BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi selama Kerja Magang

Penulis menjalani kegiatan magang di Brand Media Indonesia selama total 640 jam kerja, terhitung sejak tanggal 24 Februari 2025 hingga 30 Juni 2025. Dalam kegiatan magang ini, penulis ditempatkan di posisi *content creative production intern* yang berada di bawah Divisi Kreatif. Posisi penulis berperan dalam mendukung proses produksi konten digital untuk berbagai kebutuhan klien perusahaan.

Penulis ikut terlibat dalam beberapa tahapan kerja, mulai dari proses brainstorming ide konten, pembuatan moodboard, script VO, pengumpulan referensi visual, hingga tahap eksekusi konten seperti shooting dan editing. Selain itu, penulis juga berperan membantu tim dalam melakukan riset tren konten terkini, serta melakukan revisi terhadap materi konten berdasarkan masukan dari klien atau mentor. Selama proses magang, penulis tidak hanya dituntut untuk bekerja secara teknis, tetapi juga dilatih untuk memahami strategi komunikasi visual dan pesan brand yang ingin disampaikan melalui setiap konten yang diproduksi.

Sebagai *content creative production intern*, penulis menangani empat klien utama selama masa magang, yaitu Unilever Food Solutions, Panasonic, dan Eatsgood. Masing-masing klien memiliki karakteristik proyek yang berbeda, sehingga penulis mendapatkan pengalaman yang beragam dalam proses produksi konten.

Dalam proyek bersama Unilever Food Solutions, penulis berperan pada tahap *post-production*, khususnya dalam pengolahan video konten memasak yang ditujukan untuk platform Instagram dan TikTok. Konten-konten tersebut berfokus pada edukasi dan inspirasi seputar dunia kuliner profesional, serta menampilkan penggunaan produk Unilever dalam kegiatan operasional dapur.

Penulis bertanggung jawab dalam melakukan *editing* video, mulai dari pemotongan dan penyusunan klip, penambahan *subtitle*, hingga pengaturan ritme visual agar sesuai dengan gaya penyajian setiap *personal branding* chef. Selain itu, penulis juga melakukan *sound editing* untuk menyesuaikan kualitas audio, serta menambahkan musik latar atau efek suara guna memperkuat narasi visual. Tak hanya itu, penulis turut menambahkan elemen *visual effects (VFX)* sederhana, seperti transisi, animasi teks, penyesuaian warna agar video tampak lebih menarik dan profesional.

Penulis juga bertanggung jawab dalam menangani konten untuk brand Panasonic, mulai dari *pre-production* hingga tahap *production*. Dalam tahap *pre-production*, penulis berperan dalam merancang alur konten yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan komunikasi klien. Tugas ini meliputi penyusunan *moodboard* sebagai acuan visual, penulisan *voice over script* dalam *moodboard*, melakukan riset tren konten digital yang sesuai dengan produk, serta pengusulan lokasi untuk *shooting*. Selanjutnya pada tahap produksi, penulis membantu dalam mengatur set secara visual yang relevan dengan kebutuhan konten serta memastikan alur pengambilan gambar sesuai dengan *moodboard*.

Selain Panasonic dan Unilever Food Solutions, penulis berkontribusi dalam menangani brand Eatsgood, sebuah platform *cooking* berbasis digital yang berfokus pada penyajian resep makanan. Penulis terlibat dalam proses produksi konten, khususnya pada tahap praproduksi dan produksi video. Pada tahap praproduksi, penulis bertugas mengumpulkan referensi visual yang sesuai dengan gaya konten Eatsgood serta mempersiapkan properti yang diperlukan guna mendukung tampilan visual yang menarik. Selama proses produksi, penulis membantu dalam penataan alat dan bahan masak, serta memastikan tampilan visual terlihat menarik selama proses memasak, sesuai dengan alur dan konsep yang telah dirancang dalam *moodboard*.

3.2 Tugas, Uraian dan Konsep Kerja Magang

3.2.1 Tugas, Uraian Kerja Magang

Selama menjalani masa magang sebagai *content creative production Intern* di Brand Media Indonesia, penulis mendapatkan berbagai tugas yang berkaitan dengan proses produksi konten digital, yang meliputi tahap *pre-prodcution, production,* dan *post-production*. Tugas-tugas ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga melibatkan pemahaman strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan klien dan karakter masing-masing brand. Berikut adalah rincian detail pekerjaan penulis selama magang sebagai *content creative production intern* di Brand Media Indonesia.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

No	Tugas	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Februari	Maret				April				Mei				Juni			
				4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Tugas Utama	*Pre-production*	*Research*																	
2.			Pembuatan Moodboard																	
3.			Menentukan lokasi & recce																	
4.		*Production*	*Shooting*																	
5.		*Post-production*	*Editing Video & Sound Editing*																	

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Sumber: Olahan Data Penulis

3.2.2 Konsep Yang Relevan dengan Kerja Magang

Proses pembuatan konten multimedia meliputi 3 tahap yang terdiri dari *pre-production, production,* dan *post-production* (Aryanto dkk., 2023). Tahapan-tahapan tersebut juga relevan dengan apa yang penulis jalani selama kerja magang dan dipelajari oleh penulis pada mata kuliah *creative media* production.

Pre-production

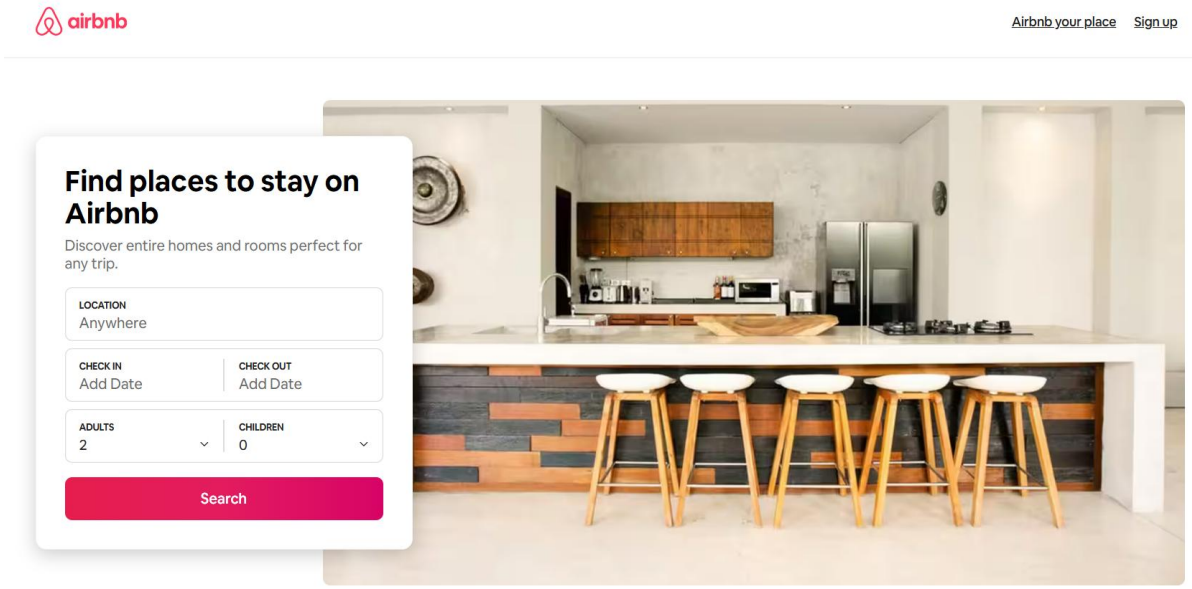
Gambar 3. 1 Alur pre-production kerja magang penulis di Brand Media Indonesia

