, proses *editing*, hingga penulisan *copywriting* untuk *caption* dan judul video.

Selain memproduksi konten yang menjadi tanggung jawab utama, penulis juga diberi kepercayaan untuk membantu proses produksi konten yang dikembangkan oleh tim lain, seperti *Social Media Specialist* dan *Content Creator Intern* lainnya. Dalam beberapa kondisi, penulis juga turut serta dalam proses upload konten, memberikan masukan terhadap narasi visual, serta mengusulkan ide-ide yang relevan untuk mendukung daya tarik komunikasi visual yang sesuai dengan karakteristik target audiens, yaitu generasi muda. Penulis juga ikut serta dalam pengelolaan *Live Streaming*, seperti menjadi *host*, membuat animasi *bumper*, bertanggung jawab sebagai operator *live streaming*, dan lain sebagainya.

Tak hanya fokus pada media sosial, penulis juga terlibat dalam pembuatan materi berbasis animasi seperti *motion graphic* untuk konten video perayaan hari besar, dan dokumentasi kegiatan internal perusahaan. Penulis dipercaya sebagai foto ataupun videografer dan editor untuk keperluan dokumentasi kegiatan *Employee Engagement*, dengan tetap berkoordinasi bersama mentor, supervisor, dan rekan sesama intern lainnya seperti *Graphic Designer Intern* untuk mendukung penyusunan visual pendukung seperti thumbnail dan elemen grafis lainnya. Pekerjaan yang dijalankan selama masa magang dilaksanakan secara kolaboratif dalam tim yang penulis istilahkan sebagai “*Creative Employer Branding Team*” di mana setiap produksi konten berjalan melalui alur kerja yang terstruktur mulai dari ide, eksekusi, revisi, hingga publikasi akhir.

Selain berkontribusi dalam pengelolaan tiga platform media sosial utama, penulis juga diberikan tanggung jawab sebagai admin akun LinkedIn @alfakarir.official. Meskipun secara sistem penulis tidak sepenuhnya mengelola akun secara langsung, penulis tetap bertugas untuk mengunggah konten yang telah dipilih dan disesuaikan dari Instagram, dengan fokus ada konten yang lebih formal. Konten yang diunggah di LinkedIn umumnya mencakup informasi terkait proses rekrutmen, testimoni karyawan, serta materi lainnya yang bertujuan membangun citra profesional Perusahaan. Sebelum mengunggah, penulis terlebih dahulu melakukan proses kurasi untuk memastikan konten yang ditampilkan

selaras dengan karakter dan audiens LinkedIn, berbeda dengan pendekatan yang digunakan pada Instagram dan TikTok.

Berikut adalah tabel linimasa pekerjaan penulis selama masa magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Keterangan hari dalam tabel ditulis menggunakan huruf, dimana huruf A mewakili hari Senin, B mewakili hari Selasa, C mewakili hari Rabu, D mewakili hari Kamis, dan E mewakili hari Jumat. Adapun rentang angka romawi menunjukkan minggu kerja.

Tabel 3.1 Linimasa Kerja Magang

No	Tugas	Jan		Feb				Mar				Apr				May				Jun				Jul								
		III	IV	I	II	III	IV																									
Proses Pengolahan Konten Employer Branding di Media Sosial (YouTube, Instagram, LinkedIn, TikTok) Pada akun @alfakarir.official																																
1	Menyusun Materi dan produksi Konten	C	B	B	A	A		C											A	A	C	A	A	A								
		-	-	-	-	-	A	-	E					E	A				-	-	-	-	-	-								
		E	E	D	E	C		E											D	B	D	C	C	C								
2	Editing konten	C		A	C	B	A	A	B	A	A			A	A				C													
		-	B	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	D	-	-	-	-	A	-	C											
		E		D	E	E	E	B	D	D	D			B	D				E													
3	Live Streaming					B	B							B																		
						-	-			E	A	D		-																		
						E	C							D																		
Proses dokumentasi kebutuhan konten dan acara arsip internal																																
1	Dokumentasi konten				B	A																										
					-	-				D	C								E		B											
					C	D																										
Proses persiapan dan pelaksanaan kegiatan Special Event (Employee Engagement) Sumber Alfaria Trijaya Tbk																																
1	Briefing Event																															

No	Tugas	Jan		Feb				Mar				Apr				May				Jun				Jul				
		III	IV	I	II	III	IV																					
2	Pelaksanaan <i>Event</i>																											
3	Pengolahan Hasil Dokumentasi <i>Event</i>																											
Proses pembuatan copywriting konten Media Sosial																												
1	Pembuatan Caption																											

Keterangan A= Senin, B= Selasa, C= Rabu, D= Kamis, E= Jumat
I= Minggu Pertama, II= Minggu Kedua, III= Minggu Ketiga, IV= Minggu Keempat

Sumber: Data Olahan Penulis 2025

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan data yang ada di tabel 3.1, penulis menjalankan tanggung jawab, dan berikut merupakan uraian pelaksanaan kerja magang dan tanggung jawab yang dilakukan oleh penulis sebagai *Content Creator intern*:

A. Proses Pengelolaan Konten Employer Branding di Media Sosial

Sebagai salah satu strategi komunikasi yang berfokus pada citra perusahaan sebagai tempat bekerja yang positif, *employer branding* bertujuan untuk membangun persepsi positif pada calon karyawan, karyawan aktif, maupun masyarakat luas mengenai lingkungan kerja, budaya perusahaan, hingga nilai-nilai yang dimiliki organisasi. Dalam proses magang ini, penulis diberikan arahan oleh supervisor untuk mengembangkan konten yang dapat memperkuat citra karyawan maupun Perusahaan di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk sebagai tempat yang mendukung perkembangan karier, memiliki budaya kerja yang positif, serta menawarkan lingkungan kerja yang profesional. Pendekatan *employer branding*

ini menjadi landasan utama dalam setiap produksi konten, baik yang ditayangkan di YouTube, Instagram, TikTok, maupun dalam sesi *live streaming*.

