

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktik kerja magang di Maleo pada *Account Department* sebagai *Account Executive Intern*. Pada periode Februari sampai Mei, penulis ikut serta dalam menangani *social media brand* Teh Pucuk Harum. Setelah tiga bulan, penulis beralih fokus ke *brand* OCBC dan mulai terlibat dalam aktivitas pemasaran *Above The Line (ATL)*.

Penulis pernah mendengar sebuah kutipan yang berbunyi, “*An Account is more than a messenger. Account is a consultant who connects internal teams with clients, aligns perspectives, and crafts creative solutions that address the concerns of both sides*”. Sebagai *Account Executive Intern*, penulis memiliki peran sebagai konsultan bagi internal team yang mencakup *team project manager (PM)*, *content*, *creative*, *community*, dan *strategist*. Dalam hal ini, penulis *brainstorming* dengan *Content Team* dalam *content draft development process*, melakukan supervisi ketika *creative development process* agar *align* dengan *client brief*, dan diskusi dengan *community team* ketika ada *issue* yang perlu diselesaikan.

Sebelum memulai bekerja, penulis bersama *team* rutin mengirim *daily task* untuk memantau agenda harian dan menentukan prioritas pekerjaan. Ketika penulis menangani Teh Pucuk Harum, penulis mengirim *update content draft & preview* setiap harinya, mencakup *content* yang sedang *on development*, *revision*, *waiting on client feedback*, *approved*, dan *published*.

Selama menjalani praktik magang di Maleo, penulis mengikuti dua alur kerja dalam menangani Teh Pucuk Harum dan satu alur kerja dalam menangani OCBC.

A. Teh Pucuk Harum – *Social Media Workflow Using Existing Assets*

1. Menerima dan memahami *brief* dari *client*.
2. Diskusi dengan *Project Manager* terkait *project timeline*.

3. Mengikuti *internal alignment meeting* bersama *Project Manager*, *Creative Team*, dan *Content Team* untuk membedah *brief* secara menyeluruh.
4. Menulis dan mengirim *Job Request (JR)* ke *Content Team* untuk *develop content draft* sesuai dengan *brief* dari *client*.
5. Mengikuti sesi *Live Deck Check* dengan *internal team* untuk memastikan kesesuaian *content draft* dengan *brief* & ekspektasi *client*.
6. Menulis *Contact Report* yang berisi *feedback recap* & *action points* untuk *Content Team*.
7. Apabila terdapat revisi, penulis memastikan hasil revisi dari *Content Team* sudah sesuai dengan *feedback* terakhir.
8. Mendampingi *Content Team* dalam presentasi *content draft* kepada *client*.
9. Menulis *Contact Report* dari *feedback client* serta *next to-do list*.
10. Jika terdapat revisi, penulis melakukan *recheck* hasil revisi dari *client* dengan *feedback* dari *client*.
11. Setelah *draft* disetujui oleh *client*, penulis mengirim *JR* ke *Creative Team* untuk melakukan *creative development process* menggunakan *existing assets* (*asset* dari *client*, hasil *shooting* sebelumnya, atau *exploratory sourcing*).
12. Apabila terdapat revisi, penulis melakukan *cross-check content preview* dengan *content draft* dan *mandatory points* dari *client*.
13. Apabila terdapat revisi dari *internal team*, penulis perlu *cross check* kesesuaian hasil revisi dengan *feedback* dari internal.
14. Mengirim *content preview* kepada *client* untuk proses *approval*.
15. Jika ada revisi, penulis mengirim *feedback* dari *client* ke *Creative Team*.
16. *Cross check* hasil revisi *content preview* sudah *align* dengan *feedback* dari *client*.
17. Setelah *content preview approved by client*, penulis mengirim *JR* ke *Content Team* untuk merekomendasikan *airing time publish content* tersebut.

18. Mengirim *JR* ke *Community Team* (admin) untuk mengirim *content* tersebut sesuai *airing time* yang diajukan oleh *Content Team*.

B. Teh Pucuk Harum – *Social Media Workflow Through Production*

1. Menerima dan memahami *brief* dari *client*.
2. Diskusi dengan *Project Manager* terkait *project timeline*.
3. Mengikuti *internal alignment meeting* bersama *Project Manager*, *Creative team*, dan *Content team* untuk membedah *brief* secara menyeluruh.
4. Menulis dan mengirim *Job Request (JR)* ke *Content team* untuk develop *content draft* sesuai dengan *brief* dari *client*.
5. Mengikuti sesi *Live Deck Check* dengan *internal team* untuk memastikan kesesuaian *content draft* dengan *brief* & ekspektasi *client*.
6. Menulis *Contact Report* yang berisi *feedback recap* & *action points* untuk *Content Team*.
7. Apabila terdapat revisi, penulis memastikan hasil revisi dari *Content Team* sudah sesuai dengan *feedback* terakhir.
8. Mendampingi *Content Team* dalam mempresentasikan *content draft* kepada *client*.
9. Menulis *Contact Report* dari *feedback client* serta *next to-do list*.
10. Jika terdapat revisi, penulis melakukan *recheck* hasil revisi dari *client* dengan *feedback* dari *client*.
11. Setelah *content draft approved by client*, penulis mengirim *JR* ke *Creative Team* untuk melanjutkan ke tahap *pre-production*.
12. Mencari dan menghubungi *potential talents* untuk kebutuhan *shooting*.
13. Setelah *talent* disetujui oleh *client*, penulis menghubungi *talent* untuk mengkonfirmasi jadwal mereka.
14. Membuat *deck Pre-Production Meeting (PPM)* yang mencakup *talent outfit*, lokasi, properti produksi, dan lainnya.
15. Mengikuti *PPM meeting* bersama *internal team* sebelum produksi dimulai.

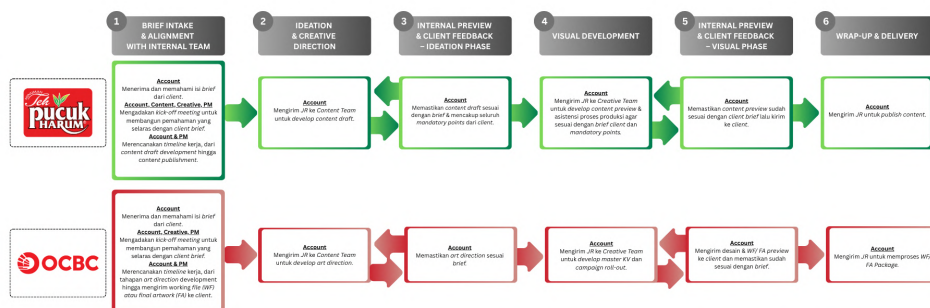
16. Mengirim *deck PPM* ke *client* untuk proses *approval outfit*, lokasi, dan properti.
17. Menulis *Contact Report* dari *PPM* yang terdiri dari *recap feedback* dan *next to-do list*.
18. Apabila terdapat revisi, penulis memastikan *deck PPM* sudah *align* dengan *feedback* dari *client* maupun *internal team*.
19. Mendampingi proses produksi untuk memastikan proses tersebut sudah sesuai dengan *content draft* dan *brand guidelines*.
20. Melakukan *recap* bukti pembayaran terkait kebutuhan *shooting* untuk dilaporkan di *CIA Tracker*.
21. Mengirim *JR* ke *Creative Team* untuk *develop asset content* dari hasil produksi berdasarkan *content draft*.
22. Apabila terdapat revisi dari *internal team*, penulis perlu *cross check* kesesuaian hasil revisi dengan *feedback* dari internal.
23. Mengirim *content preview* ke *client* untuk proses *approval*.
24. Jika ada revisi, penulis memastikan *content preview* sudah sesuai dengan *feedback* dari *client*.
25. Setelah *content preview approved by client*, penulis mengirim *JR* ke *Content Team* untuk merekomendasikan *airing time publish content* tersebut.
26. Mengirim *JR* ke *Community Team* (admin) untuk mengirim *content* tersebut sesuai *airing time* yang diajukan oleh *Content Team*.