Sumber: Olahan Data Penulis

Tahap pra-produksi merupakan fase awal dalam proses produksi konten yang menekankan pada perencanaan, persiapan dan perumusan konsep sebelum produksi (Rokhayati, 2020). Tahap tersebut juga mencakup proses pengembangan ide awal, perancangan produk dan alur produksinya (Aryanto dkk., 2023). Gambar 3.2 diatas menggambarkan alur dari tahapan *pre-production* yang dijalani oleh penulis selama menjalani kerja magang di Brand Media Indonesia.

A. *Research*

Pada tahap *pre-production* pengerjaan sebuah proyek, penulis selalu melakukan riset. Riset merupakan proses kagiatan pencarian informasi atau solusi atas suatu permasalahan dengan langkah-langkah yang terarah, tersusun rapi, serta data yang dapat diverifikasi (Wisnubroto, 2023). Kegiatan riset tersebut mencakup mencari berbagai hal yang dibutuhkan sebelum tahap *production*. Riset dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data dan menghasilkan *output* yang maksimal terhadap kebutuhan klien. Selain itu, riset yang dilakukan juga membantu tim dalam merumuskan konsep yang lebih tergambarkan dan sesuai dengan keinginan klien.

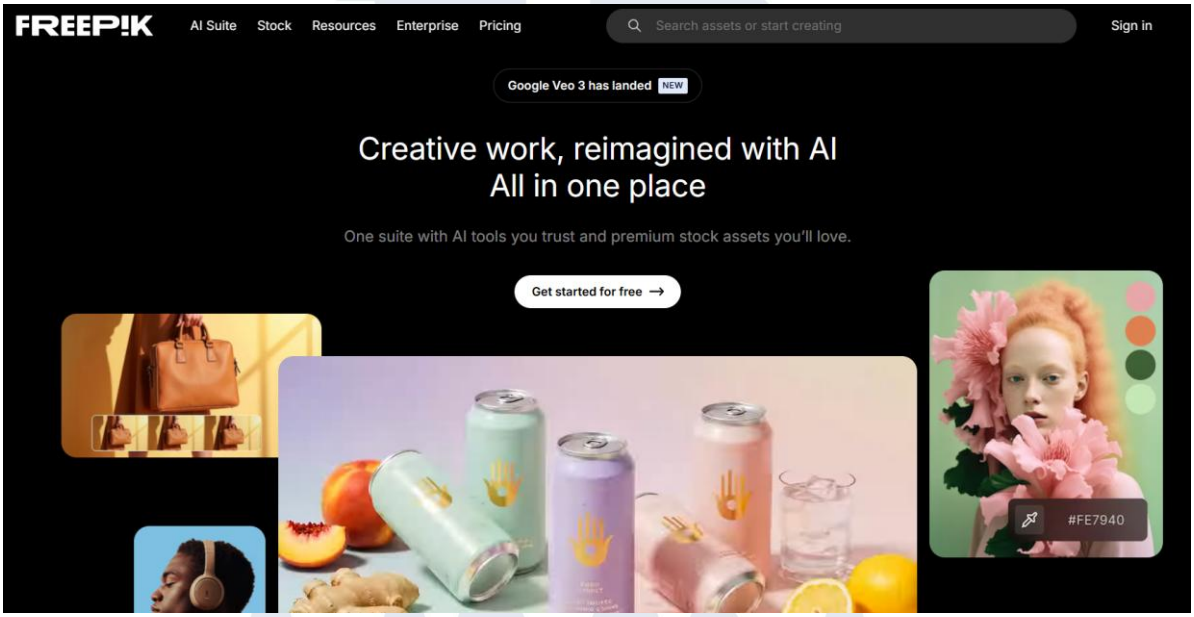


Gambar 3. 2 Website Airbnb

Sumber: *(*Airbnb*, t.t.)*

MULTIMEDIA NUSANTARA

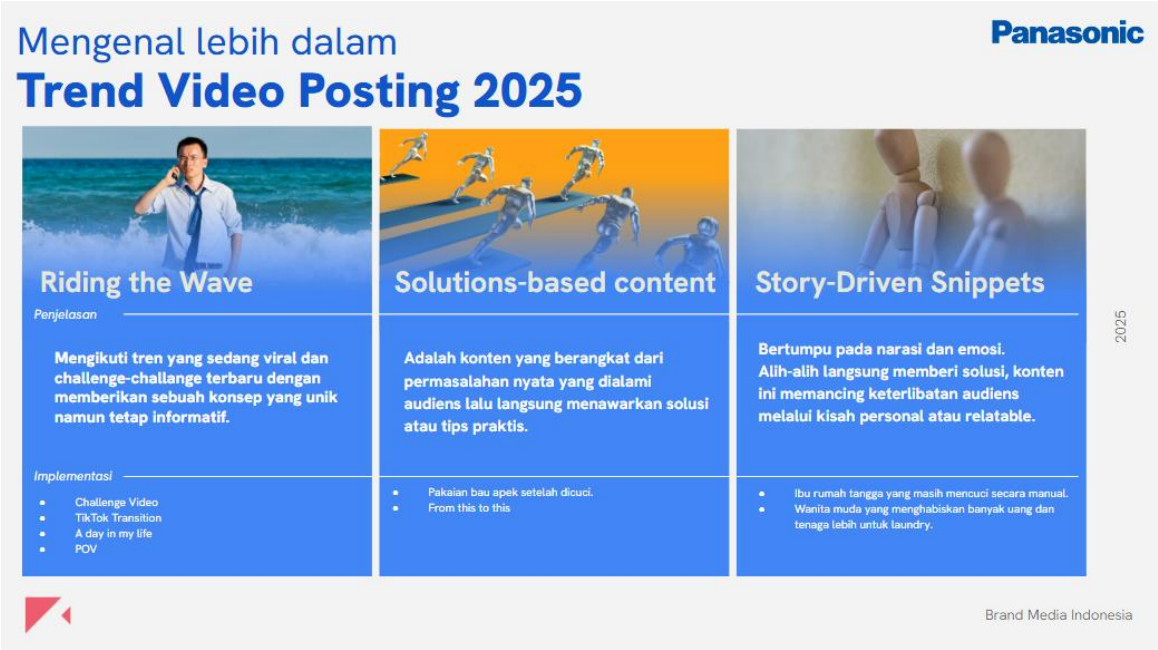
Dalam praktiknya, penulis ditugaskan untuk mencari lokasi shooting yang sesuai dengan konsep produk atau permintaan dari klien. Proses pemilihan lokasi tersebut dilakukan melalui mesin pencari Google, platform Airbnb dan media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Selain itu, penulis juga berperan dalam mencari pihak eksternal yang dibutuhkan, seperti penyedia studio dan vendor pembuat plakat.