1. Menyusun Materi dan Produksi Konten

Di awal masa magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk menyusun konsep dan eksekusi beberapa jenis konten seperti *short movie* dan *podcast*, yang direncanakan menjadi bagian dari strategi employer branding Alfamart di YouTube. Dalam Proses tersebut, penulis menggunakan *Google Docs* untuk menyusun *creative brief* dan *storyline* sebagai patokan ataupun landasan sebelum produksi.

Untuk *short movie*, penulis membuat alur cerita dari awal hingga akhir dalam bentuk sinopsis naratif yang menggambarkan nilai perusahaan dan semangat kerja di lingkungan Alfamart. Sementara untuk *podcast* penulis menyusun *creative brief* yang berisi latar belakang konsep, tujuan, narasumber yang potensial, alur pembahasan, serta bentuk *moodboard* set lokasi produksi. Namun, karena adanya kendala internal yang mengharuskan program tersebut tertunda, dua program konten tersebut belum dapat dieksekusi selama periode magang. Namun konsep yang dibuat tetap disimpan sebagai bagian dari pengembangan konten yang dapat diimplementasikan di waktu mendatang.

Mengenai belum adanya realisasi produksi lebih lanjut untuk kanal YouTube, Penulis dialihfungsikan untuk membantu proses pembuatan brief dari rekan magang yang mengelola media sosial Instagram dan juga TikTok. Meskipun pada awalnya TikTok dan Instagram bukan merupakan tanggung jawab penulis untuk mengelola media sosial tersebut, namun penulis tetap aktif membantu pembuatan materi konten dan mencari relevansi *trend* yang dapat dipadukan dengan employer branding untuk kedua media sosial tersebut.

Pada kondisi tertentu, penulis juga ikut serta dalam produksi konten Instagram dan juga TikTok. Produksi konten ini melibatkan penulis

untuk menjadi kameramen, talent, dan juga support dalam proses produksi. hal ini membuktikan bahwa kontribusi yang dilakukan penulis sangat membantu proses keberhasilan pada setiap konten yang dibuat secara kolaboratif.

2. Editing Konten

Setelah membuat brief ataupun materi yang dikerjakan secara kolaboratif maupun individual, penulis diberikan kepercayaan untuk memproses lebih lanjut materi ataupun brief tersebut ke tahap editing. Penulis memulai dengan memindahkan dokumen dan merapihkan ke dalam *folder* yang tersusun rapi di Google Drive maupun hard drive (SSD). Setelah merapikan seluruh data, penulis mulai mengeksekusi dan menjahit konten sesuai dengan brief yang dibuat. Penambahan elemen di kondisi tertentu seperti teks, effect, dan tambahan lainnya pada proses editing konten merupakan hal yang sering terjadi dilakukan oleh penulis. Karena dengan penambahan elemen-elemen dapat mendukung hasil karya konten agar terlihat lebih hidup dan memiliki pendekatan yang sesuai dengan target audience.

Selama periode magang dari 22 Januari hingga 22 juli 2025, hampir seluruh konten yang dipublikasikan di akun Instagram dan TikTok @alfakarir.official merupakan hasil karya penulis secara kolaboratif dengan tim. Peran aktif ini memperlihatkan bahwa meskipun penulis fokus pada YouTube, fleksibilitas dan kemampuan kolaboratif yang dimiliki memungkinkan penulis untuk terlibat secara luas dalam strategi konten employer branding secara keseluruhan.

3. *Live Streaming*

Selain itu penulis juga aktif membantu pelaksanaan sesi live streaming di TikTok dan Instagram, yang biasanya digunakan untuk menyampaikan branding budaya karyawan, tips dan trik menjadi karyawan di Perusahaan besar, dan informasi lowongan kerja di berbagai cabang. Dalam sesi

tersebut, penulis bertugas menyiapkan perangkat kamera, mengoperasikan aplikasi Live streaming seperti OBS, serta membuat motion graphic dari aset yang disediakan oleh Graphic Design Intern. Salah satu kontribusi signifikan juga dilihat dari berlangsungnya event Job fair online, Dimana penulis dipercaya menjadi operator, animator dan pada kondisi tertentu penulis dipercaya untuk mengambil peran sebagai host dalam sesi live.

Untuk menjalankan seluruh aktivitas produksi konten selama magang, penulis mengikuti alur kerja yang berbeda-beda tergantung pada jenis platform dan bentuk kontribusi yang diberikan. Berikut penjelasan singkat mengenai alur kerja berdasarkan masing-masing aktivitas:

- YouTube

Awalnya, penulis mendapatkan pengarahan mengenai strategi konten YouTube dari *Recruitment & Selection Specialist Manager*. Selanjutnya, penulis diarahkan oleh *Recruitment & Selection Specialist* untuk Menyusun *brief* dan *script* konten. Naskah dan konsep tersebut seharusnya diserahkan diserahkan Kembali kepada *Recruitment & Selection Manager* untuk ditinjau sebelum lanjut ke tahap produksi, seperti *shooting* dan dilanjutkan ke tahap *post production*. Namun karena adanya kendala internal, proyek ini belum dapat dilanjutkan ke tahap eksekusi.

