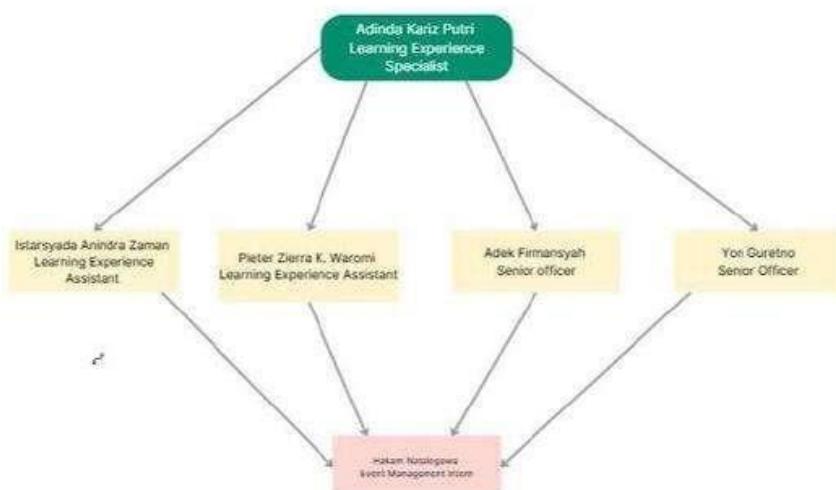


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Peserta magang menduduki tanggung jawab sebagai *Event Management Intern* di Jasa Marga Learning Institute. Peserta magang mempunyai tanggung jawab untuk membantu koordinasi, membantu mengeksekusi, dan mendokumentasikan setiap acara di Jasa Marga Learning Institute, acara yang diadakan termasuk pelatihan, *workshop*, dan sosialisasi kepada seluruh karyawan PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Peserta magang membuat konten rekap video acara untuk media sosial di instagram @jmli_official sebagai salah satu bentuk laporan.



Gambar 3. 1 Alur Kerja Peserta Magang
Sumber: (Data Pribadi Peserta Magang, 2025)

Berdasarkan alur kerja di gambar 3.1, Adinda Kariz Putri sebagai *Learning Experience Specialist* dan juga supervisor, memberikan arahan dan koordinasi kepada Istansyada Anindra Zaman, Pieter Zierra K. Waromi, Adek Firmansyah, dan Yon Guretno. Untuk pekerjaan membantu persiapan dan pelaksanaan acara dibimbing dan ditemani melalui keempat *staff* di atas. Untuk *approval* konten di Instagram melalui Pieter Zierra K. Waromi yang bertanggung jawab atas sosial media unit.

2.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama kerja magang yang berlangsung selama 4 bulan, peserta magang sudah melakukan berbagai tugas yang berkaitan dengan bidang proses *event management* dan *media production*. Tugas yang telah dikerjakan meliputi *planning*, dan *coordination*. Peserta magang juga melakukan pembuatan konten di media sosial yang hanya berupa video rekap sebagai salah satu bentuk laporan di media sosial. Berupa dokumentasi kegiatan saat acara berlangsung, lalu *editing* konten, kemudian dipublikasikan sebagai salah satu bentuk laporan untuk perusahaan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dimiliki oleh seorang *Event Management Intern* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Uraian Pekerjaan Magang

Uraian Pekerjaan	Bulan															
	September				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planning																
Coordination																
Pre-Production																
Production																
Post - Production																

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Setelah menjalani magang selama 4 bulan di Jasa Marga Learning Institute, peserta magang banyak terlibat langsung saat proses *event management*, peserta magang berkontribusi di berbagai macam acara internal perusahaan, mulai dari Pelatihan, *Workshop*, Sosialisasi, dan *Opening Ceremony*. Acara -acara ini merupakan kegiatan yang sudah direncanakan oleh departemen *Learning Development*, yang juga merupakan bagian dari Jasa Marga Learning Institute

untuk meningkatkan kinerja dan kualitas sumber daya manusia perusahaan, serta untuk mengurangi jarak kemampuan dalam bekerja antara leader dengan anggota. Sesuai dengan lima tahapan event management process menurut Bladen (2022), yaitu *Research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Tetapi, peserta magang hanya bekerja dalam dua tahapan saja, yaitu *planning*, dan *coordination*. Selain berkontribusi pada pelaksanaan acara, peserta magang juga berkontribusi dalam proses media *production* untuk kebutuhan konten di sosial media unit, tugas yang dilakukan meliputi *pre-production*, *production*, hingga *post-production*, yang mengacu kepada konsep media *production* menurut Katz dan Dayan (2021). konten dibuat dalam bentuk video rekap sebagai salah satu bentuk laporan kepada perusahaan. Peserta magang juga merencanakan jadwal postingan untuk sosial media unit. Proses ini dilakukan untuk memberikan informasi dan edukasi kepada sesama karyawan perusahaan guna mencapai perkembangan kinerja sumber daya manusia perusahaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan Event Management Intern di Jasa Marga Learning Institute adalah melakukan dua tahapan dalam event management process, yaitu *planning* dan *coordination*.

A. Event Management Process

Event management process membutuhkan 5 tahapan yang menurut Bladen (2022), yaitu *Research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Peserta magang hanya menjalani 2 tahapan saja, yaitu *planning* dan *coordination*. Seperti yang didefinisikan oleh Bowdin et al. (2020), *Event Management* adalah prosedur terorganisir yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, dan pelaksanaan acara untuk mencapai tujuan organisasi. Konsep-konsep ini terlihat dalam tindakan yang dilakukan peserta magang, terutama dalam bagian *planning*. Selain itu, menurut Shone dan Parry (2021), *event* internal dapat digunakan sebagai cara bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan orang lain dengan tujuan untuk meningkatkan keterlibatan dan pengalaman peserta. Ini sesuai dengan tujuan acara pembelajaran Jasa Marga Learning Institute, yang bertujuan untuk meningkatkan

kemampuan dan pemahaman karyawan.

Pekerjaan ini berkaitan dengan salah satu mata kuliah yang pernah dijalani oleh peserta magang, yaitu Special Event & Brand Activation, keseluruhan proses dari perencanaan hingga evaluasi sudah pernah dipelajari dan dipraktekkan oleh peserta magang saat mengambil mata kuliah tersebut. Kejadian yang terjadi saat kerja magang, semua konsepnya diterapkan. Dalam pekerjaan Event Management ini terdapat beberapa *hard skills* dan *soft skills* yang dibutuhkan oleh peserta magang:

Hard skills:

1. Perencanaan dan Pengelolaan *Event*: Kemampuan untuk membuat ide untuk acara, menentukan tujuan acara, dan membuat jadwal dan alur kegiatan dari tahap perencanaan hingga evaluasi.
2. Koordinasi dan Manajemen Tim: Kemampuan untuk mengatur berbagai pihak yang terlibat dalam acara, termasuk anggota tim internal dan pihak pendukung, agar acara berjalan sesuai rencana.
3. Manajemen Teknis dan Operasional Acara: Memahami persyaratan teknis acara seperti *rundown*, perlengkapan, dan prosedur pelaksanaan di lapangan.

