

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

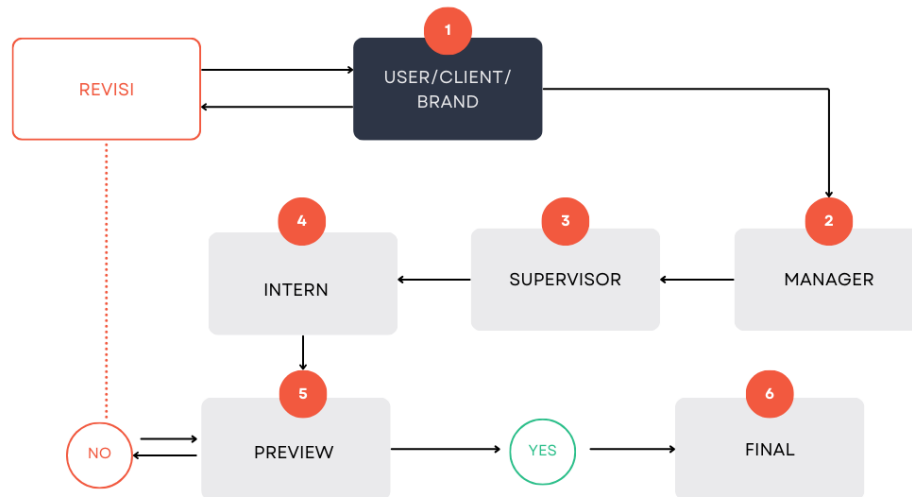
Penulis melakukan magang menjadi *video editor intern* di bawah divisi *Employer Branding*, yang merupakan bagian dari departemen *Human Resource*. Pada posisi tersebut penulis berperan dalam mendukung berbagai aktivitas komunikasi internal ataupun eksternal perusahaan melalui konten sosial media dan beberapa aktivitas yang mendukung.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama masa pelaksanaan kerja, penulis menempati posisi sebagai *video editor intern* pada tim *Employer Branding* yang berada di bawah naungan divisi *Human Resource*. Dalam *video editor intern* penulis diberikan tanggung jawab untuk membantu dalam proses produksi konten visual yang berfungsi sebagai media komunikasi untuk kebutuhan internal maupun eksternal. Penulis melakukan peliputan dalam sebuah event internal maupun eksternal dan penyuntingan video untuk memberikan pesan yang sesuai dengan identitas dan nilai perusahaan. Selain itu, penulis juga membantu dalam kegiatan yang berkaitan dengan promosi citra perusahaan sebagai tempat kerja yang positif dan inspiratif.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan magang sebagai *video editor intern*, penulis melakukan koordinasi pekerjaan secara kolaboratif dengan berbagai pihak. Setiap event yang dikerjakan melibatkan komunikasi dengan anggota tim dan atasan agar mendapatkan hasil yang diharapkan. Selain itu, koordinasi juga dilakukan lintas divisi, khususnya dengan tim *marketing* dan desain agar, setiap konten yang dihasilkan sejalan dengan tujuan strategis perusahaan. Berikut ini adalah alur koordinasi dalam pelaksanaan kerja:



Bagan 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Alur kerja ini menggambarkan bagaimana suatu konten diproses dan dibuat mulai dari penugasan awal yang diberikan oleh *brand / user* hingga mencapai akhir. Prosesnya dimulai ketika penulis menerima penugasan dari *brand / user*. Penugasan tersebut akan diteruskan ke *manager* untuk memastikan kebutuhan proyek sesuai dengan arah strategis yang telah ditentukan. Setelah mendapatkan persetujuan, *supervisor* akan memberikan penjelasan teknis dan detail arahan yang perlu penulis jalankan. Pada tahap ini, penulis sebagai *intern* mulai mengerjakan sesuai instruksi yang sudah diberikan. Hasil awal pekerjaan penulis akan masuk ke tahap *preview* untuk di evaluasi secara lanjut.

Jika pada tahap *preview* konten terdapat evaluasi, penulis akan mendapatkan evaluasi untuk dilakukannya revisi. Jika sudah disetujui oleh *user / brand* proses akan berlanjut pada tahap akhir untuk diberikan ke *user* atau *brand*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melakukan kegiatan magang di PT Ultra Prima Abadi dengan kontrak selama 6 bulan yaitu dari 11 Juli 2025 hingga 10 Januari 2026. Pada saat magang, penulis menjadi *video editor intern* pada divisi *Employer Branding* yang termasuk dalam naungan *Human Resource Management*.

Berisi seluruh tugas yang telah dilakukan selama pelaksanaan kerja sesuai dengan *daily task* yang telah diisi dalam laman Merdeka. Buatlah juga pengantar sebelum penulisan detail pekerjaan (minimal tiga kalimat).

