

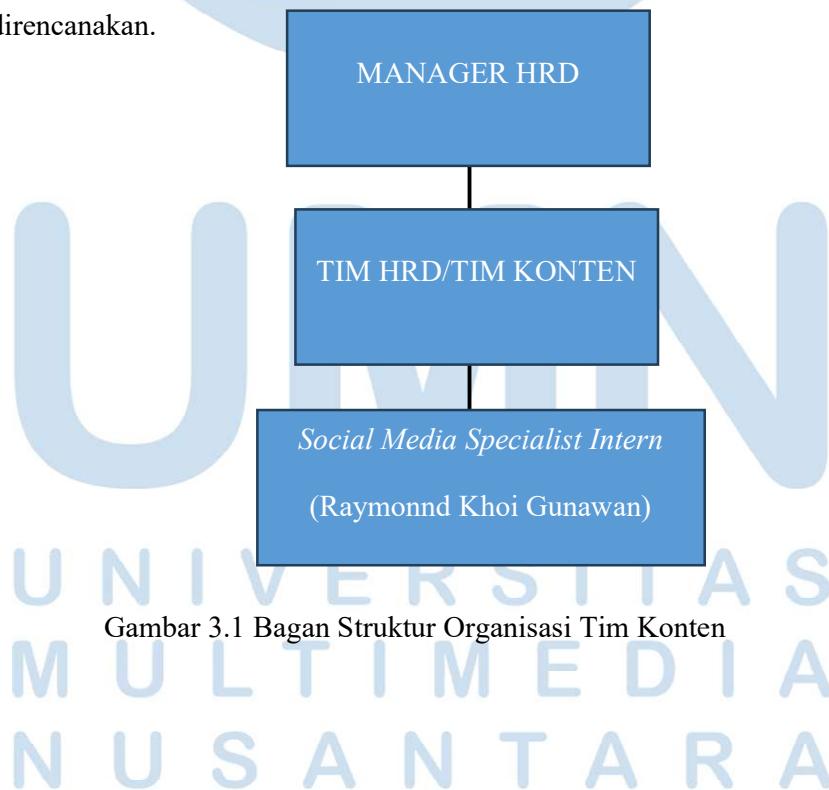
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama magang di PT Polychem Indonesia Tbk, saya ditempatkan di departemen HRD tepat dibawah tim *content creation and production* dengan peran sebagai *social media specialist intern*. Peran ini berfokus menjalani perencaraan hingga finishing sebuah konten dan juga strategi branding yang akan ditampilkan di media sosial.

Dalam menjalankan pekerjaan yang diberikan, saya berkoordinasi dengan *senior* di departemen HRD dan tim konten. *Senior* bertanggung jawab untuk memberikan jabaran pekerjaan, mengurus training internal, perencanaan, hingga penyelesaian konten. Koordinasi dengan *senior* akan selalu dilakukan untuk memastikan apa yang dikerjakan tetap dijalur yang benar dan sesuai dengan apa yang direncanakan.



Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Tim Konten

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Magang di PT Polychem Indonesia Tbk, mahasiswa mendapatkan tanggung jawab langsung dari tim konten untuk mengerjakan konten yang wajib dan juga merencanakan ide personal untuk dituang menjadi konten perusahaan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *social media specialist intern* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Brainstorming	Proses pencarian ide berdasarkan creative brief yang telah diterima dengan tujuan untuk mencari ide kreatif.
Editing	Melakukan edit konten yang sudah dishoot menyesuaikan brief dan diedit semenarik mungkin
Shooting	Mengambil konten dalam bentuk foto dan video sesuai brief
Review and Analyze	Melakukan review dari hasil konten dan analisa hasil yang didapatkan dari konten yang terakhir diunggah.

Gambar 3.2 Tugas Utama *Social Media Specialist Intern*

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 640 jam, dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang melibatkan banyak pihak. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan *shooting* dan *editing* konten.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan tugas sebagai *Social Media Specialist Intern*, penulis mengacu pada *Corporate Branding Theory* yang dikembangkan oleh Mary Jo Hatch dan Majken Schultz. Teori ini menekankan bahwa keberhasilan merek korporat sangat bergantung pada keselarasan tiga elemen utama: visi strategis (*vision*), budaya organisasi (*culture*), dan citra merek (*image*). Selama masa magang, penulis menggunakan landasan ini untuk menjembatani identitas internal PT Polychem Indonesia Tbk yang kuat di industri B2B dengan citra publik yang lebih dinamis dan humanis.