C. OCBC – ATL Campaign Workflow for OCBC Event Rollout

1. Menerima dan memahami *brief* dari *client*.
2. Mengikuti *internal alignment meeting* bersama *Project Manager* dan *Creative Team* untuk membedah *brief* secara menyeluruh, termasuk *objective* dan *key deliverables*.
3. Menulis dan mengirim *Job Request (JR)* kepada *Creative Team* untuk *develop art direction Master KV* sesuai *client brief*.

4. Mengikuti *internal preview meeting* untuk memastikan kesesuaian *art direction Master KV* sesuai dengan *brief* dan ekspektasi *client*.
5. Menulis *Contact Report* yang berisi *feedback recap & action points* untuk *Art Director Team*.
6. Jika terdapat revisi, penulis memastikan hasil revisi dari *Art Director Team* sudah *align* dengan *feedback* sebelumnya.
7. Mendampingi presentasi *art direction Master KV* ke *client*.
8. Menulis *Contact Report* yang berisi *feedback recap & action points* untuk *Art Director*.
9. Jika terdapat revisi, penulis melakukan *cross check* untuk memastikan hasil revisi sesuai dengan *feedback* dari *client*.
10. Setelah *art direction Master KV* disetujui oleh *client*, penulis mengirim *JR* kepada *Designer & Copywriter Team* untuk *develop design Master KV*.
11. Mengikuti *internal preview* bersama *creative team* (*Art Direction, Designer, and Copywriter Team*) untuk *check* kesesuaian *Master KV* dengan *client brief*.
12. Menyusun *Contact Report* yang memuat rangkuman diskusi dan *feedback* untuk *Creative Team*.
13. Jika terdapat revisi, penulis memastikan hasil revisi dari *design Master KV* sudah sesuai dengan *feedback internal preview*.
14. Mengirim *design preview Master KV* kepada *client* untuk mendapatkan persetujuan.
15. Jika terdapat revisi, penulis kembali memastikan bahwa hasil desain yang direvisi telah sesuai dengan *feedback client*.
16. Setelah *design Master KV* disetujui, penulis mengirim *JR* ke *FA Team* untuk *develop FA Master KV*.
17. Mengirim *FA preview Master KV* kepada *client* untuk mendapatkan persetujuan.
18. Jika terdapat revisi, penulis memastikan hasil revisi *FA* telah sesuai dengan *feedback client*.

19. Setelah *FA* disetujui, *FA Team* akan menyiapkan *FA package* lengkap untuk dikirimkan kepada *client*.
20. Apabila terdapat *campaign roll out*, penulis mengirim *JR* ke *designer team* untuk *develop campaign roll-out* berdasarkan *brief* dari *client*.
21. Mengirim *preview design campaign rollout* kepada *client* untuk mendapatkan *feedback*.
22. Jika terdapat revisi, penulis memastikan hasil revisi *campaign roll-out* telah sesuai dengan *client brief*.
23. Setelah *design campaign roll-out approved by client*, penulis mengirim *JR* kepada *FA Team* untuk *develop design* menjadi *Final Artwork (FA)*.
24. Mengirim *FA preview campaign roll-out* ke *client*.
25. Jika terdapat revisi, penulis memastikan seluruh revisi *FA* telah sesuai dengan *feedback client*.
26. Setelah *FA preview* disetujui, *FA Team* akan menyiapkan *FA package* untuk dikirim kepada *client*.



Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja
Sumber: Olahan Penulis (2025)

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

A. Tugas Kerja Magang

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis mendapat kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dari perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata. Dalam *project* Teh Pucuk Harum, penulis berfokus pada pengelolaan *social media*, dimulai dari menerima *client brief* sampai proses

konten di-publish. Berbeda dengan Teh Pucuk Harum, *project* OCBC berada dalam lingkup *Above The Line (ATL)*. Namun, penulis baru bergabung selama kurang lebih satu bulan dalam OCBC *team* sehingga penulis baru terlibat dalam *campaign roll-out development process* sampai *FA package process*. Berikut merupakan uraian pekerjaan dan *timeline* selama penulis melaksanakan praktik kerja magang di Maleo.

Job Timeline																			
Tahapan	Jenis Pekerjaan	Februari			Maret				April				Mei				Juni		
		W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3
Brief Intake & Alignment with Internal Team	1. Mengikuti Meeting																		
	2. Menulis Contact Report																		
Ideation & Creative Direction	1. Mengirim Job Request																		
Internal Preview & Client Feedback [Ideation Phase]	1. Mengikuti Meeting																		
	2. Menulis Contact Report																		
Visual Development	1. Mengirim Job Request																		
	2. Talent Partnership																		
	3. Supervisi Produksi Content																		
Internal Preview & Client Feedback [Visual Phase]	1. Mengikuti Meeting																		
	2. Menulis Contact Report																		
Wrap-Up & Delivery	1. Mengirim Job Request																		

Tabel 3.1 Timeline Kerja
Sumber: Olahan Penulis (2025)

B. Uraian Pelaksanaan

Gregory (2015) dalam bukunya *Planning and Managing Public Relations Campaign* menyampaikan bahwa pelaku kampanye perlu mempertimbangkan setiap langkah perencanaan dengan bijak dan tepat agar pesan kampanye dapat sampai kepada sasarannya. Selama menjalani proses praktik kerja magang, penulis ikut serta dalam tahap perencanaan sampai evaluasi dengan tugas sebagai berikut:

A. Meeting

Komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena manusia tidak dapat lepas dari komunikasi. Menurut *The Interpersonal Communication Book*, DeVito (2015) menyampaikan bahwa model komunikasi terdiri dari lima unsur, yakni *source/receiver, message, channel, noise, context*,

dan *ethics*. Setiap unsur tersebut saling berkaitan dan mempengaruhi satu sama lain dan membentuk model komunikasi. Selama proses *meeting*, sumber dan penerima berdiskusi melalui satu saluran untuk membahas pesan dalam konteks tertentu, di mana prosesnya dilaksanakan sesuai dengan etika yang disepakati tetapi tidak menutup kemungkinan adanya gangguan yang terjadi. Dalam menjalani praktik kerja magang, penulis telah mengikuti serangkaian *meeting* sebagai berikut:

1. *Working In Process* - Teh Pucuk Harum & OCBC

Saat menangani Teh Pucuk Harum, penulis secara aktif terlibat dalam *Account Alignment meeting* yang diadakan beberapa kali dalam seminggu. Selama *meeting* tersebut, penulis ikut serta menyampaikan *update* terkait hal-hal yang sedang *on development*, *revision*, *waiting on client feedback*, *approved*, dan *already done*. Sementara itu, ketika penulis ikut serta menangani OCBC, penulis mengikuti *Account Alignment meeting* setiap hari Senin.



Gambar 3.2 Account Alignment Meeting
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Penulis juga mengikuti *Work In Progress (WIP) meeting* bersama *internal team* Teh Pucuk Harum yang dilaksanakan setiap hari Rabu dan bersama *client* setiap hari Selasa. Dalam *meeting* tersebut, penulis mencatat *Contact*

Report yang terdiri dari *recap meeting*, *feedback*, dan *next step*.