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	11-15 Juli 2025	Brand	1. Dokumentasi launching produk Tango Waffle WaHH di PRJ Jakarta 2025 2. Video Editing Launching produk Tango Waffle WaHH di PRJ Jakarta 2025 3. <i>Video editing</i> Testimoni Fruzz Gummy di PRJ Jakarta 2025
2	16-18 Juli 2025	Internal	1. Shoot video dari beberapa unit bisnis untuk ucapan ulang tahun CEO 2. Melakukan <i>video editing</i> untuk ucapan ulang tahun dan menggabungkannya menjadi 1 video 3. Dokumentasi <i>Sharing Core Value</i> dan Dokumentasi acara ulang tahun CEO Manufaktur dari PT Ultra Prima Abadi

3	22 – 26 Juli 2025	Brand	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Video editing</i> untuk event audisi asmara gen z dari tango yang diadakan di Mall Ambarukmo Yogyakarta 2. Dokumentasi booth tango untuk acara ulang tahun Blibli di <i>head office</i> Blibli 3. <i>Video editing</i> dan revisi untuk konten Lomba Mewarnai dari Tango Walut 4. <i>Video Editing</i> hasil dari dokumentasi booth Tango yang ada di <i>head office</i> Blibli 5. Dokumentasi event untuk Koko Cici Jakarta 2025 untuk sponsor Crystalin
4	29 Juli – 1 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Internal - Brand 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dokumentasi untuk visitasi pabrik dari instansi SMA Kimia Bogor di Pabrik PT CS2 Pola Sehat Bogor 2. Video editing 2 video dari dokumentasi booth tango di Head office Blibli 3. Dokumentasi ceremonial suksesnya OT Group pada saat PRJ 2025 di Club DeArjuna, Jakarta Barat 4. Membuat video dokumenter untuk materi <i>Sharing Core Value</i> untuk bulan Agustus 5. Photoshoot produk tango yang akan digunakan pada presentasi brand Tango ke supermarket.

5	5 – 8 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Internal - Brand 	<ol style="list-style-type: none"> 1. video editing untuk Sociachic 2025 yang di sponsori oleh tango pada tanggal 1-3 agustus 2025 2. Membuat <i>motion graphic</i> untuk intro <i>sharing core value</i> 3. Ke pabrik UPA Karawang untuk shoot interview manager pabrik dalam rangka suksesnya Mega Oops 4. Editing Circle K Run x tango di bali
6	11 – 15 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Internal - Brand 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Editing untuk <i>reels Instagram</i> Crystalin run 2. Compile video untuk gathering tango di bandung 3. Revisi editing circle k 4. Revisi editing Crystalin Run Preparation 2025 dan finalisasi video Gathering Tango 5. Melanjutkan untuk pembuatan <i>Motion</i> untuk <i>Intro Documentary</i> Sharing Core Value Agustus 2025 6. Finalisasi untuk <i>Motion Intro</i> video Dokumenter SCV Agustus 2025 7. Editing video donor 11-13 juni 2025

7	18 – 22 Agustus 2025	- Internal - Brand	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dokumentasi event 17 Agustusan x Tango di Lobby Gedung OT 2. Video editing kemerdekaan OT Group 2025 3. Visitasi ke booth tango di Ramayana Jatinegara untuk Ramayana Fair Jakarta 2025 atau mini PRJ 4. Dokumentasi rembug petinggi direksi perusahaan 5. Dokumentasi rembug untuk beberapa bisnis unit
8	26 – 29 Agustus 2025	- Internal - Brand	<ol style="list-style-type: none"> 1. Editing untuk booth event tango x ramayana fair dan Dokumentasi SCV 2. Visitasi ke pemenang undian teh gelas yang ada di Sentul, bogor untuk take <i>content reels</i> <i>Instagram</i> 3. Editing video Liga OT 3
9	1 – 4 September 2025	- Internal - Brand	<ol style="list-style-type: none"> 1. Finalisasi video editing untuk Tango pada Ramayana Fair di Jatinegara 2. Melanjutkan untuk editing video untuk video Rekap Liga OT 3 3. Retouch dan sorting foto acara ulang tahun Founder dari OT Group 4. Pembuatan konten ulang tahun untuk Directur Human Energy Management

10	8 – 12 September 2025	- Internal - Brand	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dokumentasi acara ulang tahun Direktur <i>Human Energy Management</i> 2. <i>Script writing</i> untuk konten <i>fraud awareness</i> pada untuk sosial media ot.career 3. Video editing untuk konten sosmed fraud awareness untuk sosmed ot.career 4. Dokumentasi untuk Donor Darah di bulan September 2025 5. Dokumentasi HKGN (Hari Kesehatan Gigi dan Mulut Nasional) berbarengan dengan Road Tour Formula untuk ulang tahun ke 40 nya. 6. Dokumentasi Bansos untuk 5 kepala keluarga di kecamatan kayu putih, jakarta timur
----	-----------------------	-----------------------	---

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

11	15 – 19 September 2025	- Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Video Editing untuk bantuan sosial untuk Formula dalam rangka ulang tahun 40 tahun produk formula 2. Packing goodie bag untuk company visit UPNVJ dan Tanoto Foundation 3. Pembuatan nomor kelompok untuk keperluan SCV September 4. Dokumentasi Company Visit dari UPNVJ Fakultas Hukum 5. Dokumentasi SCV September 6. Dekorasi acara ulang tahun PDO Filipi 7. Dokumentasi Company Visit dari Tanoto Foundation di PT CS2 Pola Sehat Bogor
12	22 – 26 September 2025	- Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Video editing untuk SCV September 2. Packing goodiebag untuk visitasi Universitas Matana 3. Dokumentasi untuk One Day Recruitement untuk SPG/SPB Synchronize Festival 4. Dokumentasi Company Visit Univeritas Matana Gading Serpong