- Instagram & TikTok

Untuk mendukung produksi konten Instagram dan TikTok, alur kerja dimulai dari arahan yang diberikan oleh *Recruitment & Selection Specialist*, kemudian diteruskan kepada *Social Media Specialist* dan *Content Creator intern*, sebagai pengelola utama platform. Penulis berperan dalam proses pengambilan gambar, *editing*, serta pada kondisi tertentu membuat *copywriting*. Setelah konten selesai diedit, hasilnya akan diserahkan kepada *Recruitment & Selection Specialist* untuk ditinjau, lalu dilanjutkan kepada *Recruitment & Selection Manager* untuk persetujuan akhir sebelum konten dijadwalkan untuk dipublikasikan.

- *Live Streaming* TikTok dan Instagram

Proses persiapan live streaming juga mengikuti struktur yang serupa. Seluruh kegiatan dilakukan atas arahan dan persetujuan dari *Recruitment & Selection Specialist*. Seperti yang sudah dikatakan sebelumnya, penulis bertanggung jawab untuk menyiapkan teknis, seperti *set up* kamera, penggunaan aplikasi OBS, serta pembuatan bumper atau motion graphic yang dibutuhkan selama siaran langsung.

Pada materi *Transmedia & Brand Storytelling* di pertemuan kedua, Dijelaskan bahwa *Branding* merupakan proses memberikan makna terhadap suatu organisasi, perusahaan, produk, atau layanan tertentu dengan cara membentuk persepsi merek dalam benak konsumen (Marion, 2018). Lebih lanjut, menurut *The Branding Journal* dalam Rodriguez (2020), *branding* adalah proses menciptakan dan membentuk merek di benak konsumen melalui pengalaman dan persepsi yang berkesinambungan.

Menurut Lievens (2007), *employer branding* adalah pendekatan berbasis pemasaran yang digunakan perusahaan untuk merekrut dan mempertahankan tenaga profesional yang berkualitas di tengah kompetisi pasar tenaga kerja. Pendekatan ini mencakup kegiatan promosi atribut unik dan menarik dari perusahaan sebagai tempat bekerja, baik secara internal (kepada karyawan) maupun eksternal (kepada calon pelamar).

Berdasarkan pemahaman tersebut, selama menjalankan program magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, penulis diberikan kepercayaan untuk mengelola konten media sosial @alfakarir.official sebagai bagian dari implementasi *employer branding*. Seluruh aktivitas komunikasi visual yang dibuat diarahkan untuk membangun citra positif perusahaan sebagai tempat kerja yang ramah, terbuka, dan mendukung pengembangan karier. Hal ini direalisasikan melalui berbagai konten seperti testimoni karyawan, informasi lowongan kerja, program pengembangan SDM, hingga pengenalan budaya kerja di lingkungan Alfamart, yang disampaikan secara strategis melalui platform Instagram, TikTok, dan YouTube.

Dalam mata kuliah *Creative Media Production*, terdapat pendekatan bernama *Pitch Perfect*, yaitu serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk membantu komunikator menyusun pesan secara efektif dan terarah. Pendekatan ini mencakup tujuh pertanyaan utama yang meliputi: *whom are we talking to, what is our point, what is the key word in the point, why should the target care about the point, why should the target believe the point, how should the target feel about the message or brand or product, dan what do we want the target to do.* Ketujuh pertanyaan ini menjadi pondasi dalam merancang komunikasi yang mampu menggugah perhatian sekaligus membangun keterikatan dengan audiens. Pada praktiknya, penulis menerapkan pendekatan *Pitch Perfect* ini dalam proses produksi konten video yang dibuat untuk kanal YouTube @alfakarir.official maupun konten di Instagram dan TikTok. Dalam merancang konten seperti konten-konten *employer branding* di media sosial, konten coordinator trainee, hingga promosi lowongan kerja.

Menurut Wahyuti (2023), terdapat delapan langkah penting dalam produksi konten digital untuk platform seperti TikTok dan Instagram. Pertama, memahami fitur-fitur platform secara menyeluruh. Kedua, mengenali jenis konten yang sedang populer agar dapat menyesuaikan gaya penyajian. Ketiga, menyusun judul dan deskripsi konten yang menarik perhatian audiens. Keempat, menggunakan efek dan filter untuk memperkuat elemen visual. Kelima, memperhatikan posisi kamera dan pencahayaan agar hasil konten terlihat jelas. Keenam, menyesuaikan durasi video agar singkat dan padat. Ketujuh, menjaga konsistensi waktu publikasi untuk membangun audiens yang setia. Kedelapan, bersikap adaptif terhadap tren baru dan terbuka dalam bereksperimen dengan berbagai ide kreatif. Seluruh prinsip tersebut diterapkan oleh penulis selama masa magang di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk sebagai *Content Creator Intern*.