Gambar 3.3 WIP Internal Team Teh Pucuk Harum
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 3.4 WIP Internal Team Teh Pucuk Harum
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

2. *Pick-up Brief from Client* - Teh Pucuk Harum

Ketika *client* menyampaikan *brief*, terdapat beberapa *mandatory points* yang selalu disampaikan, seperti *objective* dan *key message*. Namun, *Account* tidak hanya berperan sebagai penerima pesan saja, melainkan *Account* perlu

memahami *brief* tersebut dengan sangat jelas. Apabila terdapat beberapa hal yang kurang dipahami, *Account* dapat memastikan hal tersebut dengan *client*. Jika tujuan bisnis perusahaan tersebut terlalu *generic* atau sasaran kampanye tidak jelas, maka seluruh anggota tim tidak akan memahami apa yang akan dicapai dalam kampanye tersebut (Bielby, 2021).

Sebagai *Account Executive Intern*, penulis memiliki tugas mencatat *Contact Report* dalam *Pick-up Brief from client*. Selama menjalani praktik kerja magang, penulis sudah beberapa kali mengikuti *meeting Pick-up Brief from client*, seperti *Pick-up Brief for Ramadhan Campaign*, *Always On (AON) Maret*, *AON April*, dan *TVC Campaign*.

3. *Kick-off Brief with Internal Team* - Teh Pucuk Harum & OCBC

Setelah *Account* memahami *brief* dari *client*, *Account* akan berkoordinasi dengan Project Manager (PM) untuk menentukan jadwal *Kick-off Brief Meeting* dengan *internal team*. Ketika jadwal sudah ditentukan, *Account* akan menyampaikan kembali *brief* dari *client* dan memastikan seluruh anggota tim memiliki pemahaman yang sama. Lebih dari seorang komunikasi, *Account* menjadi konsultan ketika ada hal yang ingin didiskusikan oleh *internal team*. Contoh studi kasusnya, *Content* dan *Creative Team* bertanya terkait ekspektasi *client* untuk Pucuk Kuliner, maka *Account Team* perlu menjabarkan ekspektasi *client* yang terperinci. Pada saat itu, penulis ikut serta membuat *do and don'ts points* untuk Pucuk Kuliner, seperti *gesture talent* ketika melakukan *review* makanan, minum Teh Pucuk Harum, *angle* saat mengambil *video*, dan lainnya.

Ketika penulis bergabung dalam OCBC Team, penulis mendapatkan kesempatan untuk ikut serta dalam *Kick-off Communication Tools 2026 with Internal Team*. Namun, sebelum *meeting* tersebut diadakan, penulis mendapat tugas untuk membuat *creative brief* yang terdiri dari *what's the client needs, the challenge, laundry list, reference, dan next step*. Di samping mempersiapkan *creative brief*, penulis juga menulis *Contact Report* selama *meeting* berlangsung.



Gambar 3.5 Tangkapan Layar Comtools Brief
Sumber: Data Perusahaan (2025)

4. Internal Preview and Client Feedback - Ideation Phase

Teh Pucuk Harum dan OCBC

Tugas utama seorang *Account* adalah menjaga keseimbangan antara ekspektasi *client* dan kapabilitas *internal team*. Dalam mencapai tujuan tersebut, terkadang ada beberapa tantangan yang dilalui. Ketika *Content Team* mengajukan *content draft*, *Account Team* bersama *Creative Team* akan mengadakan *Internal Preview meeting* untuk berdiskusi terkait *content draft* yang diajukan. *Account* berperan untuk memastikan *output content draft* tersebut sudah sesuai dengan *brief* serta *mandatory points* dari *client*. Apabila terdapat beberapa *Editorial Plan* yang belum sesuai dengan harapan *client*, *Account Team* akan menyampaikan

saran yang komprehensif dan memungkinkan untuk diimplementasikan. Contoh studi kasus pertama, *client* mengirimkan *brief* untuk menghasilkan *content* yang *cool*, *related to the trend*, dan *eye-catching*, khususnya bagi target utama Teh Pucuk Harum, yakni Gen Z. Namun, menurut *Account Team*, terdapat beberapa *Editorial Plan (EP)* di *content draft* yang belum sesuai dengan harapan *client*, maka *Account* berkontribusi memberikan referensi *content* bagi *internal team* dan menjabarkannya secara terperinci. Di samping itu, *Creative Team* juga memiliki ruang untuk menyampaikan *feedback*-nya. Misalnya, *Creative Team* menilai *creative direction* yang terdapat di *content draft* agak *challenging* ketika tahap produksi. Dalam kasus tersebut, *Account* bersama *Creative* dan *Content Team* akan bersamasama mencari solusi untuk mencari *alternative creative direction*.

Jika terdapat revisi dari *content draft* yang telah didiskusikan bersama *internal team*, *Account* memiliki tugas untuk mengirim *Job Request* ke *Content Team* untuk merevisi *draft* tersebut. Setelah *Content Team* selesai memperbaikinya, Penulis berpartisipasi dalam memastikan kembali kesesuaian *draft* dengan *feedback* yang tercantum di *Contact Report*, *client's brief*, dan *mandatory points* dari *client*. Ketika proses *recheck* sudah selesai, *Account* bersama *Content Team* akan mengadakan *meeting* untuk mempresentasikan *draft* tersebut kepada *client*.

Saat *client* menyampaikan *feedback*, *Account* akan membantu *Content Team* untuk mencari solusi yang paling strategis dalam menjawab *feedback* tersebut tersebut. Selama mengikuti *Internal Preview* dan *Client Feedback Meeting-Content Draft Phase*, penulis ikut serta dalam

mencari referensi *content*, menulis *Contact Report*, dan memastikan *content draft* sudah sesuai dengan *feedback client*.

Di bulan Juni, penulis mendapat kesempatan mengikuti *Internal Preview Meeting* untuk membahas *Art Direction Communication Tools 2026*. Dalam *meeting* tersebut, *Creative* mempresentasikan beberapa rute *art direction* untuk *Commtools*, lalu *Account* memberi *feedback* berdasarkan *brief* dan preferensi *client*. Kemudian, *Account* dan *Creative* akan berdiskusi untuk mencari solusinya. Dengan demikian, penting bagi seorang *Account Executive* untuk dapat menentukan solusi yang bijak bagi seluruh pihak.

5. *Pre-production (PPM) - Teh Pucuk Harum*

Pada tahap *creative development*, *Creative Team* dapat menggunakan *asset* yang sudah ada (dari *Brand/produksi sebelumnya/ mencari di internet*) atau *asset* dari proses produksi. Sebelum proses produksi diadakan, *Account Team* akan berkoordinasi dengan *PM* untuk melaksanakan *Pre-production Meeting* yang diikuti juga oleh *Content Team* dan *Creative Team*. Di saat yang bersamaan, penulis membuat *deck PPM* yang terdiri dari *content draft*, *talent*, *talent outfit*, properti, dan lokasi shooting. Dalam *meeting* tersebut, *Content Team* akan menjabarkan *creative direction* dari masing-masing *Editorial Plan*. Di samping itu, *Account Team* berperan menjaga *mandatory points* dari *client* sudah terpenuhi.

