

**LAPORAN**  
**KULIAH KERJA LAPANGAN**  
**PERAN *PRODUCTION* MANAGER DALAM KEGIATAN PRODUKSI**  
**DIGITAL ADVERTISING AGENCY CHALKBOARD ASIA**



**Oleh :**

**Gerardo Bramastya**

**12 09 04692**

**Konsentrasi Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
**TAHUN 2016**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Laporan Kuliah Kerja Lapangan dengan judul

**PERAN *PRODUCTION* MANAGER DALAM KEGIATAN PRODUKSI  
DIGITAL ADVERTISING AGENCY CHALKBOARD ASIA**

Disusun oleh :

Gerardo Bramastya

12 09 04692

Telah disetujui dan diterima dengan baik

Oleh :



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Dosen Pembimbing

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan dengan judul

### PERAN *PRODUCTION* MANAGER DALAM KEGIATAN PRODUKSI DIGITAL ADVERTISING AGENCY CHALKBOARD ASIA

Disusun oleh :

**Gerardo Bramastya**

**12 09 04692**

Telah diuji dan disahkan,

Tanggal : 30 November 2016

Pukul : 15.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran

Tim Penguji,

**Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.**

**Dosen Penguji I**



---

**Alexander Beny P, S.Sos., M.Si.**

**Dosen Penguji II**



---

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

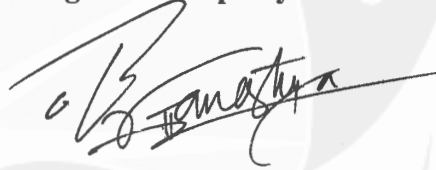
Nama : Gerardo Bramastya  
NIM : 12 09 04692  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 13 Desember 2016

Yang membuat pernyataan



Gerardo Bramastya

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan kesehatan yang diberikan selama proses pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan, hingga pada akhirnya Laporan KKL dengan judul “PERAN *PRODUCTION* MANAGER DALAM KEGIATAN PRODUKSI DIGITAL ADVERTISING AGENCY CHALKBOARD ASIA” dapat selesai dengan baik. Laporan ini berisi tentang peran *Production* Manager dalam kegiatan produksi pada Digital Advertising Agency Chalkboard Asia (PT. Mitra Aksara Digitama) di Yogyakarta.

Selama Kuliah Kerja Lapangan, penulis menyadari akan dukungan dari berbagai pihak yang membuat proses Kuliah Kerja Lapangan berjalan dengan lancar. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

- **Bapak F.X.M Jarot Prasetyahadi, Ibu Agustina Ariani, Reinardo Bisatya** yang selalu mendampingi dan mendorong penulis untuk belajar lebih banyak, dan terimakasih telah menjadi rumah yang nyaman bagi penulis
- **Bapak Ranggabumi Nuswantoro** sebagai pendamping KKL penulis, terima kasih sudah sabar dalam mendampingi proses KKL penulis, hingga laporan ini selesai
- **Segenap karyawan Chalkboard Asia**, terima kasih sudah menjadi rumah ketiga bagi penulis, dan menerima penulis seperti keluarga. Terima kasih atas dorongan untuk segera menyelesaikan laporan KKL ini
- **Clara Cynthia Anandia Giri Wardhani**, atas dorongan untuk segera menyelesaikan studi, dan berlari mengejar mimpi. *'You da real MVP!'*
- **Ajog Aseng Fina**, terimakasih kalian, keluarga kecil yang luar biasa. Ayo maju bersama jadi nomor satu di jalan masing-masing. *See you!*
- **Keluarga besar XIX**, kalian rumah keduku, terima kasih banyak untuk saling mengingatkan dan menyelamatkan

- **Seluruh pihak** yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih telah menjadi bagian dari penulis, dan rela berbagi waktu dan kebersamaan dengan penulis, kalian lah inspirasi dan motivasi! Terima kasih!



Yogyakarta, 13 Desember 2016

Gerardo Bramastya

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan orisinalitas .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar .....	viii
Daftar Lampiran .....	ix
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan KKL .....	4
D. Manfaat KKL .....	4
E. Kerangka Teori.....	5
<b>BAB II : DESKRIPSI OBJEK KKL</b>	
A. Sejarah.....	8
B. Visi dan Misi .....	8
C. Klien.....	9
D. Kegiatan .....	10
E. Struktur Organisasi .....	11
F. Fasilitas Perusahaan .....	14
<b>BAB III : HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL</b>	
A. Hasil KKL .....	17
B. Deskripsi Kegiatan KKL.....	26
C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL .....	38
<b>BAB IV : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	45
B. Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

