



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

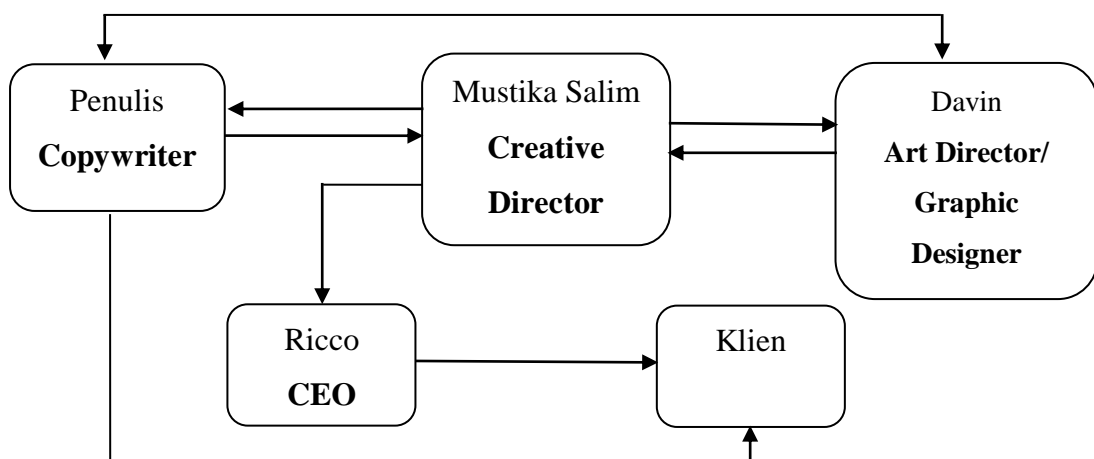
Kedudukan dan koordinasi penulis dalam perusahaan Sabda Creative adalah sebagai berikut:

1. Kedudukan

Kedudukan penulis dalam Sabda Creative adalah sebagai Copywriter dan Motion Graphic Designer. Penulis mempunyai tanggung jawab untuk membuat konten-konten berupa *engagement* pada *followers* Instagram klien. Selain itu, penulis juga membantu untuk membuatkan video *motion graphic* dari desain yang diberikan untuk nantinya akan diunggah ke Instagram klien.

2. Koordinasi

Bagian ini berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di perusahaan magang. Alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini: Penulis berkoordinasi dengan Creative Director dan Art Director setelah konten dan video selesai dibuat.



Gambar 3.1 Bagan koordinasi kerja

Setiap awal bulannya, penulis mulai membuat konten untuk dijadwalkan di bulan selanjutnya. Setelah konten yang dikerjakan selesai, penulis berkoordinasi dengan Creative Director untuk mengembangkan dan merevisi konten tersebut. Kemudian, setelah konten telah disetujui oleh Creative Director, penulis memberikan konten tersebut pada Graphic Designer untuk dibuatkan *design*. Setelah *design* selesai, penulis membuatkan penjadwalan unggahan dan melakukan koordinasi ulang dengan Creative Director.

Selain itu, jika ada *design* yang ingin dijadikan *video*, Graphic Designer akan berkoordinasi dengan penulis untuk membahas konsep *video* yang ingin dibuat, setelah itu barulah penulis membuatkan *video* dari *design* yang diberikan. Penjadwalan yang telah disetujui langsung penulis berikan pada klien untuk diperiksa. Jika tidak ada revisi dari klien, penulis langsung melakukan penjadwalan unggahan pada sosial medianya.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Setiap harinya penulis dominan mengerjakan pembuatan konten dan video. Berikut penulis menjabarkan tugas yang dikerjakan tiap minggunya.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Keterangan
1	3-7 Februari 2020	- Mempelajari <i>jobdesc</i> dan klien yang ditangani
2	10-14 Februari 2020	- Membuat konten untuk klien baru, Pelangi Kitchen, untuk unggahan diakhir Februari - Merevisi konten yang telah dibuat
3	17-21 Februari 2020	- Membuat konten bulan Maret untuk klien lainnya yaitu Roland Indonesia dan Beauty by Andine - Merevisi konten yang telah dibuat - Membuat <i>video</i> untuk beberapa konten dan iklan