Soft Skills:

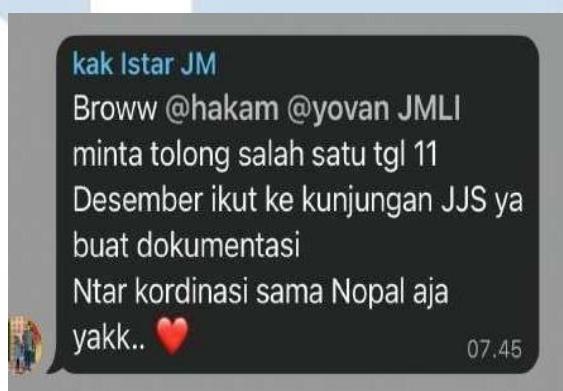
1. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik: Memungkinkan setiap orang yang terlibat dalam penyelenggaraan acara menerima informasi dan petunjuk secara jelas.
2. Kemampuan Penyelesaian Masalah: Kemampuan untuk menghadapi dan menyelesaikan masalah secara cepat selama persiapan dan pelaksanaan acara.
3. Manajemen Waktu dan Ketahanan Kerja: Kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pelaksanaan acara dan bekerja dalam situasi tekanan.

Semua *hard skills* dan *soft skills* yang disebutkan oleh peserta magang merupakan *skills* yang sudah dilatih dan dimiliki oleh peserta magang selama masa perkuliahan sebelum memulai proses kerja magang.

B. Planning

Di tahap ini peserta magang diberikan *rundown*, instruksi untuk dokumentasi acara, dan *standby* untuk yang sudah dibuat untuk memahami jalannya acara.

Peserta magang juga diberikan instruksi untuk membuat *caption* untuk *broadcast* acara internal perusahaan. peserta magang diberikan instruksi oleh Adek Firmansyah selaku *Senior Officer*, Istaryada Anindra Zaman selaku *Learning Experience Assistant*, Pieter Zierra K. Waromi selaku *Learning Experience Assistant*, dan Adinda Kariz Putri selaku *Supervisor* dan *Learning Experience Specialist*. Peserta magang langsung terlibat dalam berbagai kegiatan internal Unit Jasa Marga Learning Institute, terutama Departemen *Learning Experience*, termasuk pelatihan, *workshop*, dan sosialisasi internal perusahaan. Sebagai *Event Management Intern*, tugas peserta magang adalah koordinasi teknis dengan tim internal, dan pendampingan selama acara berlangsung untuk memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai rencana. Menurut Shone dan Parry (2021), tahap *planning* merupakan bagian penting dari *event management* karena pada tahap ini ditentukan tujuan acara, sasaran audiens, konsep kegiatan, dan jenis pengalaman yang ingin diciptakan. *Planning* mencakup tujuan strategis acara dan aspek teknis. Shone dan Parry menekankan bahwa *planning* yang baik harus dapat menjelaskan mengapa



sebuah acara dilakukan, dan pesan apa yang ingin disampaikan.

Gambar 3. 2 Instruksi Kunjungan Acara ke Lapangan

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.2 merupakan instruksi yang diberikan oleh Istaryada Anindra Zaman selaku *Learning Experience Assistant* yang termasuk ke dalam tahap *planning*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 3 Instruksi Kunjungan Acara di Lapangan
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

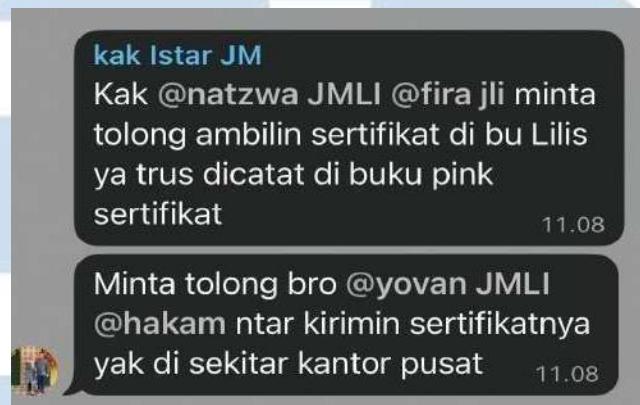
Gambar 3.3 adalah langkah verifikasi untuk ikut serta dalam kegiatan kunjungan acara, peserta magang memberikan informasi kepada atasan di kantor untuk mencapai komunikasi yang efektif

Training Regulatory Compliance System (RCS)		
PT Jasa Marga (Persero) Tbk		
Hari ke-2 – Jumat, 12 Desember 2025		
Waktu	Kegiatan	Presenter
Sesi 3: 09:00 – 11:30 WIB		
08.30 – 08.35 WIB	Pembukaan	MC Legal
08.35 – 08.40 WIB	Opening Speech dari Legal & Compliance Group Head	MC & Tim Legal
08.40 – 08.45 WIB	Foto Bersama	HOL, Peserta, Tim Legal
08.45 – 09.30 WIB	Presentasi seputar RCS	HOL
09.30 – 10.00 WIB	Presentasi Regulatory Framework, Menu Compliance, dan Home Dashboard	HOL
10.00 – 11.00 WIB	Presentasi cara penggunaan RCS dan simulasi pemenuhan kewajiban di RCS	HOL & Peserta
11.00 – 11.20 WIB	Tanya Jawab	HOL & Peserta
11.20 – 11.30 WIB	Penutupan Sesi 3	MC Legal
Sesi 4: 14:00 – 16:30 WIB		
14.00 – 14.05 WIB	Pembukaan	MC Legal
14.05 – 14.10 WIB	Opening Speech dari Legal & Compliance Group Head	MC & Tim Legal
14.10 – 14.15 WIB	Foto Bersama	HOL, Peserta, Tim Legal
14.15 – 14.45 WIB	Presentasi seputar RCS	HOL
14.45 – 15.30 WIB	Presentasi Regulatory Framework, Menu Compliance, dan Home Dashboard	HOL
15.30 – 16.30 WIB	Presentasi cara penggunaan RCS dan simulasi pemenuhan kewajiban di RCS	HOL & Peserta
16.30 – 16.50 WIB	Tanya Jawab	HOL & Peserta
16.50 – 17.00 WIB	Penutupan Sesi 4	MC Legal

Gambar 3. 4 Contoh *Rundown* Acara Training Karyawan Perusahaan
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.4 adalah contoh *rundown* yang biasanya dibagikan 2 hari sebelum acara

dimulai guna menjadi petunjuk untuk peserta magang saat acara sedang berlangsung.