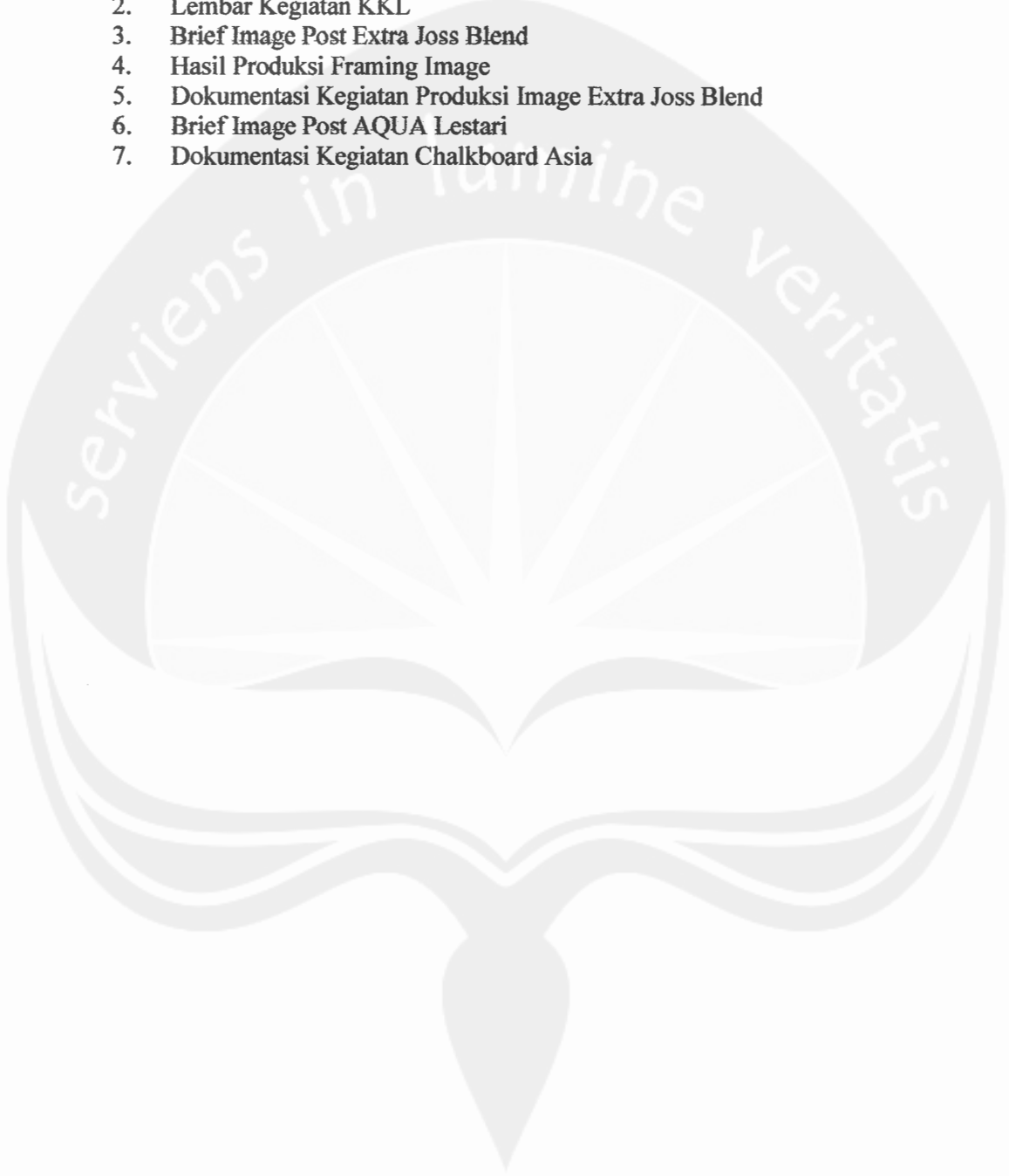
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Chalkboard Asia.....	
Gambar 2. Workflow Chalkboard Asia .....	
Gambar 3. Timeline DanAction.org .....	
Gambar 4&5. Contoh Image Post Extra Joss Blend & AQUA Lestari .....	
Gambar 6. Timeline DanAction.org .....	
Gambar 7. Mock Up DanAction.org.....	
Gambar 8&9. Tampilan web DanAction.org .....	
Gambar 10&11. Image Post-Social Media AQUA Lestari & Extra Joss Blend.....	
Gambar 12. Web Banner Hari Bebas Emisi pada Aqua.com .....	
Gambar 13. Contoh brief artikel AQUA.com.....	
Gambar 14. Contoh tampilan artikel AQUA.com .....	
Gambar 15. Laporan Work in Progress .....	



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. **Surat Keterangan Telah Melakukan KKL**
2. **Lembar Kegiatan KKL**
3. **Brief Image Post Extra Joss Blend**
4. **Hasil Produksi Framing Image**
5. **Dokumentasi Kegiatan Produksi Image Extra Joss Blend**
6. **Brief Image Post AQUA Lestari**
7. **Dokumentasi Kegiatan Chalkboard Asia**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu dampak globalisasi yang mencolok adalah perkembangan teknologi di bidang komunikasi, khususnya internet. Internet atau *interconnection networking*, sangat terbuka dan dapat digunakan oleh semua orang dari kalangan manapun. Sally J. McMillan mengatakan bahwa internet adalah 'jaringan dalam jaringan' yang beroperasi pada perangkat teknis yang memungkinkan seseorang dari seluruh dunia mengakses dan bertukar informasi menggunakan perangkat seperti *World Wide Web*, *e-mail*, *chat rooms*, dll (McMillan. 2004:2). Kemudahan mengakses informasi dengan cepat dan menemukan informasi sesuai yang diinginkan, membuat internet sebagai media yang lebih unggul dibandingkan dengan media konvensional lainnya.