6. *Internal Preview and Client Feedback - Creative Development Phase OCBC*

Selama penulis ikut serta dalam menangani *brand Teh Pucuk Harum*, proses *internal preview* dan *client*

feedback lebih banyak dilakukan tanpa melalui *meeting*. Proses tersebut seringkali didiskusikan melalui *WhatsApp Group*, atau *tools monitoring project* seperti *ClickUp*, atau diskusi langsung. Dengan begitu, *internal team* dan *client* dapat memberikan *feedback* atau revisi tanpa perlu menjadwalkan sesi *meeting*.

Umumnya, setelah *art direction* disetujui oleh *client*, *Creative Team* akan *develop Master KV*, *campaign roll-out*, dan *FA*. Selama proses *Master KV development*, *internal preview* dan *client feedback* seringkali dilaksanakan melalui *meeting*. Dalam *meeting* tersebut, penulis berperan dalam menulis *Contact Report*.

Setelah *Master KV* disetujui oleh *client*, *Creative Team* akan melanjutkan ke proses *campaign roll-out & FA development*. Namun, proses *internal preview* dan *client feedback* seringkali didiskusikan tanpa melalui *meeting*, melainkan melalui *WhatsApp Group*, atau *tools monitoring project* seperti *ClickUp*, atau diskusi langsung.

7. Social Media Report

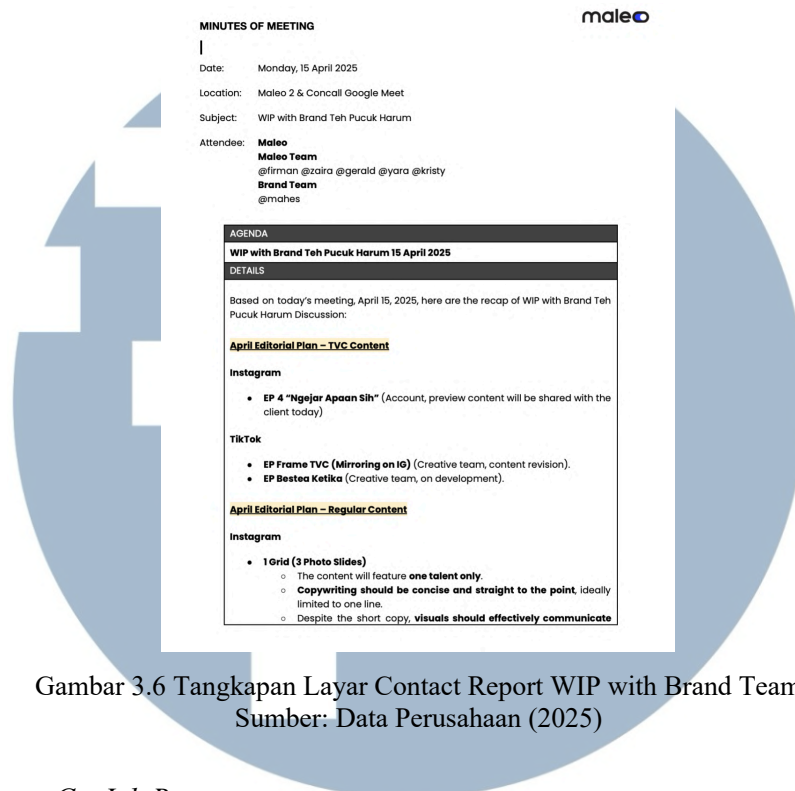
Setelah tiga bulan, Maleo Team menyerahkan *Social Media Report* kepada Teh Pucuk Harum Team. Pertama, *Community Team* memiliki tugas untuk menarik data dari platform TikTok dan Instagram. Kedua, *Strategist Team* mengolah data tersebut untuk menghitung *engagement matric*. Ketiga, *Content Team* akan menganalisis alasan dari hasil *engagement* tersebut agar dapat menentukan pembelajaran dan rekomendasi yang akan dikirimkan ke *client*. Kemudian, *Account Team* akan berkoordinasi dengan *PM* untuk menentukan jadwal *Internal Preview Social Media Report Meeting*. Dalam *meeting* tersebut, *Account Team* memberikan *feedback* dan berdiskusi dengan *internal*

team terkait hasil dari *Social Media Report*. Penulis memiliki peran untuk mengikuti *meeting* dan menulis *Contact Report*.

B. *Contact Report*

Model komunikasi Lasswell & Marick berbunyi “*Who says what in which channel to whom with what effect*” (Rizal, 2020). Artinya, elemen pesan memiliki makna penting dalam proses komunikasi. Sebagai *Account Executive Intern*, penulis seringkali mendapatkan kesempatan untuk menulis rangkuman pesan dari *meeting* yang berlangsung. Istilah lain dari rangkuman pesan adalah *Minutes of Meeting (MoM)* atau *Contact Report*. Selama menjalani praktik kerja magang, penulis memperoleh kesempatan untuk menulis *Contact Report* dalam *meeting Brief Intake & Alignment with internal team*, *Internal Preview & Client Feedback – Ideation Phase*, dan *Internal Preview & Client Feedback – Visual Phase*.

Melansir buku *Planning and Managing Public Relations Campaign*, individu yang menyampaikan pesan perlu memperhatikan format, nada, dan konteks (Gregory, 2015). Selaras dengan teori ini, penulis menulis *Contact Report* dengan memperhatikan ketiga elemen tersebut. Pertama, penulis membagi format penulisan *Contact Report* menjadi tiga bagian, yakni *recap feedback (main point dan sub point)*, *next step*, dan *next agenda*. Kedua, nada penulisan yang sopan, jelas, dan terstruktur agar mudah dipahami oleh tim. Ketiga, penulis mencantumkan *context* dari *Contact Report*, misalnya *Contact Report* tersebut membahas terkait *meeting Kick-off Brief* dari *client*. Setelah penulis selesai menulis *Contact Report*, penulis akan mengirimkannya ke *supervisor*. Apabila terdapat revisi, penulis akan memperbaikinya sedangkan jika tidak terdapat revisi maka penulis akan mengirimkan *Contact Report* tersebut kepada partisipan *meeting*.



Gambar 3.6 Tangkapan Layar Contact Report WIP with Brand Team
Sumber: Data Perusahaan (2025)

C. Job Request

Ketika penulis mengikuti kelas *Internal Communication and Corporate Culture*, dosen pengampu menyampaikan sebuah pernyataan, "*Organizations need the workforce to understand what is expected of them, internal communication will help them to deliver this*". Setelah menjalani praktik kerja magang selama 640 jam, penulis memahami bahwa komunikasi internal berperan penting dalam membantu seluruh anggota tim melakukan tugas secara terarah. Namun, efektivitas komunikasi tersebut juga bergantung pada budaya suatu organisasi.

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Maleo, penulis menilai budaya organisasi yang terbentuk dapat dikategorikan dalam *task culture*. Menurut Handy, *task culture* merupakan budaya organisasi yang mendasarkan *project* sebagai orientasinya (Cacciattolo, 2014). *Task culture* terjadi ketika tim akan dibentuk

berdasarkan kebutuhan *project*. Di Maleo, struktur tim terbagi menjadi beberapa divisi, seperti *Account Team*, *Project Manager (PM)*, *Creative Team*, *Content Team*, dan *Strategist Team*. Misalnya, Maleo sedang menangani dua *project* OCBC, maka *designer* yang menangani *project* A dapat berbeda dengan *designer* yang menangani *project* B.