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

13	29 September – 3 Oktober 2025	- Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shooting video untuk TVC alat POS "Wolu" 2. Briefing untuk tim dokumentasi untuk Liga OT 3 3. Dokumentasi Liga OT 3 untuk cabor Esport di Decathlon, Lippo Mall Puri 4. Dokumentasi cabor billiard di Arjuna Billiard di Club DeArjuna Jakarta Barat 5. Dokumentasi ceremonial penutupan Liga OT 3
14	6 – 10 Oktober 2025	- Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembahasan untuk weekly report dan weekly schedule untuk event 1 minggu kedepan 2. Dokumentasi pameran fotografi binus di Gedung OT 3. Editing Liga OT 3 Rekap 4. Dokumentasi visitasi company visit BINUS 5. Finishing editing Rekap Liga OT 3
15	13 – 17 Oktober 2025	- Internal - Brand	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meng-<i>upload</i> hasil foto untuk dokumentasi acara Crystalin Run 2025 di Lippo Mall Nusantara 2. Dokumentasi untuk company visit dari Universitas Katolik Parahyangan di Gedung OT 3. Melakukan video editing untuk acara BTaskee dan melakukan

			<p><i>upload</i> foto untuk Crystalin RunXperience 2025</p> <p>4. Finalisasi dalam video editing untuk acara BTaskee</p> <p>5. Video editing untuk rekap Crystalin RunXperience 2025</p> <p>6. Dokumentasi untuk acara Kadin (Kamar Dagang dan Industri Indonesia) dari negara China untuk memperkenalkan produk dari OT Group ke negara luar untuk di dagangkan</p>
16	20 – 24 Oktober 2025	- Internal	<p>1. Video editing untuk pameran fotografi</p> <p>2. binus di Gedung OT</p> <p>3. Dokumentasi pembukaan pameran ALLPack di Jiexpo Kemayoran, membawa perusahaan Ultra Prima sebagai pabrik packaging yang biasa digunakan oleh produk produk OT dan konsumernya</p> <p>4. Video editing event Tango di acara Alfamidi Funwalk di ICE, BSD</p>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis melakukan magang di PT Ultra Prima Abadi sebagai *video editor intern* pada divisi *Employer Branding* yang merupakan dibawah naungan *Human Energy Management (Human Resource)*. *Employer Branding* adalah sebuah strageti yang digunakan sebuah perusahaan untuk membangun serta mempertahankan citra positif, sebagai tempat kerja yang menarik untuk karyawan yang sudah ada atau calon karyawan di masa depan (Wicaksana *et al.*, 2025). Penulis pada divisi *Employer Branding* melakukan dokumentasi pada acara internal

dan eksternal dari perusahaan, pembuatan konten dari hasil dokumentasi serta melakukan *video editing* dari semua hasil dokumentasi yang dilakukan. *Employer Branding* sebelumnya bekerja sama dengan brand Tango untuk pembuatan konten dari hasil event yang dilakukan oleh brand Tango. Setelah bekerja sama dengan brand Tango, divisi *Employer Branding* menjadi tim yang melakukan publikasi dan dokumentasi acara-acara yang sesuai dengan citra dan visi misi dari perusahaan, agar menciptakan citra positif serta mengajak calon karyawan baru untuk bekerja di PT Ultra Prima Abadi. *Employer Branding* lebih banyak mengerjakan kegiatan-kegiatan internal dan membantu dalam keperluan *engagement* di sosial media Instagram @ot.career.



Bagan 3.2 Struktur divisi *Employer Branding*

Penulis memposisikan diri sebagai *Employer Branding Intern* menjadikan *Video Editor Intern* sebagai tugas utamanya. Struktur dari *Employer Branding* terdiri dari *Manager*, *Supervisor*, dan *Staff*.

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

3.3.1 Liga OT 3

Tugas utama yang penulis kerjakan adalah pembuatan rekap dan *video editing* untuk Liga OT 3. Liga OT 3 adalah sebuah perlombaan internal yang diadakan oleh OT Group untuk menunjukkan kompetensi olahraga pada karyawan OT Group. Perlombaan tersebut diikuti oleh kurang lebih 2000 peserta dan terdapat 7 cabang olahraga serta 1 cabang seni, diantaranya futsal, basket, tenis meja, badminton, billiard, catur online, mobile legends, dan terakhir pada cabang seni terdapat seni suara. Liga OT 3 ini penulis anggap menjadi tugas utama karena Liga OT 3 adalah salah satu rangkaian acara yang paling panjang dan juga paling berkesan bagi penulis.

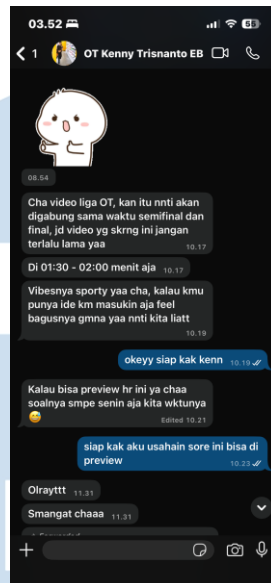


Gambar 3.1 Logo Liga OT 3

Sumber : Dokumen Perusahaan

Penugasan awal diberikan pada tanggal 28 Agustus 2025 dan akan dipersiapkan untuk perlombaan yang akan diadakan pada awal bulan September 2025, tetapi dikarenakan ada unjuk rasa dan kerusuhan serentak yang ada di seluruh Indonesia, maka Liga OT 3 di undur hingga 2 – 3 Oktober 2025. Penulis mendapatkan *brief* berupa pesan Whatsapp untuk detail penugasannya.