Gambar 3. 3 Website Freepik

Sumber : *(*Freepik*, t.t.)*

Mencari referensi visual dan tren konten untuk keperluan penyusunan moodboard juga menjadi salah satu kegiatan penulis dalam melakukan riset. Saat mencari referensi visual, penulis mengambil dari berbagai platform seperti Envato, Freepik, dan Shutterstock.



Gambar 3. 4 Hasil Riset Trend Video Posting 2025

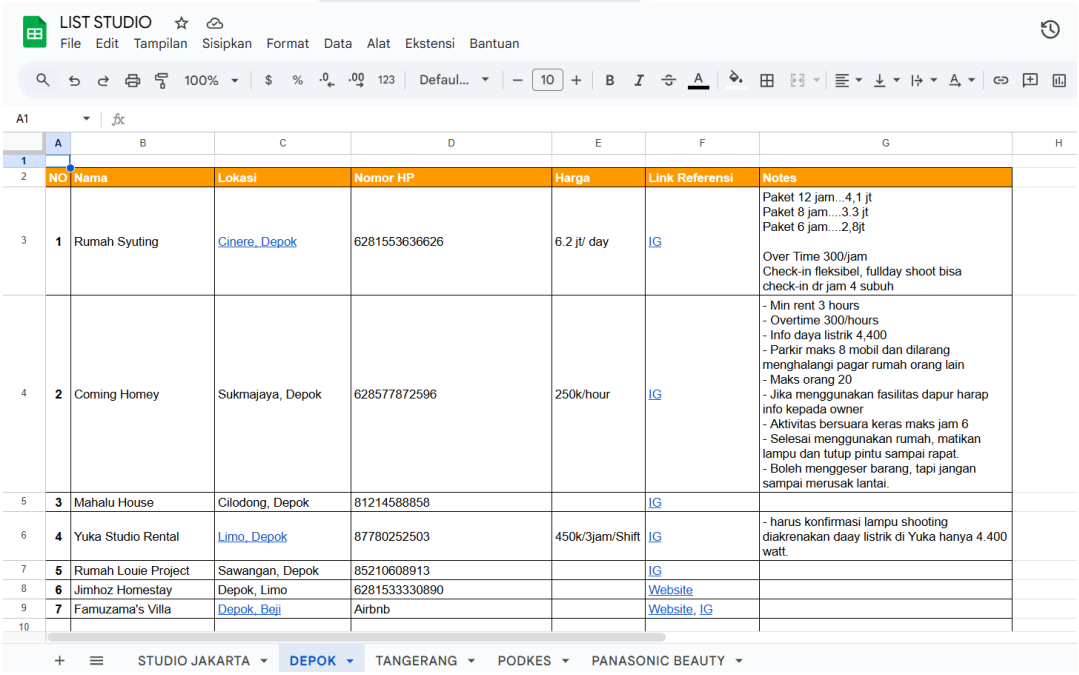
Sumber: Olahan Data Penulis

Gambar 3. 5 Hasil Riset Trend Image Posting 2025

Sumber: Olahan Data Penulis

Sedangkan dalam mencari tahu tren konten, penulis menggunakan Google dan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Tren konten tersebut menjadi acuan dalam penyusunan alur konten sesuai dengan karaktek dan kebutuhan klien. Seluruh kegiatan riset tersebut menuntut penulis untuk teliti dan membandingkan opsi terbaik serta mempertimbangkan kesesuaian dengan kebutuhan klien.

Selanjutnya, penulis mencatat apa yang sudah di temukan pada saat melakukan riset. Mendata apa yang sudah di telusuri oleh penulis menjadi bagian dari tahapan *pre-production* yang menjadi tanggung jawab penuh penulis. Penulis mendata dan mengarsipkan berbagai opsi studio serta vendor yang telah ditemukan melalui proses riset. Hal ini dilakukan untuk mempermudah tim dalam memilih dan memberikan opsi terhadap tempat produksi yang sesuai dengan kebutuhan proyek konten di masa yang akan datang.



LIST STUDIO

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

NO	Nama	Lokasi	Nomor HP	Harga	Link Referensi	Notes
1	Rumah Syuting	Cinere, Depok	6281553636626	6.2 jt/ day	IG	Paket 12 jam...4,1 jt Paket 8 jam....3.3 jt Paket 6 jam....2,8jt Over Time 300/jam Check-in fleksibel, fullday shoot bisa check-in dr jam 4 subuh
2	Coming Homey	Sukmajaya, Depok	628577872596	250k/hour	IG	- Min rent 3 hours - Overtime 300/hours - Info daya listrik 4,400 - Parkir maks 8 mobil dan dilarang menghalangi pagar rumah orang lain - Maks orang 20 - Jika menggunakan fasilitas dapur harap info kepada owner - Aktivitas bersuara keras maks jam 6 - Selesai menggunakan rumah, matikan lampu dan tutup pintu sampai rapat. - Boleh menggeser barang, tapi jangan sampai merusak lantai.
3	Mahalu House	Cilodong, Depok	81214588858		IG	
4	Yuka Studio Rental	Limo, Depok	87780252503	450k/3jam/Shift	IG	- harus konfirmasi lampu shooting diakrenakan daay listrik di Yuka hanya 4.400 watt.
5	Rumah Louie Project	Sawangan, Depok	85210608913		IG	
6	Jimhoz Homestay	Depok, Limo	6281533330890		Website	
7	Famuzama's Villa	Depok, Beji	Airbnb		Website, IG	