Dengan budaya kerja yang cenderung *flexible*, *internal team* membutuhkan *digital tools* yang dapat memantau pekerjaan satu sama lain agar proses komunikasi dapat berjalan dengan lancar. Sebagai *Account Executive Intern*, penulis ikut serta dalam mengirim *Job Request* dan memantau progress JR yang sudah dikirim tersebut melalui *digital tools* bernama Click-up. Hal ini sejalan dengan jurnal yang ditulis oleh Hengstebeck et al. (2022) bahwa *digital tools* mendukung *Key Account* untuk dapat menggunakan waktu secara lebih efisien dan meningkatkan efektivitas kerja. Berikut uraian *Job Request* yang dikirim penulis melalui *Click-up*:

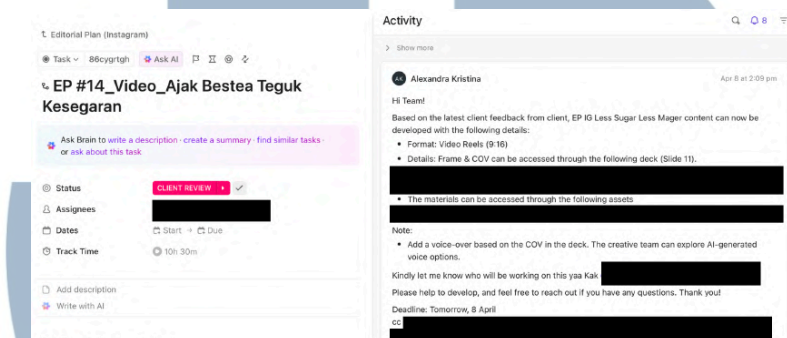
1. *Ideation – Content Draft* Teh Pucuk Harum

Setelah *Account Team* melaksanakan *Kick-off Brief Meeting* bersama *internal team*, *Account* akan mengirimkan *Job Request (JR)* kepada *Content Team* untuk *develop content draft*.

2. *Creative Development – Teh Pucuk Harum*

Apabila *content draft* sudah disetujui oleh *client*, penulis akan mengirimkan *JR* kepada *Creative Team (designer)* untuk *develop content preview*. Sebagian konten menggunakan *asset* yang telah tersedia sedangkan sebagiannya lagi menggunakan *asset* dari hasil proses produksi. Penulis menuliskan informasi secara terperinci di *JR* tersebut, seperti *link content draft* yang akan di-*develop format content*, *next step*, dan *next agenda*. Ketika *Account*

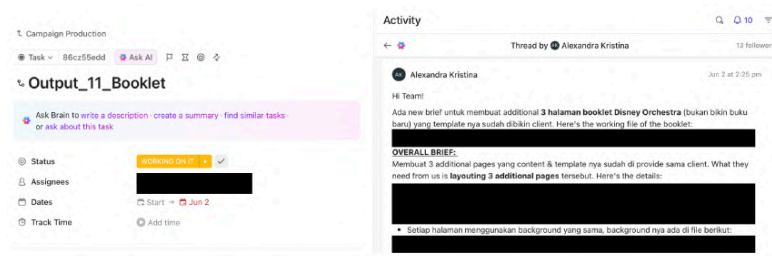
Team maupun *client* mengirimkan *feedback*, penulis perlu mengirimkan *JR* revisi kepada *Content Team* sesuai dengan *feedback* tersebut.



Gambar 3.7 Tangkapan Layar JR AON IG Teh Pucuk Harum
Sumber: Data Perusahaan (2025)

3. Creative Development – OCBC

Setelah *art direction* disetujui oleh *client*, *Account Team* akan mengirimkan *JR* untuk *develop Master Key Visual (Master KV)*. Jika *client* sudah menyetujui *Master KV design*, seringkali *client* mengirimkan *brief* untuk *develop campaign roll-out*. Kemudian, *Account Team* akan membuat *JR* kepada *Creative Team (designer)* untuk *develop campaign roll-out* tersebut. Walaupun penulis baru bergabung selama satu bulan dalam Tim OCBC, penulis mendapat kesempatan untuk mengirimkan *JR* revisi terkait *campaign roll-out development OCBC Disney Orchestra*. Dalam *JR* tersebut, penulis menuliskan rincian bagian yang perlu direvisi, *next step*, dan *next agenda*. Setelah disetujui oleh *internal team*, hasil revisi akan dikirimkan kepada *client* untuk *final approval*.

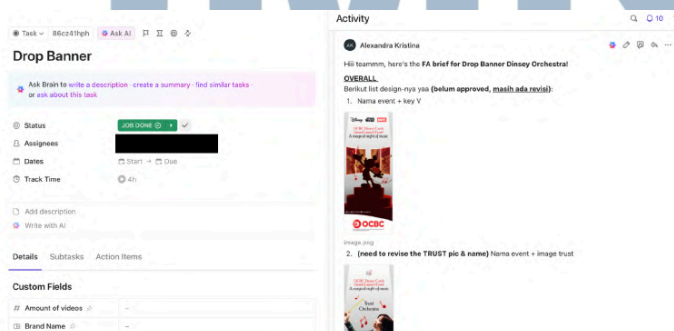


Gambar 3.8 Tangkapan Layar JR Booklet Disney Orchestra
Sumber: Data Perusahaan (2025)

4. Wrap-Up dan Delivery

Final Artwork (FA) – OCBC

Apabila *client* sudah setuju dengan hasil revisi *campaign roll-out*, penulis akan mengirimkan *JR* kepada Tim *FA* untuk develop *Final Artwork (FA)*. Dalam *JR* tersebut, penulis melampirkan desain yang telah disetujui, spesifikasi ukuran, *next step*, dan *next agenda*. Sebaliknya, ketika hasil revisi belum mendapatkan persetujuan dari *client*, penulis akan mengirimkan *JR* revisi terlebih dahulu kepada *designer* untuk diperbaiki. Setelah *FA preview* disetujui oleh *internal team*, *Account Team* akan mengirimkan *preview* tersebut kepada *client*. Ketika *client* sudah *approved FA preview* tersebut, *Account* akan mengirimkan *JR* kepada Tim *FA* untuk mengirimkan *FA package*.



Gambar 3.9 Tangkapan Layar FA Drop Banner OCBC
Sumber: Data Perusahaan (2025)

5. Content Publishment - Teh Pucuk Harum

Setelah *content preview* disetujui oleh *client*, penulis akan mengirimkan pesan kepada *Content Team* untuk *develop caption* dan menentukan jadwal untuk *publish content*. Di dalam satu *JR* yang sama, penulis juga akan mengirimkan *JR* kepada Tim *Community* (admin) untuk mengunggah (*publish*) content tersebut berdasarkan waktu yang sudah ditentukan oleh *Content Team*.

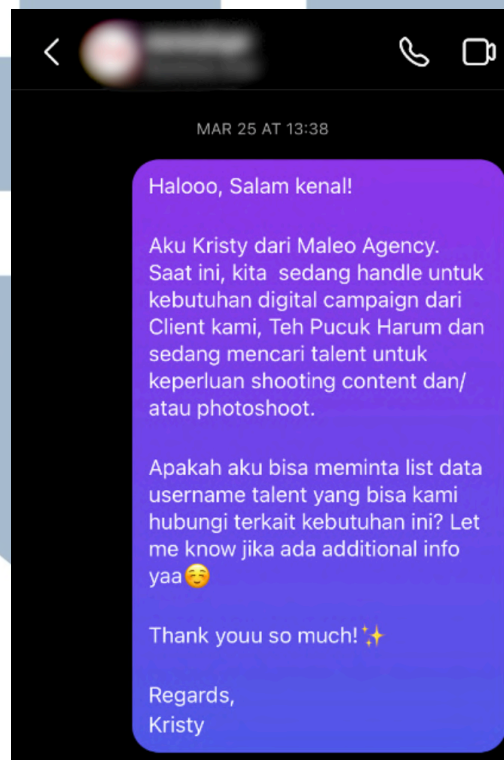
D. Talent Partnership

Pada tahap *creative development*, *Creative Team* dapat menggunakan aset yang sudah tersedia, meliputi aset dari *brand*, aset dari produksi sebelumnya, maupun hasil pencarian di internet. Namun, terdapat beberapa *editorial plan* yang dapat dikembangkan oleh *Creative Team* setelah melaksanakan produksi. Sebelum produksi dilakukan, *Account Team* tugas untuk mencari *talent* yang sesuai dengan *brief* dari *client*. Dalam proses ini, penulis turut berkontribusi dengan membantu tugas tersebut, berikut uraiannya:

1. Talent Mapping

Dalam buku *The Executive Guide to Integrated Talent Management*, langkah pertama dalam *talent management* adalah memahami kriteria yang digunakan dalam mengambil Keputusan (Oakes & Galagan, 2011). Salah satu tugas utama *Account* adalah memahami preferensi *client* terkait kriteria talent yang diraih melalui proses diskusi. Sebagai *Account Executive Intern*, penulis belajar untuk memahami ekspektasi *client*, termasuk kriteria *talent*. Teh Pucuk Harum melalui serangkaian *meeting* yang sudah diikuti. Setelah itu, penulis ikut serta dalam mencari dan menyeleksi *talent* yang sesuai dengan kriteria tersebut. Dalam prosesnya, penulis menelusuri *potential talent* dari

berbagai sumber, seperti relasi pribadi, *Campus Ambassador*, *talent agency*, komunitas Abang Nong Jakarta, dan lainnya.



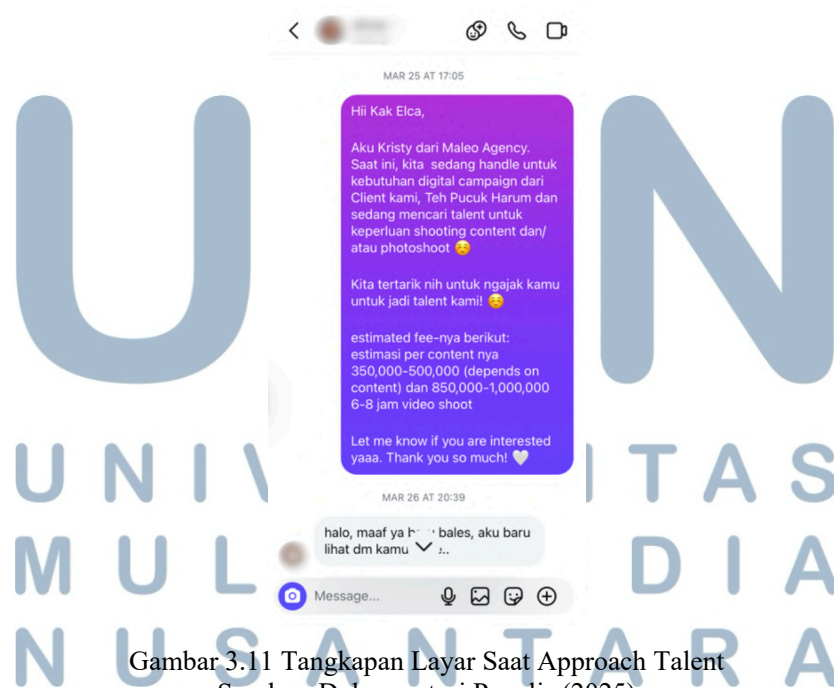
Gambar 3.10 Tangkapan Layar Saat Approach Campus Ambassador
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

2. *Approaching*

Setelah mengirimkan *list talent* ke *client*, *Account* akan menunggu *approval* dari *client*. Apabila *talent* sudah *approved*, *Account* akan mengirim pesan kepada *talent* untuk bertanya ketersediaan mereka menjadi *Talent* Teh Pucuk Harum. Dalam menyampaikan pesan, penulis menerapkan teknik persuasi yang relevan dengan teori retorika dari Aristoteles. Menurut Aristoteles, terdapat tiga elemen utama dalam retorika yang perlu dimiliki oleh seorang komunikator

agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos* (Rizky Anugrah Bangun dan Alvin, 2023). Sebagai upaya membangun kredibilitas (*ethos*), penulis memperkenalkan diri secara profesional dengan mencantumkan peran sebagai *Account Executive Intern* di Maleo by Future Creative Network. Penulis seringkali mengirim pesan melalui media Instagram, di mana *profile* Instagram penulis mendukung peran penulis yang telah disampaikan kepada *talent*.

Dalam membangun pendekatan rasional (*logos*), penulis menyampaikan informasi yang komprehensif kepada *talent*. Misalnya, penulis mengirim *Scope of Work (SOW)*, format konten, estimasi *talent fee*, dan perkiraan lokasi produksi. Di sisi lain, penulis mewujudkan pendekatan emosional (*pathos*) melalui gaya pengiriman pesan yang sopan, ramah, dan profesional.



Gambar 3.11 Tangkapan Layar Saat Approach Talent
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

3. Negotiation and Dealing

Menurut Sherif dan Hovland dalam penelitiannya yang berjudul *Social Judgment: Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change (Yale Studies in Attitude and Communication)*, *Social Judgment Theory* merupakan cara seseorang menilai pesan-pesan tertentu sebelum ia mengambil keputusan (*pre-decision theory*). Melalui penelitiannya, Sherif dan Hovland menemukan bahwa indikator penilaian suatu pesan adalah kerangka acuan (*reference points*) yang dimiliki oleh seseorang dan kerangka tersebut berperan menjadi jangkar (*anchor*). Dengan kata lain, setiap individu memiliki referensinya sendiri-sendiri. Terdapat tiga acuan yang digunakan seseorang dalam menanggapi sebuah pesan, yakni rentang penerimaan (*latitude of acceptance*), rentang penolakan (*latitude of rejection*), dan rentang ketidakterlibatan (*latitude of noncommitment*) (Aghbolagh et al., 2020). Apabila pesan berada di rentang penerimaan, maka ia akan mempertimbangkan pesan tersebut sebab menurutnya rasional. Sebaliknya, apabila pesan berada di wilayah penolakan, maka ia dengan mudah dapat menolak untuk memikirkannya sebab ia menganggap pesan tersebut tidak sesuai dengan apa yang menjadi pedomannya (nilai yang dianut). Sementara itu, rentang ketidakterlibatan artinya individu tersebut netral, ia tidak menolak tetapi juga tidak menerima. Dalam menentukan acuan tersebut, seseorang dapat menilainya dengan melibatkan egonya (*ego involvement*), yakni derajat relevansi *personal* dengan pesan yang akan diberikan penilaian.

Jika sebelum pesan tersebut disampaikan, individu berada pada rentang penerimaan dan rentang

ketidakterlibatan, maka ia akan semakin memahami pesan tersebut setelah pesan disampaikan (*assimilation effect*). Sementara itu, apabila sebelum pesan tersebut disampaikan, individu berada pada rentang penolakan dan rentang ketidakterlibatan, maka ia akan semakin menolak pesan tersebut setelah pesan disampaikan (*contrast effect*). Dengan demikian, dapat disimpulkan apabila keterlibatan ego/jangkar dalam suatu masalah semakin besar, penerimaan pesan berada pada rentang penolakan dan rentang ketidakterlibatan, maka akan semakin kecil efek dari pesan persuasi yang disampaikan. Dengan mengetahui *Social Judgment Theory (SJT)* komunikator dapat mengetahui bagaimana *response* sasarannya dan dapat mengatasi jika sasarannya tidak menerima pesan tersebut.