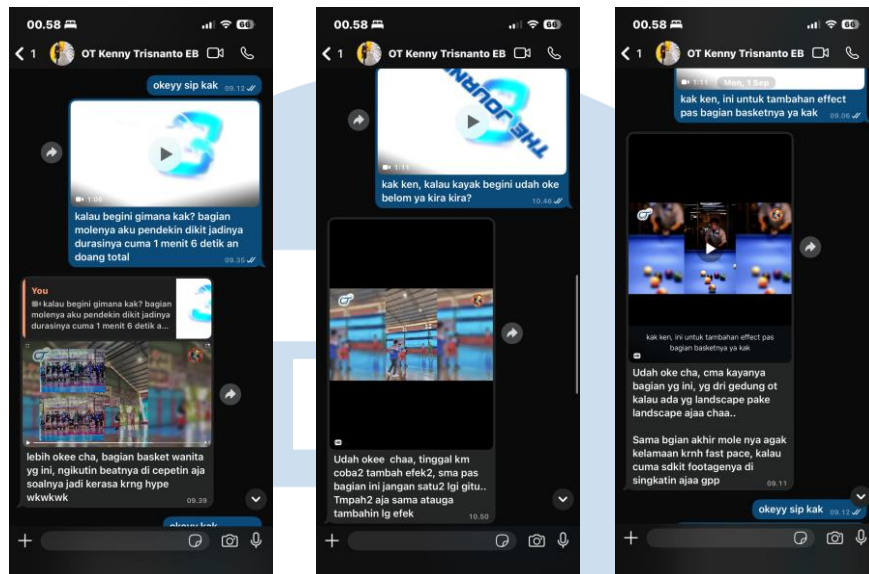
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.2 *Brief* awal untuk video Liga OT 3 dari *Supervisor*

Pada *brief* awal, video Liga OT 3 bertemakan olahraga yang menampilkan semua rekam pertandingan-pertandingan yang sudah dilakukan sebelumnya pada babak penyisihan. Konsep dari video ini yaitu menggunakan pendekatan *sporty & energetic* supaya memberi kesan kepada penonton keseruan dari Liga OT 3 yang sudah selesai berjalan, dari konsep tersebut penulis menerjemahkannya menggunakan lagu latar belakang yang bertemakan olahraga dan mempunyai ritme yang cepat. Video ini dibuat untuk ditampilkan pada penutupan Liga OT 3 yang diselenggarakan pada tanggal 3 Oktober 2025. Penulis langsung melakukan pengerjaan pada hari itu juga. Selama pengerjaan penulis mendapatkan penambahan seperti *footage* di beberapa tempat cabang olah raga dan juga *effect-effect* yang menyesuaikan dengan ritme lagu yang digunakan.

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 3.3 Revisi dan penambahan untuk video Liga OT 3

Penambahan video di dalam rekam itu dilakukan agar semua cabang olahraga yang dipertandingkan mendapatkan *exposure* dan pada saat ditampilkan pada penutupan Liga OT 3 peserta dapat merasakan dan mengingat kembali perjuangan mereka pada saat perlombaan berlangsung. Tugas utama yang dilakukan penulis ini akan digabungkan dengan beberapa *footage* dari *supervisor* untuk melengkapi semua rekam pada perlombaan tersebut.



Gambar 3.4 *Timeline Editing* untuk video Liga OT 3

Timeline Editing yang penulis kerjakan untuk Liga OT 3 adalah salah satu pekerjaan yang mendapatkan banyak penambahan dan revisi dan ilmu, di karenakan pada saat pengerjaan penulis mempelajari tentang bagaimana membuat video yang berkesan untuk peserta dan juga layak ditampilkan kepada ribuan orang. Teknik *editing* yang dilakukan oleh penulis juga digunakan pada penugasan ini dari segi pembuatan *drop shadow* yang harus dibuat manual pada *timeline* tersebut dikarenakan pada *software* Capcut, *drop shadow* untuk foto itu tidak disediakan secara langsung, sehingga penulis harus melakukan *duplicate* pada foto lalu menambahkan fitur *blur* diantara foto tersebut. Agar mendapatkan kesan *blur shadow* penulis mengganti warna pada foto yang di belakangnya menjadi hitam sehingga terkesan terdapat bayangan yang ada di belakang foto dan foto tersebut akan mempunyai *drop shadow* yang sempurna. *Drop Shadow* akan bekerja pada foto jika 2 foto dan 1 efek *blur* tersebut di jadikan *compound clip* sehingga *drop shadow* akan bekerja di semua video ataupun efek efek tambahan.



Gambar 3.5 Penampilan untuk video Liga OT 3

Pada tahap akhir video tersebut ditampilkan pada *videotron* dan di tonton oleh hampir seluruh peserta Liga OT 3 yang sudah berpartisipasi dalam perlombaan. Setelah acara perlombaan dan acara penutupan sudah selesai, penulis melanjutkan membuat video rekap yang akan diunggah ke *Instagram* @ot.career. Video rekap tersebut penulis buat hanya menggabungkan beberapa momen-momen penting dalam pertandingan kedalam satu kesatuan video.



Gambar 3.6 Video rekap Liga OT 3 pada akun *Instagram* @ot.career

Akhir dari proyek tugas utama ini adalah penulis diberikan tugas untuk membuat rekap yang akan diunggah di *Instagram* dengan nama akun @ot.career. Rekap ini berisikan tentang perjalanan singkat perjuangan para peserta dalam pertandingan Liga OT 3. Penulis menggunakan teknik *editing* yang berisikan cuplikan dan juga *highlight* di setiap cabang olah raga.