We Are Social, salah satu agensi marketing sosial internasional mempunyai data lengkap mengenai penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2015. Survey pertama yang dilakukan pada Januari 2015, ditemukan fakta bahwa 72,7 juta masyarakat Indonesia adalah pengguna aktif internet, dimana 62 juta pengguna diantaranya mengakses media sosial. Selanjutnya pada November 2015, ditemukan data bahwa penggunaan internet di Indonesia berkembang cukup pesat. Pengguna aktif internet bertambah sekitar 6% menjadi 88,1 juta, dan pengguna media sosial bertambah

sebanyak 4%, menjadi 79 juta. Selama periode tersebut, Facebook menjadi media sosial yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia, sedangkan WhatsApp menjadi aplikasi *chatting* yang paling sering digunakan. (www.id.techinasia.com diakses pada 30 Mei 2016).

Melihat perkembangan internet belakangan ini, tidak heran rasanya bila sebagian besar industri bisnis juga mulai gencar melakukan aktivitas komunikasi dalam dunia digital, baik dalam melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan, maupun untuk menjalin hubungan dengan target market mereka. Pemasaran yang dilakukan secara konvensional, seperti melalui iklan cetak, iklan radio dan iklan televisi juga berkembang di era digital. Industri bisnis tidak lagi memandang iklan konvensional sebagai jalan satu-satunya jalan untuk mendapatkan perhatian khalayak. Munculnya inisiatif untuk bergerak di dunia online, membuat sebuah *brand* juga melakukan kegiatan beriklan dalam dunia digital.

Begitu juga dengan perkembangan agensi periklanan. Agensi Periklanan, yang juga hadir sebagai sebuah industri, mempunyai peran penting dalam proses kegiatan pemasaran yang dimiliki oleh *brand*, terutama dalam pembuatan iklan. Iklan dari sebuah *brand* perlu dibuat sedemikian rupa agar menjadi pusat perhatian target market, untuk itu perlu dilakukan persiapan yang matang, mulai dari persiapan produk yang akan dijual hingga riset untuk mempelajari karakteristik target market dan keadaan pasar yang sedang dihadapi. Agensi periklanan kini mulai merambah dunia digital dan membuat tren baru, ditandai dengan munculnya agensi periklanan yang khusus

menangani kegiatan pemasaran di dunia online, yaitu *digital advertising agency* atau yang biasa kita kenal dengan agensi periklanan digital.

Agensi periklanan bekerja sebagai tim, yang anggotanya memiliki peranan masing-masing. *Account Executive*, sebagai ujung tombak sebuah agensi iklan, mempunyai peranan dalam mencari klien, dan menjadi jembatan antara klien dengan agensi iklan. *Client brief* yang diterima dari klien, baik perseorangan maupun korporat, selanjutnya akan di olah *Strategic Planner* sebagai bahan riset, setelah tahap riset selesai maka tim *Strategic planner* akan membuat *creative brief*, lalu dilanjutkan dalam tahap produksi. Tahap produksi melibatkan peranan *Creative Department* yang biasanya terdiri dari *Copywriter* dan *Designer*. Tahap produksi selesai, maka hasil dikirimkan pada klien melalui *Account Executive*. Alur yang cukup rumit dalam produksi iklan, membuat sebuah agensi membutuhkan bagian, yang dapat mengatur *workflow* agar kegiatan produksi berjalan teratur sesuai dengan target yang sudah ada dalam jadwal, yaitu *Project Management*.

Ben Aston mengatakan bahwa *job description* seorang *digital Project Manager* adalah membuat sesuai terjadi dalam dunia digital (<http://www.thedigitalProjectManager.com> diakses pada 7 Juni 2016). Beberapa hal seperti kegiatan periklanan suatu *brand* dan *campaign* dalam dunia maya juga diatur oleh seorang *Project Manager*. Penulis tertarik untuk mempelajari bagaimana rumitnya pekerjaan seorang *Project Manager* dalam sebuah agensi iklan.

Penulis memilih Chalkboard Asia sebagai lokai KKL. Chalkboard Asia, sebagai salah satu agensi iklan digital di Yogyakarta, mempunyai kompetensi yang cukup untuk bersaing dengan agensi digital dalam skala nasional. Hal ini dapat dilihat dari klien yang mempercayakan kegiatan pemasarannya dalam dunia digital pada agensi ini, seperti Aqua, Extra Joss Blend, dan Paroparoshop.com. Chalkboard Asia mempunyai bagian yang disebut *Production Manager*, yaitu bagian yang mempunyai fungsi yang sama dengan *Project Manager*. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengetahui peran *Production Manager* dalam proses produksi pada Chalkboard Asia, bagaimana seorang *production manager* dapat mengatur kegiatan produksi sehingga tepat waktu dan berjalan rapi.

#### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana peran *Project Manager* dalam kegiatan produksi Chalkboard Asia?

#### **C. Tujuan KKL**

Memahami peran *Project Manager* dalam kegiatan produksi Chalkboard Asia

#### **D. Manfaat KKL**

##### a. Akademis

Melihat ksesuaian antara teori dengan alur dunia kerja sesungguhnya, khususnya dalam agensi digital secara langsung

##### b. Praktis

- Mempelajari *workflow* dan peran seorang *project manager* dalam agensi periklanan digital secara langsung

- Menambah wawasan bidang periklanan, yaitu kemampuan mengatur alur kerja suatu perusahaan

## **E. Kerangka Teori**

### **1. *Internet Advertising***

Iklan menurut Damian Ryan dalam buku *Understanding Digital Marketing – Marketing strategies for engaging the digital generation* disebutkan bahwa iklan dapat meracuni. Pada intinya, periklanan adalah mengenai bagaimana mempengaruhi seseorang untuk melakukan seperti apa yang kita inginkan (Ryan, 2014:2). Sementara Sally J. McMillan dalam bukunya mengatakan bahwa Richards dan Curran (2002) mencoba untuk memperbaharui definisi dari periklanan, "Periklanan adalah bentuk media komunikasi berbayar dari sumber teridentifikasi, yang di desain untuk mempengaruhi penerima untuk melakukan sesuatu saat itu juga maupun di masa yang akan datang". Selanjutnya, dapat didefinisikan bahwa *Internet advertising* adalah bentuk lain dari periklanan yang dapat ditemui di internet (McMillan: 2004:2).

Internet menjadi salah satu media andalan dalam beriklan. Hubungan antara agensi digital dengan *marketers* akan terjalin cukup baik, apabila keinginan klien dapat terpuaskan dengan kinerja agensi digital. Bagaimana kegiatan yang dilakukan agensi digital dapat melekatkan sebuah *brand* pada target audience di dunia digital, memerlukan sebuah proses yang diatur oleh *Project Manager*.

### **2. *Digital Advertising Agency***

Digital Agensi bervariasi sesuai dengan kebutuhan dari pengiklan yang menyewa mereka. Belakangan ini, perusahaan global, menjalin kerjasama dengan *full service* agensi digital di seluruh dunia. Terdapat juga *boutique* dan *specialty agencies* yang menyediakan chanel spesifik pemasaran digital seperti *mobile messaging program*, pemasaran media sosial, atau SEO *link-building campaigns*. Terdapat juga agensi yang fokus pada strategi dan profesional *services*, seperti *branding* dan desain web. Seperti organisasi lainnya, setiap tipe agensi memiliki kekuatan, kelemahan, dan *culture* masing-masing (Burka, 2013:2).

Industri memilih agensi digital, sebagai jembatan *brand* kepada audiens, khususnya audiens yang berada pada ranah digital. Pendekatan yang dilakukan melalui berbagai jalur, seperti dengan melakukan *campaign* aktif dalam web yang dimiliki *brand* tersebut, hingga aktivitas yang dilakukan dalam media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram.

### **3. Project Manager**

Ed Burgoyne dalam bukunya *Ad Agency Process & Roadmap*, mengatakan bahwa ketika *project* sudah mendapatkan persetujuan dari klien, *Project Manager* yang bertugas atau produser akan mempersiapkan berkas, jadwal kerja, dan mengatur waktu kapan *project* tersebut akan dimulai (Burgoyne, 2014:7).

*Project Manager* secara tidak langsung menjadi satu-satunya bagian yang berkaitan dengan semua pihak, bahkan dengan klien dalam proses produksi. *Project Manager* juga memiliki peran sebagai *traffic* yang mengatur lalu lintas kegiatan produksi, dimulai dengan membuat jadwal, mengatur jadwal produksi,

dan bertanggung jawab dengan apapun yang berhubungan dengan jadwal produksi, seperti *quality control* sebelum *output* diserahkan pada klien.

*Project Manager* mengidentifikasi dan menentukan masalah utama yang harus dipecahkan, apa tujuan dari *project* dan jangkauannya, dan aktivitas seperti apa yang akan dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Lalu ia akan merencanakan dan membuat jadwal kerja, mengawasi pekerjaan setiap harinya, dan memonitor progres hingga melakukan evaluasi performa. ( Yen, 2012:31-32).

Beberapa hal yang juga dikerjakan *Project Manager* adalah mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan dalam *project* , menentukan siapa saja yang terlibat dalam sebuah *project* , melakukan koordinasi dalam setiap aktivitas, memastikan semua yang terlibat melakukan kontribusi dan mempunyai kemajuan, serta memastikan pengerjaan *project* berjalan selesai tepat waktu. Hal ini mengungkapkan bahwa *Project Manager* juga bertanggungjawab atas proses pelaksanaan produksi.



## BAB II

### Deskripsi Objek Kuliah Kerja Lapangan

#### Chalkboard Asia

##### A. Sejarah

Chalkboard Asia merupakan salah satu agensi periklanan yang bergerak dalam dunia pemasaran digital. Chalkboard Asia telah terdaftar pada Sistem Administrasi Badan Hukum (SABH) dan resmi beroperasi sebagai PT. Mitra Aksara Digitama, sesuai dengan Undang-Undang no. 40 tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas sejak tahun 2015, dan berdiri atas gagasan Teguh Triguna dan Arindra Prakoso, dengan menggabungkan konsep kreatif dan analitik pada dunia pemasaran digital.

Chalkboard memiliki 2 cabang kantor, yaitu di Sampoerna Strategic Square South Tower 18th Floor. Jl Jendral Sudirman Kav. 45-46 Jakarta sebagai kantor promosi dan di Jl. Perumnas Seturan no. 123, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta sebagai kantor produksi.