Penulis memiliki keterampilan dalam menciptakan karya kreatif sebagai bentuk ekspresi dan sarana komunikasi, yang dalam praktiknya membutuhkan proses bertahap agar hasilnya sesuai dengan tujuan. Dalam mata kuliah *Creative Media Production*, dijelaskan bahwa proses produksi media terdiri dari tiga tahap

utama, yaitu *pre-production* (*Planning, scripting & storyboarding, etc.*), *production* (*The actual shooting/recording*), dan *post-production* (*Everything between production and creating the final master copy*). Pengalaman magang penulis di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk mencerminkan tahapan ini, di mana pada proyek YouTube, penulis hanya terlibat dalam tahap *pre-production* karena produksi tidak dilanjutkan. Sementara pada konten Instagram, penulis berperan dari perencanaan konsep, pengambilan gambar, hingga proses *editing*, yang mencerminkan keterlibatan pada seluruh tahapan produksi media sebagaimana yang dipelajari di perkuliahan.

B. Proses dokumentasi kebutuhan konten dan acara arsip internal

Dalam memenuhi kebutuhan visual untuk media sosial dan arsip internal, penulis juga turut berperan dalam kegiatan dokumentasi kebutuhan dan acara internal perusahaan yang nantinya akan menjadi konten perusahaan.

1. Dokumentasi Kebutuhan Konten

Dokumentasi ini meliputi pengambilan foto *stock* atau yang dapat disebut *plat* di berbagai lokasi di sekitar kantor yang digunakan sebagai latar visual konten media sosial. Selain itu penulis juga dipercaya untuk melakukan *photoshoot* terhadap talent atau model yang nantinya digabungkan secara visual dengan latar hasil foto plat, guna sebagai objek pendukung/pelaris dari konten. Berbagai konten untuk mendukung seperti konten promosi lowongan kerja, tips wawancara hingga edukasi terkait budaya kerja di Alfamart. Kegiatan ini membantu menyediakan materi visual yang dapat menarik perhatian calon pelamar.

Tidak hanya itu, penulis juga berperan sebagai dokumentasi acara kegiatan khusus perusahaan yang sifatnya internal. Beberapa kegiatan yang diabadikan penulis antara lain adalah penyambutan *Management Trainee* (MT) dan *Coordinator Trainee* (CT) baru yang bergabung di perusahaan. Nantinya foto dokumentasi tersebut akan diunggah dan desain untuk keperluan konten sosial media dan pembuatan profil. Lalu adapun

acara *talk show* internal yang juga diabadikan oleh penulis dan menjadi arsip perusahaan. Dalam melaksanakan kegiatan, penulis diberikan tanggung jawab penuh untuk mengambil foto dan video pada setiap momennya.

Membahas mengenai alur kerja, penulis terlebih dahulu mencari referensi. Jika dokumentasi berupa *photoshoot* dengan talent, penulis biasanya mencari talent yang memang dapat menjual dan memiliki kriteria yang diinginkan. Setelah mendapatkan talent, penulis mencari inspirasi visual melalui pinterest, untuk memastikan hasil foto memiliki estetika yang relevan dengan brand image perusahaan. Nantinya konten tersebut akan disatukan dengan foto plat dan menjadi satu kesatuan konten yang utuh. Penulis dibantu oleh *Graphic Designer Intern* untuk penggabungan foto talent dan *background* yang telah penulis abadikan. Begitupun dengan dokumentasi lainnya seperti penyambutan *Management Trainee* (MT) dan *Coordinator Trainee* (CT), dokumentasi talkshow internal, dan lain sebagainya memiliki flow kerja yang sama seperti apa yang penulis lakukan.

Seluruh proses dokumentasi ini tentu dilakukan secara profesional dengan menggunakan kamera profesional milik *departemen Recruitment & Selection Specialist* yaitu Sony A7 Mark II, yang menjadi perangkat utama dalam pengambilan gambar, baik untuk keperluan dokumentasi acara maupun produksi konten visual lainnya. Dalam konteks *photoshoot*, penulis menggunakan studio alat-alat pendukung lainnya milik *Learning Design Knowledge Management* (LDKM), seperti *lighting* yang dapat menghasilkan pencahayaan dengan dimensi dan komposisi yang realis, *background*, dan keperluan *photoshoot* lainnya. Dengan keterampilan dan pengalaman yang dimiliki penulis sebagai videografer, fotografer, dan editor, penulis tidak hanya bertugas sebagai dokumentasi saja, tetapi juga membuat konsep pengambilan gambar hingga tahap akhir pengeditan, mempersiapkan produksi seperti menjadi *gaffer* atau tim yang mengurus

urusan pencahayaan sehingga setiap materi visual yang dihasilkan dapat selaras dengan identitas brand Alfamart.



Gambar 3.4 Contoh Publikasi Konten Instagram

Sumber: alfakarir.official [@alfakarir.official]. (2025, May 19). Hi, Sobat Alfa! 🙌 Yuk cek lowongan terbaru Alfagroup Head Office. [Postingan Instagram]. Instagram.
https://www.instagram.com/p/DJ1VVpfPiQJ/?img_index=1

Dalam menjalankan proses dokumentasi visual selama magang, penulis secara langsung menerapkan teori yang dipelajari dalam matakuliah *Visual & Photographic Communication*, Khususnya pada pertemuan asinkron, pertemuan ke 12 yang membahas mengenai pencahayaan sinematografi dengan menggunakan *3-point lighting*, yang terdiri dari *key light* sebagai sumber utama cahaya, *fill light* untuk mengisi bayangan agar tidak terlalu kontras, serta *backlight* untuk memisahkan objek dari latar belakang agar memberikan dimensi yang lebih dramatis dan menghilangkan *shadow*. Teknik ini diterapkan pada sesi pemotretan talent untuk konten *employer branding* dan info lowongan kerja di studio milik *Learning Design Knowledge Management (LDKM)*. Penulis menggunakan lighting yang disesuaikan posisinya untuk menghasilkan cahaya yang realistis menyesuaikan dengan foto *plat/background* yang penulis telah ambil.