STUDIO JAKARTA | DEPOK | TANGERANG | PODKES | PANASONIC BEAUTY

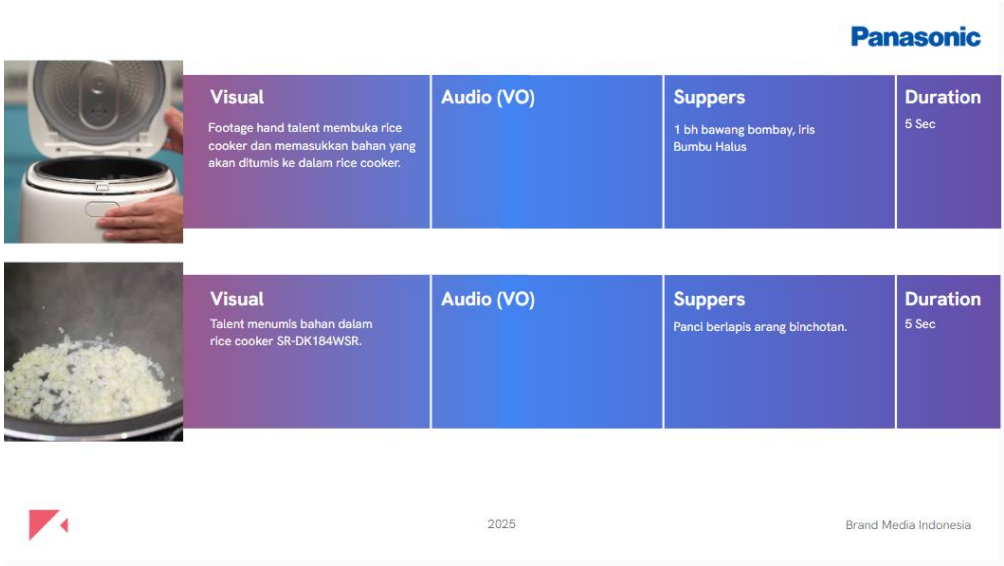
Gambar 3. 6 Daftar List Studio

Sumber: Olahan Data Penulis

Penulis membuat daftar studio-studio yang telah ditelusuri, dengan memberikan detail informasi studio seperti alamat, harga sewa, fasilitas yang tersedia, sumber, hingga kontak yang dapat dihubungi. Data tersebut disusun secara rapi menggunakan google spreadsheet. Selain studio, penulis juga mendata vendor penyedia kebutuhan klien seperti vendor plakat dan vendor box custom. Penulis bertugas dalam mendata spesifikasi produk, desain, waktu pengerjaan, dan harga. Dengan begitu, tim dapat membandingkan dan menyesuaikan dengan kebutuhan beberapa klien.

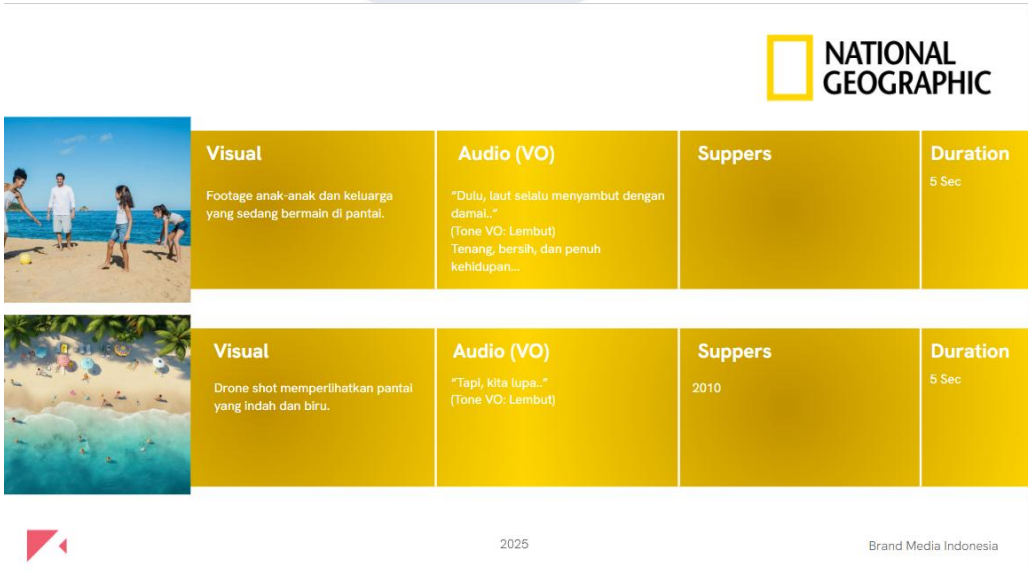
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

B. Pembuatan Moodboard



Gambar 3. 7 Hasil Moodboard Panasonic Cooking

Sumber: Olahan Data Penulis



Gambar 3. 8 Hasil Moodboard National Geographic

Sumber: Olahan Data Penulis

Selain melakukan riset dan pencatatan, penulis juga terlibat langsung dalam pembuatan moodboard untuk beberapa proyek pada tahap *pre-prodcution*. Proyek yang menjadi tanggung jawab penulis antara lain Panasonic dan National Geographic. Pembuatan moodboard tersebut menjadi acuan visual bagi tim produksi. Penulis mengumpulkan berbagai referensi visual yang relevan dengan kebutuhan klien dan membuat alur konsepnya agar mudah dipahami dan menghasilkan *output* yang maksimal. Pembuatan moodboard ini mencakup visual, keterangan visual, audio (VO), suppers, dan durasi.

Gambar 3. 9 Hasil Penjabaran Alasan Dari Konsep Video Panasonic Vacuum

Sumber: Olahan Data Penulis

Tidak hanya sebatas menyusun alur konten, penulis juga ditugaskan dalam menjabarkan alasan konseptual di balik pemilihan elemen visual dan audio yang akan menjadi hasil akhir dari video digital Panasonic vacuum. Proses ini melibatkan diskusi intensif bersama tim kreatif untuk memastikan bahwa setiap elemen yang disusun memiliki dasar strategis yang selaras dengan citra dan identitas brand.