##### B. Visi dan Misi

###### 1. Visi

Membangun dan mengkolaborasikan hubungan proses analitik dan pengembangan kreatif digital untuk menciptakan strategi yang efektif untuk *brand*

###### 2. Misi

a. Membuat *digital campaign* yang tidak *mainstream*

b. Melakukan *digital marketing* melalui *research* dan pendekatan analitik

c. Menggunakan *digital experience*

### **C. Klien**

#### 1. Extra Joss Blend

Extra Joss Blend adalah salah satu brand yang dikeluarkan oleh PT. Bintang Toedjoe pada tahun 2014. Salah satu perbedaan produk Extra Joss Blend dengan produk Extra Joss, adalah tambahan kandungan susu pada komposisi produknya. Target market Extra Joss Blend juga berbeda dengan Extra Joss, yaitu anak muda, yang tertarik pada tantangan dan kegiatan luar ruang.

#### 2. Danone Indonesia

Danone Group adalah perusahaan multi-internasional yang berpusat di Paris, Perancis. Berawal pada tahun 1998, Danone bergabung dengan AQUA Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2008 Danone Group meng akuisisi Royal Numico, yang memiliki aliansi dengan Sari Husada, yaitu salah satu perusahaan lokal yang bergerak sebagai produsen produk nutrisi untuk ibu dan anak.

#### 3. AQUA Lestari (*Social media*)

AQUA sebagai salah satu produsen air mineral dalam kemasan (AMDK) ternama di Indonesia, sudah berdiri sejak tahun 1972 dengan nama perusahaan PT. Golden Mississippi. Pada tahun 1998 AQUA dan Danone resmi bergabung. Berkaitan dengan

bergabungnya AQUA Group dan Danone Group, AQUA mengimplementasikan nilai-nilai yang sudah dicanangkan oleh Danone, yaitu Komitmen Ganda (Dual Commitment).

Komitmen Ganda tersebut berisi tentang keseimbangan antara pencapaian kinerja ekonomi dan perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan. Pada tahun 2005, terlahirlah AQUA Lestari sebagai program tanggung jawab sosial AQUA Group kepada sosial dan lingkungan, dengan 5 aspek utama, yaitu Pelibatan dan Pemberdayaan Masyarakat, Ekosistem Air, Distribusi Produk, Kemasan Ramah Lingkungan, dan Jejak Karbon.

#### 4. Paroparoshop

Paroparoshop adalah salah satu *e-commerce* yang aktif sejak November 2012. Paroparoshop menyediakan case dan aksesoris untuk berbagai jenis *smartphone*. Paroparoshop menyediakan barang-barang yang *stylish* dan *trendi*, dilihat dari barang-barang yang dijualnya, target pasar utama Paroparoshop adalah perempuan remaja yang senang mengikuti *trend* masa kini.

### **D. Kegiatan**

#### 1. Jam Kerja

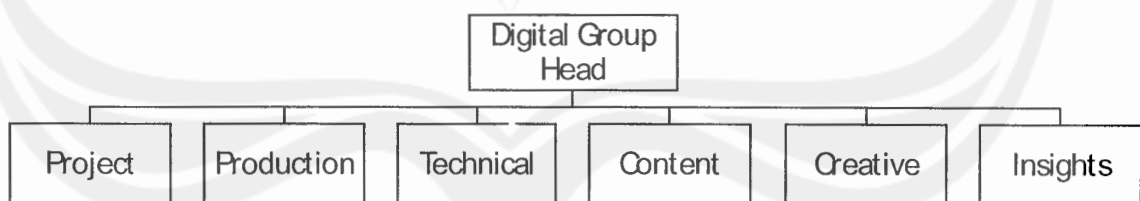
Jam kerja kantor dimulai pada pukul 09.00 hingga pukul 18.00 WIB.

#### 2. Work In Progress

Salah satu kegiatan rutin di Chalkboard adalah Work In Progress, yaitu *meeting* yang diadakan untuk mengetahui sejauh mana kemajuan *project* yang sedang dikerjakan. WIP diadakan seminggu sekali setiap hari Kamis setelah jam makan siang. Agenda yang telah tercatat berisi mengenai target yang sudah tercapai, target berikutnya, dan catatan lain seperti masalah yang muncul pada setiap *project*. Agenda WIP akan dikirimkan kepada masing masing karyawan sebagai catatan pribadi melalui e-mail. WIP juga menjadi salah satu cara untuk mengevaluasi kerja karyawan pada masing-masing divisinya. *Production Manager* mempunyai tanggungjawab atas pencatatan agenda WIP setiap minggunya.

#### E. Struktur Organisasi

Chalkboard Asia sebagai sebuah perusahaan yang masih tergolong baru mempunyai struktur organisasi yang sederhana. Dikepalai oleh Digital Group Head dan membawahi langsung 6 divisi kerja sesuai dengan peran masing masing.



Gambar 1. Struktur Organisasi Chalkboard Asia

Tiap-tiap Divisi mempunyai peran sebagai berikut:

### 1. Digital Group Head

Digital Group Head yang diisi oleh Teguh Triguna, berperan sebagai puncak dari struktur perusahaan. Digital Group Head mempunyai peran sebagai pimpinan langsung dari setiap divisi yang dibawahinya. Beliau juga selalu terjun langsung dalam *meeting* dengan klien yang kebanyakan berada di Jakarta.