C. Proses Persiapan dan Pelaksanaan Kegiatan Special Event (Employee Engagement)

Penulis juga turut dilibatkan dalam pelaksanaan *Special event* internal perusahaan, terutama dalam aspek dokumentasi foto dan video. Beberapa acara yang diikuti oleh penulis antara lain adalah “Harmoni nusantara”, yaitu acara Halal Bihalal yang melibatkan berbagai departemen PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Lalu adapun “Lesehan Peduli”, yaitu acara kebersamaan menjelang bulan puasa yang bertujuan mempererat hubungan antar karyawan. Dalam kegiatan ini, penulis berperan sebagai videografer, bertanggung jawab untuk membuat konsep melalui *moodboard*, menangkap setiap momen yang ada pada kegiatan tersebut dan mengedit video menjadi recap video.



Gambar 3.5 Harmoni Nusantara

Sumber: Alfa Karir Official. (2025, May 9). RECAP HALAL BIHALAL ALFAMART HEAD OFFICE | 25 APRIL 2025

[Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KfNqJeLLftM>

1. Briefing Event

Dalam menjalankan kegiatan dokumentasi, penulis memulai dengan menyusun ide dan tujuan dari konten yang dibuat, Karena sifat dokumentasi ini tidak diberikan format yang tetap namun yang terpenting dapat meng highlight seluruh rangkaian acara. Adapun *flow* kerja dan pada kondisi tertentu, Penulis diberikan arahan awal dari Ibu Yoan Noviana (*HC Development GM*) atau Bapak Gusti I. Mahardika (*Recruitment &*

Selection Specialist) untuk membuat konsep yang akan dibawakan, karena secara teknis penulis diberikan kebebasan untuk mengeksplorasi *treatment* penulis sendiri. Membahas mengenai alur kerja, penulis terlebih dahulu mencari referensi, dan jika dokumentasi berupa *photoshoot* dengan *talent*, penulis biasanya mencari talent yang memang dapat menjual dan memiliki kriteria yang diinginkan. Setelah mendapatkan talent, penulis mencari inspirasi visual melalui pinterest, untuk memastikan hasil foto memiliki estetika yang relevan dengan *brand image* perusahaan. Nantinya konten tersebut akan disatukan dengan foto *plat* dan menjadi satu kesatuan konten yang utuh. Penulis dibantu oleh *Graphic Designer Intern* untuk penggabungan foto *talent* dan background yang telah penulis abadikan.

Namun, apabila dokumentasi dilakukan dalam bentuk pembuatan *highlight* acara seperti *special event* yaitu harmoni nusantara ataupun lesehan peduli, maka penulis mencari referensi konsep dokumentasi dari media sosial Alfamart atau akun yang pernah mengunggah kegiatan yang sejenis. Jika tidak ditemukan referensi yang serupa, penulis menggunakan pendekatan visual berdasarkan pengalaman pribadi sebagai videografer dan editor profesional di luar Alfamart.

2. Pelaksanaan Event

Setelah mendapatkan gambaran visual yang menjelaskan konsep serta gaya pengambilan gambar, penulis mengkonsultasikan hal tersebut kepada mentor yaitu I. Gusti Mahardika untuk mendapatkan persetujuan. Jika sudah disetujui, penulis memulai melakukan proses dokumentasi pada kegiatan tersebut, baik itu mengabadikan melalui foto maupun video.

Sebelum melanjutkan ke tahap produksi biasanya penulis menyesuaikan alat dengan kegiatan yang akan dilakukan. Karena ini dapat berpengaruh pada output yang dihasilkan. Penulis tidak diberikan patokan untuk membuat konten seperti apa namun yang terpenting rangkaian setiap

kegiatan terabadikan dengan rapih dan sesuai, adapun sebagai tambahan untuk mendapatkan suara dari orang-orang penting yang akan berbicara.

Dalam konteks pengambilan *ambience* atau suara pada kegiatan, Biasanya penulis menggunakan *external microphone* seperti shotgun untuk menangkap suara dari arah tertentu, *Clip-on* digunakan untuk merekam wawancara, *Sound Recorder* yang disambungkan ke sound system dan biasanya diperlukan untuk menangkap suara *Master of Ceremony*. Lalu jika membutuhkan kamera yang dapat menangkap cahaya lebih banyak, penulis menghubungi divisi *Learning Design Knowledge Management* (LDKM) untuk dapat meminjamkan kameranya yaitu Sony A7IV. Setelah melalui proses produksi, penulis melakukan kurasi terhadap hasil dokumentasi untuk menentukan *footage* terbaik yang akan diedit menjadi sebuah konten.

3. Pengelolaan Hasil Dokumentasi Event

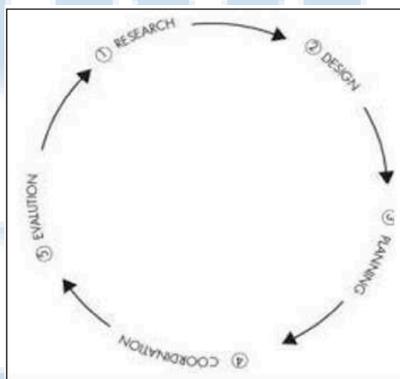
Setelah melalui tahapan *pre-production* dan *production*, penulis melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu *post-production*. Penulis menggunakan lima aplikasi *editing* yang dipilih berdasarkan teknis dari setiap konten. Adobe Premiere Pro digunakan sebagai *software* utama untuk *editing* video naratif, terutama ketika konten tersebut membutuhkan tambahan *motion graphic*.

Dalam hal ini, Premiere Pro dapat langsung disambungkan dengan Adobe After Effects, sehingga proses pengolahan visual menjadi lebih tidak memakan waktu tanpa perlu merender ulang secara manual. Sementara itu, penulis menggunakan DaVinci Resolve ketika tidak diperlukan efek visual yang rumit dan fokusnya hanya di *color grading*, Karena penulis lebih nyaman menggunakan DaVinci Resolve untuk menghasilkan gambar yang bisa disesuaikan dengan konten. Lalu untuk kebutuhan konten dengan subtitle, penulis menggunakan CapCut dengan *Auto-caption* nya.

Setelah proses *editing* selesai, hasil akhir kembali diserahkan kepada mentor untuk ditinjau. Apabila tidak ada revisi lanjutan, penulis akan melanjutkan ke tahap pembuatan *caption* apabila dokumentasi tersebut dipublikasikan ke media sosial. Dalam menyusun *caption*, penulis memanfaatkan *Artificial intelligence* seperti ChatGPT sebagai alat bantu *copywriting*, yang kemudian dikurasi dan disesuaikan kembali agar selaras dengan konten.

Special event merupakan suatu aktivitas yang melibatkan partisipasi banyak orang untuk merayakan momen penting yang memiliki makna khusus, baik bagi individu maupun kelompok. Dalam konteks perusahaan, special event juga berfungsi sebagai sarana interaksi sekaligus edukasi merek, sehingga dapat membangun daya ingat dan kedekatan audiens terhadap brand yang disampaikan (Nabila & Wijaksono, 2021).

Menurut Goldblatt (Hartono et al., 2016), special event merupakan sebuah momen unik yang dirayakan secara seremonial untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Ia juga menjelaskan bahwa terdapat lima aspek yang menjadi tahapan utama dalam penyelenggaraan sebuah special event, yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Kelima tahapan ini bertujuan untuk memastikan bahwa acara berjalan secara efektif, efisien, dan mampu memberikan dampak sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.



Gambar 3.6 *Special Event Process Research*

Sumber: Dr. Joe Goldblatt, CSEP. (2010). SPECIAL EVENTS EVENT LEADERSHIP FOR A NEW WORLD. Diakses dari https://drive.google.com/file/d/1M_08PmjvOtgNPlwsOW9AnO5oeP2WWR49/view pada 02 Juli 2025

Kedua acara internal perusahaan, “Harmoni Nusantara” dan “Lesehan Peduli”, menjadi representasi dari tahapan tersebut. Sebagai kegiatan tahunan, riset dilakukan dengan mengevaluasi pelaksanaan acara di tahun sebelumnya. Tahap desain diimplementasikan dalam pemilihan tema dan konsep acara, yang kemudian menjadi terusan ke tahap perencanaan berupa penyusunan rundown acara dan teknis pelaksanaan. Pada tahap koordinasi, pembagian tugas dilakukan termasuk pelibatan penulis sebagai tim dokumentasi. Meskipun penulis tidak terlibat sejak awal, namun penulis sempat menggali informasi mengenai proses penyelenggaraannya dari tim pelaksana. Terakhir, evaluasi dilakukan setelah acara untuk melihat keberhasilan dan memperbaiki aspek yang masih kurang.

D. Proses Pembuatan Copywriting Konten Media Sosial

Selama menjalankan masa magang, penulis memiliki tanggung jawab dalam pembuatan *copywriting* untuk berbagai platform media sosial @alfakarir.official, khususnya YouTube dan LinkedIn. Copywriting ini berbentuk caption yang dapat menjadi unsur pembantu dari sebuah konten dengan tujuan agar konten dapat dikenali saat sebelum melihat konten tersebut.

1. Pembuatan Caption

Pada platform LinkedIn, penulis berperan dalam menyeleksi konten dari Instagram yang dapat disesuaikan dengan gaya bahasa yang lebih profesional dan formal, baik bahasa Inggris maupun bahasa Indonesia. Konten tersebut diunggah setiap hari Senin hingga Rabu pada pukul 10:00-14:00 WIB, menyesuaikan waktu aktif audiens calon pelamar di @alfakarir.official. Fokusnya lebih kepada citra perusahaan dan proses rekrutmen, seperti testimoni karyawan, program pengembangan karir, dan informasi lowongan kerja.

Dalam pembuatan *Copywriting* ini, penulis biasanya terlebih dahulu mendapatkan arahan dari *Recruitment & Selection Specialist* (Mentor) mengenai poin-poin utama atau pendekatan yang relevan terhadap konten yang akan dipublikasikan. Setelah mendapat arahan tersebut, penulis menganalisis isi konten dan menentukan pendekatan yang

tepat, terutama dengan merancang *hook* sebagai pembuka yang kuat untuk menarik perhatian audiens. Ketika struktur dan arahan darasi telah dipahami, penulis menggunakan bantuan AI seperti ChatGPT untuk membantu menyusun draft awal *copywriting* berdasarkan konteks konten yang sedang dijalankan. Hasil dari ChatGPT tidak digunakan secara langsung, melainkan sebagai panduan. Penulis tetap melakukan proses revisi dan penyesuaian *style* bahasa yang sesuai dengan perusahaan.



Gambar 3.7 Contoh Publikasi LinkedIn

Sumber: @PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (19 Mei 2025). Ternyata kerja kerasku benar-benar terbayarkan! - Amelia Saputri, Crew Store Alfamart Alfa Tower. LinkedIn.

https://www.linkedin.com/posts/pt-sumber-alfaria-trijaya-tbk_testimoni-crew-store-alfamart-activity-7330074063081537536-Bpzo?utm_source=social_share_send&utm_medium=member_desktop_web&rcm=ACoAADz-MPgB7tNzhKg0lYnxLY1vHPZZKDEyAI

Selain LinkedIn, penulis juga bertugas dalam penulisan dan deskripsi video untuk YouTube @alfakarir.official. *Copywriting* yang dibuat mencakup berbagai elemen seperti judul, teks dalam video, hingga *subtitle*. Pada konten video seperti *short movie*, *podcast*, ataupun video *Coordinator trainee*, sebelum melakukan tahapan produksi, penulis membuat naskah terlebih dahulu sebagai acuan dari narasi yang akan disampaikan. Dalam prosesnya, penulis menggunakan bantuan AI seperti

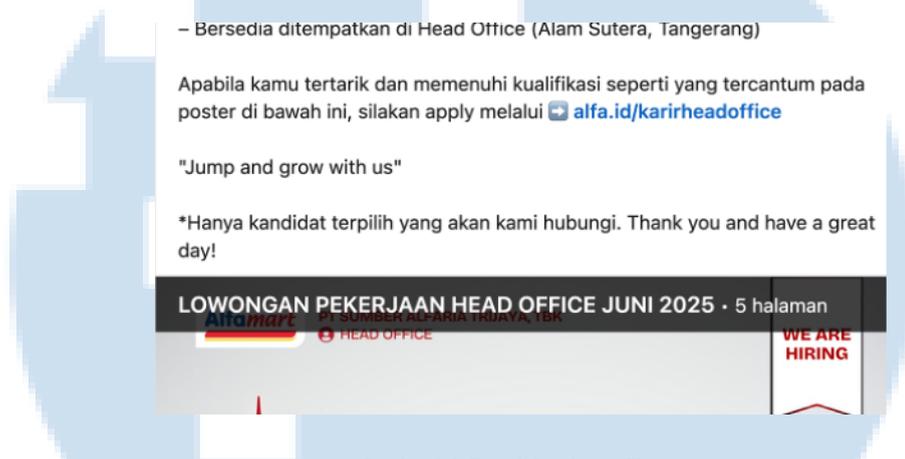
ChatGPT sebagai alat bantu brainstorming dan struktur awal penulisan. Meskipun menggunakan teknologi, penulis tetap melakukan penyesuaian gaya bahasa yang selaras dengan tone komunikasi perusahaan. Setiap copy yang dihasilkan tidak langsung digunakan, tetapi melalui proses kurasi mandiri agar dapat menyampaikan pesan secara tepat dan komunikatif kepada audiens target.

Selain untuk konten rutin, penulis juga menyusun teks visual untuk animasi, headline untuk live streaming, hingga *caption* untuk video. Pada kondisi tertentu, *copywriting* juga disesuaikan dengan tema campaign/konten yang sedang berjalan di media sosial. Dengan peran ini, penulis tak hanya belajar tentang penulisan strategis di berbagai platform, tapi juga bagaimana menyampaikan pesan *employer branding* dengan cara yang tepat, menarik, dan sesuai dengan karakter brand Alfamart, misalnya dengan penggunaan kata “sobat alfa, alfanesia”, “*Jump and Grow with Us*” dan lain sebagainya.

Dalam membuat konten media sosial, khususnya pada platform seperti Instagram, TikTok, LinkedIn, dan sosial media lainnya yang bersifat visual dan cepat konsumsi, dibutuhkan kemampuan menulis yang efektif untuk memikat audiens. Salah satu keterampilan penting yang diterapkan penulis selama menjalankan tugas magang adalah *copywriting*. *Copywriting* merupakan teknik dalam menyusun materi pemasaran yang bertujuan membujuk pelanggan agar melakukan tindakan tertentu (Adhinugroho et al., 2023). Teknik ini digunakan pada media sosial @alfakarir.official guna menarik perhatian para calon pelamar kerja agar tertarik pada lowongan dan budaya yang ada pada perusahaan, baik melalui pemilihan kata yang persuasif maupun menarik secara emosional.

Berdasarkan mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy*, pada pembuatan *copywriting* penulis merujuk pada prinsip yang disampaikan oleh Bowdery (2008) mengenai pentingnya straplines atau slogan yang kuat dan mudah diingat. Sebagai contoh, penulis pernah menggunakan slogan “*Jump and Grow with Us*”, yang merupakan bagian dari kampanye rekrutmen Alfamart.

Penggunaan slogan tersebut memberikan kesan profesional, aspiratif, dan membangun citra perusahaan sebagai tempat yang mendukung pertumbuhan karir. Prinsip ini sejalan dengan pendapat Bowdery bahwa straplines mampu merangkum esensi merk dan janjinya secara ringkas dan menarik.