Selaras dengan *Social Judgement Theory*, penulis memperoleh beragam respons sesuai referensi masing-masing *talent*. Pertama, penulis mendapat tanggapan *talent* yang berada dalam rentang penerimaan (*latitude of acceptance*). Artinya, *talent* menerima ajakan penulis untuk terlibat dalam produksi *content* Teh Pucuk Harum. Setelah menunjukkan respons positif tersebut, penulis melanjutkan pembahasan terkait proses produksi secara lebih terperinci. Misalnya, jadwal *talent* untuk produksi, referensi *outfit*, agenda *briefing*, dan hal-hal teknis lainnya. Saat penulis membahas hal-hal tersebut, *talent* memberikan tanggapan yang semakin positif. Tanggapan tersebut mencerminkan *assimilation effect*, kondisi ketika *talent* menilai pesan yang disampaikan penulis sejalan dengan keinginannya sehingga memperkuat penerimaannya terhadap pesan tersebut.



Gambar 3.12 Tangkapan Layar Saat Negosiasi dengan Talent Ambassador
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

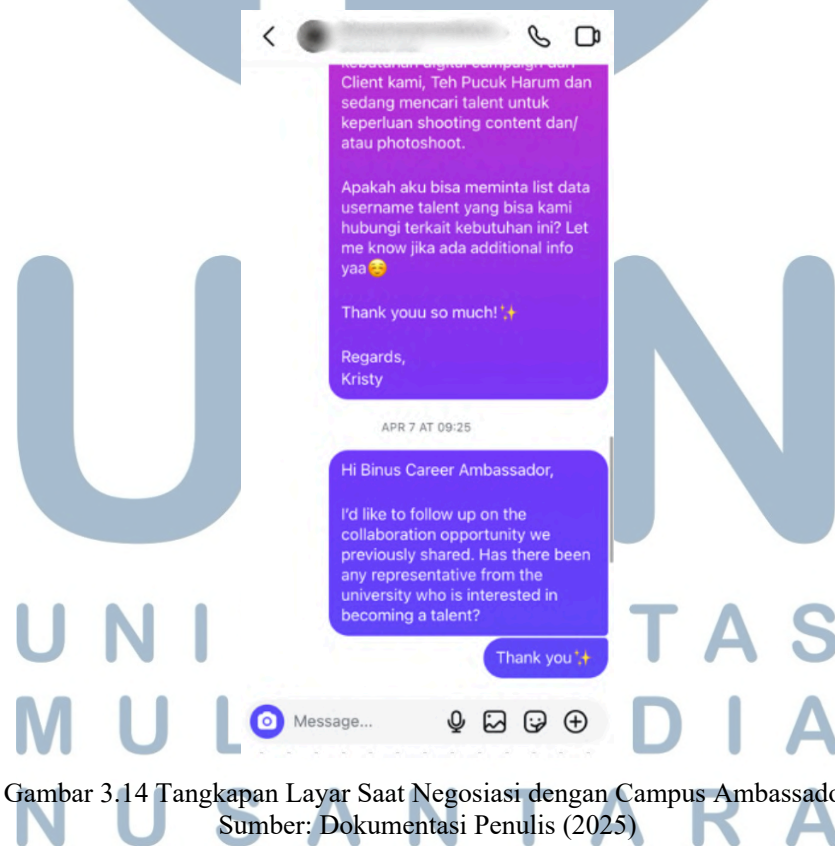
Kedua, penulis mendapat tanggapan *talent* yang termasuk dalam rentang ketidakterlibatan (*latitude of noncommitment*). Maknanya, *talent* masih mempertimbangkan ajakan kerja sama yang diajukan oleh penulis. Sebagai seorang *Account Executive Intern*, penulis berupaya membangun ketertarikan *talent* tersebut agar bersedia terlibat. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah teknik *framing*, yakni teknik membingkai pesan agar dapat memengaruhi dan mengarahkan cara pandang orang lain terhadap pesan tersebut (Smith, 2021). Dalam praktiknya, penulis tidak membingkai pesan berdasarkan opini pribadi, melainkan mengedepankan solusi atas kekhawatiran (*concern*) yang disampaikan oleh *talent*. Contohnya, terdapat seorang *talent* yang menunjukkan ketertarikan untuk bergabung dalam proses produksi tetapi

belum memberikan persetujuan karena merasa nilai *talent fee* yang ditawarkan belum sesuai dengan *rate card*-nya. Setelah penulis berdiskusi dengan *supervisor*, penulis mengajukan solusi untuk mengajukan *scope of work* dan *talent fee* yang terbaru. Hasilnya, talent tersebut sepakat dan semangat untuk berkolaborasi dalam produksi *content* Teh Pucuk Harum. Tanggapan *talent* tersebut menunjukkan adanya perpindahan rentang ketidakterlibatan ke rentang penerimaan. Hal tersebut menunjukkan adanya proses *assimilation effect*, yakni *talent* terlihat semakin tertarik ketika penulis membahas langkah selanjutnya.



Gambar 3.13 Tangkapan Layar Saat Negosiasi dengan Talent Ambassador
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Ketiga penulis mendapat tanggapan *talent* yang termasuk dalam rentang penolakan (*latitude of rejection*). Maknanya, *talent* langsung menolak ajakan kerja sama yang diajukan oleh penulis. Namun, penulis tetap berusaha dengan mengirim pesan *follow-up*. Dalam *Social Judgement Theory*, proses pengambilan keputusan datang dari dalam diri individu, bukan karena tekanan dari pihak lain. Apabila penulis mengirim pesan yang terlalu memaksa, kemungkinan besar *talent* akan bersikap antipati. Dengan kata lain, proses tersebut berpotensi menghasilkan *contrast effect*. Oleh karena itu, penulis akan berhenti menghubungi *talent* ketika *talent* tidak mendapatkan *response* setelah penulis mengirim pesan lanjutan.



Gambar 3.14 Tangkapan Layar Saat Negosiasi dengan Campus Ambassador
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

4. Execution and Follow-up

Sebelum proses produksi dimulai, penulis memiliki tugas untuk mengadakan *briefing* bersama *talent* dan diawasi oleh *supervisor*. Dalam *briefing* tersebut, penulis menyampaikan *content draft*, *talent outfit*, properti, lokasi, dan sebagainya. Pada hari-h produksi, penulis mengirim pesan *reminder* kepada *talent* agar meminimalisir adanya hal-hal yang tidak sengaja terlewat. Selanjutnya, setelah proses produksi selesai, penulis mengirim *talent* dokumen yang perlu diisi oleh *talent* untuk syarat *talent fee*. Setelah dokumen di *submit* oleh *talent*, penulis akan menyampaikannya ke *Account team* sehingga proses pencairan dana dapat segera dilaksanakan. Di tahap akhir, penulis akan mengirim pesan ke *talent* untuk bukti pembayaran dan mengucapkan salam perpisahan.