Pelaksanaan Kegiatan Magang Implementasi teori tersebut dituangkan dalam serangkaian aktivitas harian yang terfokus pada pengembangan konten digital. Penulis mulai dengan melakukan perencanaan konten (*planning*) untuk Instagram dan pemutakhiran konten situs web perusahaan. Kegiatan teknis mencakup pengambilan video menggunakan *drone* di lokasi pabrik Pelabuhan Merak untuk kebutuhan *company profile*, serta melakukan proses *editing* klip video dari podcast internal untuk platform Instagram Reels.

Penulis juga bertanggung jawab penuh dalam mendokumentasikan kegiatan internal, seperti pelatihan karyawan mengenai *strategic communication* dan perayaan Hari Batik. Dalam setiap konten yang diproduksi, penulis menerapkan strategi *humanist approach* dengan menampilkan sisi "di balik layar" (*behind the scenes*) dan profil karyawan untuk memberikan karakter yang lebih hidup pada merek perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Social Media Specialist* dan *Content Production Intern* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

	Nama Content	Tanggal Posting	"Jenis Content"	Due Date	Foto/Video	Sudah Upload / Belum (Diego)	PIC	
Okt 25	Hari Batik Nasional	2 Okt	Video	2 Okt	Video	Sudah	Raymond	
	Family Gathering	5 Okt	Video	3 Okt	Video	Sudah	Raymond & Diego	
	Training Strategic Communication	9 Okt	Video	9 Okt	Video	Sudah	Raymond	
	POV Gen Z Sekantor dengan Gen X	11 Okt	Video	5 Okt	Video	Sudah	Raymond	
	Clip Podcast Studi dulu atau Karir dulu	15 Okt	Video	8 Okt	Video	Sudah	Raymond	
	Karyawan Teladan teaser	20 Okt	Video	15 Okt	Video	Sudah	Raymond	
	Hari Santri Nasional	22 Okt	Poster	20 Okt	Foto	Sudah	Raymond	
	Video Teaser Teknikal Kompetisi	22 Okt	Video	20 Okt	Video	Sudah	Raymond	
	Clip Podcast Pak Agus 1	25 Okt	Video	22 Okt	Video	Sudah	Raymond	
	Teaser 2 Karyawan Teladan	29 Okt	Video	28 Okt	Video	Sudah	Raymond	
Nov 25	Konten Tes Telepati	31 Okt	Video	29 Okt	Video	Sudah	Raymond	
		Nama Content	Tanggal Posting	Jenis Content	Due Date	Foto/Video	Sudah Upload / Belum (Diego)	PIC
	Recomendation Movie 1	8 Nov	Carousel		Foto	sudah	Arka & Raymond	
	Pengumuman TOP 10 Employee Of The Year	6 Nov	Carousel	6 Nov	Foto	sudah	Arka & Raymond	
	Hari Pahlawan Nasional	10 Nov	Poster		Foto	sudah	Arka & Raymond	
	Hari Kesehatan Nasional	12 Nov	Poster	6 Nov	Foto	sudah	Arka & Raymond	
	Human Capital 2 (Beda Gen Beda Cara Kerja)	15 Nov	Carousel		Foto	sudah	Arka & Raymond	
	Clip Podcast A&A 2	22 Nov	Podcast		Video	sudah	Arka & Raymond	
	Documentation Employee Of The Year	23 Nov	Interview	22 Nov	Video	sudah	Arka & Raymond	
	Hari Guru	25 Nov	Poster	10 Nov	Foto	sudah	Arka & Raymond	
Des 25	Insight P Agus & Alasan Telat Ke Kantor	29 Nov	Carousel & Hiburan		foto & Video	sudah	Arka & Raymond	
	Media Polychem	30 Nov	Video	28 Nov	Video	sudah	Arka & Raymond	
		Nama Content	Tanggal Posting	Jenis Content		Foto/Video	Sudah Upload / Belum	PIC
	Recomendation Movie 2	6 Des	Carousel		Foto	sudah	Raymond	
	Hari Anti Korupsi Sedunia	9 Des	Poster		Foto	sudah	Arka & Raymond	
	Clip Podcast P Agus 2	13 Des			Video	sudah	Raymond	
	Hari Bela Negara	19 Des	Poster		Foto		Arka & Raymond	
	'POV' : Papasan sama temen kantor beda departemen dan ga akrab-akrab banget	20 Des			Video		Raymond	
	Dokumentasi Technical Competition	21 Des	Carousel & Doc		Foto & Video		Arka & Raymond	
	Dokumentasi GHR Gathering	24 Des	Doc		video		Raymond	
Jan 26	Hari Ibu Nasional	22 Des	Poster		Foto		Arka & Raymond	
	Hari Raya Natal	25 Des	Poster		Foto		Arka & Raymond	
	'POV' : Lamar Kerja direpson "hanti dikabarin ya"	27 Des			Video		Raymond	
	Malam Tahun Baru 2026	31 Des	Poster		Foto		Arka & Raymond	
		Nama Content	Tanggal Posting	Jenis Content		Foto/Video	Sudah Upload / Belum	PIC
	Selamat Tahun Baru 2026	1 Jan	Poster		Foto		Arka & Raymond	
	"Lihatin Anak Baru"	4 Jan			Video		Raymond	
	Hari Gerakan Satu Juta Pohon Sedunia	10 Jan	Poster		Foto		Arka & Raymond	
	Gen Z di kantor (Tapi yang dishoot gen X semua)	11 Jan			Video		Raymond	
	Hari HSE / Hari K3 Nasional	12 Jan			Video		Raymond	
	Hari Laut & Samudera Nasional	14 Jan	Poster		Foto		Arka & Raymond	
	Jangan di ajak ngomong dulu, banyak deadline belom ada yang beres.	17 Jan			Video		Raymond	
	Si Paling / Selalu "	24 Jan			Video		Raymond	
	Hari Gizi Nasional	25 Jan	Poster		Foto		Arka & Raymond	
		31 Jan			Video		Raymond	