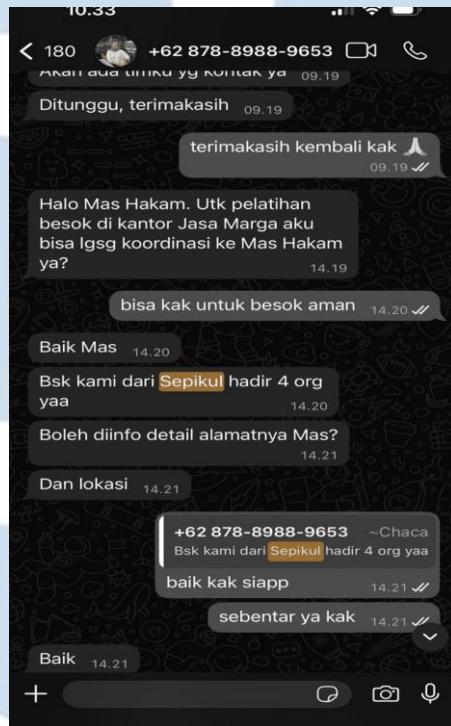
Gambar 3. 5 Instruksi Memberikan Sertifikat Setelah Acara *Training* Selesai
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Saat menerima instruksi yang diberikan, peserta magang hanya menjalankan kerja yang akan dikerjakan pada tahap *coordination* selanjutnya, karena pada pengerjaan menyeluruh, seperti pembuatan *rundown*, persiapan logistik, dan perencanaan teknis, sudah dikerjakan sepenuhnya oleh tim Jasa Marga Learning Institute.



Gambar 3. 6 Komunikasi Dengan Vendor Untuk *Merchandise* Event
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.6 adalah contoh komunikasi dengan vendor saat mempersiapkan merchandise untuk acara pelatihan Public Speaking yang akan diselenggarakan.



Gambar 3. 7 Komunikasi Dengan Vendor Untuk Verifikasi *Merchandise* Event
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Dengan demikian, Bowdin et al. (2020) menjelaskan bahwa penyusunan tujuan acara, perencanaan anggaran, penjadwalan kegiatan, identifikasi sumber daya, dan analisis risiko adalah semua bagian dari proses perencanaan. Bowdin et al.(2020), menekankan bahwa perencanaan yang sistematis membantu penyelenggara mengurangi hambatan yang terjadi selama pelaksanaan acara. Hal yang berkaitan dengan pekerjaan adalah pekerjaan magang bertujuan untuk meminimalisir kesalahan yang kemungkinan akan datang, mempersiapkan acara sebaik mungkin, dan mencapai tujuan untuk menyelenggarakan acara secara maksimal.

Karena perubahan jadwal yang mendadak dan kebutuhan untuk penyesuaian teknis secara cepat, peserta magang menghadapi keterbatasan waktu dalam praktiknya, meskipun konsep manajemen acara menekankan perencanaan yang matang dan jadwal yang terstruktur. Kondisi ini menunjukkan bahwa ada perbedaan

antara cara ideal untuk mengelola acara dengan cara yang dilakukan di dalam perusahaan yang selalu berubah. Gap ini menjadi tantangan tersendiri bagi peserta magang untuk memastikan bahwa acara berjalan sesuai dengan konsep yang telah direncanakan.

C. Coordination

Di tahap ini peserta magang ikut terlibat di berbagai aspek kegiatan, baik koordinasi maupun komunikasi lapangan. Peserta didampingi 1 PIC yang *standby* di setiap acara, PIC yang sering berkoordinasi dan mendampingi peserta magang adalah Adek Firmansyah selaku *Senior Officer*, Istarsyada Anindra Zaman selaku *Learning Experience Assistant*, Pieter Zierra K. Waromi selaku *Learning Experience Assistant*. Peserta memastikan persiapan logistik dan konsumsi disiapkan dengan baik. Lalu Peserta magang menunggu dan merekap absen partisipan acara, dan akan berlanjut *standby* hingga acara berlangsung sampai selesai. Peserta magang saat acara berlangsung, akan melakukan dokumentasi acara yang akan dijadikan bukti laporan bahwa acara sudah selesai dilaksanakan.

Bowdin et al. (2020) menyatakan bahwa koordinasi berfungsi sebagai penghubung antara perencanaan dan pelaksanaan acara. Pada tahap ini, peserta magang bertanggung jawab untuk mengintegrasikan berbagai pihak, termasuk vendor, pengisi acara, tim *Learning Experience*, dan sumber daya lainnya, agar seluruh proses berjalan sesuai rencana. Bowdin et al.(2022) menekankan bahwa koordinasi yang baik memungkinkan penyelenggara untuk merespons perubahan atau masalah di lapangan secara cepat, yang memastikan bahwa peristiwa tetap berjalan dengan lancar bahkan dalam situasi yang tidak terduga.



Gambar 3. 8 Koordinasi Standby Acara Wawancara Rekrutmen Baru

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.8 merupakan komunikasi dengan salah satu atasan untuk *standby* acara rekrutmen.



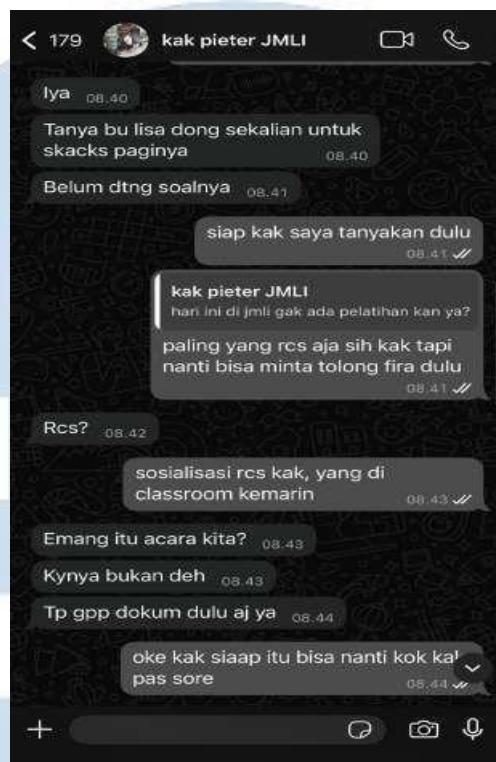
Gambar 3. 9 Koordinasi Standby Acara Sosialisasi di Studio

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.9 merupakan dokumentasi saat *standby* acara sosialisasi yang bersifat online di studio Jasa Marga Learning Institute.



Peran Event Management...Hakam Natalegawa, Universitas Multimedia Nusantara



Gambar 3. 10 Koordinasi Persiapan Konsumsi Acara

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.10 adalah komunikasi untuk mempersiapkan konsumsi acara rekrutmen pegawai baru.