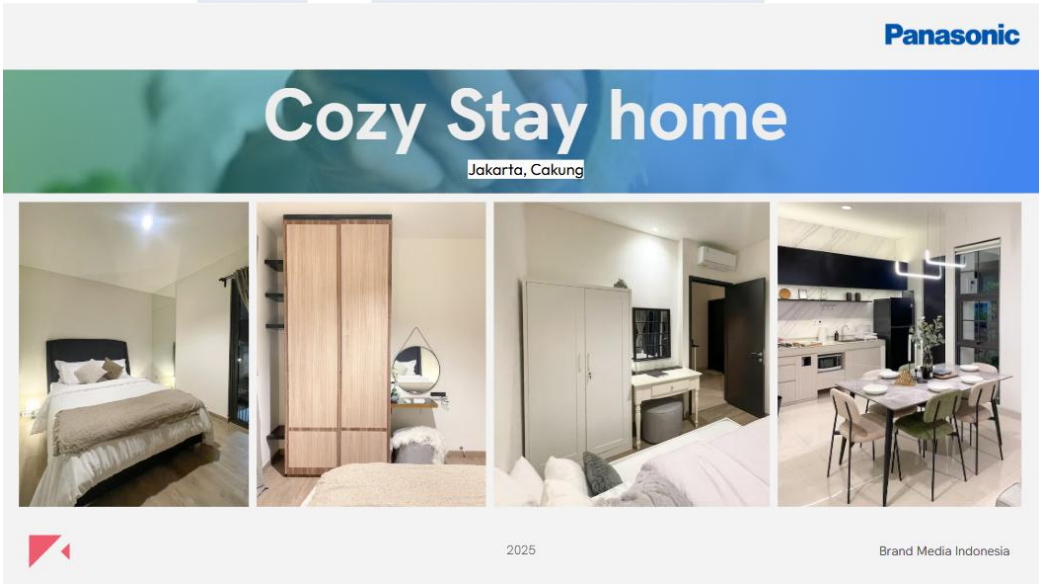
Penjabaran alasan tersebut bertujuan agar Panasonic sebagai brand dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai arah produksi konten, sekaligus memahami latar belakang dari setiap keputusan kreatif yang diambil. Dengan begitu, brand tidak hanya menilai hasil akhir dari sisi visual saja, tetapi juga dapat melihat alasan strategis di balik konsep yang dikembangkan.

Pada tempat magang penulis, penyebutan yang digunakan untuk membuat alur konten atau konsep dari sebuah konten adalah moodboard. Penyederhanaan istilah ini bertujuan untuk mempermudah proses dan mempercepat pengerjaan. Moodboard diartikan sebagai gabungan dari elemen-elemen visual yang disusun dalam bentuk kolase seperti warna, jenis huruf, gambar dan teks untuk merepresentasikan ide atau sebuah konsep (Faulina, 2023).

Namun dalam praktiknya, moodboard yang dikerjakan oleh penulis tidak hanya berisi elemen visual saja, tetapi juga menyertakan alur narasi yang lebih rinci termasuk suasana, transisi, audio dan skrip seperti storyboard. Dikutip dari Ajonye (2024) Storyboard merupakan perancangan ide-ide maupun konsep dengan menciptakan visualisasi awal berupa sketsa yang akan menjadi panduan visual.

Penyusunan moodboard pada tempat magang menerapkan pemahaman penulis selama mempelajari mata kuliah *Art & Copywriting* dan *Creative Media Production.* Pengalaman akademik tersebut menjadi dasar dalam menyusun alur serta cara berpikir penulis pada saat pembuatan moodboard. Materi yang dipelajari, seperti penyusunan visual yang terstruktur dan selaras dengan pesan komunikasi, serta perencanaan konsep untuk sebuah proyek, sangat membantu dalam mengembangkan ide dan penulis menjadi lebih terarah dalam memastikan setiap elemen visual maupun konsep pada moodboard sesuai dengan apa yang brief dari klien dan mentor.