Gambar 3.3 Uraian tabel jobdesk magang

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Selama proses magang, penulis banyak terlibat dalam penggerjaan konten yang divisualisasikan secara video. Berikut penjabaran tahap yang dilakukan dalam penggerjaan tugas.

- I. Perencanaan dan Menulis skrip
- II. Shooting Konten
- III. Editing Konten
- IV. Review hasil dan revisi



Gambar 3.4 Hasil Konten Pertama sebagai Intern

https://www.instagram.com/reel/DPTaYNoDwP9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA==

Secara Jobdesk yang diterima, semua kebanyakan dikerjakan sendiri dan atasan hanya memberikan persetujuan atau tidak dan jarang terjadinya perselisihan opini. Hasil-hasil akan ditampilkan kebanyakan dari ide hingga hasil editing merupakan pekerjaan dari penulis.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.5 Hasil Konten Kegiatan Internal

https://www.instagram.com/reel/DPI9Fg5j3_U/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA==



Gambar 3.6 Hasil Clip dari Podcast Internal

https://www.instagram.com/reel/DQOz8sKEmZ1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA==



Gambar 3.7 Hasil Konten Postingan Hari Peringatan

https://www.instagram.com/p/DQFzM1bEid8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Untuk Konten-Konten yang siap untuk diunggah, tidak melewati approval dari manager tetapi langsung dipost oleh tim HR agar tidak memakan waktu yang lama. Jadi disini Tim HR lebih diberikan fleksibilitas untuk memanage konten itu tersendiri dan menghindari pembuangan waktu yang tidak diperlukan.

Untuk menjembatani celah antara identitas internal perusahaan dan persepsi publik tersebut, penulis mengimplementasikan strategi "humanist approach" dalam pengelolaan media sosial. Strategi ini merupakan upaya terencana untuk menyelaraskan Corporate Identity yaitu apa yang sebenarnya diyakini dan dijalankan oleh karyawan di dalam perusahaan dengan Corporate Image yang ditangkap oleh konsumen di platform seperti Instagram. Penjabaran teknis dari strategi ini meliputi:

- Konten *Behind the Scenes* (Di Balik Layar): Dengan memperlihatkan proses operasional dan kerja keras di balik produk berkualitas, penulis berupaya menunjukkan transparansi dan profesionalisme perusahaan secara lebih organik. Hal ini mengubah narasi dari sekadar "menjual produk" menjadi "menceritakan proses", yang jauh lebih menarik bagi audiens B2C.
- Profil Karyawan: Menampilkan wajah-wajah di balik korporasi bertujuan untuk memberikan nyawa pada merek PT Polychem Indonesia Tbk. Melalui cerita dan testimoni karyawan, audiens dapat merasakan adanya kedekatan emosional dan humanitas, yang pada gilirannya akan memupuk rasa percaya (*trust*) terhadap kredibilitas perusahaan.
- Dokumentasi Kegiatan Internal dan CSR: Memublikasikan kegiatan kebersamaan karyawan dan inisiatif sosial perusahaan berfungsi untuk mengomunikasikan nilai-nilai kepedulian dan integritas yang dianut oleh korporasi. Ini membuktikan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada pengembangan manusia dan kontribusi sosial.