4	24-28 Februari 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima dan mengerjakan revisi dari klien - Menjadwalkan unggahan yang telah disetujui oleh klien
5	2-6 Maret 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten klien bulan April
6	9-13 Maret 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Back up data bulan-bulan lalu - Merevisi konten klien bulan April
7	16-20 Maret 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat penjadwalan - Membuat <i>motion graphic</i>
8	23-27 Maret 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Penjadwalan - Membuat <i>motion graphic</i>
9	30 Maret – 3 April 2020	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Follow up</i> klien untuk revisi penjadwalan - Memasukkan penjadwalan otomatis

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama proses magang, tugas penulis adalah membuat konten untuk sosial media yang dimiliki klien serta membuat *motion graphic* atau meng-*edit video* untuk dimasukkan ke dalam unggahan klien. Klien yang dipegang oleh penulis adalah Roland Indonesia, Pelangi Kitchen, dan Beauty by Andine. Setiap kliennya memiliki tantangan yang berbeda dalam tahap *brainstorming* ide, ada produk yang mudah untuk dibuat menjadi konten, ada pula yang sulit. Setelah *brainstorming*, penulis mulai menuliskan ide hasil *brainstorming* menjadi sebuah konten. Selain itu, penulis juga mulai membuat *motion graphic* ataupun mengedit *video* setelah mengetahui konten apa saja yang harus dibuat menjadi sebuah *video*. Penulis menggunakan *software* Adobe After Effects dan Adobe Premiere Pro untuk membuat *video* dan *motion graphic*.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

3.3.1.1. Roland Indonesia

Roland Indonesia adalah distributor alat musik asal Jepang. Roland memproduksi berbagai macam alat musik serta aksesoris untuk instrument musik. Hal yang ditekankan oleh klien adalah seluruh konten harus dapat menarik para konsumen untuk memberikan respon terhadap konten tersebut.

1. *Brief:*

Roland Indonesia memiliki target pembeli yang bergelut di bidang musik, baik itu dunia tarik suara, maupun pemain musik. Konten yang diharapkan oleh klien adalah konten yang selalu menjual atau memperkenalkan produknya, dapat berupa *softselling* maupun *hardselling*. Untuk Roland Indonesia, gaya penulisan konten dibuat santai dengan bahasa sehari-hari, karena melihat gaya hidup pemusik Indonesia yang tidak terlalu kaku. Target jumlah *post* Roland Indonesia perbulannya adalah sebanyak 80 *post* yang terbagi menjadi 50 *post feeds* dan 30 *post story*. Penulis bertugas membuat konten sebanyak 30% dari jumlah target, dimana 70% sisanya adalah *post* tentang produk klien. Maka, penulis membuat 15 *post feeds* dan 9 *post story*. Pengerjaan pembuatan konten membutuhkan waktu sekitar seminggu, dimulai dari *brainstorming* hingga penulisan konten.

Penulis melakukan pencarian data yang berhubungan dengan produk dari klien. Untuk Roland, penulis mencatat terlebih dahulu produk apa saja yang penulis akan masukkan menjadi konten. Roland sendiri lebih terfokus pada produk piano, keyboard, drums, dan ampliernya. Maka, penulis memecah produk tersebut kedalam beberapa topik. Topik tersebut adalah tentang mitos fakta, fakta unik/menarik, asal usul, tips, dan juga kuis. Penulis mencari semua data yang dibutuhkan dari topik tersebut. Penulis juga mencari data tentang hari-hari raya di Indonesia untuk nantinya dimasukkan kedalam konten.

Pada tahap penulisan *caption* untuk tiap konten, penulis biasanya juga melakukan beberapa pencarian referensi. Untuk Roland sendiri, karena penulis mulai memegang tanggung jawab setelah Instagram Roland sudah berlangsung cukup lama, maka penulis memulai dengan mempelajari cara penulisan *caption* pada unggahan-unggahan Roland yang sebelumnya. Selain itu, penulis juga mengambil referensi dari seluruh artikel yang menjadi sumber penulis untuk *brainstorming*. Penulis mengumpulkan beberapa kalimat dalam artikel-artikel tersebut, lalu melakukan parafrase dan penyederhanaan kalimat. Setelah itu, penulis menyesuaikan kalimat-kalimat yang telah disusun menjadi gaya penulisan yang biasa dipakai untuk *caption* Roland.