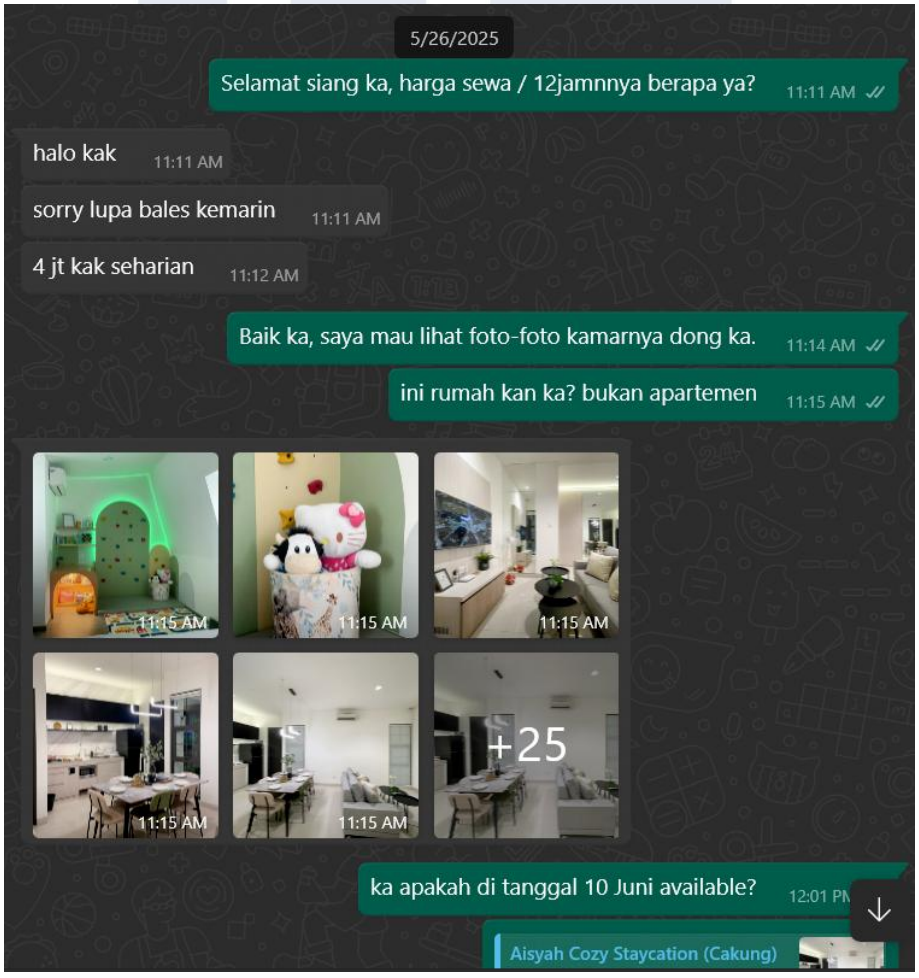
C. Menentukan lokasi & recce



Gambar 3. 10 Opsi Lokasi Shooting Panasonic

Sumber: Olahan Data Penulis

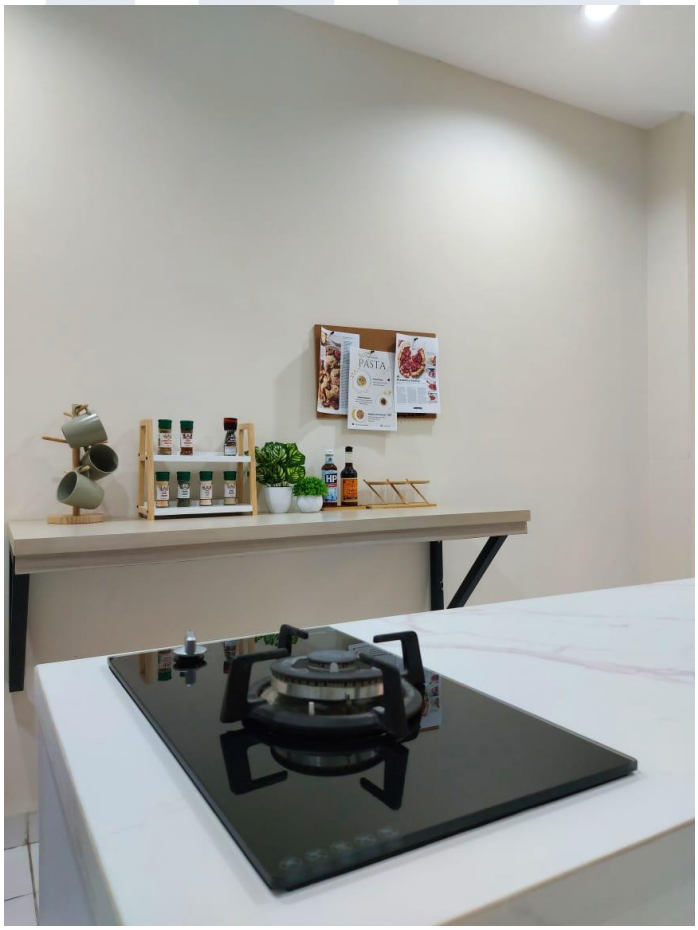
Penulis juga turut berperan dalam proses menentukan lokasi shooting dan melakukan recce (kunjungan lokasi) sebelum produksi berlangsung. Penentuan lokasi sangat berpengaruh terhadap hasil visual, efisiensi waktu produksi, serta kesesuaian dengan konsep konten yang sudah dirancang sebelumnya. Dalam menjalankan tugas ini, penulis mencari lokasi melalui hasil riset yang sudah dikumpulkan, kemudian membandingkan beberapa opsi berdasarkan faktor estetika visual, harga, kemudahan akses dan ketersediaan fasilitas yang sesuai dengan konsep konten, produk dan permintaan klien.



Gambar 3. 11 Screenshot Chat dengan Pemilik Studio

Sumber: Dokumentasi Penulis

Selanjutnya, penulis menghubungi pihak pemilik lokasi shooting untuk menanyakan ketersediaan tempat sesuai jadwal produksi yang direncanakan. Penulis melakukan diskusi terkait biaya sewa, durasi penggunaan, serta ketentuan tambahan. Kemudian, penulis menyampaikan hasil dari pembicaraan kepada tim untuk dipertimbangkan kembali sebelum keputusan akhir ditetapkan. Setelah lokasi sudah disepakati dan disetujui oleh klien, penulis bersama tim melakukan recce secara langsung ke lokasi. Kegiatan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperkirakan kebutuhan tambahan baik dari alat, tata letak ruangan, hingga penyesuaian skenario.



Gambar 3. 12 Survei Lokasi Shooting

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penentuan lokasi tersebut menjadi suatu hal yang krusial dalam proses *pre-production* di tempat kerja magang penulis karena memengaruhi langsung terhadap kualitas visual, efisiensi waktu produksi, serta kesesuaian dengan konsep konten yang sudah dirancang. Melalui pengalaman tersebut, penulis tidak hanya memahami pentingnya recce dari sisi teknis, tetapi juga menyadari bahwa recce merupakan proses penting dalam menyesuaikan alur produksi. Sehingga, seluruh proses produksi dapat lancar dan kualitas *output* konten yang dihasilkan sesuai dengan brief klien.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Production

Tahap produksi merupakan pelaksanaan ide dan konsep dari keseluruhan rencana yang sudah dirancang pada tahap pra-produksi (Pamungkas & Setiawan, 2023).

D. *Shooting*

Sesuai dengan pengertian dari tahap *production* itu sendiri, penulis merealisasikan konsep yang sudah dirancang selama *pre-production.* Pada tahap ini, penulis berpartisipasi dalam proses shooting untuk berbagai proyek, antara lain brand Panasonic, AQUA, dan Eatsgood.

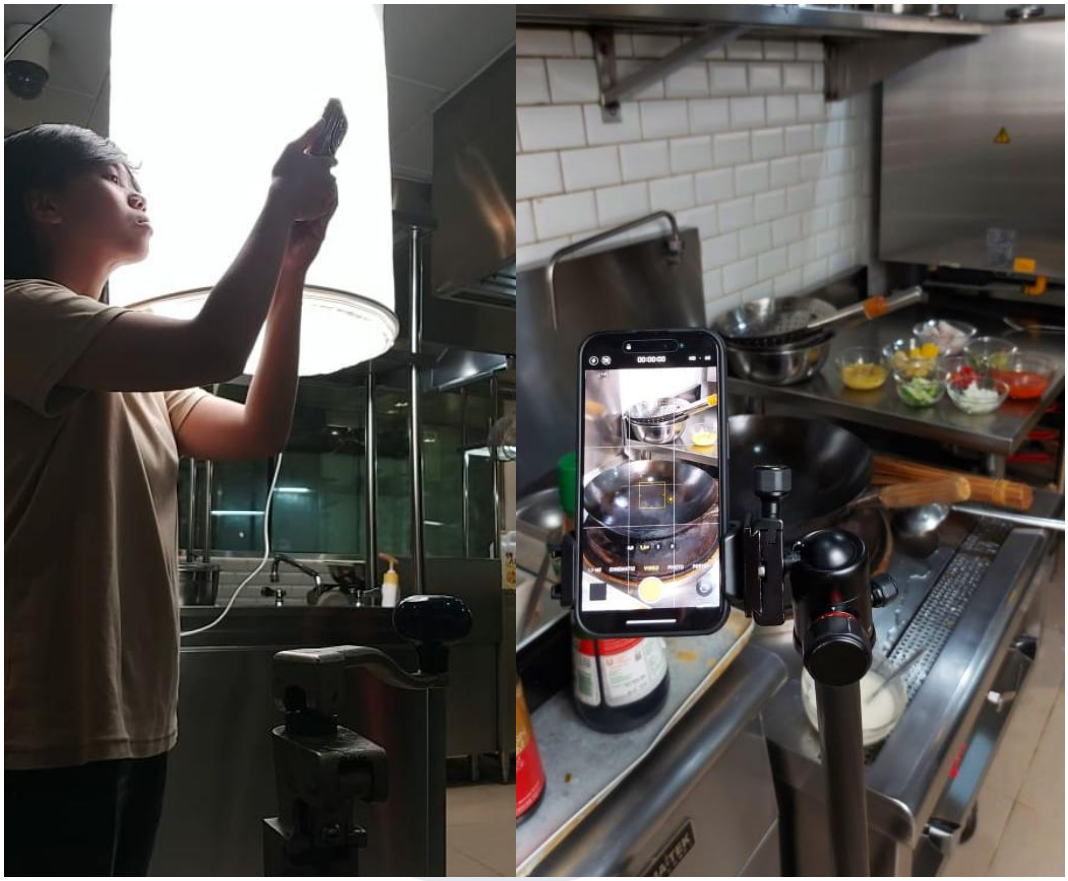
Gambar 3. 13 Kegiatan Shooting Kulkas AQUA