Melalui pendekatan ini, PT Polychem Indonesia Tbk bertransformasi di mata konsumen akhir dari sebuah entitas industri yang dingin menjadi sebuah merek yang relevan, komunikatif, dan dapat diandalkan. Dengan menonjolkan sisi manusiawi, perusahaan berhasil membangun fondasi kepercayaan yang krusial bagi konsumen B2C dalam memilih produk, sehingga citra digital perusahaan selaras dengan identitas luhur yang telah dibangun selama puluhan tahun di dunia industri.

Dalam peran sebagai *Social Media Specialist Intern*, penulis menerapkan proses branding yang sistematis, dimulai dari tahap riset perilaku konsumen untuk memahami preferensi audiens target. Penulis merancang strategi konten yang mengubah pola komunikasi perusahaan dari sekadar pengumuman formal menjadi konten yang menonjolkan sisi kemanusiaan (*humanist approach*), seperti video di balik layar, kegiatan CSR, dan profil karyawan. Dalam pelaksanaannya, penulis mengelola seluruh siklus produksi secara mandiri (*one-man show*) mulai dari

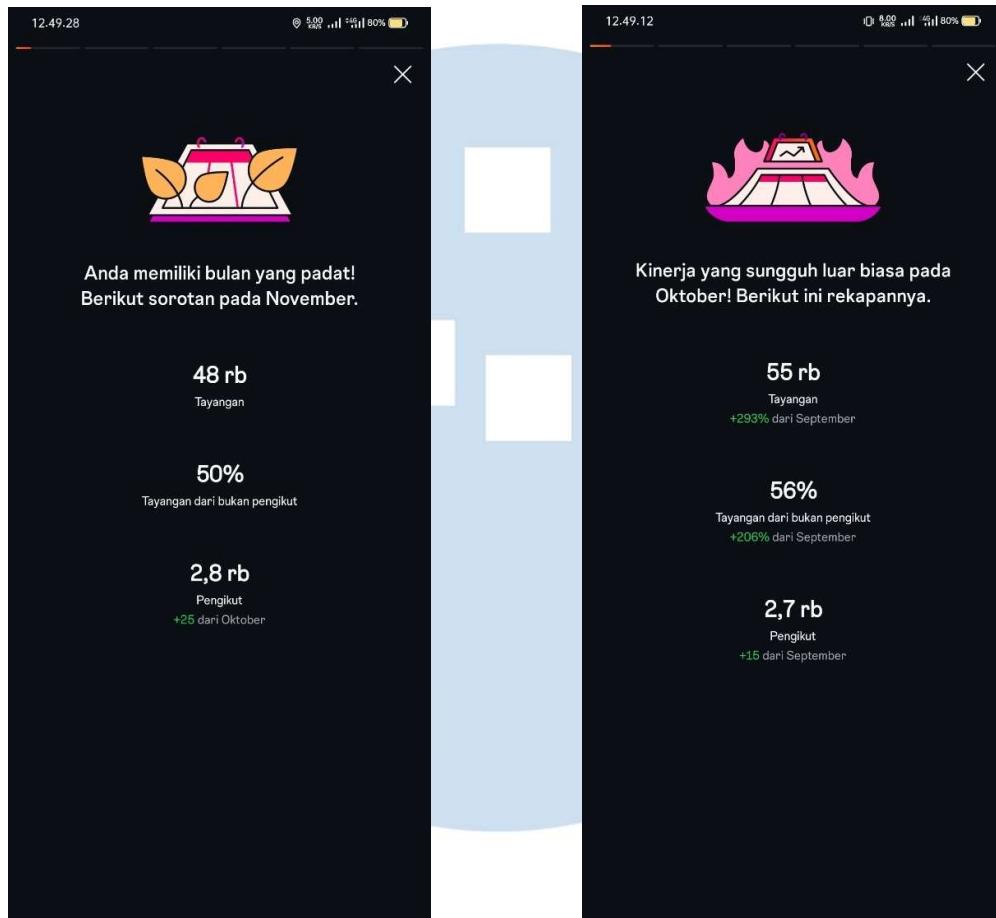
penulisan skrip, pengambilan gambar, hingga tahap penyuntingan akhir menggunakan aplikasi Capcut Pro dan Canva Pro.