Gambar 3.15 Tangkapan Layar Saat Mengirim Reminder kepada Talent Ambassador
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)



Gambar 3.16 Tangkapan Layar Saat Mengirim Invoice Kepada Talent Ambassador
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

E. Supervisi produksi

Umumnya, di suatu organisasi, khususnya agensi terbangun dari berbagai divisi yang saling berkolaborasi. Melansir buku *The Keys to Effective Strategic Account Planning*, performa *Account team* akan meningkat ketika setiap anggota dari seluruh divisi (*cross-functional team*) memahami peranannya masing-masing dan melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab (Andersen et al., 2020). Apabila Tim bersama-sama berusaha maksimal, *Account team* dapat mengirimkan *content draft*, *art direction*, *creative preview*, dan sebagainya yang sesuai dengan keinginan *client*. Dengan begitu, Tim berpotensi mendapatkan *client satisfaction score* yang tinggi dari *client*. Selama menjalani praktik kerja magang di Maleo, penulis yang merupakan bagian dari *Account team* seringkali berusaha untuk menyampaikan *brief* yang jelas kepada Tim, termasuk ketika proses produksi.

Dalam berkoordinasi dengan tim, kemampuan mendengar yang aktif (*active listening*) menjadi elemen dasar agar komunikasi tidak berjalan secara monolog. Terdapat tiga teknik yang dapat digunakan untuk meningkatkan keterampilan mendengarkan aktif, yaitu melakukan parafrase, mengajukan pertanyaan, dan menunjukkan pemahaman melalui pernyataan yang relevan. Kurangnya keterampilan seorang komunikator dalam mendengarkan secara aktif dapat menimbulkan beberapa konsekuensi, seperti kesalahpahaman yang tidak tertangani akibat kesempatan yang sudah terlewat, munculnya konflik, pengambilan keputusan yang tidak tepat, bahkan terjadinya krisis karena isu tidak teridentifikasi sejak awal.

Berikut uraian tugas penulis saat melakukan supervisi produksi:

1. Supervisi *Video-photographer*

Sebagai *Account Executive Intern*, penulis memiliki tanggung jawab utama untuk memastikan pengambilan gambar yang dilakukan oleh *video-photographer* sejalan dengan *creative direction* yang terdapat di *content draft*. Dalam pelaksanaannya, penulis seringkali memiliki inisiatif untuk memberikan *another creative direction* kepada *video-photographer* agar editor memiliki *asset* lebih dalam proses editing. Misalnya, penulis mengarahkan *video-photographer* untuk mengambil beberapa *angle* saat *talent* minum Teh Pucuk Harum, yakni *medium shot*, *close-up*, dan *extreme close-up*.

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 3.17 Supervisi Video-photographer Saat Produksi Content
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Kedua, sebelum *video-photographer* mengambil *footage* dari *frame* yang tercantum di *content draft*, penulis bertugas untuk memastikan properti, *outfit*, dan lokasi yang digunakan saat proses produksi sudah sesuai dengan *mandatory brief* dari *client*. Contohnya, saat *shooting* Pucuk Kuliner, terdapat properti dengan warna kompetitor di meja makan, maka penulis memiliki tugas untuk mencari properti yang warnanya selaras dengan warna Teh Pucuk Harum.



Gambar 3.18 Supervisi Video-photographer Saat Produksi Content
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Selama proses tersebut, penulis berusaha menjadi sosok yang menyampaikan pesan dengan jelas dan mendengar secara aktif. Ketika *video-photographer* terlihat memiliki kendala, maka penulis akan bertanya alasannya dan mencari solusinya. Misalnya, *video-photographer* menilai lokasi *shooting* tidak sesuai dengan kriteria yang disampaikan oleh *client*, maka penulis membantu mencari lokasi lain yang lebih sesuai dengan preferensi *client*.



Gambar 3.19 Supervisi Video-photographer Saat Produksi Content
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

2. Talent

Penulis bertugas memerhatikan *gesture talent* agar sudah sesuai dengan *creative direction* di *content draft* dan *mandatory brief* dari *client*. Sebagai upaya memudahkan proses tersebut, penulis seringkali mempersiapkan *moodboard* agar talent memiliki banyak referensi gaya. Di samping itu, penulis memiliki tanggung jawab untuk menjaga *mood* talent. Apabila talent terlihat membutuhkan sesuatu, penulis akan menjadi pendengar yang aktif untuk mengetahui jawabannya. Misalnya, talent menyampaikan

pesan kalau ia membutuhkan air mineral, maka penulis secara sigap akan membeli minuman tersebut.

Mengutip pemikiran Richard Branson, "*Clients do not come first. Employees come first. If you take care of your employees, they will take care of the clients*". *Video-photographer* dan *talent* merupakan internal stakeholders Teh Pucuk Harum. Sebagai *Account Executive Intern*, penulis memiliki tanggung jawab untuk menjaga peran *video-photographer* dan *talent* agar mereka dapat menjalankan tugasnya dengan maksimal. Dengan begitu, Maleo Team dapat bersama-sama menghasilkan content yang menjawab kebutuhan *client*.



Gambar 3.20 Supervisi Talent Saat Produksi Content
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

3.2.1 Kendala Utama

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis menghadapi beberapa kendala dalam aspek akademis dan praktis sebagai berikut:

3.2.1.1 Kendala Akademis

Penulis menghadapi beberapa hal administratif yang belum dibahas secara mendalam di perkuliahan. Misalnya, penulis bertugas menulis *Contact Report* yang sistematis dan mengirim *Job Request* yang jelas dan

terperinci. Meskipun topik tersebut pernah disinggung dalam kelas *Account Executive Planning dan Management*, tetapi pembahasannya kurang komprehensif dan terperinci.

3.2.1.2 Kendala Praktis

Pada hari pertama praktik kerja magang, penulis mengikuti sesi *on-boarding* bersama HR dari ALVA Digital yang menyampaikan informasi terkait perusahaan, sistem absensi, dan hal-hal administratif lainnya. Kemudian, penulis berpartisipasi dalam sesi *induction* untuk memahami peran *Account*, alur kerja, dan pengetahuan dasar terkait *brand* yang akan ditangani. Namun, dalam pelaksanaannya, penulis menemui beberapa pertanyaan dan tantangan yang belum dijelaskan di awal. Contohnya, awalnya penulis mengira bahwa mempersiapkan *moodboard* merupakan tugas *Account*. Namun, setelah berdiskusi dengan *videographer*, mempersiapkan *moodboard* tersebut merupakan tugas *Creative Team*.

3.2.2 Solusi

3.2.2.1 Solusi Akademis

Penulis berinisiatif dengan bertanya kepada *Maleo Team*, terutama *supervisor* apabila terdapat hal-hal yang belum dipahami. Seringkali, penulis terlebih dahulu mempersiapkan *draft*-nya, kemudian di-check oleh *supervisor* agar diskusi dapat lebih efektif. Contohnya, setelah penulis menulis *Contact Report*, penulis akan meminta bantuan kepada *supervisor* untuk *check report* tersebut sebelum dikirim ke *internal team*. Di samping itu, penulis juga mempelajari referensi *Contact Report* dan *Job Request* terdahulu agar dapat memahami format serta gaya penulisan yang digunakan. Penulis percaya bahwa komunikasi yang proaktif berperan penting dalam menjalani magang di lingkup profesional.

3.2.2.2 Solusi Praktis

Penulis menerapkan pendekatan *learning by doing* sebagai cara untuk beradaptasi sebagai *Account Executive Intern*. Sebelum penulis bertanya langsung ke *team*, penulis melakukan observasi terlebih dahulu, di mulai dari proses *brief intake* sampai *report*. Misalnya, ketika asistensi *shooting* produksi konten sosial media bersama *supervisor*, penulis memperhatikan dan membantu langkah kerja yang dilaksanakan oleh *supervisor*. Dengan demikian, ketika *supervisor* berhalangan hadir dalam asistensi *shooting*, penulis dapat melaksanakan tugas sesuai dengan langkah kerja yang dipraktikan oleh *supervisor*