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada proyek AQUA, penulis turut serta dalam proses shooting produk kulkas yang menjadi fokus utama dalam pembuatan video digital berupa video memasak. Meskipun konsep video mengangkat tema memasak, pengambilan gambar tetap ditekankan pada keunggulan dan fitur dari produk kulkas AQUA. Untuk proyek brand Panasonic, penulis terlibat dalam proses shooting produk elektronik seperti vacuum cleaner, microwave, blender, hingga mesin cuci. Sedangkan, pada brand Eatsgood, konten yang diproduksi berupa video memasak dengan penekanan pada produk bumbu-bumbu masak (Agnesi, S&B Foods, McCormick, Smucker's, dan masih banyak lagi).

Gambar 3. 14 Penataan properti

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. 15 Proses Pengambilan Gambar

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam proses shooting, penulis belajar langsung mengenai penggunaan kamera mulai dari teknis pengoperasian dasar maupun penyesuaian sudut pengambilan gambar agar mendapatkan visualisasi yang menarik. Selain itu, penulis juga terlibat dalam penataan properti untuk latar belakang pada saat melakukan pengambilan gambar. Penataan tersebut dilakukan agar pengambilan gambar menghasilkan visual yang menarik, namun tetap mempertahankan masing-masing karakter dari brand.

Selama proses produksi penulis juga bertanggung jawab dalam membantu dan memperhatikan pengambilan gambar yang diambil sudah sesuai dengan moodboard yang sudah disusun sebelumnya. Penulis secara aktif menyesuaikan pengambilan gambar dengan referensi visual yang ada pada moodboard. Sehingga, *output* yang dihasilkan tetap selaras dengan konsep awal yang sudah disetujui oleh klien.

Gambar 3. 16 Proses Pengecekan Pengambilan Gambar

Sumber: Dokumentasi Pribadi

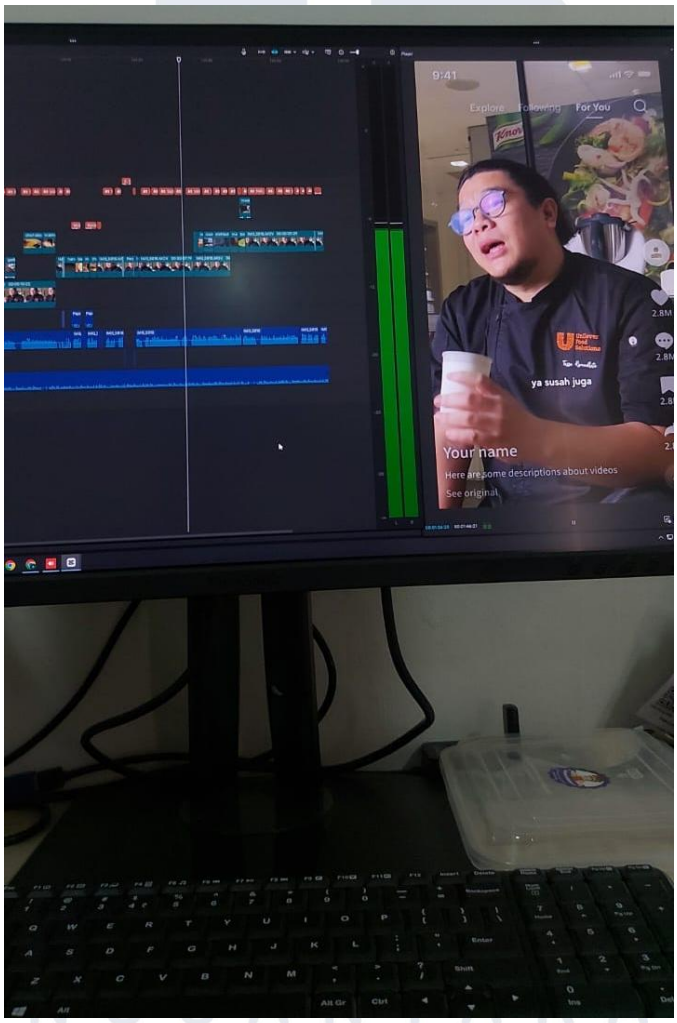
Kegiatan shooting tersebut secara langsung menerapkan pemahaman penulis yang sudah dipelajari dari mata kuliah *Visual & Photographic Communication* dan *Creative Media Production.* Pada kedua mata kuliah tersebut, penulis sudah mempelajari mengenai pencahayaan, framing, visual, hingga pengoperasian kamera. Selama proses shooting, penulis tidak hanya mengamati, tetapi juga turut membantu memastikan angle pengambilan gambar sesuai dengan moodboard, serta memahami alur kerja di lapangan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Post-production

Menurut Nugroho (2025) Tahap *post-production* mencakup penyuntingan gambar, penyesuaian warna, menambahkan suara latar atau efek suara, hingga memasukkan elemen visual tambahan yang mendukung penyampaian pesan.

E. *Editing video & Sound Editing*



Gambar 3. 17 Proses Editing

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tahap *pre-production*, penulis terlibat dalam proses editing video, yang mencakup penyesuaian gambar, pemilihan potongan footage, hingga pengaturan elemen visual dan audio. Salah satu proyek yang ditangani adalah untuk klien Unilever Food Solutions, di mana penulis mengerjakan proses editing secara utuh mulai dari menyusun alur video dan menyeleksi footage yang sesuai. Dalam pengerjaan proyek tersebut, penulis juga menambahkan elemen-elemen seperti motion text, *key message*, serta melakukan sinkronisasi antara visual dengan narasi. Proses *editing* tersebut menggunakan software CapCut dan DaVinci Resolve. Selain itu, pada proses ini juga melibatkan komunikasi dengan tim *social media strategies* untuk menyesuaikan hasil editing dengan brief visual yang sudah dibuat.