### 2. Project

*Project Manager* diisi oleh Rangga Pramudita. Beliau mempunyai peran sebagai jembatan penghubung antara internal Chalkboard dengan klien, pada agensi periklanan biasanya jabatan ini mempunyai nama lain yaitu *account executive*. Segala kebutuhan internal yang akan disampaikan kepada klien, harus melalui Rangga, begitu juga sebaliknya. Setelah proses produksi berlangsung, maka menjadi tugas Rangga untuk meminta *approval* dari klien, sehubungan dengan *project* yang sedang berlangsung.

### 3. Production

*Production Manager* diisi oleh Maria Novena Rarahita. Beliau mempunyai peran sebagai kepala produksi di Chalkboard, pada agensi periklanan lain, posisi Ajeng biasa disebut dengan *Project Manager*, sebenarnya mempunyai peran dan fungsi yang sama, hanya penamaannya yang berbeda. Peran *Production* dalam suatu *project* sangat penting, karena disinilah divisi *production* menangani dan bertanggungjawab pada *project* yang berlangsung. Divisi *production* mempunyai tanggung jawab untuk membuat *timeline* produksi, dan mempunyai kewenangan untuk mengatur *workflow*

internal Chalkboard. Divisi *Production* perlu tau perkembangan *project* yang sedang berlangsung, sudah sampai sejauh apa dan apa masalah yang muncul, sehingga dapat dikomunikasikan dengan divisi *Project* untuk selanjutnya disampaikan kepada klien.

#### 4. *Technical*

Divisi *Technical* terdiri dari *Front End Developer* dan *Back End Developer*. Salah satu *Front End Developer* yang ada di Chalkboard adalah Endah Rika. Sedangkan posisi *Back End Developer* masih dipercayakan kepada vendor, tim lain di luar internal Chalkboard, salah satunya adalah Antarest Team yang mempunyai kantor di Magelang, Jawa Tengah. Divisi *technical* bertanggungjawab atas *project* yang berupa pembuatan website. *Front End* bertanggungjawab atas kesesuaian tampilan web dengan *prototype/mock up* yang sudah didesain oleh divisi *creative*, sedangkan *Back End* bertanggungjawab atas sistem web tersebut, seperti *content management system* dan *web function* pada web yang sedang dikerjakan.

#### 5. *Content*

Divisi *Content* terbagi lagi menjadi 3 bagian, yaitu *Content Specialist*, *Content Analyst* dan *Social media & Buzz Management*. Jabatan *Content manager* diisi oleh Maria Nari Gunita. Divisi *content* bertanggungjawab atas konten *project* yang sedang dikerjakan, baik konten campaign jangka pendek, hingga jangka panjang. Divisi ini juga bertanggung jawab atas *social media* klien Chalkboard.

Divisi konten berhubungan erat dengan divisi *insights*. Data yang diberikan oleh divisi *insight* akan diolah dan dikembangkan menjadi ide kreatif oleh divisi konten.

#### 6. *Creative*

Divisi *Creative* terbagi menjadi Art Director dan *Designer*. Jabatan Art Director diisi oleh Arindra Prakoso, sedangkan pada *designer* diisi oleh Bambang Erlangga. Divisi *creative* bertanggungjawab atas visualisasi konten berdasarkan *brief* yang diberikan dari divisi *content*. Setelah eksekusi visual yang dilakukan oleh desainer, tentunya sesuai dengan *brief* yang diterima dari divisi konten, Indra mempunyai peran sebagai quality control. Indra mempunyai kewenangan untuk memberikan intruksi revisi kepada desainer, apabila hasil eksekusi kurang sesuai dengan yang diinginkan oleh Art Director.

#### 7. *Insights*

Divisi ini diisi oleh Setyo Santoso, sebagai Digital Analyst. Divisi ini bertanggungjawab atas pencarian data digital, bagaimana performa klien dalam dunia digital. Seperti performa *social media* milik klien, hingga performa campaign yang dilakukan klien dalam dunia digital. Hasil data yang ditemukan dapat digunakan sebagai bahan untuk meningkatkan performa pengerjaan *project* selanjutnya. Selain itu, data yang ditemukan bertujuan untuk menemukan *insight* sehingga dapat semakin mengoptimalkan konten pemasaran.

### **F. Fasilitas Perusahaan**

### 1. Bi-Weekly Lunch

Salah satu fasilitas yang diberikan Chalkboard adalah makan siang gratis kepada seluruh karyawan. Momen ini diadakan setiap hari Jumat, dengan periode waktu dua minggu sekali saat jam makan siang. Tempat yang dipilih sesuai keputusan Badai, salah satu karyawan Chalkboard sebagai *person in charge*, dengan pertimbangan jarak tempat dengan kantor, dan berdasarkan usulan dari teman-teman yang lain.

### 2. Wi-fi

Akses internet disediakan 2 akses yang berbeda, masing-masing pada lantai 1 dan lantai 2. Karyawan diberikan kebebasan menggunakan akses internet sesuai dengan *wi-fi* yang ada pada ruangan kerjanya. Karyawan juga dapat mengakses *cloud storage*, perangkat penyimpanan, melalui *wi-fi*.

### 3. Free Snacks

Setiap hari Senin, disediakan cemilan gratis untuk seluruh karyawan Chalkboard berupa jajan pasar yang dibeli oleh petugas kebersihan. *Budget* disediakan kantor kurang lebih sebesar 50 ribu rupiah. Chalkboard juga menyediakan kopi dan teh, seluruh karyawan bebas untuk membuatnya sendiri karena tidak ada petugas *pantry*.