Meskipun menghadapi kendala teknis yang signifikan, seperti keterbatasan alat produksi di mana penulis harus menggunakan perangkat pribadi yang sering mengalami *overheat* hingga mati total saat pengambilan gambar di lingkungan pabrik yang panas, penulis tetap berupaya menjaga kualitas visual agar tetap profesional. Keberhasilan strategi ini tercermin pada peningkatan visibilitas dan interaksi di media sosial perusahaan dibandingkan periode sebelum magang, yang membuktikan bahwa penerapan teori branding korporat dan komunikasi interpersonal yang efektif dapat memperkuat identitas perusahaan di ranah digital.

Hasil Peningkatan Branding Media Sosial Melalui penerapan strategi tersebut, terlihat perbedaan yang signifikan pada hasil *branding* perusahaan selama masa magang:

- Sebelum (Before): Citra perusahaan cenderung dipersepsikan sebagai entitas manufaktur kimia yang kaku, tertutup, dan sangat formal karena fokus utama yang hanya pada pasar B2B. Komunikasi di media sosial bersifat searah dan kurang memiliki nyawa organik.
- Sesudah (After): Media sosial perusahaan kini memiliki narasi yang lebih transparan dan profesional melalui konten proses operasional. Penggunaan pendekatan humanis berhasil membangun kedekatan dengan audiens luas (B2C), di mana perusahaan tidak lagi hanya "menjual produk" melainkan mampu "menceritakan proses" yang menarik bagi publik.

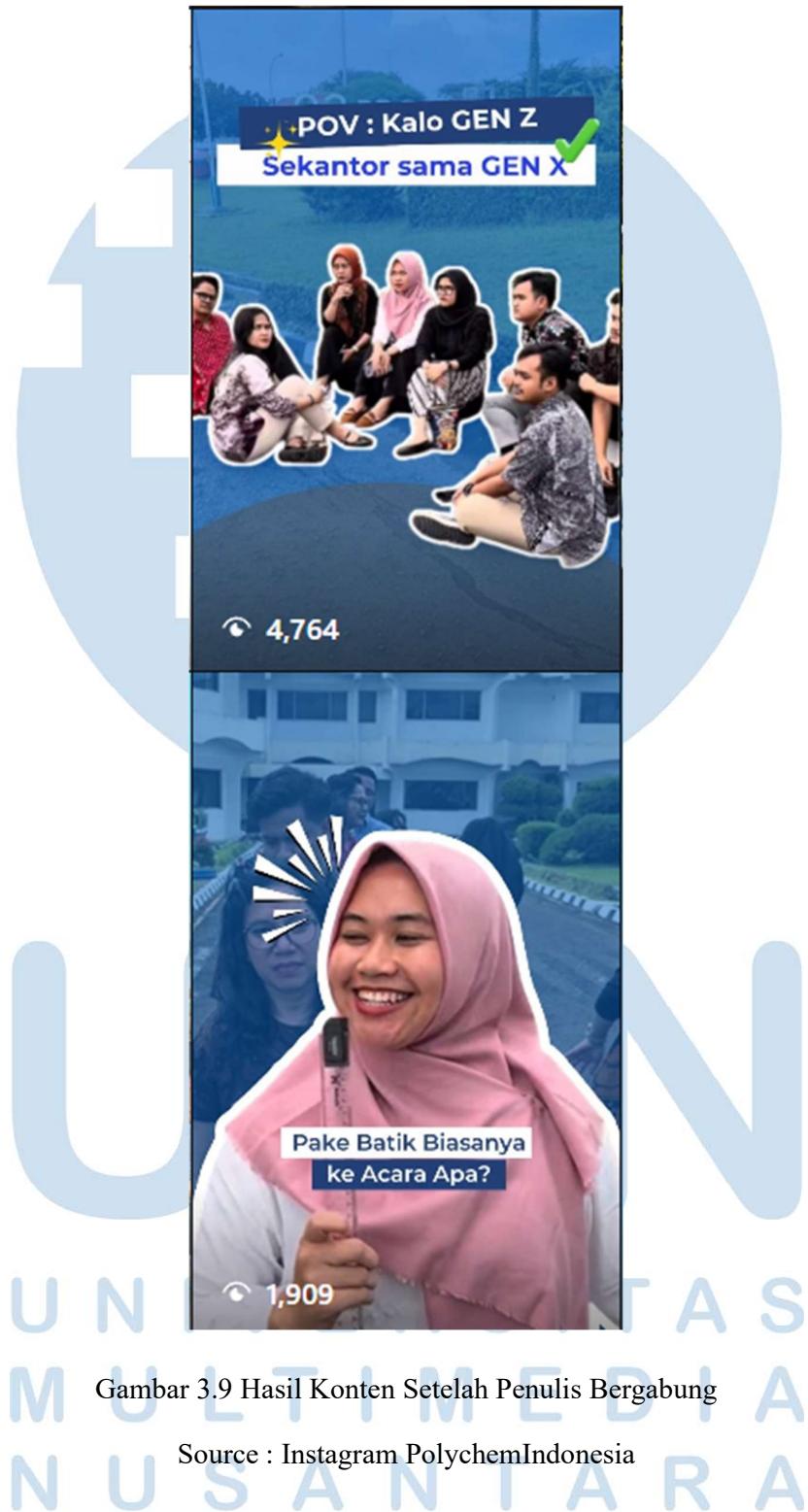
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.8 Analytics Instagram Polychem Sejak Bulan Desember