2. Produksi:

Roland Indonesia juga mengharapkan beberapa unggahan yang mempunyai bentuk *video*, sehingga setelah menulis konten, penulis menentukan konten apa saja yang cocok untuk dijadikan *video*. Ada satu *video* berupa *motion graphic* yang dibuat oleh penulis tentang *awareness* terhadap Covid-19 yang diminta secara khusus oleh klien untuk menunjukkan rasa pedulinya terhadap para *followers*.

Tahap pertamanya, penulis menulis terlebih dahulu kalimat apa yang ingin muncul di dalam *video*. Penulis juga mencari beberapa referensi *video* yang mengangkat topik Covid-19 untuk mendapatkan gambaran penataan kata. Lalu penulis menggabungkan kalimat pencegahan Covid-19 dengan ide untuk *softselling*. Setelah penulisan selesai, penulis membuat gambaran kasar untuk *video* yang akan dibuat.

ROLAND TIPS

DARIPADA JENUH DI RUMAH SEMASA SELF-ISOLATING

**ISI WAKTU LUANG KALIAN DENGAN
BERLATIH MEMAINKAN ALAT MUSIK BERSAMA ROLAND**

***BISA KASIH BG ORANG MAIN MUSIK**

Gambar 3.2 *Rough cut* video Roland

(Dokumentasi pribadi, 2020)

Lalu, penulis memberikannya pada Creative Director untuk mendapat persetujuan. Penulis menerima beberapa revisi, dan selanjutnya, setelah revisi dikerjakan, penulis memberikan konten tersebut kepada designer untuk dibuatkan desainnya. Setelah design selesai, barulah penulis mengubahnya menjadi bentuk *motion graphic* menggunakan *software* Adobe After Effects.



Gambar 3.3 *Final look cut* video Roland

(Dokumentasi pribadi, 2020)

Pada video ini, digunakan beberapa *effect* yaitu Fractal Noise dan Displacement Map. Kedua *effect* ini digunakan untuk membuat efek bergetar pada gambar virus. Lalu penulis juga menggunakan berbagai transisi seperti *position*, *scale*, dan juga *opacity* serta menggabungkannya dengan teknik *masking*. Tujuan digunakan berbagai macam teknik dalam video ini adalah untuk membuat munculnya tulisan tidak monoton, sehingga penonton dapat terus tertarik dan terhibur ketika menonton video ini. Durasi dari video ini adalah 38 detik. Karena video ini adalah berisi tentang tips dan penyuluhan, maka durasi yang terlalu panjang akan membuat penonton merasa bosan.

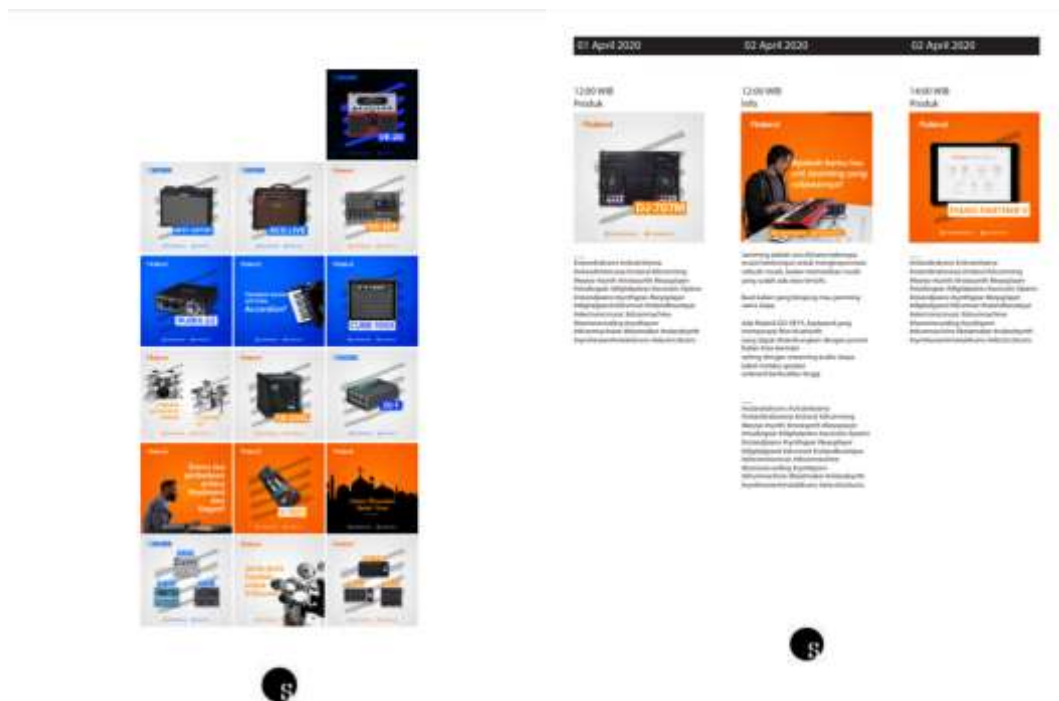


Gambar 3.4 Gabungan penerapan transisi opacity dan scale, serta masking
(Dokumentasi pribadi, 2020)