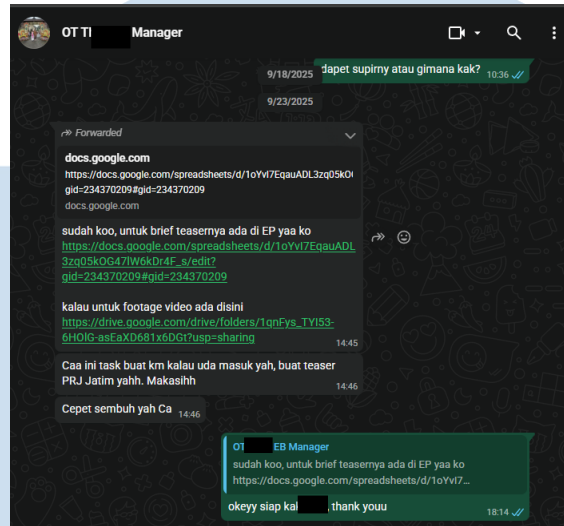
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain tugas utama, penulis juga mengerjakan beberapa proyek tambahan yang mendukung jalannya magang di PT Ultra Prima Abadi ini. Tugas tambahan ini terdiri dari membantu kampanye-kampanye yang diadakan oleh OT Group, brand aktivasi seperti pameran hingga meluncurkan sebuah produk. Selain dari itu, penulis juga membantu dalam mengembangkan sosial media *Instagram* dari ot.career dalam membentuk citra positif dan juga kesadaran dalam pekerjaan korporasi.

3.3.2.1 PRJ Jatim 2025

Pekan Raya Jawa Timur 2025 adalah acara pameran tahunan yang berisikan tentang hiburan, dan tempat belanja yang biasanya diadakan di Grand City Surabaya. OT Group menjadi salah satu sponsor di acara

Pekan Raya Jatim 2025. Penulis terlibat dalam proyek ini sebagai *video editor internal* yang bekerja sama dengan divisi *marketing* OT Group.



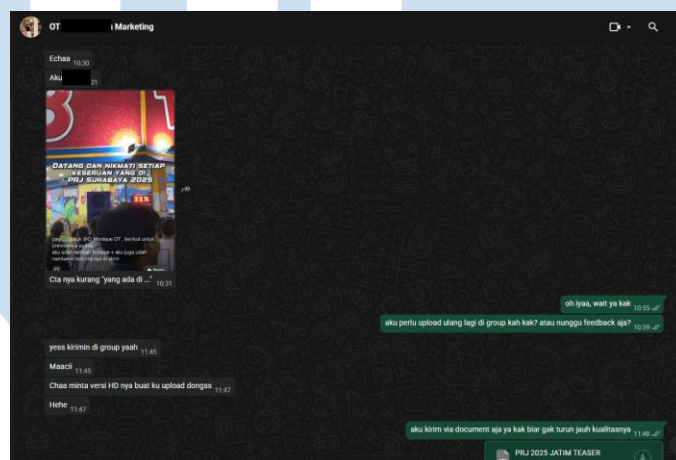
Gambar 3.7 Brief awal pemberian tugas Teaser PRJ Jatim 2025

Sebelum PRJ Surabaya dimulai, penulis diminta dari divisi *marketing* OT Group untuk membuat sebuah *Teaser* yang berisikan tentang bahwa setelah PRJ Jakarta 2025 selesai OT Group melanjutkan pamerannya ke Surabaya. *Teaser* yang akan dibuat adalah beberapa rekam dari PRJ Jakarta 2025 dan PRJ Jatim 2024 digabungkan menjadi satu video dan menggunakan pendekatan *highlight* memori-memori yang sudah pernah dilakukan OT Group dalam pameran PRJ Jakarta dan PRJ Surabaya.



Gambar 3.8 Timeline pengerjaan video teaser PRJ Jatim_2025

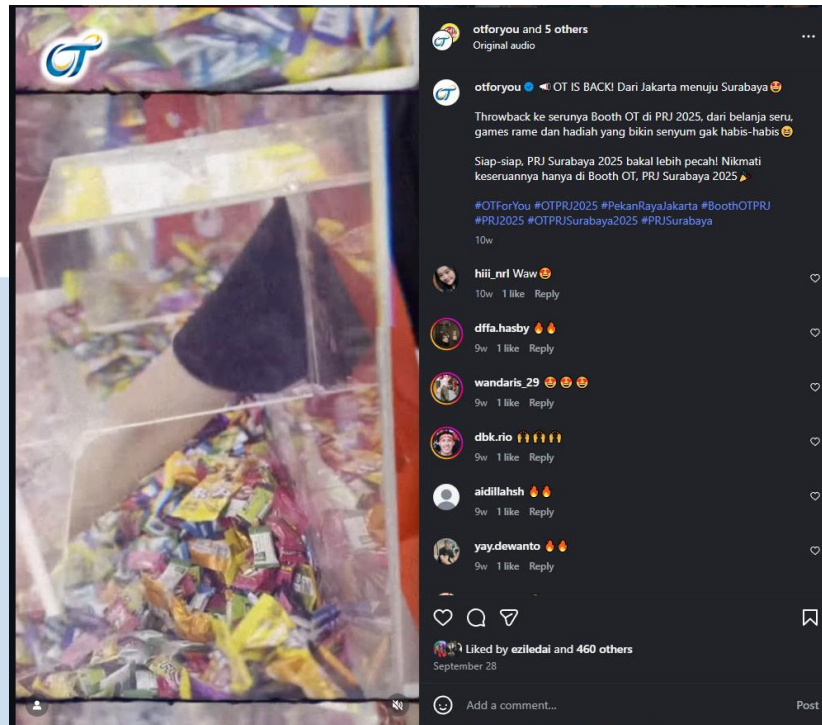
Setelah mendapatkan *brief*, penulis langsung melakukan pengerjaan pada proyek untuk pembuatan *teaser* terlebih dahulu. Pembuatan *teaser* ini dilakukan karena agar mengajak pengunjung untuk datang ke PRJ Jatim 2025. *Brief* lengkap didapatkan melalui *google spreadsheet* namun penulis tidak dapat mendokumentasikan karena bersifat *confidential*. Pada pembuatan *teaser* penulis hanya mendapatkan satu *feedback* pada pembuatan videonya dan akan langsung di *upload* di akun sosial media *Instagram @otforyou*