Source : Instagram Polychem

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.9 Hasil Konten Setelah Penulis Bergabung

Source : Instagram PolychemIndonesia

3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalani kegiatan magang di PT Polychem Indonesia Tbk sebagai *Social Media Specialist Intern*, penulis menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi kelancaran proses perencanaan dan produksi konten. Kendala-kendala tersebut antara lain:

- 1) Keterbatasan dalam alat produksi. Semua yang dikerjakan kebanyakan dari penulis sendiri mulai dari kamera HP, aplikasi editing (Capcut Pro dan Canva Pro), hingga tripod. Hal ini mengakibatkan kerugian secara pribadi secara finansial dalam pelaksanaan proses magang.
- 2) Kakunya kondisi lingkungan kerja. Mayoritas di PT Polychem Indonesia Tbk adalah orang yang berusia 45-65 tahun yang mengakibatkan Gen Z sedikit sulit untuk berkomunikasi dengannya. Beberapa ide konten ada yang ditolak karena dirasa terlalu kasar atau dapat menyinggung satu pihak.
- 3) Tidak jelasnya pembagian jobdesk. Sebagai orang yang ditugaskan untuk konten, penulis juga diberikan pekerjaan-pekerjaan kecil yang terkadang tidak ada kaitannya dan belum tentu digunakan dari apa yang kita kerjakan.
- 4) Anggota tim yang kurang banyak. Untuk produksi konten semua dikerjakan oleh penulis sendiri yang menyebabkan kurang efisien dalam penggerjaan. Diluar alat yang terbatas, secara manusia pun terbatas yang menyebabkan penulis tidak dapat memberikan potensi maksimal dari produksi sebuah konten yang harusnya bisa jadi lebih baik dimata publik.

3.2.4 Solusi

Untuk mengatasi Kendala-kendala yang dihadapi, penulis mengupayakan beberapa hal yang menjadi solusi untuk meningkatkan hasil kerja :

- 1) Kerjakan tanpa mengeluh. Meski semua hal terbatas, penulis tidak mengeluhkan dan tetap mengerjakan semaksimal mungkin meski terkadang kecewa melihat hasil yang sebenarnya masih bisa lebih baik dari yang lainnya
- 2) Mencoba mencairkan suasana lingkungan. Penulis menjadi salah satu personil yang membawakan suasana yang lebih ramai dikantor, tidak hanya sekedar datang untuk bekerja dan belajar, tetapi juga mencoba untuk merubah suatu suasana yang beku dan dingin menjadi cair dan penuh tawa. Meninggalkan jejak yang cukup untuk teman-teman Gen Z yang ada disana agar tetap ingat bahwa kerja harus tetap santai dan bercanda di momen-momen tertentu.