3. Evaluasi:

Setelah semua konten telah didesain dan diberikan *caption*, penulis menghubungi klien untuk meminta list produk yang ingin diangkat di bulan tersebut. Setelah klien memberikan list produk, penulis menggabungkan desain konten yang telah dibuat dengan desain produk kedalam satu file menggunakan Adobe InDesign. Lalu penulis mengirimkan file tersebut untuk persetujuan dari klien perihal

penjadwalan unggahan. Penjadwalan otomatis menggunakan website *Hootsuite*. Biasanya, terdapat beberapa revisi dari klien perihal desain.



Gambar 3.5 *Scheduling* Roland

(Dokumentasi pribadi, 2020)

3.3.1.2. Pelangi Kitchen

Pelangi Kitchen adalah sebuah tempat makan yang berlokasi di Jakarta. Menu-menu yang disediakan adalah menu makanan yang lekat dengan menu tradisional Indonesia, seperti Nasi Uduk, Nasi Tumpeng, Nasi Liwet, Rendang, dan masih banyak lagi. Pelangi Kitchen sendiri lebih mengutamakan pemesanan melalui pesan antar daripada pengunjung yang datang langsung ke lokasi. Sehingga penulis berusaha membuat caption dalam unggahan yang mengarahkan customer untuk melakukan pembelian pesan antar. Pelangi Kitchen buka dari jam 09.00 WIB sampai 18.00 WIB.

1. Brief:

Pelangi Kitchen mempunyai target pembeli yaitu perorangan, keluarga, maupun perkumpulan. Namun yang diutamakan adalah perkumpulan untuk sebuah acara, karena menu utama yang ingin di promosikan adalah menu paket. Konten yang diharapkan oleh klien adalah konten yang dapat menambah pengetahuan para *followers* akan menu-menu yang tersedia di Pelangi Kitchen. Untuk Pelangi Kitchen, gaya penulisannya menggunakan bahasa semi-formal.

Target jumlah *post* Pelangi Kitchen perbulannya adalah sebanyak 30 *post* yang terbagi menjadi 20 *post feeds* dan 10 *post story*. Penulis bertugas membuat konten sebanyak 30% dari jumlah target, dimana 70% sisanya adalah *post* tentang produk klien. Maka, penulis membuat 6-7 *post feeds* dan 3-4 *post story*. Pengerjaan pembuatan konten membutuhkan waktu sekitar 2-3 hari, dimulai dari *brainstorming* hingga penulisan konten.

Penulis melakukan pencarian data yang berhubungan dengan produk dari klien. Untuk Pelangi Kitchen, penulis sudah memiliki list menu yang tersedia. Pelangi Kitchen ingin menonjolkan menu andalannya yaitu Nasi Tumpeng dan Nasi Uduk. Maka penulis membagi 7 konten tersebut menjadi 4 konten Nasi Tumpeng dan Nasi Uduk, dan sisanya adalah menu sampingan lainnya. Penulis juga memasukkan beberapa hari raya yang berhubungan dengan Pelangi Kitchen kedalam konten.

Proses penulisan *caption* untuk konten Pelangi Kitchen dimulai dari mencari referensi pada artikel-artikel tentang makanan. Setelah itu, penulis juga melakukan beberapa pengamatan dari akun-akun Instagram kompetitor. Setelah mendapat *draft* untuk *caption* dari setiap konten, penulis menyusun menggabungkan *draft* tersebut dengan kalimat ajakan untuk membeli produk dan juga harga-harga makanan yang terdapat dalam foto. Setelah semuanya digabungkan, barulah penulis menyesuaikan gaya bahasa yang sesuai dengan target konsumen dari Pelangi Kitchen.