Gambar 3. 11 Persiapan Konsumsi Acara

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.11 adalah saat mempersiapkan konsumsi acara rekrutmen pegawai baru.



Gambar 3. 12 *Standby* Acara Pelatihan *Leadership*
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.12 adalah saat *standby* acara pelatihan *leadership*.



Gambar 3. 13 *Standby* Acara Pelatihan
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.13 adalah saat *standby* acara pelatihan laporan keuangan.



Gambar 3. 14 Mengatur Kebutuhan Teknis Acara Pelatihan
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.14 adalah kondisi saat mengatur kebutuhan teknis acara agar keberlangsungan acara yang membutuhkan tampilan di layar, dapat terus berjalan sesuai *rundown*.



Gambar 3. 15 *Standby* Kegiatan Acara di Lapangan
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.15 adalah *standby* acara kegiatan di lapangan, di situasi ini peserta magang berkoordinasi dengan satu atasan yang juga mendampingi di lapangan.



Gambar 3. 16 Standby Kegiatan Acara Pelatihan *Public Speaking*
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.16 adalah saat *standby* kegiatan pelatihan *Public Speaking*.

Di tahap *coordination* ini peserta magang dapat berkontribusi sebanyak-banyaknya, mulai dari menjaga komunikasi yang efektif, menjaga kelangsungan acara agar tetap berjalan dengan baik, serta mempunyai peran untuk menjadi sumber informasi bagi peserta acara sampai acara selesai. Peserta belajar mengenai pentingnya komunikasi yang efektif, dan mempertahankan emosi dengan baik di tahap ini.

Coordination merupakan tahap peserta magang belajar langsung dari situasi yang ada di lapangan. *Coordination* merupakan tahapan yang penting karena berfokus pada kelancaran berjalannya acara saat sedang dimulai hingga selesai, Bladen et al. (2022). Di tahap ini peserta banyak belajar berbagai aspek penting, mulai dari menyiapkan konsumsi yang sudah dipesan untuk disediakan di venue, berkoordinasi dengan peserta acara mengenai pelaksanaan acara, *standby* untuk memberikan jawaban jika ada peserta acara yang bertanya mengenai informasi acara, hingga menjaga kualitas perencanaan teknis seperti layar, *speaker*, dan *microphone*.

Menurut Shone dan Parry (2021), *coordination* adalah tahap yang berfokus pada penyelarasan seluruh pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan acara. Ini

dilakukan untuk memastikan bahwa setiap individu atau tim memahami peran, tanggung jawab, dan waktu kerja masing-masing. Shone dan Parry menekankan bahwa koordinasi yang efektif sangat bergantung pada komunikasi yang jelas dan terus-menerus, terutama saat *event* memasuki tahap pelaksanaan.

Coordination berfungsi sebagai penghubung antara perencanaan dan pelaksanaan acara. Pada tahap ini, peserta magang bertanggung jawab untuk mengintegrasikan berbagai pihak, termasuk vendor, pengisi acara, tim internal, dan sumber daya lainnya, agar seluruh proses berjalan sesuai rencana, Bowdin et al. (2020). Bowdin et al. (2020) menekankan bahwa koordinasi yang baik memungkinkan penyelenggara untuk merespons perubahan atau masalah di lapangan secara cepat, yang memastikan bahwa peristiwa tetap berjalan dengan lancar bahkan dalam situasi yang tidak terduga.

Para ahli menekankan bahwa komunikasi yang konsisten dan selaras antar pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan acara sangat penting (Shone & Parry, 2021; Bowdin et al., 2020). Namun, peserta magang menemukan berbagai gaya komunikasi antar orang selama magang, terutama antara atasan dan anggota tim lainnya. Penyampaian instruksi berbeda, terkadang singkat, atau bergantung pada pemahaman situasional. Karena keadaan ini, peserta magang harus lebih aktif memberikan klarifikasi agar informasi yang mereka terima tidak membuat orang salah saat mengerjakan tugas.

Selain perbedaan gaya komunikasi, ada perbedaan lain yang terkait dengan koordinasi: atasan sering berbicara lebih sedikit, terutama sebelum acara. Miskomunikasi lebih mungkin terjadi ketika komunikasi dari atasan tidak dilakukan secara teratur atau tidak diperbarui secara jelas. Kondisi ini sangat berdampak pada peserta magang karena tidak memiliki pengalaman kerja dan akses informasi yang cukup, yang membuat lebih cenderung melakukan kesalahan saat mengerjakan tugas. Gap ini menunjukkan perbedaan antara gagasan koordinasi yang menekankan komunikasi berkelanjutan dan praktik lapangan yang terkadang mengalami penurunan intensitas komunikasi.

Walaupun peserta magang banyak melakukan pekerjaan yang termasuk dalam *jobdesc*, peserta magang juga sempat beberapa kali melakukan pekerjaan di luar *jobdesc*, seperti:

1. Mengantarkan dan mengambil berkas administrasi: Merupakan pekerjaan mengantarkan berkas ke lintas divisi, dan membawa kembali berkas yang sudah selesai dikerjakan.
2. Memberikan pengajuan tanda tangan dan cap untuk berkas administrasi: Merupakan pekerjaan untuk memindahkan berkas ke lintas departemen, agar berkas dapat ditanda-tangani dan diberikan cap stempel.

Pengalaman saat menjalani magang berjalan sesuai dengan konsep *coordination*. Situasi langsung di lapangan benar menunjukkan kesesuaian dengan konsep *coordination* yang mempunyai tujuan menyelaraskan dan mengintegrasikan seluruh sumber daya yang terlibat dalam pelaksanaan acara. Peserta magang banyak dilibatkan pekerjaan-pekerjaan yang dapat mendorong peserta magang untuk bekerja melebihi batas kemampuan seperti penggunaan alat-alat teknis dalam acara seperti *microphone*, *speaker*, dan layar led. Dengan ini, peserta magang dapat menerapkan konsep *coordination* dengan baik dan maksimal.

D. Media Production

Selain terlibat dalam pengelolaan kegiatan, peserta magang juga terlibat dalam aktivitas pembuatan media sebagai bagian dari dokumentasi kegiatan. Aktivitas ini termasuk mengumpulkan materi visual, mengambil foto dan video selama kegiatan berlangsung, dan membantu proses pengolahan konten untuk kebutuhan dokumentasi untuk sosial media Jasa Marga Learning Institute. Pekerjaan ini berkaitan dengan salah satu mata kuliah di Universitas Multimedia Nusantara, yaitu *Creative Media Production*, peserta magang sebelumnya pernah mengambil mata kuliah tersebut yang juga memberikan pembelajaran mengenai keseluruhan alur pekerjaan *Media Production*, mulai dari *Pre-Production – Production – Post Production*.