Gambar 3.9 *Feedback* pengerjaan video *teaser* PRJ Jatim 2025

Setelah mendapatkan *feedback*, penulis langsung mengejekan pada bagian akhir video yang terdapat tulisan “Datang dan nikmati setiap keseruan yang di PRJ Surabaya 2025” untuk menambahkan kata “ada” menjadi “... yang ada di PRJ Surabaya 2025”. *Feedback* tersebut adalah *feedback* satu-satunya yang penulis kerjakan pada pembuatan *teaser* PRJ Surabaya 2025 yang akan diunggah di akun sosial media *@otforyou*.

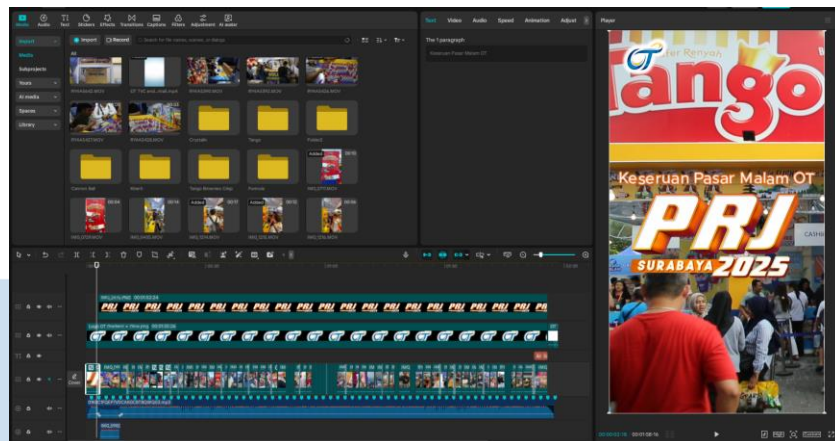
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.10 Video *teaser* PRJ Jatim_2025

PRJ Jawa Timur (PRJ Surabaya) diadakan dari tanggal 14 – 22 Oktober 2025 di Grand City Surabaya, pada periode tersebut penulis tidak dilibatkan pada kegiatan *marketing* apapun, tetapi pada akhir acara penulis mendapatkan tugas proyek yaitu membuat sebuah rekap acara dari semua kegiatan selama periode tersebut. *Brief* rekap acara tersebut diberikan ke penulis dari pihak *marketing* OT Group untuk dikerjakan. Rekap pameran tersebut berisikan dari booth dari OT Group sendiri, pengunjung yang datang, dan juga produk produk yang dijual oleh OT Group di PRJ Jatim 2025.

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 3.11 Timeline pengerjaan video rekam PRJ Jatim_2025

Pada pengerjaan tugas ini, penulis melakukan penyuntingan pada video dan menggabungkan dari beberapa acara di PRJ Jatim 2025. Penulis juga beberapa kali meminta *feedback* kepada divisi *marketing*. Dari hasil video yang penulis buat pertama, dari pihak divisi *marketing* ingin menambahkan *footage-footage* aktivitas pada pameran tersebut, selain menambahkan dari *user* meminta untuk menghilangkan beberapa *footage* yang sekiranya kurang sesuai dan tidak mencerminkan aktivitas yang diadakan. Setelah menerima beberapa *feedback*, penulis akhirnya menambahkan beberapa *footage* yang diminta.



Gambar 3.12 Unggahan sosial media rekam PRJ Jatim_2025

Setelah semuanya selesai, video rekap untuk pameran PRJ Jatim 2025 pun akan di *upload* di sosial media *Instagram* @otforyou sebagai sarana untuk kampanye dan promosi dari produk-produk OT Group.

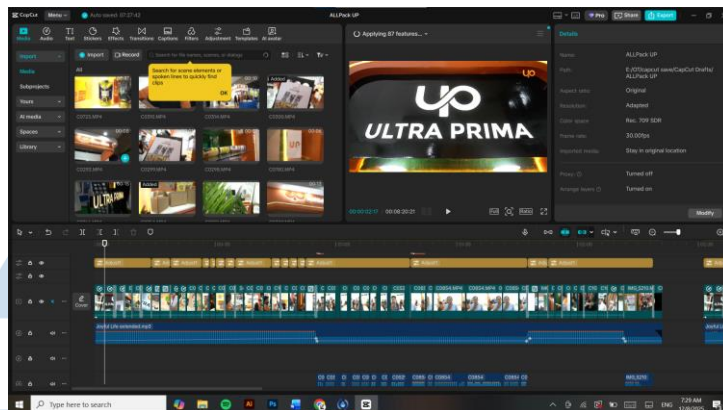
3.3.2.2 Video Rekap Ultra Prima di ALLPack 2025

Pada penugasan ini penulis diminta membantu perusahaan kemasan yang masih dalam keluarga OT Group yaitu Ultra Prima. Ultra Prima adalah salah satu bisnis *packaging* yang sudah dipercaya oleh beberapa perusahaan yang membutuhkan *packaging*, dari jenis *flex packaging*, karton hingga kemasan toples. Penulis pada kesempatan ini membantu Ultra Prima dalam dokumentasi hingga menjadi video rekap untuk Ultra Prima.