2. Produksi:

Untuk Pelangi Kitchen, tidak ada permintaan khusus dari klien untuk membuat konten berbentuk *video*. Namun, untuk membuat beberapa variasi, maka penulis memutuskan untuk juga membuat beberapa konten menjadi bentuk *video*. Salah satu *video* yang dibuat oleh penulis untuk konten Pelangi Kitchen adalah *video* tentang kegunaan dan manfaat telur asin bagi kesehatan tubuh.

Pertama, penulis membuat gambaran terlebih dahulu tentang apa yang ingin ditulis dan gambar apa yang ingin dimunculkan. Penulis melakukan *brainstorming* tentang manfaat-manfaat telur asin bagi kesehatan. Lalu gambaran tersebut dibuat kedalam bentuk *video* untuk memperkirakan bagaimana hasil dari *video* tersebut. Setelah mendapat persetujuan dari Creative Director, penulis memberikan gambaran *video* yang telah dibuat tersebut kepada Art Director. Setelah desain dari Art Director selesai, penulis langsung membuatnya menjadi *motion graphic* menggunakan Adobe After Effects.



Gambar 3.6 *Rough design* dan *Final design* konten Pelangi Kitchen

(Dokumentasi pribadi, 2020)

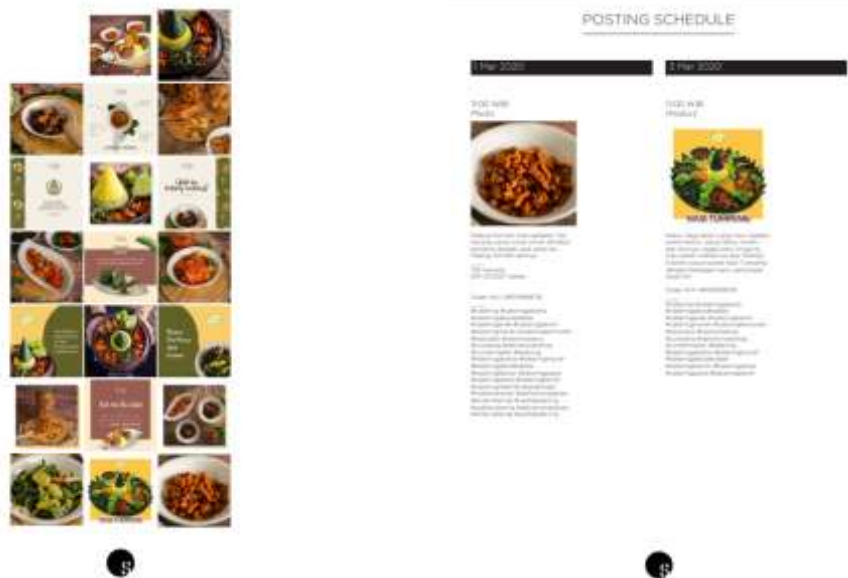
Pada video ini, penulis hanya menggunakan beberapa transisi pada gambar dan tulisan seperti *opacity*, *scale*, dan *position*. Penulis juga menggunakan teknik *masking* pada beberapa tulisan. Penulis tidak menggunakan *effect* dalam video ini karena video ini hanya berdurasi 15 detik (durasi maksimal untuk Instagram Story), sehingga penulis berharap penonton dapat lebih fokus pada isi yang ingin disampaikan. Sedangkan pemilihan membuat video daripada hanya gambar adalah membuat konten tersebut lebih menarik.



Gambar 3.7 Gabungan *scale*, *position*, dan *masking*
(Dokumentasi pribadi, 2020)

3. Evaluasi:

Setelah semua desain dari konten yang telah dibuat oleh penulis selesai, penulis menggabungkan semua gambar desain dengan caption yang sudah penulis buat menjadi bentuk jadwal kedalam satu file menggunakan Adobe InDesign. Lalu setelah itu penulis memberikan hasil penjadwalannya kepada klien untuk dapat diperiksa dan diberi persetujuan untuk dapat memunggah ke Instagram. Setelah mendapat persetujuan dari klien, penulis melakukan penjadwalan unggah otomatis menggunakan website Hootsuite.



Gambar 3.8 *Scheduling* Pelangi Kitchen

(Dokumentasi pribadi, 2020)

3.3.1.3. Beauty by Andine

Beauty by Andine adalah sebuah salon kecantikan yang memberikan *treatment* untuk sulam alis dan *eyelashes extensions*. Selain itu, sang pemilik juga membuka kelas khusus untuk belajar melakukan *eyelash extensions*. Lokasi Beauty by Andine berada di Jakarta Utara, sekitar Ancol.