Menurut Katz dan Dayan (2021), media production adalah proses pembuatan pesan media yang terdiri dari tahap pre-production, production, dan post-production. Tahap pre-production berkonsentrasi pada pengambilan materi audio dan visual sebagai bahan utama konten. Tahap production juga berfokus pada

pengambilan materi audio dan visual. Selain itu, Lupton (2022) menunjukkan bahwa produksi media digital dalam organisasi dapat memperluas dampak kegiatan dengan mengubah peristiwa menjadi konten yang dapat diakses secara terus menerus. Konsep ini sesuai dengan aktivitas produksi yang dilakukan peserta magang setelah acara, yang bertujuan untuk menyimpan dan menyebarkan nilai dari kegiatan pembelajaran dengan berkomunikasi melalui media sosial Jasa Marga Learning Institute.

Beberapa hard skills dan soft skills dibutuhkan oleh peserta magang untuk melakukan pekerjaan ini, berikut beberapa hard skills dan soft skills yang dimiliki dan dilatih oleh peserta magang:

Hard Skills:

1. Memahami Proses Produksi Media: Kemampuan untuk memahami fase-fase sebelum pembuatan, pembuatan, dan pasca pembuatan yang terlibat dalam pembuatan konten media.
2. Pengambilan dan Pengolahan Konten Visual: Memiliki kemampuan dasar untuk mengambil foto atau video dan mengolah konten visual untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan.
3. Perencanaan Konten Media: Kemampuan untuk mengembangkan ide dan pesan untuk konten media yang sesuai dengan tujuan komunikasi.

Soft Skills

1. Kreatifitas: Kemampuan untuk menghasilkan ide-ide menarik yang relevan dengan kebutuhan komunikasi perusahaan.
2. Ketelitian *dan Attention to Detail*: Kemampuan untuk memperhatikan detail selama proses produksi media agar hasil konten memenuhi standar.
3. Kemampuan Menerima *Feedback*: Secara profesional dan memanfaatkan saran atau revisi untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

E. Pre- Production

Pada tahap ini, peserta magang memiliki tanggung jawab utama yang mencakup pembuatan *caption* untuk *broadcasting* acara perusahaan melalui sosial media Whatsapp, dan penjadwalan postingan digital berupa poster pada hari besar nasional. Dalam hal ini peserta magang hanya menjadwalkan postingan, tidak melakukan desain poster, hanya membuat *caption* untuk acara perusahaan, dan *caption* untuk poster hari besar nasional. Pada saat magang, peserta magang juga menerima instruksi untuk mengambil dokumentasi saat acara berlangsung, yang nantinya akan dijadikan bahan bukti laporan, dan akan masuk ke proses video editing untuk naik ke instagram *story* di akun instagram unit Jasa Marga Learning Institute @jmli_official.



Gambar 3. 17 Instruksi Untuk Membuat *Caption* Acara
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

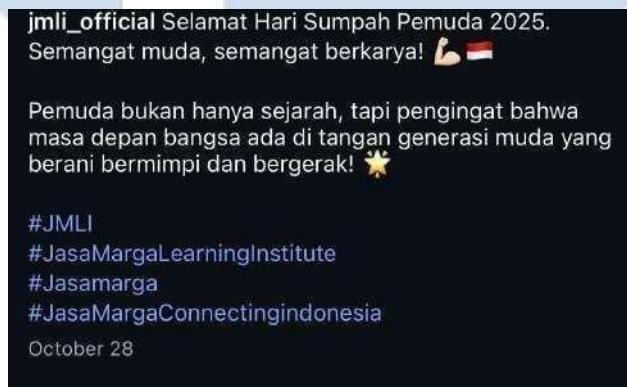
Gambar 3.17 adalah saat menerima arahan untuk membuat *caption* acara *talkshow* yang akan disebar melalui Whatsapp, dan dipublikasikan ke media sosial sebagai postingan digital ke seluruh karyawan perusahaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk.



Gambar 3. 18 *Caption* Konten Acara Rekrutmen

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.18 adalah saat membuat *caption* rekrutmen acara besar Magang Kemnaker RI 2025 yang berkolaborasi dengan Jasa Marga.



Gambar 3. 19 *Caption* Konten Acara Hari Besar Nasional

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.19 adalah *caption* saat acara hari nasional.

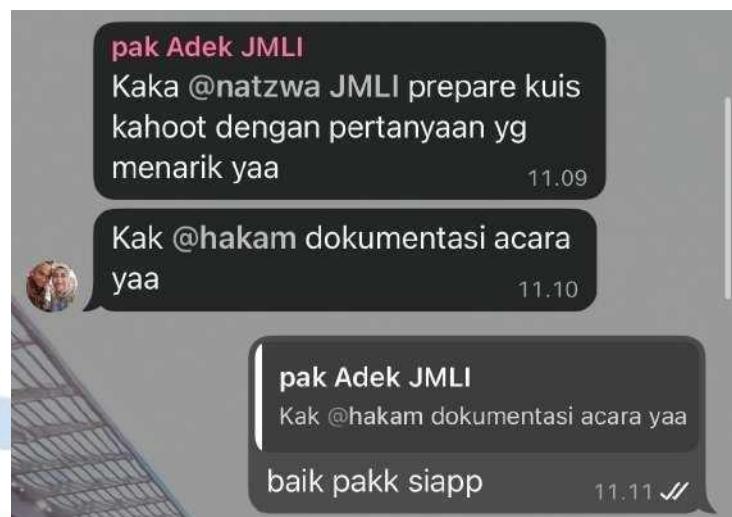
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 20 *Caption* Konten Acara *Talkshow*

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

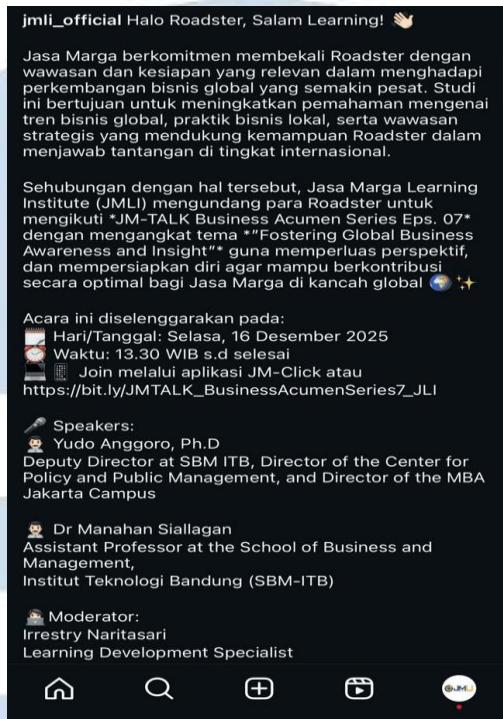
Gambar 3.20 adalah *caption* saat acara *talkshow*.