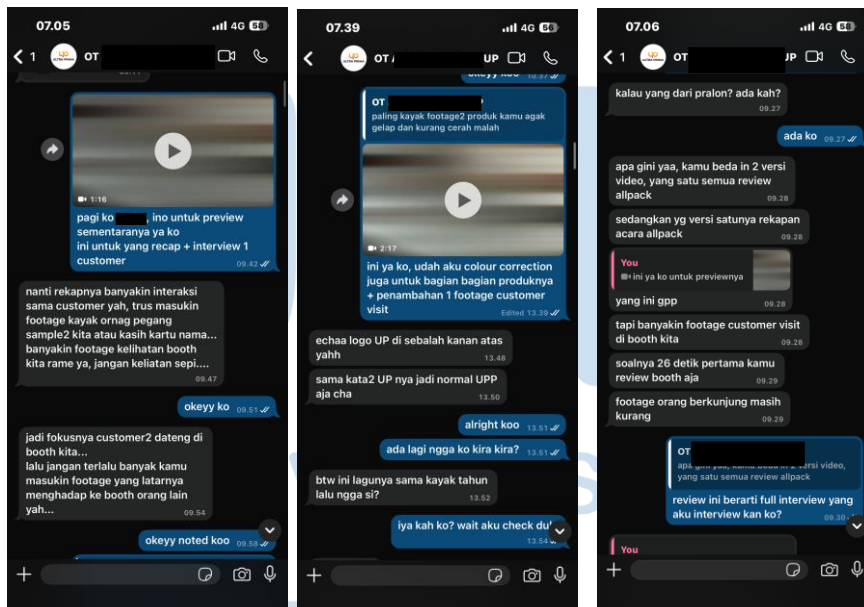
Gambar 3.13 Foto dokumentasi Ultra Prima di ALLPack 2025

Pemberian tugas diawal langsung melalui telepon langsung ke penulis memberitahu bahwa ingin meminta bantuan untuk dokumentasi acara ALLPack 2025 yang diadakan di Jiexpo Kemayoran pada tanggal 21 – 24 Oktober 2025. Pada pameran tersebut penulis diminta untuk melakukan dokumentasi pengunjung yang datang, produk dan jasa yang disediakan Ultra Prima hingga dokumentasi pada saat *Board of Director* datang ke ALLPack untuk melihat dan memantau kinerja Ultra Prima itu sendiri.



Gambar 3.14 *Timeline* pengerjaan video rekam Ultra Prima untuk pameran ALLPack _2025

Beberapa minggu setelahnya, pihak dari Ultra Prima meminta kepada penulis untuk melakukan *editing* dari hasil dokumentasi yang dilakukan. Pihak *marketing* ingin meminta dua video yang pertama membuat video rekam yang ditambahkan dengan dua interview dari pengunjung dan video kedua adalah video wawancara dari beberapa pengunjung yang datang. Dalam pembuatan video ini, penulis mendapatkan beberapa *feedback* yang mendukung dan sesuai dari keinginan dari pihak Ultra Prima.



Gambar 3.15 *Feedback* dari pihak *Head Marketing* dari Ultra Prima

Feedback yang diberikan penggunaan logo, *storytelling* pada saat pameran tersebut seperti bagaimana reaksi pengunjung ketika melihat barang dan jasa yang ditawarkan dan juga beberapa isi yang sekiranya *mandatory* untuk ditampilkan dari pameran tersebut. Tujuan dari video rekap ini adalah yang pertama akan ditampilkan pada TV di setiap lantai gedung Orang Tua Group dan akan ditampilkan pada pameran selanjutnya di ALLPack 2025 sebagai *highlight* dari kegiatan yang sudah dilakukan.

3.3.2.3 Video Konten Sosial Media OT.Career

Pada penugasan ini, penulis diminta untuk membuat beberapa konten sosial media untuk akun *Instagram* @ot.career. Akun tersebut berisikan tentang informasi tentang lowongan pekerjaan, kegiatan internal maupun eksternal. Kegiatannya dibuat oleh divisi *Employer Branding* yang sebagai penanggung jawab atas akun tersebut. Penulis pada periode magang ini membuat konten seputar bagaimana kesadaran atas penipuan lowongan pekerjaan yang sering terjadi.



Gambar 3.17 Unggahan sosial media @ot.career tentang waspada Lowongan Kerja Palsu

Konten *awareness* dari lowongan kerja ini menggunakan inspirasi dari akun sosia media @memecatcorporate yang berisikan tentang kegiatan yang ada di kantor menggunakan pendekatan kucing sebagai representasi dari manusia. Penulis membuat sebuah

konten *awareness* untuk tidak tertipu dengan lowongan pekerjaan yang harus membayar sejumlah uang, dikarenakan OT Group sering menemukan lowongan pekerjaan dari orang yang bukan dari OT Group itu sendiri dan meminta uang transportasi sebagai jaminan.