### 4. Komputer dan Laptop

Karyawan tetap, seperti *Project Manager*, *Production Manager*, *Content manager* mendapatkan fasilitas berupa laptop untuk menunjang kinerja mereka, sedangkan



*Designer dan Front End Developer* diberikan fasilitas berupa komputer karena membutuhkan perangkat dengan performa yang tinggi untuk mengerjakan sebuah *project* .



### BAB III

## Hasil Pelaksanaan dan Analisis Kuliah Kerja Lapangan

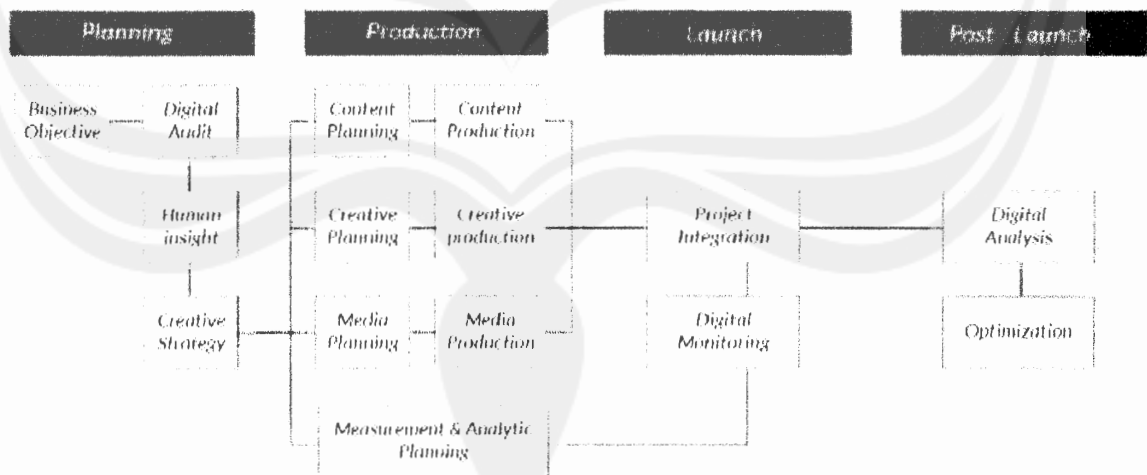
### Chalkboard Asia

Penulis akan mendeskripsikan kegiatan penulis selama mengikuti alur kerja di Chalkboard Asia. Penulis mengikuti kegiatan selama kurang lebih 2 bulan, terhitung mulai dari 1 Juni hingga 29 Juli 2016, dengan posisi sebagai *Production Officer*.

#### A. Hasil Kuliah Kerja Lapangan

##### 1. Deskripsi *Workflow* di Chalkboard Asia

#### *How Do We Works*



Gambar 2. *Workflow* Chalkboard Asia (sumber : [www.chalkboard.asia](http://www.chalkboard.asia))

Alur kerja Chalkboard dimulai dari *brief* dari klien. Mas Teguh, sebagai Digital Group Head bersama dengan setiap kepala divisi akan melakukan brainstorm terkait dengan *brief* tersebut. Hasil brainstorm akan menghasilkan *insights*, lalu akan dibuat deck yang akan dipresentasikan saat *pitching* bersama dengan klien.

Ketika proposal dan ide diterima oleh klien, maka selanjutnya adalah proses produksi. Mas Teguh akan mengadakan dan memimpin *meeting Kick Off Project*, untuk mempresentasikan *creative request*, yaitu kebutuhan dan keinginan klien. Setelah itu, PM akan membuat *Timeline Production*, sebagai acuan agenda pengerjaan *project*. Proses produksi akan dimulai dengan pengolahan data temuan hasil riset oleh divisi *insight*. *Insights* yang ditemukan selanjutnya akan diberikan kepada *User Experience Designer*, yang akan mengolah bagaimana pola-pola yang biasanya dilakukan seorang user, output dari *UX Designer* adalah sitemap, *wireframe* dan page list. Output tersebut akan diberikan kepada *User Interface Designer*, untuk dibuat desainnya. Desain dari *UI Designer* akan dipresentasikan pada klien, lalu menunggu *feedback* dari klien. *Feedback* yang diterima berisi revisi dan juga approval mengenai desain yang diajukan Chalkboard. Setelah desain beres, maka dilanjutkan dengan proses produksi, hingga *post-production*. Pada tahap inilah terlihat perbedaan alur kerja antara agensi periklanan Above the Line (ATL) dengan agensi periklanan digital.

Waktu pengerjaan *project* sebuah agensi ATL akan lebih singkat dibandingkan dengan agensi periklanan digital. Kegiatan pengerjaan *project* agensi ATL dimulai saat *brief* diterima, lalu produksi berlangsung, sampai iklan ditayangkan maka sudah bisa

dikatakan bahwa *project* selesai. Sedangkan untuk kegiatan agensi periklanan digital, tidak cukup sampai di situ. Ketika *brief* masuk, lalu lanjut dalam kegiatan produksi, dan iklan sudah ditayangkan pada media yang diinginkan klien, maka kegiatan pengerjaan *project* akan berlanjut pada tahap selanjutnya, yaitu pemantauan dan analisa *project* yang sudah tayang, hingga mencapai target yang diinginkan klien dalam jangka waktu tertentu. Setiap bulannya, Chalkboard akan mengirimkan *monthly report* kepada klien, bagaimana performa media sosial. *Monthly report* berisi tentang performance media sosial, bagaimana *involvement/* interaksi yang dilakukan audiens, dilihat dari jumlah *likes, comment, dan share*.