Gambar 3. 21 Instruksi Dokumentasi Acara *Talkshow*

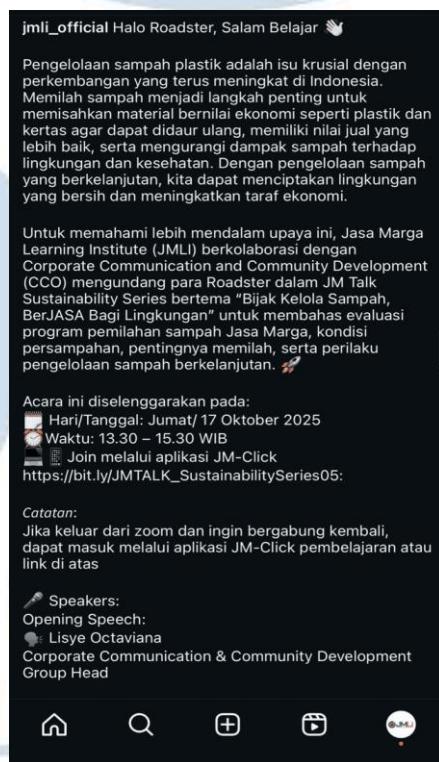
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.21 adalah instruksi sebelum masuk ke tahap *production*.



Gambar 3. 22 Caption Konten Acara *Talkshow*
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.22 adalah *caption* yang peserta magang buat untuk acara *talkshow* yang diselenggarakan oleh Jasa Marga Learning Institute.



Gambar 3. 23 Caption Konten Acara Talkshow
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.23 adalah *caption* yang peserta magang buat untuk acara *talkshow* yang diselenggarakan oleh Jasa Marga Learning Institute, tetapi berbeda materi.



Gambar 3. 24 *Caption* Konten Acara Talkshow

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.24 adalah *caption* yang peserta magang buat untuk acara *talkshow* yang diselenggarakan oleh Jasa Marga Learning Institute, tetapi berbeda materi, lebih berfokus kepada acara Relawan Bakti BUMN.

Sebelum pelaksanaan acara dan pembuatan konten, peserta magang terlibat dalam berbagai tugas persiapan selama tahap pre-production. Diskusi untuk menentukan jenis dokumentasi yang diperlukan, dan harus membuat video konten rekap saat acara dengan format yang biasa digunakan oleh Jasa Marga Learning Institute, hal ini akan menentukan bagaimana konten akan dipublikasikan, karena setiap kegiatan pembelajaran di Jasa Marga Learning Institute memiliki tujuan yang berbeda, sehingga *miscommunication* dapat dihindari.

Menurut Katz dan Dayan (2021), *tahap pre-production* adalah tahap perencanaan yang mencakup penentuan ide atau konsep konten, tujuan pembuatan media, dan penyesuaian pesan dengan audiens. Untuk membuat proses produksi lebih terarah dan efisien, tahap ini sangat penting karena seluruh konsep dan rencana kerja telah ditetapkan sejak awal. *Pre-production* adalah tahap persiapan kegiatan magang untuk memastikan bahwa konten atau kegiatan yang akan

dilakukan sesuai dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan.

Lupton (2022) mengatakan bahwa perencanaan produksi media organisasi sangat penting untuk menjaga pesan dan kualitas konten konsisten. Dalam hal ini, peserta magang membantu perusahaan dengan melakukan *pre-production* untuk memastikan dokumentasi acara tidak hanya bersifat arsip tetapi juga memiliki nilai komunikasi yang berkaitan dengan tujuan pembelajaran dan citra organisasi.

Meskipun konsep *pre-production* menekankan perencanaan yang matang dan terstruktur, peserta magang memiliki waktu yang terbatas untuk mempersiapkan karena jadwal acara yang dinamis dan perubahan agenda yang mendadak. Kondisi ini membuat proses *pre-production* tidak selalu dilakukan secara menyeluruh. Akibatnya, beberapa keputusan teknis baru dibuat saat waktunya tiba untuk pelaksanaan. Gap ini menunjukkan perbedaan antara konsep pre-produksi ideal dan kenyataan situasi langsung di perusahaan

F. Production

Saat menjalani magang, di tahap ini peserta magang mengerjakan 3 kategori konten yaitu pelatihan, sosialisasi, dan *talkshow*. Ketiga kategori acara tersebut mempunyai tujuan yang sama, yaitu meningkatkan kinerja karyawan PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Ketiga kategori acara memiliki tahap yang sama, yaitu memotret foto dan merekam video selama acara berlangsung dari awal sampai akhir. Setelahnya video akan masuk dalam proses *editing* yang dijadikan sebagai video rekap kegiatan acara, video rekap dan foto yang sudah dipotret akan naik ke instagram unit Jasa Marga Learning Institute @jmli_official baik di *story* Instagram, *reels*, maupun *feeds* Instagram. Berikut hasil konten selama menjalani magang 4 bulan di Jasa Marga Learning Institute.



Gambar 3. 25 Konten Video Rekap Acara

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.25 adalah campuran dari banyaknya video konten yang sudah diselesaikan, dan sudah dipublikasikan ke sosial media JMLI.



Gambar 3. 26 Konten Video Rekap Acara
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.26 adalah campuran dari banyaknya video konten yang sudah diselesaikan, dan sudah dipublikasikan ke sosial media Jasa Marga Learning Institute.



Gambar 3. 27 Konten Video Rekap Acara
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.27 adalah campuran dari banyaknya video konten yang sudah diselesaikan, dan sudah dipublikasikan ke sosial media Jasa Marga Learning Institute.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Di tahap ini, dokumentasi acara, termasuk memotret dan merekam video, menjadi tanggung jawab utama saya, terlihat pada foto di atas, ada 3 kategori acara, yaitu sosialisasi, *talkshow*, dan pelatihan. Ketiga kategori acara tersebut wajib didokumentasikan dan dijadikan video rekap untuk menjadi salah satu bukti laporan kepada perusahaan karena sudah melaksanakan acara.



Gambar 3. 28 Peserta Magang Saat Dokumentasi Konten Acara di Lapangan
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.28 adalah saat peserta magang *standby* untuk mengambil konten acara di lapangan.



Gambar 3. 29 Peserta Magang Saat Dokumentasi Konten Acara di Lapangan
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.29 adalah saat peserta magang *standby* untuk mengambil konten acara di lapangan.

Menurut Katz dan Dayan (2021), tahap *production* adalah tahap pelaksanaan dari rencana yang telah disusun pada tahap *pre-production*, di mana

proses pembuatan media dilakukan secara langsung. Pada tahap ini, kegiatan utama meliputi pengambilan gambar (foto dan video), perekaman aktivitas, dan pengumpulan materi visual dan audio sesuai dengan konsep dan tujuan konten.