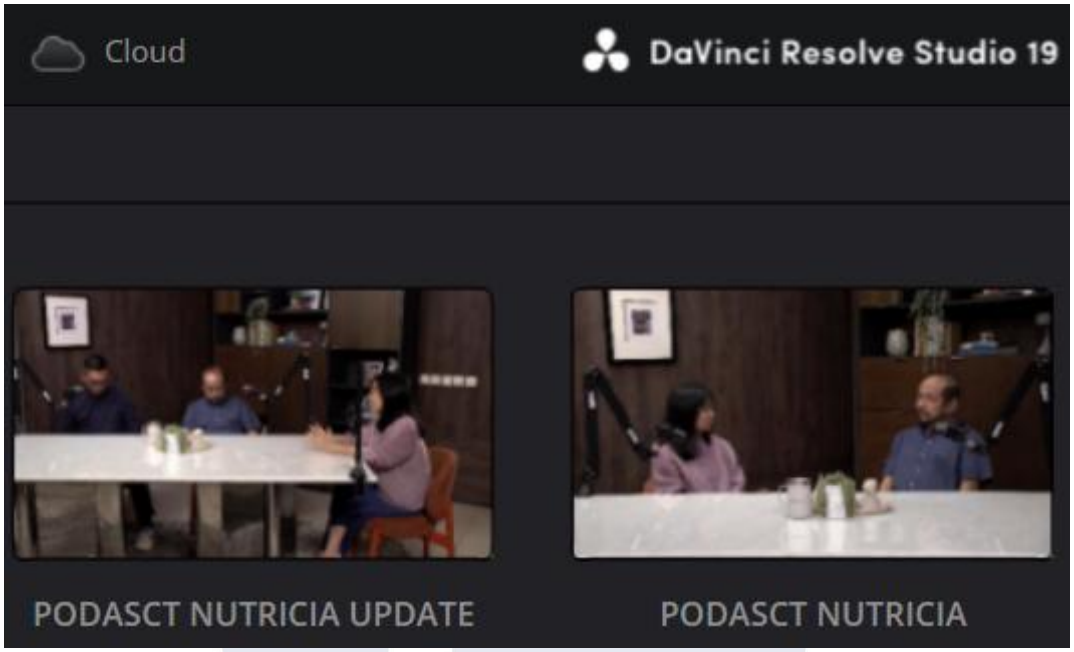
Gambar 3. 18 Hasil Editan Konten Instagram

Sumber: Instagram @chefrikrik

Gambar 3. 19 Hasil Edit Konten TikTok

Sumber: TikTok @chefnadyarisdiana

Penulis juga terlibat dalam pengeditan video untuk klien Nutricia, yang bertemakan konten kesehatan. Dalam proyek ini, peran penulis hanya melakukan tahap *rough cut* dengan menyusun urutan dasar dari hasil shooting, menandai bagian yang perlu revisi, serta mengeliminasi bagian yang tidak relevan. *Rough cut* tersebut kemudian menjadi acuan bagi editor utama untuk proses penyempurnaan berikutnya.



Gambar 3. 20 Editing Podcast Nutricia

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kegiatan yang dilakukan oleh penulis tersebut sesuai dengan konsep yang dijelaskan oleh Nugroho (2025) bahwa *video editing* merupakan sebuah proses menyusun berbagai klip seperti video, gambar, hingga elemen-elemen pendukung yang tujuannya memberikan pesan yang jelas dan menarik. Hal tersebut juga sesuai dengan divisi penulis sebagai *content creative*. Di mana, penulis dituntut untuk kreatif dalam menentukan dan membuat pesan yang ingin disampaikan pada sebuah video dapat tersampaikan. Selain itu, *output* video yang dihasilkan juga terlihat menarik secara visual.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Salah satu kendala yang dialami oleh penulis selama menjalani masa magang yaitu adanya miskoordinsi internal antara mentor yang memberikan pengarahan langsung kepada penulis, dengan divisi yang secara langsung bertanggung jawab atas proyek tersebut. Dalam beberapa situasi, penulis menerima arahan dari mentor terkait pengeditan atau alur konten, namun setelah konten diserahkan kepada tim yang bertanggung jawab terhadap konten tersebut yaitu bagian sosial media, terdapat koreksi yang berbeda dengan arahan dari mentor sebelumnya.

Penulis juga menghadapi kendala lain yaitu ketersediaan footage yang tidak lengkap atau tidak sesuai dengan brief seperti, rekaman yang diterima tidak mencakup seluruh visual yang mendukung brief yang ada. Bagi penulis, terkadang hal tersebut menimbulkan kebingungan dalam proses pengerjaan dan perlu penyesuaian. Meskipun kondisi tersebut merupakan bagian dari dinamika kerja tim yang kompleks, terutama dalam lingkungan agensi yang menangani banyak proyek sekaligus, hal ini tetap menjadi tantangan tersendiri bagi penulis dalam menjaga kualitas hasil kerja.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala miskoordinasi dan ketidaklengkapan *footage*, penulis menyadari pentingnya sikap proaktif dan komunikasi. Sehingga, untuk mengatasinya penulis mulai membiasakan diri untuk langsung mengonfirmasi kembali setiap brief konten yang sudah disediakan maupun instruksi yang diterima. Penulis juga melakukan inisiatif dengan melakukan pengecekan awal pada kelengkapan materi maupun *footage* dan langsung mengkomunikasikan jika terdapat *footage* yang tidak lengkap. Sehingga, potensi kesalahan dapat diminimalkan sejak awal.

Di sisi lain, penulis tidak menganggap revisi sebagai hal yang negatif, melainkan penulis memahami standar kualitas yang diharapkan dalam industri, dan bagaimana detail kecil berperan penting terhadap sebuah konten. Dengan memandang revisi sebagai bagian dari proses kreatif yang wajar, penulis menjadi lebih terbuka terhadap masukan serta membangun komunikasi yang baik dengan rekan tim. Berdasarkan kendala yang penulis alami, penulis menjadi tahu bahwa koordinasi yang baik antar individu dan divisi sangat penting. Pengalaman ini juga memberikan pemahaman bahwa fleksibilitas, sikap terbuka terhadap masukan, serta penyampaian informasi merupakan hal penting dalam dunia kerja profesional.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA