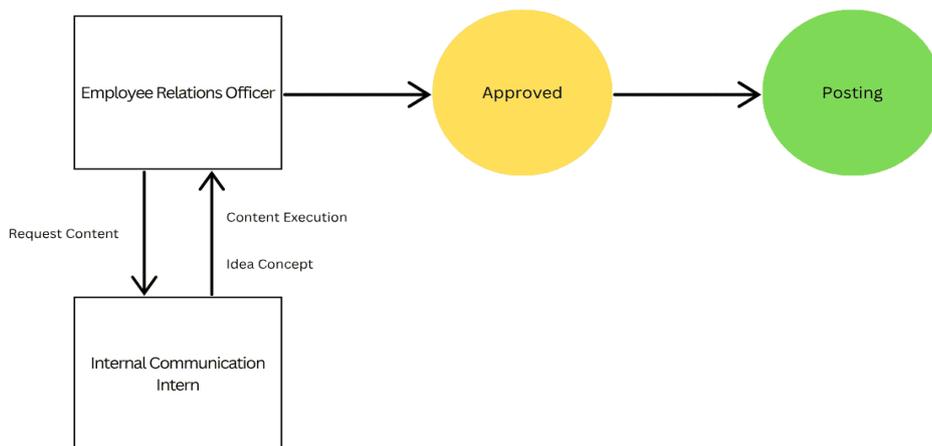


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis berada di bawah supervisi salah satu *Employee Relations Officer*, yaitu Bapak Riyad Kurniawan. Dalam kerja magang, penulis memiliki tugas utama membuat konten digital untuk akun Instagram internal karyawan perusahaan (@polytron_is_me) serta penyusunan buletin internal perusahaan.



Gambar 3.1 Alur Kerja Magang

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Dalam proses pembuatan konten, *Employee Relations Officer* memberikan arahan kepada *Internal Communication Intern* mengenai sumber informasi terbaru yang relevan di dalam perusahaan. Informasi tersebut dapat meliputi berbagai kegiatan penting, seperti kunjungan tamu, proses *onboarding* dan *offboarding*, serta kondisi dan kebutuhan karyawan yang perlu dikomunikasikan. Informasi ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk menghasilkan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan dan situasi karyawan. Meskipun demikian, penulis juga diberikan ruang untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif, selama tetap berfokus pada tujuan komunikasi internal dan relevansi

dengan audiens internal.

Setelah konten diproduksi, hasilnya diserahkan kepada *Employee Relations Officer* untuk diperiksa dan direvisi. Proses revisi ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten yang dibuat memenuhi standar perusahaan dan pesan yang ingin disampaikan jelas serta sesuai dengan kebijakan internal. Setelah konten disetujui, langkah selanjutnya adalah pembuatan *caption* yang menarik, yang tidak hanya menggambarkan inti dari konten tersebut, tetapi juga berfungsi untuk mendorong interaksi dan keterlibatan dari audiens internal. Selain itu, dalam penyusunan buletin internal, penulis juga turut serta dalam proses pengumpulan materi dari berbagai departemen, penyusunan dan penyuntingan artikel, hingga mendesain untuk mengatur tata letak dan elemen visual, sebelum akhirnya buletin tersebut melalui proses peninjauan akhir oleh *Employee Relations Officer* untuk kemudian dipublikasikan kepada seluruh karyawan. Proses ini memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan dapat mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan dengan efektif.

Selain itu, selama masa magang, penulis juga mendapat kesempatan untuk mendukung Divisi *Technical Training* dalam proses pengeditan video serta pengisian suara (*voice over*) untuk keperluan materi pelatihan karyawan. Dalam pelaksanaannya, Divisi *Technical Training* memberikan arahan kepada penulis terkait kebutuhan spesifik video yang telah direkam sebelumnya, seperti penambahan teks informatif maupun pengisian narasi suara. Proses ini dilakukan secara kolaboratif, dengan tetap mengacu pada pedoman komunikasi internal yang berlaku. Setelah proses editing selesai, hasil video diserahkan kepada Divisi *Technical Training* untuk diperiksa dan dievaluasi, guna memastikan bahwa konten yang dihasilkan telah sesuai dengan standar perusahaan dan efektif dalam menyampaikan materi pelatihan. Apabila diperlukan, penulis juga melakukan revisi berdasarkan masukan yang diberikan, sebelum video tersebut digunakan dalam kegiatan pelatihan internal perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama menjalani magang dengan total 640 jam kerja, penulis bertanggung

jawab dalam produksi konten untuk akun Instagram internal perusahaan serta penyusunan buletin internal perusahaan yang disupervisi oleh *Employee Relations Officer*. Rincian aktivitas dan tugas yang dilakukan penulis selama magang dijelaskan pada bagian berikut:

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Sebagai salah satu *Internal Communication Intern* di PT Hartono Istana Teknologi (Polytron), penulis berperan dalam mendukung proses produksi konten internal yang ditujukan kepada seluruh karyawan perusahaan. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab menjaga citra perusahaan melalui komunikasi internal yang efektif dan menarik. Konten yang dihasilkan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menghibur dan dirancang untuk meningkatkan keterlibatan karyawan melalui akun Instagram internal @polytron_is_me.

Dalam proses produksi konten, penulis memulai dengan pencarian ide kreatif yang relevan dengan kehidupan dan kebutuhan karyawan internal. Ide-ide konten, terutama berbentuk video, dikembangkan berdasarkan informasi yang tersedia di lingkungan kerja, dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan stok konten selama dua minggu hingga satu bulan. Proses ini diawali dengan *brainstorming* bersama *Employee Relation Officer* selaku pembimbing magang, guna memastikan bahwa setiap ide selaras dengan nilai dan prinsip perusahaan.

Setelah ide disetujui, penulis menyusun jadwal unggahan yang disesuaikan dengan strategi distribusi konten yang efektif. Setiap jadwal mempertimbangkan segmentasi konten agar beragam dan menarik bagi audiens internal. Selanjutnya, penulis menyusun *content draft* dalam bentuk naskah atau *script* yang memuat pembagian adegan (*scene*), narasi, serta arahan visual yang akan ditampilkan. *Draft* ini menjadi acuan utama dalam proses produksi konten.

Tahap berikutnya adalah proses *shooting*, di mana penulis menyiapkan kebutuhan produksi seperti properti dan alat bantu visual. Setelah pengambilan

gambar selesai, penulis melanjutkan pada proses *editing* menggunakan aplikasi *editing* seperti Capcut dan Canva. Lanjut pada pembuatan *cover reels* untuk memperkuat daya tarik visual sekaligus menjaga konsistensi tampilan. Setiap konten juga dilengkapi dengan *caption* yang menarik dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Proses ini mencerminkan sistem kerja *end-to-end*, mulai dari perencanaan, produksi, hingga publikasi konten.

Selain konten media sosial, penulis juga berperan dalam penyusunan buletin internal perusahaan. Penulis menyusun materi tulisan untuk buletin, termasuk artikel-artikel yang bertujuan menyampaikan informasi perusahaan secara menarik dan selaras dengan citra yang ingin dibangun.

Dalam prosesnya, penulis terlibat mulai dari riset konten, *brainstorming* topik, melakukan wawancara dengan narasumber, hingga tahap penyusunan dan penyuntingan naskah. Penulis juga membantu dalam mendesain tata letak dan elemen visual buletin agar tampil menarik dan mudah dibaca. Buletin ini berfungsi sebagai media komunikasi internal yang dipublikasikan secara berkala kepada seluruh karyawan.

Sebelum diterbitkan, seluruh konten buletin ditinjau oleh *Employee Relations Officer* untuk memastikan kesesuaian dengan standar komunikasi perusahaan. Proses ini menjamin bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya akurat dan informatif, tetapi juga mampu memperkuat keterhubungan antar karyawan dan perusahaan secara keseluruhan.

<i>Content Production</i>	Penulis terlibat dalam proses pembuatan konten digital mulai dari riset konten, <i>brainstorming</i> , perencanaan konten, produksi hingga <i>editing</i> konten, termasuk pembuatan <i>cover</i> untuk konten <i>reels</i> . Konten yang dibuat digunakan untuk keperluan promosi dan komunikasi internal perusahaan.
<i>Internal Bulletin Production</i>	Penulis membantu dalam penyusunan buletin internal, mulai dari riset konten, <i>brainstorming</i> , wawancara narasumber, hingga proses desain. Buletin ini menjadi media komunikasi internal yang akan dipublikasikan.
<i>Copywriting</i>	Penulis menyusun materi tulisan untuk media sosial dan buletin, termasuk <i>caption</i> dan artikel. Tugas ini bertujuan menyampaikan informasi perusahaan secara menarik dan sesuai citra perusahaan.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

Sumber: Olahan Penulis (2025)

berperan aktif dalam mendukung berbagai kegiatan komunikasi internal yang dijalankan oleh perusahaan.

Tanggung jawab utama penulis mencakup proses perencanaan, produksi, hingga publikasi konten yang ditayangkan melalui akun Instagram resmi perusahaan, yaitu @polytron_is_me. Selain itu, penulis juga turut melaksanakan berbagai tugas tambahan yang bertujuan untuk meningkatkan komunikasi dan hubungan internal antara perusahaan dan karyawan, meningkatkan kepercayaan, memperkuat budaya perusahaan, serta meningkatkan *awareness* karyawan terhadap berbagai informasi dan kegiatan di dalam perusahaan. Penjabaran lebih rinci mengenai tugas-tugas tersebut akan disampaikan pada bagian selanjutnya dalam laporan ini.

3.2.2.1 Content Production

Produksi konten merupakan elemen kunci dalam strategi komunikasi internal perusahaan, termasuk melalui media sosial internal seperti akun Instagram *polytron_is_me*, yang berfungsi menyampaikan informasi sekaligus membangun interaksi antar-karyawan. Dalam konteks ini, konten menjadi artefak digital yang merepresentasikan realitas sosial di ruang kerja virtual dan mencerminkan budaya digital yang terbentuk melalui aktivitas berbagi dan konsumsi informasi (Nasrullah, 2018). Sejalan dengan konsep *Marketing 5.0*, teknologi tidak hanya memfasilitasi pekerjaan, tetapi juga mendukung komunikasi sosial dan kolaboratif, termasuk personalisasi pesan agar lebih relevan bagi audiens internal (Kotler et al., 2021). Oleh karena itu, produksi konten internal menuntut pemahaman terhadap karakteristik audiens agar pesan yang disampaikan efektif dan mampu membangun rasa keterlibatan, kebersamaan, serta kepemilikan di kalangan karyawan.

1) Pre – production

Pada tahap *pre-production*, pertama yaitu *Employee Relation Officer* akan memberikan materi atau informasi terbaru yang terjadi

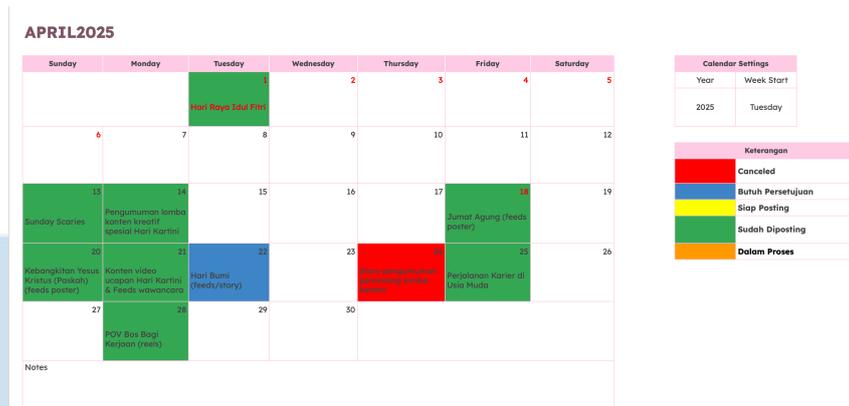
di dalam perusahaan yang dijadikan sebagai dasar ide konten. Selanjutnya penulis akan melakukan *research & brainstorming* untuk menghasilkan berbagai macam ide konten kreatif. Namun, dalam tahapan ini, penulis juga diberikan ruang kebebasan untuk berinovasi dan berkreativitas dalam merancang ide konten. Ide-ide yang telah disusun kemudian diajukan kepada *Employee Relations Officer* untuk dikurasi dan dipilih mana yang akan dilanjutkan ke tahap produksi.

Ide Konten Reels Instagram @polytron_is_me						
Tema Hari	Nama Konten	Deskripsi (visual)	Link Referensi	Caption	Talent	Status
Imlek	Drama Angpao dari Bos	Karyawan bekerja dengan sekeras tenaga menjelang hari imlek. Kemudian h-1 imlek bos datang dengan membawa amplop berwarna merah. Kemudian bos berkata "ini angpao untuk kalian semua, silakan di bagi rata ya. Semua harus kedapetan!" Kemudian para karyawan bergegas untuk membagi dan langsung membuka amplopnya, ternyata isinya adalah selebrar kertas yang berisikan tulisan "Semangat kejar target nya ya!". Kemudian wajah para karyawan langsung berubah menjadi lesu. Kemudian bos bilang "gong xi fa cai"		Ketika kerja keras bawa harapan, tapi angpao datang malah bawa kenyataan... Gimana? Kertas notes pun juga jadi rejeki kan? Gong Xi Fa Cai, Sahabat Polytron! Semangat mencari cuan!	1 Bos (cowok) & 4 Karyawan	
Puasa	Skill baru ketika puasa	- Skill hemat energi - Skill menahan diri liat temen yang gak puasa - Skill tidur kilat - Skill nahan laper profesional - Skill bertahan di detik-detik menjelang puasa				
	Tetap fit dan produktif selama puasa bersama Pak Max	Video interview tentang tips and trick menjaga stamina tubuh saat melakukan puasa/intermittent fasting				
Lebaran	Tipe-tipe karyawan menjelang lebaran	Hardokumentasikan berbagai tipe para karyawan Polytron menjelang/mempersiapkan libur lebaran: - Si panik (Dikejar deadline kerjaan) - Si paling cuan (Sereng THR cair) - Si paling baik (bagi hampers) - Si paling izin (minta cuti duluan) - Si paling semangat mudik - Si paling ikutan mudik (karyawan yang gak ngerayain tapi ikutan mudik)	https://vt.tiktok.com/ZS6xd1i1w/	Sahabat Polytron, siapa nih yang lagi persiapan untuk mudik lebaran? Kita-kita kamu termasuk tipe yang mana? Tulis di kolom komentar ya!	6 karyawan	
Daily	Problem AC di kantor	Shoot secara bersamaan satu karyawan yang kepanasan dan satu yang kedinginan	https://vt.tiktok.com/ZS693f7K/	AC pun sama kayak cowok, serba salah	2 karyawan	
	POV Iseng bersihin laptop tapi malah kelipet dan masuk tes				1 karyawan	

Gambar 3.2 Ide Konten Instagram

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Setelah konten sudah dikurasi dan dipilih untuk dilanjutkan pada tahapan produksi, penulis menyusun jadwal unggahan (kalender konten). Penulis juga mempertimbangkan momen-momen penting yang bisa dijadikan topik menarik, seperti hari besar, perayaan, atau acara internal perusahaan, yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan relevansi pesan yang disampaikan. Dengan adanya kalender konten, seluruh proses produksi menjadi lebih terstruktur dan mudah dipantau, sehingga tim dapat memastikan bahwa setiap konten diterbitkan sesuai dengan jadwal dan tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini juga mempermudah dalam memonitor progres produksi dan memungkinkan penyesuaian apabila diperlukan, memastikan bahwa setiap elemen konten mendukung strategi komunikasi perusahaan secara efektif dan efisien.



Gambar 3.3 Kalender Konten Instagram

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Dalam prosesnya, penulis menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing Strategy*. Dalam mata kuliah tersebut, penulis mempelajari bagaimana merancang strategi konten media sosial yang sesuai dengan tren, karakteristik audiens, dan tujuan komunikasi. Penulis juga memperoleh pemahaman mengenai perencanaan kalender konten, pemanfaatan momen-momen penting, serta pengelolaan media sosial secara efektif. Pemahaman ini sangat membantu dalam menyusun ide, mengatur jadwal unggahan, dan memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi memiliki nilai komunikasi yang kuat dan konsisten dengan identitas perusahaan.

2) Production

Pada tahap *production*, penulis akan menyusun *content draft* berupa naskah atau *script* konten yang akan dikirimkan ke para *talent* karyawan yang telah dipilih oleh *Employee Relations Officer*. Penyusunan *script* ini bertujuan untuk memberikan panduan yang jelas dan terstruktur mengenai pesan yang ingin disampaikan, serta memastikan bahwa setiap elemen konten sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Selain itu, *script* ini juga bertujuan untuk menyelaraskan cara penyampaian pesan agar konsisten dengan *tone of voice* perusahaan, sehingga informasi

yang disampaikan mudah dipahami dan diterima oleh audiens internal. Penulis juga memperhatikan aspek kreativitas dan relevansi, dengan menciptakan naskah yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan mampu membangkitkan rasa keterlibatan karyawan. Setelah *script* disusun, naskah tersebut akan diperiksa dan disesuaikan dengan masukan dari *Employee Relation Officer*, memastikan bahwa hasil akhir konten mencerminkan nilai perusahaan. Proses ini sangat penting untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi dapat diterima dengan baik oleh audiens dan mendukung tujuan komunikasi internal perusahaan secara maksimal.

DRAMA ANGPAO DARI BOS		Tatap Fit & Produktif dengan Intermittent Fasting – Berama Rp. Max	
<p>Opening Scene: Visual: Semua karyawan sibuk bekerja di kantor (suasana hectic). Ada yang lagi ngetik, telepon, dll. VO: Hari-hari menjelang imlek emang lagi rame-ramenya, semua orang kerja keras sampe ngebot apalagi di depan bos. Emangnya kenapa sih? Visual: Bos masuk dengan senyum lebar sambil pamer-pamerin angpao "Semuanya, karena tadi saya lihat kalian semangat banget kerjanya, nih ada angpao untuk kalian semua. Dibagi rata ya, jangan ada yang nggak kebagian." (shoot wajah-wajah karyawan yang heboh) Karyawan 1: Wah seriusan nih bos? Rejeki nempelk ini mah brooo! (sambil nyengol temennya) Karyawan 2: Akhirnya gak sia-sia perjuangan ini (amplop mulai dibagi-bagikan dan karyawan semangat banget buka amplopnya) Karyawan 3: Wh gede nih pasti isinya, bos kan baik banget. Jarang-jarang nih ada bos begini (zoom in ke amplop yang dibuka, isi nya selembar kertas. Kamera fokus ke tulisan-tulisan yang ada di kertas - total 5) (shoot ekspresi karyawan yang berubah drastis, dari senyum lebar jadi bengong lesu. Karyawan 4: Ya ampun angpao gini amat (shoot wajah bos yang lagi ketawa-ketawa) Bos: Semangat ya! Kalian pasti bisa! Gong xi fa cai! (shoot wajah-wajah karyawan yang kembali ke posisi bekerja dengan muka lemes, ada yang garuk2 kepala, ada yang tarik napas panjang. VO: Kadang harapan gak selalu sesuai dengan kenyataan. Tapi ya gitu deh, namanya juga kerja!</p>		<p>Opening (Host) Halo, Pak Max! Terima kasih sudah menyempatkan waktunya untuk berbagi cerita dengan kami. Bapak ini luar biasa ya, di usia hampir 72 tahun masih tetap aktif dan bugar. Boleh diceritakan, apa yang memotivasi Bapak untuk terus menjaga kesehatan dan kebugaran hingga saat ini?</p>	<p>Narasumber Di usia saya yang hampir 72 tahun ini, saya ingin tetap merasa seperti remaja yang aktif, bugar, produktif, dan penuh energi. Tapi saya sadar, menjaga kesehatan bukan hanya soal fisik. Ada empat aspek utama yang harus dijaga: kesehatan fisik, pikiran, hati, dan jiwa. Saya sedang giat melakukan Program "Reverse Body Age", salah satunya dengan cara intermittent fasting. Selain itu saya juga rutin berolahraga, dan menjaga pola hidup sehat. Hasilnya? Saya tetap fit dan bersemangat!</p>
		<p>Host Wah, sangat menarik dan menginspirasi ya, Pak. pastinya menjaga gaya hidup sehat itu perlu yang samanya konsistensinya. Karena tadi saya mendengar ada intermittent fasting sehingga sesuai nih sama kondisi teman-teman yang sedang menjalankan puasa. Pak, boleh diceritakan sedikit bagaimana cara Bapak menjaga konsistensi dalam menjalani intermittent fasting dan pola hidup sehat?</p>	<p>Narasumber Untuk menjaga konsistensi, hal pertama yang harus dimiliki adalah goal yang kuat. Saya ingin tetap terlihat seperti remaja meskipun kini hampir berusia 72 tahun. Tujuan ini menjadi motivasi utama saya dalam menjalani program reverse body age selama hampir lima tahun, di masa intermittent fasting menjadi salah bagian dari program tersebut.</p>

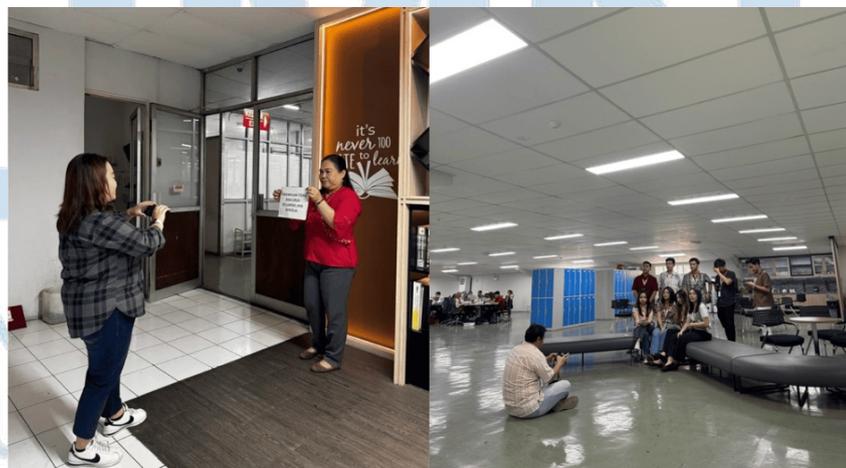
Gambar 3.4 *Script* Konten Instagram

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Setelah *script* telah tersusun dan dikirim ke para *talent* karyawan, dilanjutkan dengan proses *shooting* yang akan didampingi oleh *Employee Relation Officer*. Dalam tahap ini, penulis terlibat langsung untuk memastikan bahwa konten yang direkam sesuai dengan naskah yang telah disusun sebelumnya. *Employee Relation Officer* juga memberikan arahan untuk menjaga konsistensi *tone of voice* dan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan tetap sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan.

Proses *shooting* ini dilakukan dengan perhatian terhadap detail teknis, seperti pencahayaan, kualitas audio, *framing*, dan lokasi untuk menghasilkan konten yang profesional dan menarik. Selain itu, untuk dokumentasi kegiatan seperti kunjungan tamu perusahaan, penulis juga berperan aktif dalam melakukan proses *shooting* selama seluruh rangkaian acara berlangsung. Keterlibatan ini mencakup pengambilan gambar momen-momen penting, penyesuaian sudut pengambilan agar representatif, serta memastikan bahwa dokumentasi visual tersebut dapat digunakan secara optimal untuk keperluan komunikasi internal maupun eksternal perusahaan. Selama produksi, penulis dan *Employee Relations Officer* juga dapat memberikan masukan secara langsung untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan memenuhi standar yang diinginkan sebelum dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Dalam proses *shooting* ini, penulis menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam mata kuliah *Creative Media Production*. Dalam mata kuliah tersebut, mahasiswa diminta untuk membuat iklan televisi dan berbagai macam jenis iklan lainnya untuk sebuah *brand*. Melalui pengalaman tersebut membuat penulis lebih terbiasa dan percaya diri dalam menjalani proses produksi video.



Gambar 3.5 Proses *Shooting* Konten

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Berbeda dengan konten berbentuk video, pada konten jenis poster *carousel*, setelah ide konten terkurasi dan jadwal unggahan ditentukan, penulis langsung memasuki tahap produksi. Dalam proses ini, penulis merancang isi konten (materi) secara mandiri, mulai dari penentuan pesan utama yang ingin disampaikan, pemilihan kata-kata yang tepat, hingga pengorganisasian informasi agar mudah dipahami oleh audiens internal. Penulis memastikan bahwa setiap *slide* dalam *carousel* menyampaikan informasi yang jelas, terstruktur, dan sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan. Selain itu, penulis juga berusaha untuk menjaga agar materi yang disajikan tetap relevan, menarik, dan mampu mendorong interaksi dari para karyawan. Setelah materi selesai disusun, penulis akan mengkonsultasikan hasilnya dengan *Employee Relation Officer* untuk memastikan bahwa konten tersebut sesuai dengan nilai dan visi perusahaan.

Pelajaran Karier di Usia Muda yang Akan Kamu Syukuri di Usia Tua

Slide 1: Opening

KERJA KERAS SEKARANG, PANEN DI MASA DEPAN

Usia muda adalah waktu terbaik untuk mengeksplorasi dan mempelajari banyak hal. Setiap langkah yang kamu ambil hari ini akan memberikan dampak besar bagi masa depanmu.

Slide 2: Isi materi konten

1. Networking lebih penting dari apa yang kamu kira

Baik itu rekan kerja, mentor, atau koneksi di LinkedIn, semua bisa membuka jalan menuju peluang lebih besar. Jadi, mulailah membangun hubungan baik dengan setiap orang yang kamu temui!

2. Soft skill sama pentingnya dengan hard skill

Percaya deh, keterampilan komunikasi, kepemimpinan, dan problem-solving itu juga investasi jangka panjang! Banyak orang yang cerdas, tapi tidak semua bisa bekerja dalam tim atau bernegosiasi dengan baik.

3. Jangan takut mencoba dan gagal

Yuk, mulai eksplorasi dari sekarang dengan mempelajari hal baru dan mencoba peluang yang ada dengan sebaik mungkin. Berani keluar dari zona nyaman bakal bikin kamu berkembang lebih cepat!

4. Uang bukan segalanya

Belajar finansial dari sekarang itu penting! Mulai nabung, investasi, dan siapkan dana darurat supaya masa tuamu lebih aman dan nyaman.

Slide 3: Pre-closing

Tapi, yang paling penting yaitu Stay Sane!

Ambis berkarir itu penting, tapi jangan sampai lupa waktu untuk istirahat, healing, dan menikmati hidup ya. Sahabat Polytron!

Work-Life-Balance = Produktif + Bahagia di masa depan

Slide 4: Closing

Jangan tunggu nanti! Mulai pelajari dan terapkan dari sekarang! Pelajaran mana yang paling relate buat kamu? Share di komentar! Save & share biar makin banyak yang siap sukses di masa depan!

Gambar 3.6 Proses Penyusunan Materi

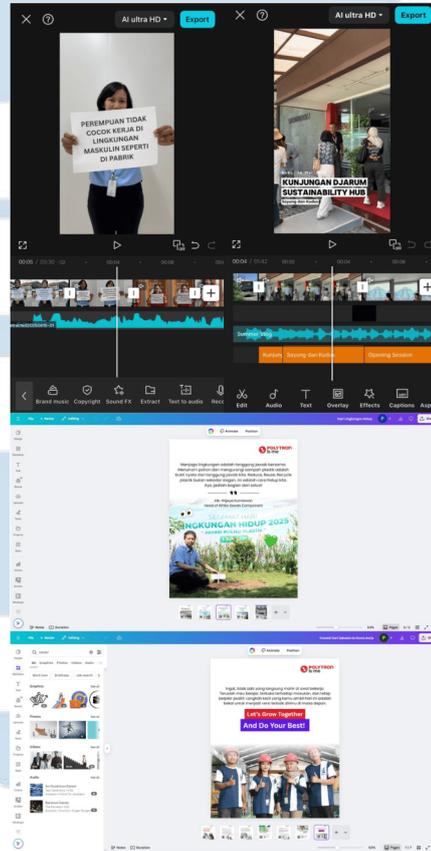
Sumber: Olahan Penulis (2025)

3) Post – production

Pada tahap *post-production*, penulis akan mengumpulkan seluruh bahan video yang telah dihasilkan dari proses *shooting* sebelumnya sebagai langkah awal sebelum proses penyuntingan dimulai. Selanjutnya, penulis melakukan proses *editing* menggunakan aplikasi CapCut untuk meningkatkan kualitas visual serta memperkuat kesan dan pesan yang ingin disampaikan melalui konten. Untuk materi berupa foto, penulis melakukan penyuntingan yang mencakup koreksi warna, peningkatan kontras, penyesuaian pencahayaan, serta penyempurnaan detail visual lainnya agar hasil akhirnya terlihat lebih menarik dan profesional. Sementara itu, untuk konten video, proses *editing* dilakukan dengan lebih menyeluruh, mulai dari pemilihan dan pemotongan klip video yang relevan, penambahan transisi atau efek visual, pengaturan irama musik latar, hingga penyisipan teks atau *subtitle* jika diperlukan guna memperjelas informasi. Penulis juga memastikan bahwa *tone of voice* dan identitas visual perusahaan tetap terjaga sepanjang video. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan alur narasi, kenyamanan visual, dan kesesuaian durasi agar konten tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga komunikatif dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens internal maupun eksternal.

Dalam proses *editing* ini, penulis juga menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah *Creative Media Production*. Dalam mata kuliah tersebut, mahasiswa dilatih untuk mengemas berbagai jenis iklan secara menarik dan profesional, dengan perhatian khusus terhadap detail teknis seperti kualitas suara, efek visual, dan keseimbangan antara elemen audio dan visual. Pengalaman ini membantu penulis dalam memastikan bahwa setiap konten yang diedit tidak hanya menarik secara tampilan, tetapi juga

efektif dalam menyampaikan pesan sesuai tujuan komunikasi.



Gambar 3.7 Proses *Editing* Konten

Sumber: Olahan Penulis (2025)

3.2.2.2 Internal Buletin Production

Media internal merupakan sarana komunikasi yang ditujukan secara khusus kepada staf dan karyawan perusahaan untuk menyampaikan serta menerima informasi yang bersifat internal. Jenkins (2003) menjelaskan bahwa media internal dapat berbentuk berbagai saluran komunikasi yang dikhususkan untuk pihak internal organisasi, dan salah satu bentuknya adalah buletin internal perusahaan. Buletin bersifat nonkomersial dan digunakan untuk menyampaikan informasi kepada kalangan secara rutin dan menarik. Dalam pelaksanaan kegiatan magang, penulis terlibat secara langsung dalam proses produksi buletin internal. Buletin ini menjadi salah satu media komunikasi yang penting

dalam menyampaikan nilai-nilai perusahaan, menginformasikan berbagai kegiatan internal, serta memperkuat keterlibatan karyawan melalui sajian informasi yang komunikatif dan visual yang menarik.

1) Pre – production

Pada tahap *pre-production*, pertama yaitu *Employee Relation Officer* memberikan arahan terkait tema utama yang ingin diangkat dalam edisi buletin tersebut. Tema ini menjadi landasan awal dalam penyusunan konten dan menentukan arah penulisan secara keseluruhan. Setelah tema ditentukan, penulis bersama dengan *Employee Relation Officer* melakukan *research* dan *brainstorming* untuk menentukan judul yang tepat dan menarik, sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dalam buletin. Proses ini bertujuan agar judul yang dihasilkan mampu merepresentasikan isi buletin secara keseluruhan dan menarik minat pembaca.

Setelah judul disepakati, penulis melanjutkan dengan melakukan riset secara mendalam untuk menggali informasi yang relevan dengan tema. Riset ini mencakup pencarian data internal perusahaan, referensi artikel, dan berita terkini mengenai kegiatan karyawan. Berdasarkan hasil riset tersebut, penulis menyusun kerangka materi (*outline*) yang akan dituangkan ke dalam artikel buletin.

Setiap edisi buletin juga menampilkan tokoh-tokoh inspiratif dari kalangan karyawan perusahaan. Pemilihan tokoh ini bertujuan untuk memberikan motivasi serta menumbuhkan semangat positif di lingkungan kerja. Dalam rangka mengangkat kisah inspiratif tersebut, penulis terlebih dahulu melakukan identifikasi dan pemilihan narasumber bersama *Employee Relation Officer*. Setelah narasumber ditentukan, penulis menyusun daftar pertanyaan untuk keperluan wawancara. Pertanyaan dirancang sedemikian rupa agar dapat menggali pengalaman, tantangan, serta pencapaian narasumber yang relevan dengan tema buletin yang akan diterbitkan.

Hasil dari wawancara ini nantinya akan diolah menjadi artikel yang menjadi salah satu konten utama dalam buletin. Seluruh proses ini dilakukan secara terstruktur, kolaboratif, dan komunikatif agar buletin yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun kedekatan antar karyawan dan memperkuat budaya positif di lingkungan perusahaan.

2) Production

Pada tahap *production*, pertama penulis akan melakukan wawancara bersama dengan para tokoh inspiratif yang sudah ditetapkan sebelumnya. Setelah wawancara selesai, penulis melakukan transkrip rekaman untuk kemudian diolah menjadi artikel naratif yang menarik, komunikatif, dan sesuai dengan gaya penulisan buletin. Proses penulisan dilakukan dengan memilah informasi penting dari hasil wawancara dan mengintegrasikannya secara runtut ke dalam artikel agar mampu menyampaikan pesan inspiratif kepada pembaca.



Gambar 3.8 Wawancara Tokoh Inspiratif Buletin

Sumber: Olahan Penulis (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Pertanyaan Awal: Mengenal Narasumber

1. Bisa ceritakan sedikit tentang perjalanan karier Anda di perusahaan ini?
Saya awal masuk kerja tanggal 13 Juni 1994 dibagian Incoming QC, 1995 di bagian QA Reliability, 1996 di Video Produksi, 1997 di ARO, 1998 di Audio Produksi, 1999 di Service Kodus, ditahap yang sama 1999 pindah bagian Industrial Engineering (sampai sekarang 2025), saat ini di struktur baru bernama Name Proses Support Engineering.
2. Apa yang memotivasi Anda untuk terus berkontribusi selama bekerja di perusahaan elektronik ini?
Motivasi utama tentu ingin menembangkan potensi diri (melalui partisipasi aktif di 3i Content), karena dari melihat karyawan lainnya yang berprestasi ditambah motivasi diri untuk menjadi seseorang yang berkontribusi untuk perusahaan melalui ide-ide inovatif sejak Desember 2014, ada rasa tanggung jawab ingin terus memajukan perusahaan melalui ide-ide inovatif.
3. Bagaimana Anda melihat budaya inovasi di perusahaan kita?
Peningkatan daya inovasi di perusahaan ini, saya melihat terutama di department Produksi budaya improvement sudah sangat baik, untuk budaya inovasi karyawan sudah mulai banyak diberikan pelatihan untuk lebih memahami arti dari inovasi, lebih spesifik di bagian pemasaran yang lebih baik, sehingga karyawan produksi bisa menerima inovasi proses produksi dari inovasi produksi yang bisa diterapkan di bagian lain. Inovasi ini akan sangat membantu untuk beradaptasi di 3i inovasi sudah besar, hanya kurang pengetahuan saja bagaimana cara membuat, sehingga secara umum tentu di bagian R&D banyak SDM yang sudah dan mengetahui tentang inovasi produk sangat baik, tinggal di implementasi saja, atau untuk ke depannya perusahaan ini semakin inovatif & berprestasi.

Pertanyaan Utama: Ide dan Proses Inovasi

4. Apa yang menginspirasi Anda untuk mencetuskan ide inovasi ini?
Saat itu saya hanya berpikir bagaimana bisa membuat ide sederhana yang bisa mudah dibuat dan laris di pasaran, seperti yang ada di website 3i, bisa bertahan di pasar selama 5 tahun.
5. Bagaimana awal mula ide tersebut muncul? Apakah ada pengalaman pribadi atau tantangan yang Anda temui sehari-hari?
Awal mulanya saya sering mendengar keluhan-keluhan konsumen yang berlatar di TV LED, mereka mengeluh suara TV LED kurang mantap, suara tanggal di atas, mayoritas konsumen POLYTRON sudah berkecukupan kualitas suara TV LEDnya POLYTRON yang memiliki ada sub-wandara dari sisi manual-nya. Bagaimana POLYTRON tidak bisa TV LED yang berkecukupan suara, sehingga bisa di gantikan speaker subwoofer (atau subwoofer) di rear cabinetnya sehingga bisa di pasang speakerkan speakerkan ada ruang front cabinet yang seperti TV tabung, saat itu saya melihat ide saya realisasi untuk di produksi, karena ada pasar yang masih berkembang, karena ada sebagian konsumen setia POLYTRON yang masih menggunakan ukuran TV yang besar yang sudah sangat bagus, kalau dilekahi di atas, maka seperti TV tabung.

6. Siapa saja yang berperan besar dalam membantu Anda mewujudkan ide tersebut?
Yang berperan besar pertama kali ya saya kasman, dari situ saya mulai ide TV LED berkecukupan TV tabung dengan suara yang mantap, seterusnya saya bertemu hasil ke steering committee 3i beserta dibantu yang lebih memotivasi ide saya, dari mulai pemilihan judul & sampai ke marketing & team R&D, semua ide tersebut diteliti masa produk dan bisa bertahan sampai sekarang (tanggal akhir tahun 2024 lebih di produksi lebih dari 1,3 juta set).

Pertanyaan tentang Penghargaan

11. Saat diumumkan sebagai pemenang dan mendapatkan hadiah Umroh, bagaimana reaksi Anda?
Saya sangat bersyukur sekali, tidak menyangka bisa mendapatkan hadiah melalui 3i Content. Evaluasi diadaini utama 3i website yang kurang, email pengumuman pemenang Kamis tanggal 5/9/2024 jam 15:58, saya bisa lihat soal pertama. Subur Alhamdulillah, spontan saya sangat pertama kali ke rekan administrasi engineering & saya WA ke anak istri saya di rumah.
12. Apa arti penghargaan ini bagi Anda, baik secara pribadi maupun profesional?
Secara pribadi penghargaan ini merupakan salah satu Allah SWT melalui perusahaan POLYTRON (PT MT Kodus), bagi umat Islam tentu menjadi imajin bisa melaksanakan ibadah umrah ke tanah suci Mekkah & Madinah, dan Alhamdulillah saya diberikan reward dari perusahaan, ini hadiah terindah buat saya yang tahun ini memasuki usia 50 tahun (14 Juni 2025).
Secara profesional, tentunya ini menjadi motivasi tersendiri saya dalam bekerja di POLYTRON, menambah kepercayaan diri bahwa setiap karyawan punya kesempatan yang sama untuk bisa berkontribusi memajukan perusahaan melalui ide-ide terbaiknya, ide-ide pembaharuan produk (ide inovasi) yang bisa di produksi massal & laris di pasaran, semua hal-hal yang saya bisa berkontribusi baik di 3i Content utamanya di 3i inovasi & marketing.

13. Menurut Anda, bagaimana penghargaan ini memotivasi karyawan lain untuk terus berinovasi?
Penghargaan ini sebagai bukti real bagaimana komitmen kuat perusahaan menghargai ide-ide inovatif karyawannya, semua punya kesempatan yang sama, jika ide tersebut baik dan disetujui marketing tentu akan di produksi massal, dan karyawan berhak mendapatkan reward sesuai yang tertulis di website 3i, berdasarkan sosialisasi reward 3i inovasi telah dipublikasikan buat semua karyawan semua mengetahui sudah ada 4 karyawan yang berlatar umrah: 2 (2016), 2 (2025) & seperti yang saya sampaikan di atas, sebelum cara buat 3i inovasi lebih diperseleksi.

Pertanyaan Penutup: Pesan dan Inspirasi

14. Apa pelajaran paling berharga yang Anda dapatkan dari pengalaman ini?
Belanja yang sangat berharga, bisa berkecukupan situ-situ, kita harus bertanggung jawab sebagai karyawan karena kita belajar menaruh perhatian untuk keluarga, teman & Content.

Gambar 3.9 Transkrip Rekaman Wawancara

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Pada tahap ini, penulis juga melakukan penyusunan untuk artikel utama berdasarkan kerangka materi yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Artikel ditulis dengan memperhatikan aspek kebahasaan, kelengkapan informasi, serta kesesuaian dengan tema dan judul buletin. Selain itu, penulis mengumpulkan serta menyusun konten tambahan seperti infografis sederhana atau cuplikan kegiatan karyawan jika diperlukan untuk mendukung dan melengkapi isi buletin. Setelah artikel selesai disusun, dilanjutkan dengan adanya proses *review* oleh *Employee Relation Officer* untuk memastikan bahwa konten sudah sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, mencerminkan nilai dan budaya perusahaan, serta layak untuk dipublikasikan. Proses ini juga menjadi kesempatan untuk memberikan masukan atau perbaikan sebelum artikel masuk ke tahap *editing* dan penyesuaian desain dalam buletin.

Dalam proses penyusunan artikel ini, penulis menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah *Writing for Public Relation*. Dalam mata kuliah tersebut, mahasiswa dilatih untuk membuat berbagai media dan *promotional kit*, salah satunya adalah

feature article. Melalui pembelajaran tersebut, penulis belajar menyusun tulisan dengan struktur yang informatif dan menarik, serta menyesuaikannya dengan karakter audiens dan tujuan komunikasi. Pembelajaran inilah yang kemudian diimplementasikan dalam penulisan artikel untuk buletin internal perusahaan.

Tema: Kreativitas Karyawan Polytron: Menulap Ide Menjadi Realita

Kreativitas

Pentingnya Kreativitas Dalam Bekerja

Kreativitas merupakan suatu kemampuan luar biasa yang memungkinkan seseorang untuk menciptakan hal-hal baru, baik berupa konsep, ide, maupun produk. Secara sederhana, kreativitas dapat dipahami sebagai kemampuan untuk mengubah *imajinasi* menjadi *realitas* melalui eksplorasi ide-ide segar yang muncul dari interaksi dengan berbagai *gagasan*, orang lain, serta *lingkungan* yang ada di sekitar kita. Proses ini memungkinkan seseorang untuk melihat dunia dari *perspektif* yang berbeda, mencari *solusi inovatif*, dan mewujudkan sesuatu yang mungkin belum terpikirkan oleh banyak orang sebelumnya.

Lebih dari sekadar kemampuan untuk *berinovasi*, kreativitas juga menjadi kunci dalam menyelesaikan berbagai *tantangan* atau *masalah* yang muncul, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun di dunia profesional. Dalam konteks *bisnis* dan *teknologi*, kreativitas memiliki peran penting dalam mendorong *perkembangan* dan *kemajuan*, menjadikannya aset berharga yang mendukung *kelangsungan* dan *pertumbuhan* perusahaan. Lalu apa pentingnya sebuah kreativitas?

Kreativitas bukan hanya sekadar proses untuk menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga merupakan kunci untuk bertahan dan berkembang dalam dunia yang terus berubah. Di tengah *persaingan* yang semakin ketat dan *dinamika pasar* yang terus bergerak cepat, kreativitas menjadi pembeda yang dapat menentukan *keberhasilan* sebuah organisasi atau orang. Dengan kreativitas, kita mampu menemukan *solusi-solusi* baru yang lebih efisien, memecahkan masalah dengan cara yang tak terduga, dan menciptakan *produk* atau *layanan* yang relevan dengan kebutuhan zaman. Selain itu, kreativitas juga memfasilitasi *inovasi* yang mendorong terciptanya *peluang-peluang* baru, meningkatkan *daya saing*, dan memperkuat *posisi* di pasar global. Dalam lingkungan kerja, kreativitas juga berperan dalam membangun *budaya* yang lebih terbuka, kolaboratif, dan dinamis, yang pada akhirnya dapat memperkuat hubungan antar tim dan menciptakan lingkungan yang *inspirasi*. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa kreativitas adalah elemen penting dalam meraih *kesuksesan* jangka panjang, baik bagi orang, perusahaan, maupun masyarakat secara keseluruhan.

Ciri-ciri

Bagaimana Kita Dapat Mengetahui Ciri-Ciri Seseorang yang Memiliki Kreativitas?

1. Imajinasi yang sangat tinggi

Orang kreatif mungkin sering terlihat *melamun* atau *termenung*, namun pikiran mereka sebenarnya dipenuhi dengan ide-ide unik dan pemikiran *out of the box* yang jarang terpikirkan oleh orang lain. Ketika banyak orang menganggap suatu masalah sulit diatasi, individu kreatif justru mampu menemukan *solusi* yang *inovatif* dan *praktis*. Meski kerap dijuluki sebagai *"sang pemimpi"*, mereka tidak hanya menyimpan ide brilian dalam pikiran, tetapi juga berusaha mewujudkannya menjadi *kenyataan*.

Kisah Inspiratif

Kenalan yuk dengan karyawan Polytron yang memenangkan program 3!

- Pada 16 November 2000, Ibu Hermin, seorang anggota tim Research and Development (R&D) di bagian desain *mechanical*, mengajukan sebuah ide yang terbilang sangat revolusioner, yaitu sebuah dispenser air yang memungkinkan galon air diletakkan di bagian bawah, bukan di atas seperti kebanyakan dispenser pada umumnya. Pada saat itu, ide ini terdengar sederhana, namun bagi Ibu Hermin, ini adalah sebuah jawaban atas kesulitan yang dihadapi oleh banyak orang saat harus mengganti galon air yang berat dan cukup sulit untuk dibalik.

Banyak orang mungkin meremehkan konsep ini pada awalnya, tetapi Ibu Hermin percaya bahwa hal ini mampu memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari adalah hal yang layak untuk diperjuangkan. Baginya, dispenser galon bawah bukan hanya sekadar produk, tetapi sebuah inovasi yang dapat mengubah cara orang berpikir tentang kenyamanan dalam menggunakan perangkat rumah tangga.

Setelah lebih dari satu dekade, pada 13 Juni 2014, ide Ibu Hermin akhirnya terwujud dalam bentuk produk nyata, yaitu dispenser *PS-PWC 777*. Produk ini tidak hanya berhasil mengatasi masalah beratnya galon yang harus dibalik, tetapi juga mempermudah pengguna dalam mengganti galon air tanpa perlu mengangkat beban berat. Inovasi ini mendapatkan apresiasi luar biasa dari Polytron dan menjadi contoh nyata bagaimana ide sederhana yang muncul dari pengamatan sehari-hari dapat membawa perubahan besar bagi masyarakat kedepannya.

Kisah Ibu Hermin menunjukkan bahwa kreativitas dapat menghasilkan solusi yang tidak hanya memudahkan kehidupan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi banyak orang. Ibu Hermin mengajarkan kita bahwa dengan keyakinan terhadap ide yang kita miliki, sesuatu yang sederhana sekalipun bisa menjadi inovasi besar yang bermanfaat.

Dengan semangat inovasi, Ibu Hermin tidak hanya memberikan solusi praktis, tetapi juga menginspirasi banyak orang untuk terus berpikir kreatif dan berani mengubah dunia, satu ide pada satu waktu.

- Pada 9 Agustus 2015, teknologi televisi mengalami perubahan besar dengan beralihnya dari TV tabung ke TV LED. Meskipun tren teknologi terus berkembang, ada satu hal yang masih dirindukan oleh banyak orang, yaitu: TV CRT (tabung) yang terasa lebih kokoh dan membawa rasa nostalgia. Menyadari hal ini, Bapak Susanto, seorang karyawan di Polytron, mengajukan sebuah ide brilian yang mampu menggabungkan dua teknologi TV LED yang canggih namun dengan tampilan dan audio seperti TV tabung.

Bapak Susanto menyadari bahwa meskipun TV LED memiliki banyak keunggulan, kualitas suara yang ditawarkan sering kali tidak sebanding dengan kualitas visualnya. Hal ini menjadi hambatan

Gambar 3.10 Penyusunan Artikel Buletin

Sumber: Olahan Penulis (2025)

3) Post – production

Pada tahap *post-production*, penulis akan melakukan proses *editing* buletin, yang melibatkan pemindahan konten artikel yang telah disusun ke dalam desain buletin menggunakan alat seperti Canva. Selama proses ini, penulis akan menentukan elemen visual, seperti tata letak (*layout*) halaman, pemilihan gambar atau ilustrasi pendukung, serta penyesuaian tipografi untuk memastikan tampilan buletin menarik dan mudah dibaca. Penulis bersama *Employee Relation Officer* juga akan melakukan foto dokumentasi karyawan untuk mendukung elemen visual pada buletin, misalnya untuk menampilkan tokoh inspiratif atau kegiatan karyawan yang relevan. Setelah materi dan elemen visual disatukan dalam desain, buletin akan melalui proses *proofreading* untuk memastikan tidak ada kesalahan sebelum dipublikasikan secara digital. Tahap *post-production* ini sangat penting untuk memastikan buletin yang dihasilkan memiliki tampilan profesional, bebas dari kesalahan, dan mampu menyampaikan pesan perusahaan dengan efektif.



Gambar 3.11 Proses *Editing* Buletin

Sumber: Olahan Penulis (2025)

3.2.2.3 Copywriting

Copywriting merupakan keterampilan menulis yang memiliki tujuan utama untuk membujuk atau memengaruhi pembaca agar melakukan suatu tindakan tertentu, terutama dalam konteks komunikasi pemasaran dan penyampaian pesan *persuasive*. Menurut Frank Jefkins dalam Agustrijanto (2006), *copywriting* adalah seni penulisan pesan penjualan yang paling *persuasive* dan kuat, yang dilatarbelakangi oleh kewiraniagaan melalui media cetak. Meskipun definisi awalnya lebih banyak digunakan dalam periklanan, namun prinsip-prinsip *copywriting* kini juga diterapkan dalam berbagai media komunikasi internal seperti media sosial perusahaan dan buletin internal perusahaan.

Selama menjalani kegiatan magang, penulis menerapkan prinsip-prinsip *copywriting* dalam pembuatan *caption* untuk akun Instagram perusahaan, @polytron_is_me. Setiap *caption* disusun dengan tujuan menyampaikan informasi perusahaan secara ringan, komunikatif, dan menarik, namun tetap mencerminkan citra serta budaya organisasi yang profesional. Dalam proses penulisan, penulis menyesuaikan gaya bahasa dengan karakteristik audiens internal, yaitu karyawan dari berbagai latar belakang, agar pesan yang disampaikan terasa relevan, mudah dipahami, dan mampu menarik perhatian. Teknik *copywriting* yang digunakan mencakup pemilihan kata yang efektif, penggunaan kalimat singkat namun bermakna, serta penyisipan ajakan (*call to action*) bila diperlukan, untuk mendorong keterlibatan audiens. Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh pemahaman praktis mengenai pentingnya peran *caption* sebagai media komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara perusahaan dan karyawan melalui pesan yang disampaikan secara kreatif dan tepat sasaran.

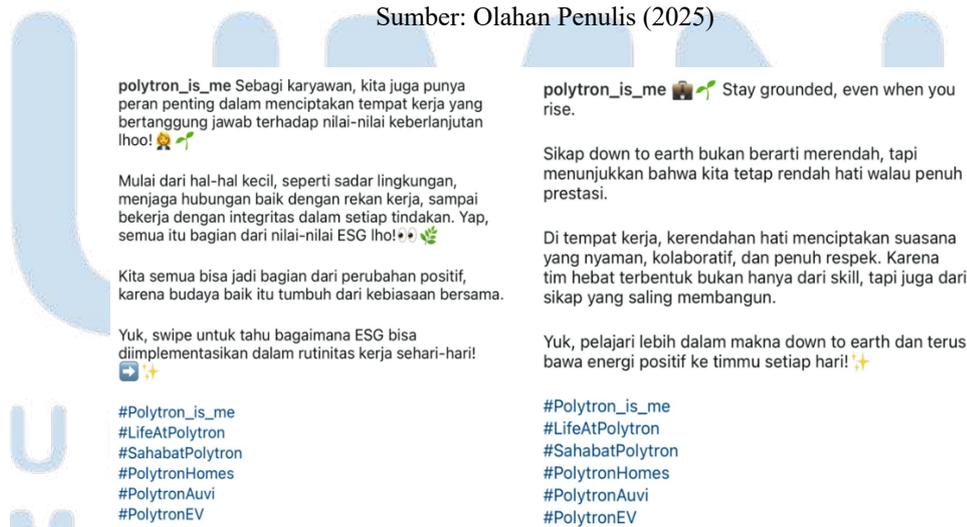
Tanggung jawab penulis dalam membuat *caption* untuk konten media sosial juga berkaitan dengan pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah *Art Copywriting and Creative Strategy*. Dalam mata kuliah

tersebut, penulis dipersiapkan untuk menyusun materi konten media sosial dengan mempertimbangkan pemilihan kata yang tepat, kreativitas dalam penyampaian pesan, serta strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens. Melalui pembelajaran ini, penulis memahami bagaimana menciptakan konten yang informatif, menarik, dan mampu memperkuat citra perusahaan di mata audiens internal.



Gambar 3.12 Draft Caption Konten Instagram @polytron_is_me

Sumber: Olahan Penulis (2025)



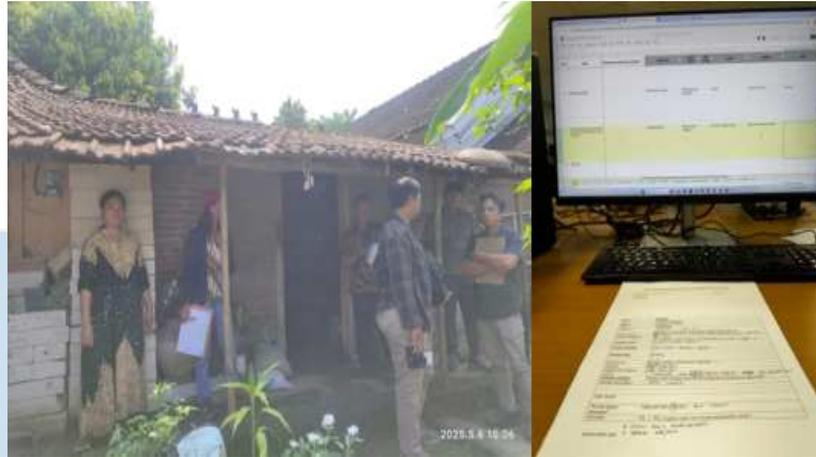
Gambar 3.13 Hasil Copywriting Caption Konten Instagram @polytron_is_me

Sumber: Olahan Penulis (2025)

3.2.2.4 Tugas Tambahan

Selain menjalankan tugas utama yang telah ditetapkan, penulis juga diberikan kesempatan untuk berkontribusi dalam beberapa tugas tambahan selama masa magang. Pertama, penulis ikut terlibat dalam kegiatan survei lapangan untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan, salah satunya yaitu “Rumah Sehat Layak Huni”. Program ini merupakan bagian dari inisiatif sosial perusahaan yang dikelola oleh Divisi *Human Resource*, khususnya tim *Culture Development*. Survei dilakukan untuk meninjau langsung kondisi calon penerima bantuan, guna memastikan kesesuaian dengan kriteria dan persyaratan yang telah ditetapkan perusahaan. Proses survei ini dilaksanakan bersama dengan tim bangunan dan perwakilan dari kepala desa setempat, guna memastikan validitas informasi serta mendukung koordinasi dengan pihak lokal.

Kegiatan survei mencakup kunjungan ke tempat tinggal calon penerima, wawancara singkat untuk menggali informasi terkait kondisi sosial dan ekonomi, serta pengambilan dokumentasi visual sebagai bahan pendukung evaluasi. Hasil survei yang diperoleh kemudian diolah dan diinput ke dalam sistem internal perusahaan sebagai bahan diskusi dan pertimbangan dalam rapat evaluasi bersama tim terkait. Melalui keterlibatan ini, penulis memperoleh pengalaman praktis dalam pengumpulan data lapangan dan proses pengambilan keputusan berbasis data. Selain itu, penulis juga mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai pentingnya sinergi antara perusahaan, pemerintah desa, dan masyarakat dalam pelaksanaan program CSR yang memberikan dampak nyata dan berkelanjutan.



Gambar 3.14 Survei Program CSR Rumah Sehat Layak Huni

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Selain itu, penulis juga ikut terlibat dalam kegiatan administrasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan, salah satunya adalah kegiatan donor darah yang bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Kegiatan ini merupakan bagian dari komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi sosial kepada masyarakat serta mendorong partisipasi aktif karyawan dalam kegiatan kemanusiaan. Donor darah ini rutin diselenggarakan sebagai bentuk kepedulian terhadap kebutuhan stok darah nasional dan wujud nyata peran perusahaan dalam mendukung kesehatan masyarakat.

Dalam proses pelaksanaannya, penulis turut membantu pada aspek administrasi, khususnya dalam melakukan pencatatan dan absensi data karyawan yang berpartisipasi dalam kegiatan donor darah. Penulis memastikan bahwa data peserta tercatat dengan lengkap dan akurat, mulai dari nama, divisi, hingga waktu pelaksanaan. Selain itu, penulis juga membantu dalam proses registrasi awal serta mengarahkan peserta menuju area pemeriksaan dan pelaksanaan donor darah.

Melalui keterlibatan ini, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam mendukung pelaksanaan kegiatan CSR perusahaan serta memahami pentingnya manajemen data dan koordinasi yang rapi dalam sebuah program sosial. Pengalaman ini juga memperkuat kesadaran

penulis akan peran perusahaan dalam memberikan dampak positif, tidak hanya secara internal, tetapi juga bagi masyarakat luas.



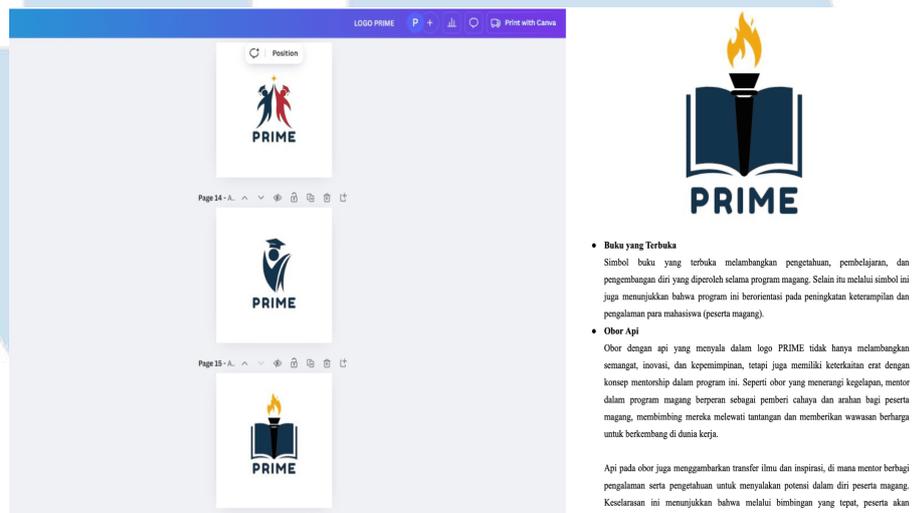
Gambar 3.15 Administrasi Kegiatan Donor Darah Bersama PMI

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Kedua, penulis turut berkontribusi dalam pembuatan desain logo untuk program magang Polytron yang diberi nama 8PRIME9. Program ini merupakan inisiatif baru yang dirancang untuk memberikan pengalaman magang yang lebih terstruktur, mulai dari tahap awal hingga akhir pelaksanaan. Dalam prosesnya, penulis secara mandiri merancang desain logo lengkap dengan arti dan makna dari setiap elemen visual yang digunakan, agar dapat merepresentasikan nilai-nilai utama perusahaan seperti profesionalisme, inovasi, dan pembelajaran berkelanjutan.

Desain logo tersebut disiapkan sebagai salah satu bentuk identitas visual dari program PRIME yang akan mulai direalisasikan pada periode magang berikutnya. Seluruh konsep dan hasil desain yang telah dibuat

direncanakan akan dipresentasikan dan dibahas lebih lanjut dalam rapat bersama *Head of Human Resources*, guna mendapatkan masukan serta persetujuan final sebelum digunakan secara resmi. Melalui keterlibatan ini, penulis tidak hanya mengasah kemampuan desain grafis, tetapi juga belajar memahami pentingnya komunikasi visual dalam mendukung strategi internal perusahaan.



Gambar 3.16 Pembuatan Logo PRIME

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Ketiga, penulis juga membantu dalam pembuatan desain media cetak maupun digital, serta *editing* video untuk mendukung kebutuhan pada kegiatan internal perusahaan. Dalam prosesnya, penulis diberikan arahan oleh *Employee Relation Officer* untuk membuat desain media cetak seperti *flyer*, pin, *X-banner*, dan desain *merchandise* untuk program 3I Polytron. Kemudian, untuk desain media digital, penulis diberikan permintaan untuk mendesain materi PowerPoint. Biasanya, materi tersebut berupa materi orientasi ataupun rapat *Big Bang* kampanye peluncuran nilai perusahaan. Tak hanya itu, penulis juga dipercayakan untuk membantu *editing* video untuk kebutuhan acara internal, seperti video *Sustainability Report* dan video materi dari divisi *Technical Training*.



Gambar 3.17 Pembuatan Desain Media Cetak dan Digital

Sumber: Olahan Penulis (2025)



Gambar 3.18 Editing Video Kebutuhan Internal Perusahaan

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Keempat, penulis ikut terlibat dalam kegiatan penyebaran *banner* promosi produk EV (Electric Vehicle), yaitu motor listrik, sebagai bagian dari strategi komunikasi internal di lingkungan Djarum Group dalam

rangka menyambut Hari Raya Lebaran 2025. Informasi ini ditujukan kepada seluruh karyawan dari berbagai perusahaan di bawah naungan Djarum Group, seperti Djarum dan Savoria, sebagai bentuk penyampaian pesan dari salah satu unit bisnis kepada stakeholders internal lainnya. Dalam pelaksanaannya, penulis melakukan kegiatan penyebaran *banner* bersama salah satu *Employee Relation Officer* di berbagai lokasi pabrik Djarum dan pabrik Savoria. Penulis turut memastikan bahwa *banner* yang memuat informasi promosi dipasang di titik-titik strategis yang mudah diakses oleh karyawan, seperti area masuk pabrik, kantin, serta ruang istirahat. Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam mendukung pelaksanaan komunikasi internal lintas perusahaan, khususnya dalam memastikan pesan disampaikan secara efektif dan terkoordinasi kepada seluruh penerima informasi di lingkungan Djarum Group, pentingnya penyampaian informasi yang efektif kepada seluruh karyawan.



Gambar 3.19 Penyebaran *Banner* Motor EV

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Kelima, dalam pelaksanaan kerja magang ini, penulis juga diberi kesempatan dan kepercayaan untuk menjadi *host* dalam acara *Sejenak Bersama Karyawan Purna*. Acara ini merupakan kegiatan internal

perusahaan yang diadakan secara khusus untuk menyambut dan memberikan penghargaan kepada karyawan yang telah menyelesaikan masa kerjanya atau memasuki masa pensiun. Tradisi ini telah menjadi bagian dari budaya perusahaan di Polytron sebagai bentuk rasa terima kasih dan apresiasi atas dedikasi serta kontribusi para karyawan selama menjalani masa pengabdianya.

Program ini berada di bawah tanggung jawab Divisi *Human Resource*, yang secara rutin mengoordinasikan pelaksanaan acara sebagai bentuk penghormatan terhadap karyawan purna tugas. Acara diselenggarakan dalam skala kecil, dengan jumlah peserta berkisar antara 10 hingga 20 orang, terdiri dari karyawan purna dan beberapa perwakilan dari tim divisi. Suasana acara yang tercipta dalam kegiatan ini bersifat hangat, kekeluargaan, dan penuh penghargaan, sehingga memungkinkan terjalinnya interaksi yang lebih personal dan bermakna antar peserta.

Dalam peran sebagai *host*, penulis bertanggung jawab untuk memandu jalannya acara, menyampaikan susunan kegiatan, serta berinteraksi langsung dengan para karyawan purna dan peserta lainnya. Tugas ini menuntut penulis untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik, percaya diri, serta mampu menciptakan suasana yang kondusif dan penuh penghormatan. Melalui pengalaman ini, penulis tidak hanya belajar mengenai tata cara penyelenggaraan acara formal berskala kecil di lingkungan perusahaan, tetapi juga memperoleh wawasan tentang pentingnya peran Divisi *Human Resource* dalam membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan antara perusahaan dan para karyawannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.20 Host Acara Sejenak Bersama Karyawan Purna

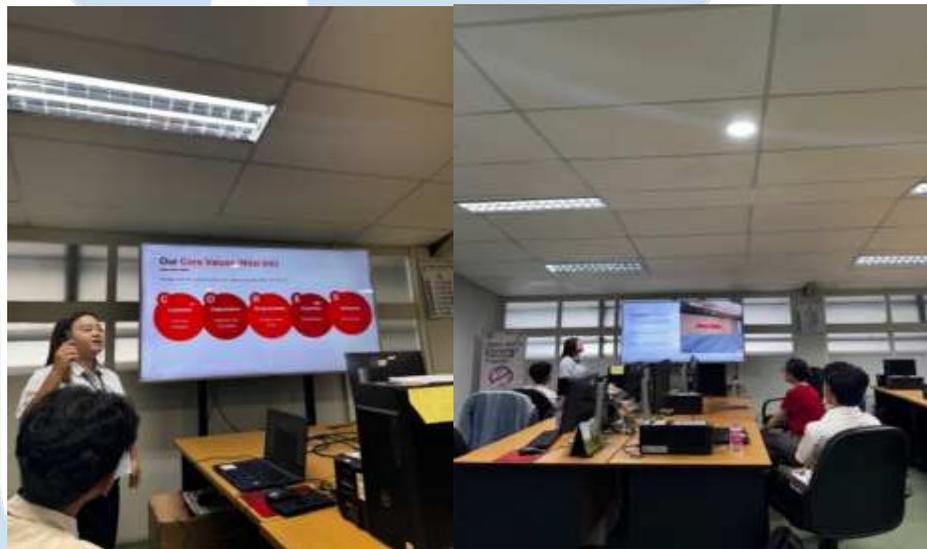
Sumber: Olahan Penulis (2025)

Keenam, penulis juga diberikan kesempatan untuk memaparkan materi mengenai *company profile* kepada peserta magang baru. Kegiatan ini merupakan bagian dari program orientasi yang diadakan oleh perusahaan untuk mengenalkan visi, misi, dan budaya perusahaan kepada karyawan magang yang baru bergabung. Program orientasi ini berada di bawah tanggung jawab Divisi *Human Resources*, khususnya bagian *Culture Development*, yang bertugas untuk memastikan para karyawan baru, termasuk peserta magang, dapat memahami dan menginternalisasi nilai-nilai serta budaya perusahaan sejak awal bergabung.

Dalam kesempatan tersebut, penulis bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi mengenai sejarah perusahaan, produk-produk

unggulan, nilai-nilai perusahaan, serta struktur organisasi yang ada. Selain itu, penulis juga menjelaskan berbagai program dan inisiatif yang dijalankan perusahaan untuk mendukung pengembangan karyawan. Pemaparan materi ini dilaksanakan secara interaktif, dengan penulis mengajak peserta magang untuk berdiskusi dan bertanya mengenai topik-topik yang disampaikan.

Pengalaman ini memberi kesempatan bagi penulis untuk mengasah keterampilan komunikasi dan *public speaking*, serta meningkatkan kepercayaan diri dalam menyampaikan informasi di depan audiens. Melalui kegiatan ini, penulis juga memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai pentingnya proses orientasi karyawan dalam memastikan mereka dapat beradaptasi dengan baik di lingkungan kerja, serta memahami tujuan dan budaya perusahaan yang diterapkan oleh Divisi *Human Resource*, khususnya pada bagian *Culture Development*.



Gambar 3.21 Penjelasan *Company Profile*

Sumber: Olahan Penulis (2025)

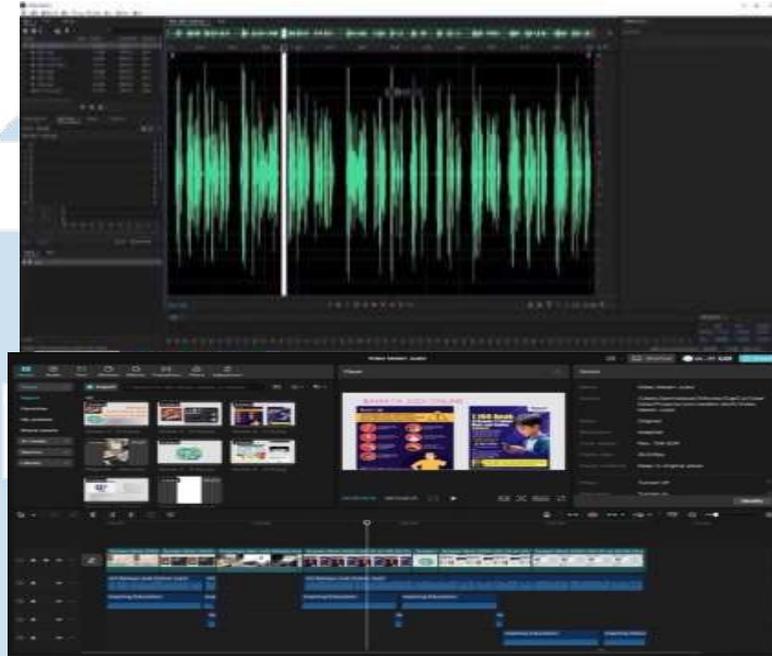
Ketujuh, penulis diberikan kesempatan untuk menjadi pengisi suara atau *voice over* (VO) pada beberapa video konten yang diproduksi oleh perusahaan. Tugas ini mencakup pengisian suara untuk video konten Instagram perusahaan, serta video materi internal dari divisi *Technical Training*. Konten-konten tersebut umumnya digunakan untuk keperluan

komunikasi internal maupun sebagai media pendukung penyampaian materi pelatihan dalam format audiovisual yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Sebagai pengisi suara, penulis bertanggung jawab untuk membacakan naskah dengan artikulasi yang jelas, intonasi yang sesuai, serta menjaga kualitas suara agar terdengar profesional dan nyaman untuk didengar. Dalam prosesnya, selain melakukan perekaman suara, penulis juga terlibat dalam proses penyuntingan (*editing*) audio guna memastikan hasil suara bersih dari gangguan *noise*, memiliki volume yang seimbang, dan sesuai dengan durasi video yang telah ditentukan. Proses penyuntingan ini dilakukan menggunakan perangkat lunak yaitu *Adobe Audition* yang dimiliki oleh penulis, kemudian hasil akhirnya diserahkan kepada divisi terkait untuk ditinjau lebih lanjut. Apabila terdapat ketidaksesuaian atau hal yang perlu diperbaiki, maka hasil audio akan direvisi sesuai dengan masukan dari tim *Technical Training*.

Keterlibatan dalam proses VO ini memberikan pengalaman baru bagi penulis, khususnya dalam bidang produksi konten multimedia. Melalui tugas ini, penulis tidak hanya mengasah kemampuan komunikasi verbal, tetapi juga mempelajari aspek teknis dalam pengolahan suara serta memahami pentingnya peran audio dalam memperkuat penyampaian pesan visual. Pengalaman ini menjadi nilai tambah yang memperkaya kompetensi penulis dalam aspek komunikasi dan media digital di lingkungan profesional.

U M W N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.22 *Voice Over* Konten Video

Sumber: Olahan Penulis (2025)

3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalani masa kerja magang di PT Hartono Istana Teknologi (Polytron) dengan total durasi 769,5 jam, terdapat beberapa kendala yang ditemukan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

- a. Pada awal kerja magang, penulis mengalami kendala dalam proses pengambilan gambar (*shooting*) konten karena menggunakan *handphone* pribadi dengan kapasitas ruang penyimpanan yang terbatas. Kondisi ini menyebabkan proses kerja menjadi kurang efisien, terutama ketika harus merekam banyak materi dalam satu waktu. Selain itu, dalam proses pengeditan, penulis hanya dapat memanfaatkan aplikasi versi gratis (non-premium) yang memiliki fitur terbatas, sehingga hasil akhir *editing* belum optimal dan belum sepenuhnya memenuhi standar kualitas konten yang diharapkan.
- b. Pada pertengahan masa magang, penulis menghadapi tantangan dalam proses diskusi dan kolaborasi pembuatan konten. Hal ini terjadi karena rekan magang yang sebelumnya bekerja bersama penulis telah lebih dahulu menyelesaikan masa magangnya. Akibatnya, penulis harus

melanjutkan proses kreatif secara mandiri, mulai dari perencanaan hingga eksekusi konten. Ketiadaan rekan diskusi membuat proses *brainstorming* menjadi kurang variatif dan dinamis, sehingga turut memengaruhi kelancaran produksi konten, terutama saat dibutuhkan masukan atau sudut pandang tambahan.

- c. Penulis beberapa kali menghadapi perubahan atau revisi mendadak terhadap rencana kerja yang telah disusun sebelumnya. Salah satu contohnya terjadi pada tahap pembuatan naskah (*script*) konten, di mana terdapat arahan baru dari pembimbing magang yang mengharuskan penyesuaian konsep dalam waktu singkat. Perubahan tersebut membuat penulis perlu menyesuaikan alur produksi, termasuk merevisi susunan adegan dan narasi agar sesuai dengan permintaan terbaru. Kondisi ini menuntut penulis untuk tetap fleksibel dan mampu bekerja secara cepat tanpa mengurangi kualitas hasil akhir.
- d. Dalam proses produksi konten, penulis tidak memiliki wewenang untuk memilih *talent* secara langsung, karena pemilihan *talent* sepenuhnya ditentukan oleh pembimbing magang. Pemilihan tersebut perlu menyesuaikan dengan ketersediaan waktu pembimbing magang, sehingga proses produksi terkadang tidak dapat berjalan sesuai jadwal yang telah dirancang. Hal ini berdampak pada kalender konten yang perlu disesuaikan ulang apabila terjadi perubahan jadwal atau keterlambatan dalam penentuan *talent*.

3.2.4 Solusi

Dalam upaya mengatasi kendala yang penulis temukan selama kerja magang, terdapat beberapa solusi yang dapat diterapkan sebagai berikut:

- a. Penulis berdiskusi dengan pembimbing magang terkait keterbatasan perangkat dan aplikasi pengeditan. Penulis menyampaikan bahwa ruang penyimpanan *handphone* pribadi yang terbatas serta fitur aplikasi yang minim menghambat proses produksi konten. Menanggapi hal

tersebut, pada pertengahan masa magang, pembimbing memfasilitasi perangkat *handphone* yang lebih memadai serta akses ke aplikasi *editing* versi premium, yang sangat membantu meningkatkan kualitas dan efisiensi kerja.

- b. Penulis mengambil inisiatif untuk meminta bantuan teman-teman kuliah untuk melakukan *review* terhadap konten yang telah dibuat. Penulis mengirimkan hasil konten kepada mereka untuk dikomentari, baik dari segi alur, visual, maupun pesan yang disampaikan. Selain itu, penulis juga berinisiatif mengajak pembimbing magang untuk berkolaborasi secara langsung dalam proses *review*, guna mendapatkan masukan yang lebih mendalam dan sesuai dengan standar perusahaan. Masukan yang diberikan, baik dari teman kuliah maupun pembimbing magang, sangat membantu penulis dalam menyempurnakan konten sebelum dipublikasikan.
- c. Untuk mengantisipasi perubahan mendadak terhadap naskah konten, penulis mulai menyusun perencanaan produksi secara lebih terperinci. Setiap ide konten dirancang tidak hanya dengan satu versi naskah, tetapi juga disiapkan alternatif atau rencana cadangan yang bisa digunakan jika terjadi perubahan konsep di menit terakhir. Dengan strategi ini, proses produksi tetap dapat berjalan lancar meskipun ada penyesuaian mendadak dari pembimbing magang, sehingga tidak mengganggu alur kerja maupun jadwal yang telah ditetapkan.
- d. Penulis mengambil inisiatif untuk membuat stok konten sebagai langkah efisiensi dalam proses produksi. Untuk konten berbasis audio-video, setiap kali terdapat jadwal *shooting*, penulis terlebih dahulu meninjau kalender konten guna mengidentifikasi materi lain yang dapat diproduksi pada waktu yang bersamaan. Strategi ini diterapkan untuk menghemat waktu dan mempercepat penyelesaian konten sesuai jadwal. Sementara itu, untuk konten berbentuk poster *carousel* Instagram, penulis mencicil pengerjaannya pada waktu-waktu laung, khususnya di saat jam kerja yang tidak terlalu padat. Selain itu, penulis

juga berdiskusi dengan pembimbing magang mengenai kemungkinan pemberian wewenang secara terbatas kepada mahasiswa magang dalam proses pemilihan *talent* yang diharapkan proses koordinasi dapat berjalan lebih cepat dan mendukung kelancaran alur produksi konten.