Konsep *production*, menurut Katz dan Dayan (2021), telah sesuai dengan kondisi langsung saat magang berdasarkan magang yang dilakukan peserta magang. Ini terlihat dari keterlibatan peserta magang dalam kegiatan mengambil foto dan merekam acara pelatihan, sosialisasi, dan *talkshow* dari awal hingga akhir. Konsep *production* sesuai dengan situasi langsung yang dialami oleh peserta magang, karena aktivitas tersebut sesuai dengan konsep pembuatan yang menekankan proses pembuatan materi media secara langsung di lapangan

Menurut Lupton (2022), tujuan produksi media organisasi adalah untuk mengubah peristiwa menjadi pesan visual yang dapat diakses oleh lebih banyak orang. Kegiatan pembelajaran yang didokumentasikan oleh peserta magang dapat diakses kembali oleh pihak internal perusahaan. Hal ini merupakan upaya untuk melakukan penyebaran informasi melalui komunikasi yang dilakukan melalui video konten rekap acara yang diselenggarakan Jasa Marga Learning Institute.

Dalam skenario ideal, tahap pembuatan didukung oleh sumber daya yang memadai dan waktu yang cukup. Namun, saat peserta magang bekerja dalam praktik magang, peserta magang menghadapi masalah dengan kebutuhan untuk mengambil konten dengan cepat karena acara berlangsung dalam jadwal yang padat, sehingga menyebabkan pengambilan konten tidak sepenuhnya maksimal. Kondisi ini menyebabkan hasil produksi belum sepenuhnya optimal, menunjukkan adanya perbedaan antara konsep pembuatan dan praktik nyata

G. Post -Production

Setelah peristiwa selesai, tahap *post-production* dimulai, dan berfokus pada pengolahan bahan yang telah dikumpulkan. Penulis terlibat dalam proses pemilihan foto dan video, menyusun alur konten, dan membantu proses *editing* untuk menghasilkan konten yang siap dipublikasikan. *Post-production* sangat penting karena menentukan kualitas konten akhir yang akan digunakan oleh perusahaan. Selain itu, peserta magang juga membantu menyesuaikan konten dengan persyaratan media sosial Jasa Marga Learning Institute. Penyesuaian ini mencakup format video, durasi, dan bagaimana pesan harus sesuai dengan audiens internal

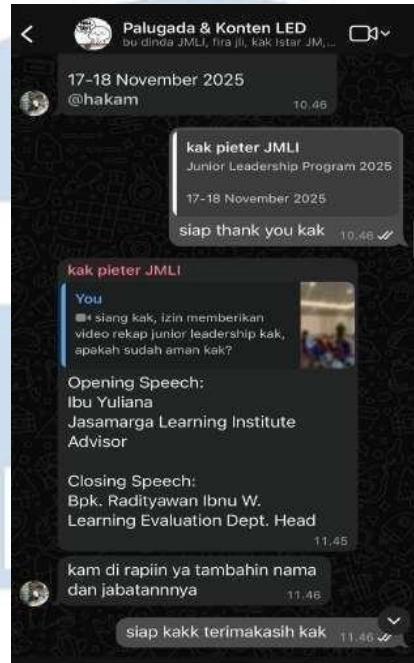
perusahaan. Proses pengolahan materi yang dikumpulkan selama tahap *production* agar menjadi produk media yang siap digunakan dan dipublikasikan disebut tahap *pre production*, Katz dan Dayan (2021). Pada tahap ini, peserta magang melakukan berbagai hal, seperti memilih rekaman, mengedit video dan foto, menambah teks atau musik pendukung, dan menyesuaikan format dengan platform media yang digunakan. Pada tahap *post-production*, konten mentah diubah menjadi konten yang menarik dan informatif. Tahap ini sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh audiens.



Gambar 3. 30 Proses *Editing* Video Rekap Acara
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.30 adalah saat peserta magang melakukan proses video *editing* konten.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
39



Gambar 3. 31 Revisi setelah selesai *Editing* Video Rekap Acara

Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.31 adalah saat peserta magang mengajukan video yang sudah selesai melalui proses *editing* dan meminta persetujuan sebelum dipublikasikan ke media sosial Jasa Marga Learning Institute.



Gambar 3. 32 Revisi setelah selesai *Editing* Video Rekap Acara

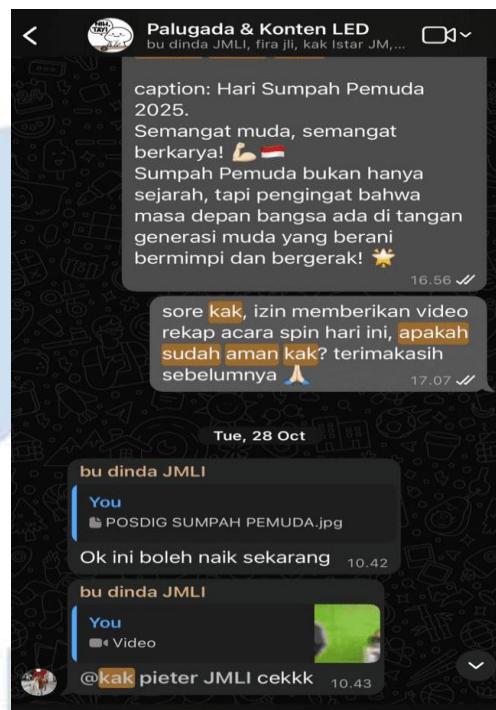
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.32 adalah saat peserta magang mengajukan video yang sudah selesai melalui proses *editing* dan meminta persetujuan sebelum dipublikasikan ke media sosial Jasa Marga Learning Institute.



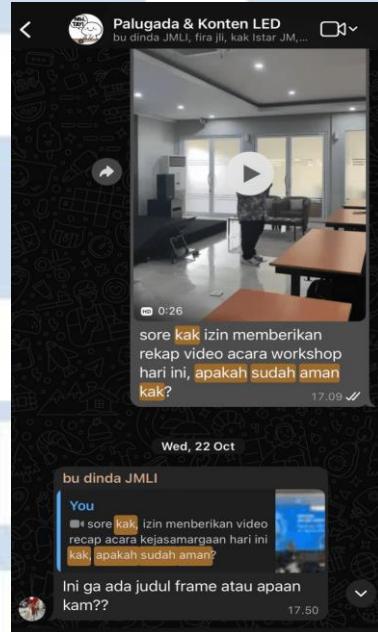
Gambar 3. 33 Revisi setelah selesai *Editing* Video Rekap Acara
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.33 adalah saat peserta magang mengajukan video yang sudah selesai melalui proses *editing*, menerima revisi, dan meminta persetujuan sebelum dipublikasikan ke media sosial Jasa Marga Learning Institute.