1. *Brief*:

Beauty by Andine mempunyai target customer wanita yang berusia sekitar 18-40 tahun yang tertarik dalam dunia kecantikan, khususnya *eyelash extensions* dan sulam alis. Konten yang diharapkan klien adalah konten yang menarik perhatian para target customer dari mulai pengetahuan tentang *eyelash extensions* dan sulam alis, FAQ, hingga testimonial para pengunjung Beauty by Andine.

Target jumlah *post* Beauty by Andine perbulannya adalah sebanyak 30 *post* yang terbagi menjadi 20 *post feeds* dan 10 *post story*. Penulis bertugas membuat konten sebanyak 30% dari jumlah target, dimana 70% sisanya adalah *post* tentang produk klien. Maka, penulis membuat 6-7 *post feeds* dan 3-4 *post story*. Pengerjaan pembuatan konten membutuhkan waktu sekitar 2-3 hari, dimulai dari *brainstorming* hingga penulisan konten. Gaya penulisan yang diminta oleh klien adalah dalam bentuk bahasa Inggris dan formal.

Untuk tahap *research*, penulis banyak melihat referensi dari beberapa akun Instagram dengan bisnis serupa untuk dapat melihat minat para target dan konten apa saja yang cocok. Setelah itu, penulis juga melakukan *brainstorming* dari kedua *treatment* di Beauty by Andine, mulai dari mitos fakta, hingga info-info menarik serta tips-tips. Penulisan *caption* penulis lakukan dengan menggabungkan semua artikel-artikel yang penulis gunakan sebagai bahan *research* konten. Setelah menyusun hasil parafrase artikel-artikel, penulis kemudian menerjemahkannya kedalam bahasa Inggris.

2. Produksi:

Klien tidak begitu memberikan banyak *request* untuk pembuatan *video*. Klien hanya ingin beberapa testimonial *di edit* secara sederhana, seperti penambahan nama, cut, dan juga *background/frame*. Salah satu *video* yang penulis *edit* adalah *video* promo untuk hari Valentine. Ketika klien sudah memberikan ketentuan promo dan juga foto-foto yang dibutuhkan, penulis langsung mengeditnya menggunakan Adobe After Effects.

Pada pembuatan *video* ini, penulis hanya menggunakan transisi *position* dan juga *scale*. Sama seperti *video* Pelangi Kitchen, *video* ini berdurasi 15 detik karena akan diunggah di Instagram Story. Tujuan dari

video ini adalah agar penonton tertarik untuk melihat promosi yang diberikan oleh Beauty by Andine. Maka, tanpa menghilangkan tujuan promosi, penulis hanya memberikan sedikit transisi pada video.