Gambar 3.8 Contoh Postingan Slogan

Sumber: @PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (6 Juni 2025). Dear Future Alfanesia 🚀 Saat ini PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart) kembali membuka lowongan. LinkedIn.

https://www.linkedin.com/posts/pt-sumber-alfaria-trijaya-tbk_lowongan-pekerjaan-head-office-juni-2025-activity-7335493783733604352-5Qjb?utm_source=social_share_send&utm_medium=member_desktop_web&rcm=ACoAADz-MPgB7tNzhKq0IYnxLY1vHPZZKDEvAI

Selain itu, dalam konteks penulisan *copy* untuk media sosial LinkedIn, penulis juga menerapkan pandangan dari Moriarty, Mitchell, dan wells (2012) yang menyarankan agar teks iklan harus dibuat ringkas dan tegas, dengan fokus pada satu *selling point* yang kuat. Ini menjadi penting karena jika membahas mengenai aplikasi LinkedIn, aplikasi ini memiliki batasan tampilan awal pada *caption* yang memaksa pengguna untuk menekan tombol “selengkapnya” jika ingin membaca lebih lanjut. Oleh karena itu, penulis memanfaatkan bagian pembuka *caption* dengan kalimat yang singkat namun kuat agar dapat menarik perhatian audiens, penulis biasa menyebutnya dengan *hook*.



Gambar 3.9 Contoh Postingan dengan *Hook*

Sumber: @PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (20 Mei 2025). Lamar kerja di Alfamart kini semakin mudah dan cukup lewat HP! 📱 . LinkedIn.

https://www.linkedin.com/posts/pt-sumber-alfaria-trijaya-tbk_lamar-kerja-di-alfamart-cukup-lewat-hp-activity-7330427088484597760-R7Vv?utm_source=social_share_send&utm_medium=member_desktop_web&rcm=ACoAADz-MPpB7tNzhIKg0IYnxLY1yHPZZKDEvAI

3.2.3 Kendala Utama

Selama penulis menjalankan program magang, terdapat kendala-kendala organisasional yang timbul dan perlu dihadapi. Berikut merupakan kendala yang ditemui selama proses magang dijalankan

1. Keterbatasan fasilitas kerja yang diberikan kepada tim konten menjadi tantangan tersendiri. Selama masa magang, tim tidak difasilitasi dengan ruang penyimpanan kolaboratif seperti Google Drive untuk 1 tim, sehingga proses berbagi file harus dilakukan dengan akun Google yang berbeda yang kapasitas penyimpanannya terbatas. Selain itu, akses ke aplikasi edit seperti CapCut Pro juga tidak tersedia. Padahal, fitur-fitur seperti *auto-caption*, *template* visual dan aset lainnya di aplikasi tersebut sangat membantu dan mempercepat dan mempermudah proses *editing* untuk kebutuhan media sosial
2. Kesulitan dalam mencari *talent* untuk kebutuhan produksi konten, khususnya untuk pemotretan visual yang akan digunakan dalam berbagai materi promosi dan konten media sosial mendatang. Karyawan internal

sempat ditawarkan untuk menjadi model, namun banyak yang menolak karena merasa tidak nyaman akan ditampilkan di media sosial atau memiliki kesibukan masing-masing.

3. Kurangnya sistem koordinasi dan pengarsipan file yang rapi dalam tim menjadi satu tantangan utama. Penulis terbiasa bekerja dengan pengelolaan file yang terstruktur, seperti penamaan dan pengelompokan berdasarkan kegiatan atau jenis konten. Namun pada kenyataannya, rekan tim sering kali mengunggah file tanpa informasi yang memadai dan tidak disimpan di satu sistem yang terpusat. Hal ini menyebabkan penulis meluangkan waktu untuk memilih file yang seharusnya dimanfaatkan untuk proses kreatif lainnya

3.2.4 Solusi

1. Untuk mengatasi keterbatasan fasilitas kerja, penulis berinisiatif membuat Google Drive khusus untuk tim magang sebagai storage berbagi dokumen sementara. Namun seiring banyaknya aset konten yang semakin meningkat, kapasitas Google Drive gratis yang hanya 15 GB menjadi tidak mencukupi. Oleh karena itu, penulis menggunakan akun Google Drive pribadi dengan kapasitas 2 TB dan *personal portable SSD* untuk pengolahan data file seperti draft, video revisi, dan aset video. Lalu terkait tidak tersedianya *Caput Pro*, penulis mengoptimalkan kemampuan di Adobe After Effects untuk menciptakan efek visual yang mendekati fitur-fitur unggulan di CapCut, seperti *motion graphic*. Meski tidak sama, tetapi dapat memenuhi standar dan telah disetujui mentor sebagai solusi yang efektif.
2. Penulis berinisiatif mencari *talent* dari luar lingkungan kantor dengan memanfaatkan jejaring pribadi dan media sosial. Penulis membuka lowongan atau pengumuman singkat melalui Instagram pribadi. Upaya ini akhirnya membuahkan hasil, karena beberapa orang merespons dan

bersedia terlibat dalam produksi konten, sehingga proses pembuatan materi visual dapat berjalan.

3. Penulis memberikan arahan langsung kepada rekan tim terkait pentingnya pengolahan data yang rapi dan terstruktur untuk mempermudah proses kerja tim secara keseluruhan. Hal ini juga mempermudah tim magang selanjutnya agar mentor dapat melihat/*preview* konten lebih mudah. Penulis menjelaskan langkah-langkah pengelompokan *file* berdasarkan jenis konten atau kegiatan, serta memberikan contoh penamaan *file* yang konsisten dan informatif.