Gambar 3. 34 Revisi setelah selesai *Editing* Video Rekap Acara
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.34 adalah saat peserta magang mengajukan video yang sudah selesai melalui proses *editing*, menerima revisi, dan meminta persetujuan sebelum dipublikasikan ke media sosial Jasa Marga Learning Institute.



Gambar 3. 35 Revisi setelah selesai Editing Video Rekap Acara
Sumber: Data Peserta Magang (2025)

Gambar 3.35 adalah saat peserta magang mengajukan video yang sudah selesai melalui proses *editing*, menerima revisi, dan meminta persetujuan sebelum dipublikasikan ke media sosial Jasa Marga Learning Institute.

Dalam tahap *Post-Production*, saya menggunakan satu tools saja yaitu *Capcut* yang merupakan aplikasi khusus untuk membantu editing video, berbagai macam video, dapat diedit tanpa batasan di aplikasi *Capcut*.

Peserta magang berpartisipasi dalam proses memilih dokumentasi yang relevan, membantu dalam pembuatan alur video rekaman kegiatan, dan menyesuaikan konten sebelum didistribusikan melalui media internal dan media sosial Jasa Marga Learning Institute. Konsep *post-production*, menurut Katz dan Dayan (2021), sesuai dengan kondisi situasi langsung berdasarkan pengalaman peserta magang. Dokumentasi konten akhir dalam laporan menunjukkan hasil kegiatan *post-production*, yang menunjukkan bahwa materi yang dihasilkan dari produksi telah diolah dengan baik dan sesuai dengan tujuan komunikasi acara

Selain itu, Berger (2021) mengatakan bahwa penyuntingan adalah proses yang digunakan dalam produksi media untuk membuat struktur pesan dan

menunjukkan aspek penting dari sebuah peristiwa. Dalam situasi seperti ini, *post-production* bukan hanya tugas teknis tetapi juga peran komunikatif yang menentukan bagaimana suatu kegiatan disampaikan kepada audiens. Proses pemilihan dan penyusunan konten yang dilakukan peserta magang mencerminkan upaya untuk membuat representasi kegiatan pembelajaran sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan.

Dalam praktik magang, peserta magang menghadapi keterbatasan waktu dan beban kerja yang besar, meskipun konsep *post-production* menekankan proses penyuntingan yang terencana dan detail. Di Jasa Marga Learning Institute, konten video rekap acara harus naik saat hari acara dilaksanakan, sehingga, konten harus segera diselesaikan dan dipublikasikan, hal ini menyebabkan proses penyempurnaan tidak dapat dilakukan dengan baik. Perbedaan yang lain adanya waktu yang terbatas, seringkali acara selesai saat jam kerja selesai, sehingga proses penyuntingan harus dikerjakan di luar jam kerja. Kondisi ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara gagasan tentang *post-production* yang ideal dan praktik di tempat kerja yang membutuhkan kecepatan dan efisiensi, terutama di lingkungan kerja yang bergantung pada tenggat waktu dan dinamis.

3.2.3 Kendala Utama

Kendala yang Ditemukan Selama menjalani magang kendala yang dialami peserta magang adalah:

1. Pola Perencanaan Kerja yang Belum Terstruktur Secara Maksimal: Pola perencanaan pekerjaan yang belum sepenuhnya terstruktur merupakan salah satu masalah selama magang. Ini terutama berkaitan aktivitas pekerjaan yang masih sering dilakukan di luar jam kerja, bahkan di hari libur. Budaya kerja di departemen sangat menormalisasi situasi ini dikarenakan jumlah pekerjaan yang sangat banyak, lalu terkadang membutuhkan waktu yang tidak banyak, sehingga semua karyawan bahkan termasuk anak magang terpaksa harus bekerja di luar jam kerja dan saat hari libur.
2. Sistem Komunikasi Internal yang Cenderung Satu Arah: Di tingkat departemen, pola komunikasi internal cenderung berlangsung satu arah dan pengambilan keputusan dan informasi lebih banyak berasal dari pimpinan kepada anggota tim. Kondisi ini dipengaruhi oleh struktur organisasi yang

hierarkis dan budaya kerja yang menekankan kepatuhan terhadap arahan atasan. Akibatnya, ruang komunikasi yang tersedia untuk anggota tim untuk berkomunikasi dengan pimpinan belum dimanfaatkan sepenuhnya. Proses kreatif seperti *event management* dan *media production* dipengaruhi oleh pola komunikasi yang cenderung satu arah. Proses pertukaran ide di tingkat departemen menjadi terbatas karena ide dan konsep kerja sering kali berpusat pada memenuhi arahan pimpinan. Karena kreativitas anggota tim belum sepenuhnya terakomodasi dalam proses komunikasi kerja, hal ini dapat menghalangi inovasi dan variasi ide.

3.2.4 Solusi

1. Organisasi harus menata ulang sistem perencanaan pekerjaan mereka untuk mengatasi pola perencanaan kerja yang tidak terorganisir. Ini terutama berlaku untuk pengelolaan beban kerja dan waktu pelaksanaan tugas. Jadwal kerja yang lebih terencana, yang mencakup pemetaan aktivitas utama dan tenggat waktu yang realistik, dapat membantu mengurangi jumlah pekerjaan yang harus diselesaikan di luar jam kerja dan hari libur. Dengan perencanaan yang lebih sistematis, pekerjaan dapat dilakukan secara bertahap tanpa menumpuk pada titik tertentu. Pengaturan ulang alur revisi pekerjaan dan penetapan skala prioritas yang lebih tegas dapat membantu meningkatkan produktivitas tanpa membuat lembur menjadi kebiasaan.
2. Dimungkinkan bagi departemen untuk mendorong praktik komunikasi dua arah yang lebih terbuka dan berpartisipasi dalam proses kerja sehari-hari untuk meningkatkan kualitas komunikasi. Jika menyediakan ruang diskusi formal, seperti sesi *brainstorming* atau evaluasi internal setelah kegiatan, kesempatan akan muncul kepada semua anggota tim untuk secara konstruktif menyampaikan ide dan pendapat mereka. Oleh karena itu, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan instruksi tetapi juga untuk bertukar ide. Selain itu, pimpinan departemen dapat berpartisipasi secara aktif dalam membangun lingkungan komunikasi yang terbuka, dengan menunjukkan bahwa mereka terbuka untuk pendapat semua anggota tim. Penegasan bahwa ide dan pendapat merupakan bagian dari kontribusi

profesional diharapkan dapat mengurangi jarak komunikasi di dalam organisasi. Di tingkat departemen, metode ini dapat meningkatkan kualitas koordinasi, memperkuat kerja tim, dan mendorong hasil kerja yang lebih inovatif dan efektif.