Gambar 3.18 Unggahan sosial media @ot.career tentang Menerangkan ke karyawan baru

Selain konten *awareness*, penulis juga membuat konten yang mempunyai korelasi dengan kehidupan kantor, terutama di OT Group itu sendiri. Konten yang mempunyai korelasi tersebut akan memberikan kesan *relate* kepada karyawan-karyawan OT Group maupun karyawan yang sedang bekerja di korporasi.

3.3.2.4 Dokumentasi *Company Visit* dan *Factory Visit*

Penulis selain menjadi *video editor intern*, juga mendapatkan tugas tambahan untuk membantu dalam dokumentasi pada beberapa *company visit* dan *factory visit* yang dilakukan oleh OT Group. Hal tersebut bertujuan sebagai membuka kesempatan kepada siswa, mahasiswa atau beberapa instansi lainnya yang ingin mengetahui cara kerja yang ada di OT Group sendiri



Gambar 3.19 Hasil dokumentasi dari beberapa instansi untuk *Company Visit*

Dokumentasi yang dilakukan berupa foto dan video yang akan nanti di gunakan pada konten konten di akun sosial media @ot.career.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama penulis melakukan magang di PT Ultra Prima Abadi, penulis mengidentifikasi kendala yang didapatkan penulis selama menjalani program magang. Kendala yang didapatkan adalah kendala yang sering terjadi di perusahaan korporasi seperti kurangnya komunikasi, sistem manajemen dan juga struktur.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Pada periode magang yang sudah dilakukan, penulis menemukan beberapa kendala yang didapatkan selama bekerja, berikut adalah beberapa kendala yang telah ditemukan oleh penulis

3.4.1.1 Komunikasi

Pada komunikasi, penulis menemukan ketidaksamaan komunikasi antara *user* yang memberikan proyek kepada penulis, *brand manager* selaku *user* tertinggi pada sebuah penugasan proyek. Salah satu contohnya adalah

pada saat penulis mendapatkan tugas tambahan untuk menggabungkan dua *video* yang merupakan permintaan dari *user*, tetapi pada saat pengumpulan proyek penulis mendapatkan ketidaksamaan dari *user* dengan *brand manager* terkait. Oleh sebab itu, penulis merasakan pada tugas proyek tambahan ini tidak adanya komunikasi antara staff dari brand *marketing* dan juga manager brand *marketing*, sehingga membuat penulis mengalami kendala dalam pengerjaan tugas tersebut dan terjadi keterlambatan dalam pengumpulan.

Alur dalam komunikasi dalam sebuah perusahaan itu adalah hal yang penting dalam sebuah perusahaan korporasi karena komunikasi adalah jalan utama agar pekerjaan yang penulis kerjakan atau karyawan tersebut berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target yang diinginkan

3.4.1.2 Manajemen Karyawan

Ketersediaan tenaga kerja adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi bagaimana perusahaan bisa beroperasi dengan baik. Di lapangan, seringkali terjadi situasi di mana jumlah karyawan yang ada belum cukup untuk memenuhi kebutuhan kerja sehari-hari. Hal ini bisa terjadi karena beban kerja yang semakin meningkat, proses perekrutan yang belum selesai, atau perubahan struktur organisasi. Meskipun sedang menghadapi kendala tersebut, perusahaan tetap berusaha menjalankan operasional secara maksimal dengan menata tugas secara teratur dan menetapkan prioritas kerja yang lebih bijak. Keterbatasan jumlah karyawan juga mendorong perusahaan untuk melakukan beberapa langkah penyesuaian, seperti mengoptimalkan alur kerja, serta menyesuaikan pembagian tugas di setiap divisi.

Dengan menambah jumlah karyawan, terutama di divisi *Employer Branding*, bisa memberikan dampak positif yang besar. Hal ini dapat mempercepat pekerjaan, meningkatkan efisiensi waktu, serta mengurangi beban tugas yang selama ini dibebankan pada karyawan yang jumlahnya terbatas. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya bisa menjaga kelancaran

operasional, tetapi juga memperkuat kemampuan divisi terkait dalam menghasilkan output yang lebih konsisten, berkualitas, dan tepat waktu.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk mengatasi kendala komunikasi yang terjadi antara pengguna, *Brand Manager*, dan pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemberian tugas, perusahaan dapat mempertimbangkan penggunaan sistem komunikasi yang lebih terstruktur. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah menerapkan *communication workflow* yang wajib diikuti sebelum suatu tugas diberikan kepada karyawan atau intern. Pendekatan ini tidak hanya membantu meminimalkan risiko miskomunikasi, tetapi juga memberikan kejelasan bagi intern dalam memahami ruang lingkup pekerjaan, sehingga potensi keterlambatan dalam penyelesaian proyek dapat berkurang secara signifikan.

Dalam aspek manajemen sumber daya manusia, salah satu solusi strategis yang dapat dipertimbangkan adalah melakukan evaluasi kebutuhan tenaga kerja secara berkala, khususnya pada divisi dengan beban kerja tinggi seperti *Employer Branding*. Evaluasi tersebut dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk menambah personel baru atau melakukan redistribusi tugas secara lebih proporsional antar divisi. Penambahan tenaga kerja yang tepat tidak hanya mengurangi beban kerja berlebih pada karyawan yang ada, tetapi juga meningkatkan kecepatan dan kualitas proses kerja. Bagi penulis sebagai peserta magang, kondisi tersebut memberikan ruang kerja yang lebih terarah serta mendorong peningkatan produktivitas, karena instruksi yang diterima lebih jelas dan alur kerja menjadi lebih stabil.

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