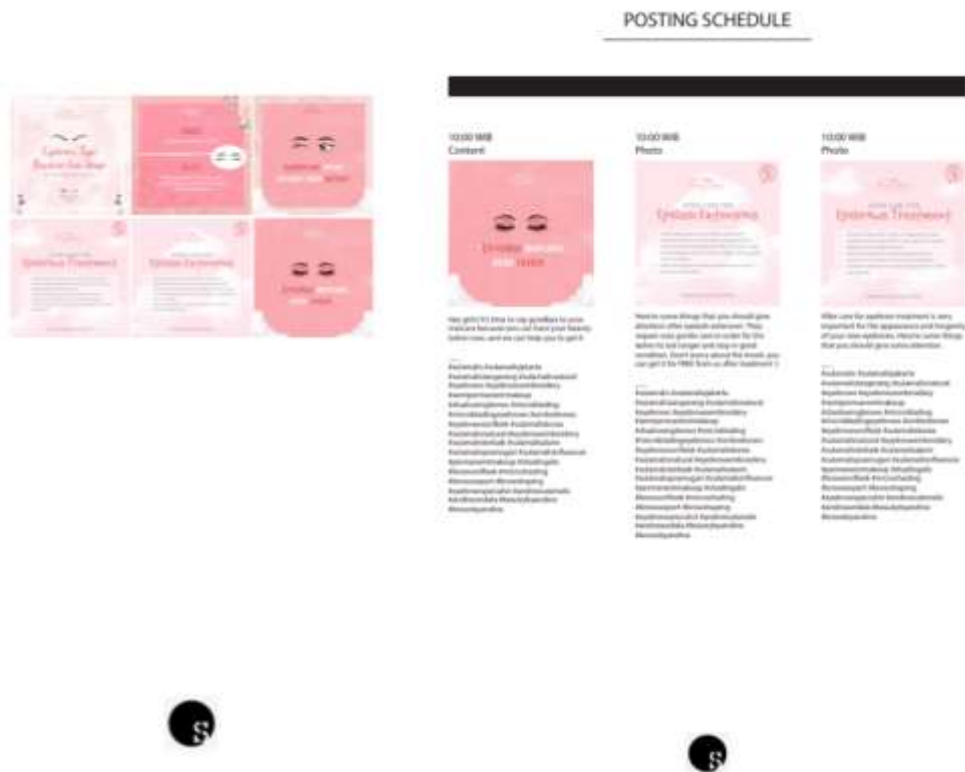


Gambar 3.9 Penerapan transisi *scale* dan *position*

(Dokumentasi pribadi, 2020)

3. Evaluasi:

Setelah semua desain dari konten yang telah dibuat oleh penulis selesai, penulis menggabungkan semua gambar desain dengan caption yang sudah penulis buat menjadi bentuk jadwal kedalam satu *file* menggunakan Adobe InDesign. Lalu setelah itu penulis memberikan hasil penjadwalannya kepada klien untuk dapat diperiksa dan diberi persetujuan untuk dapat mengunggah ke Instagram. Setelah mendapat persetujuan dari klien, penulis melakukan penjadwalan unggah otomatis menggunakan *website* Hootsuite.



Gambar 3.10 *Scheduling Beauty by Andine*
(Dokumentasi pribadi, 2020)

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama bekerja di Sabda Creative, ada beberapa kendala yang penulis dapatkan, yaitu:

1. Dikarenakan pengerjaan unggah di Instagram memerlukan data produk yang ingin diangkat perbulannya dari klien, maka tim Sabda Creative harus menunggu data tersebut diberikan oleh klien baru tim Sabda Creative dapat menyelesaikan pekerjaan. Namun, beberapa klien

seringkali kurang responsif sehingga seringkali tim Sabda Creative baru menyelesaikan pekerjaannya melebihi batas *deadline*.

2. Klien yang kurang responsive juga mempengaruhi pengerjaan revisi dan persetujuan penjadwalan unggahan. Tim Sabda Creative harus menunggu persetujuan dari klien akan penjadwalan unggahan, konten, dan desain dari klien untuk dapat menjadwalkan unggahan secara otomatis. Jika respon dari klien untuk memberikan revisi maupun persetujuan tidak cepat, maka pekerjaan tim Sabda Creative juga akan terhambat.
3. Sinyal Wi-Fi di kantor Sabda Creative juga kurang mendukung, sehingga proses pencarian dan pengunduhan data seringkali menjadi lambat.
4. Proses *work from home*, hal ini sedikit sulit untuk hal komunikasi dan juga kecepatan respon antar kolega kerja.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Ada beberapa solusi yang dapat penulis berikan terkait dengan masalah yang penulis dapatkan selama masa magang. Berikut solusi yang mungkin dapat membantu mengembangkan kinerja perusahaan kedepannya:

1. Mengenai klien yang kurang responsive dalam memberikan data produk. Sebaiknya perlu ditambahkan kedalam kontrak kerja antara perusahaan Sabda Creative dengan klien, dimana adanya deadline kapan klien diwajibkan untuk memberikan list produk sehingga pekerjaan tim Sabda Creative juga dapat terselesaikan tepat waktu.
2. Mengenai pemberian revisi dan persetujuan, maupun keperluan lainnya untuk pembuatan konten. Sebaiknya juga diberikan deadline atau perjanjian antar kedua belah pihak tentang kecepatan merespon, seperti misalkan selama jam kerja diwajibkan untuk dapat merespon dalam kurun waktu tertentu.
3. Mengenai Wi-Fi yang lambat: sebaiknya dapat mencari *provider* mana yang bekerja lebih baik di daerah kantor, atau dapat memberikan *reimburse* pada karyawan yang menggunakan data internet pribadinya.

4. Mengenai *work from home*, hal ini tidak dapat dihindari mengingat ini adalah bencana dan wabah. Masalah dapat sedikit teratasi dalam hal *meeting*, dimana menggunakan aplikasi Zoom untuk *meeting online* yang mempermudah pertemuan dan juga mengurangi kemungkinan miskomunikasi.