## 2. Deskripsi *Production Manager* di Chalkboard Asia

Salah satu bagian penting dalam Chalkboard Asia adalah divisi *Production*. Pada sebuah agensi periklanan, divisi ini biasa disebut dengan divisi *Project Management*. Sedangkan pada Chalkboard Asia, divisi *Project Management* sendiri mempunyai peran dan tanggungjawab sebagai Account Executive seperti pada kebanyakan agensi periklanan lainnya. Chalkboard Asia sebagai perusahaan yang masih terbilang sangat muda, mempunyai divisi *Production* yang hanya diisi oleh satu orang saja, sebagai *Production Manager*.

Sesuai dengan namanya, *Production Manager* bertanggung jawab atas semua hal yang berhubungan dengan kegiatan produksi di Chalkboard Asia. *Production Manager* bertanggung jawab mulai dari awal persiapan sebelum produksi, *output/* hasil produksi, dan paska produksi sampai diterima dan disetujui oleh klien. Tidak berhenti di situ,

Chalkboard juga mengolah data setelah kegiatan produksi, bagaimana performa *project* tersebut ketika dijalankan.

Seorang PM mempunyai peran yang besar pada sebuah agensi periklanan. PM bertanggungjawab kepada dua pihak, yaitu pihak internal (tim), dan pihak eksternal (klien) yang berhubungan dengan *project* yang dikerjakan. Seorang PM berperan dalam mengatur kinerja tim nya, bagaimana tim nya bekerja, berapa lama waktu yang dibutuhkan dan apa target yang harus dicapai dalam rentang waktu tertentu. Selain itu, PM juga harus mengerti apa keinginan dan kebutuhan klien terkait dengan *project* yang dikerjakan, baik dari segi tampilan maupun konten *project* tersebut, atau bagaimana website yang dikerjakan berfungsi dan sesuai sebagaimana mestinya.

Sebuah *project* , dalam Chalkboard Asia, secara resmi dimulai dengan Kick Off *Project* , yaitu meeting yang diikuti oleh kepala bagian setiap divisi, dimana Mas Teguh sebagai Digital Group Head akan memberikan *brief* sesuai dengan hasil *pitching* dengan klien. Mas Teguh akan memimpin brainstorm dalam Kick Off *Project* , bagaimana setiap divisi menanggapi *brief* yang diterima dari klien, bagaimana kesanggupan dari setiap divisi akan disampaikan, apa yang mungkin dan tidak mungkin untuk dikerjakan. Setelah proses brainstorm, maka tugas PM yang pertama dalam sebuah *project* adalah membuat *Production Timeline*.

*Production Timeline* dibuat sebagai guideline pengerjaan *project* . Rentang waktu untuk *developing project* dapat dibuat berdasarkan permintaan klien, sesuai dengan yang ditentukan oleh klien atau dapat juga berdasarkan penawaran yang diberikan oleh

tim internal, melalui Mas Teguh kepada klien, begitu juga dengan *deadline* pengerjaan *project* . Ketika rentang waktu pengerjaan *project* sudah dibuat, maka PM akan membagi waktu pengerjaan untuk setiap divisi yang terlibat dalam *project* .

Apabila *deadline project* sudah ditentukan, maka peran PM akan sangat berpengaruh dalam pengerjaan *project* . Sebagai pengatur alur kerja internal, PM harus mampu mengoptimalkan kinerja tim nya untuk bekerja cepat dan efisien. PM harus tahu bagaimana keadaan tim nya, bahkan PM dituntut untuk mengetahui karakter masing-masing personal dalam tim. Hal ini akan berpengaruh dengan bagaimana PM memperlakukan masing-masing personal dengan baik agar dapat bekerja dengan optimal.

Masuk dalam tahap produksi. PM akan bekerja mendampingi setiap divisi yang terlibat dalam proses produksi, mulai dari tahap desain hingga tahap *technical*. PM akan menjaga *workflow* agar sesuai dengan *Timeline* yang sudah dibuat sebelumnya. Apabila kegiatan produksi berjalan lambat, tidak sesuai dengan *timeline*, PM memiliki kewenangan untuk menunjuk divisi tersebut, untuk melakukan *overtime/ lembur*, guna menyesuaikan dengan alur yang sudah ditetapkan.

Masih dalam ranah produksi, PM mempunyai tanggungjawab untuk mengetahui progres setiap divisi yang terkait dengan *project* yang dikerjakan. Oleh sebab itu, diadakan Work in Progress setiap seminggu sekali. Work in Progress akan membahas progres seluruh *project* , dan diikuti oleh setiap kepala divisi, baik yang terlibat dalam *project* , maupun yang tidak. Fungsinya adalah, agar setiap divisi bisa menyampaikan

pendapat dan memberikan masukan dalam pengerjaan *project* . Hasil dari WIP akan dicatat oleh PM, dan dibagikan melalui email pada seluruh karyawan Chalkboard Asia.

***Project : AQUA.COM***

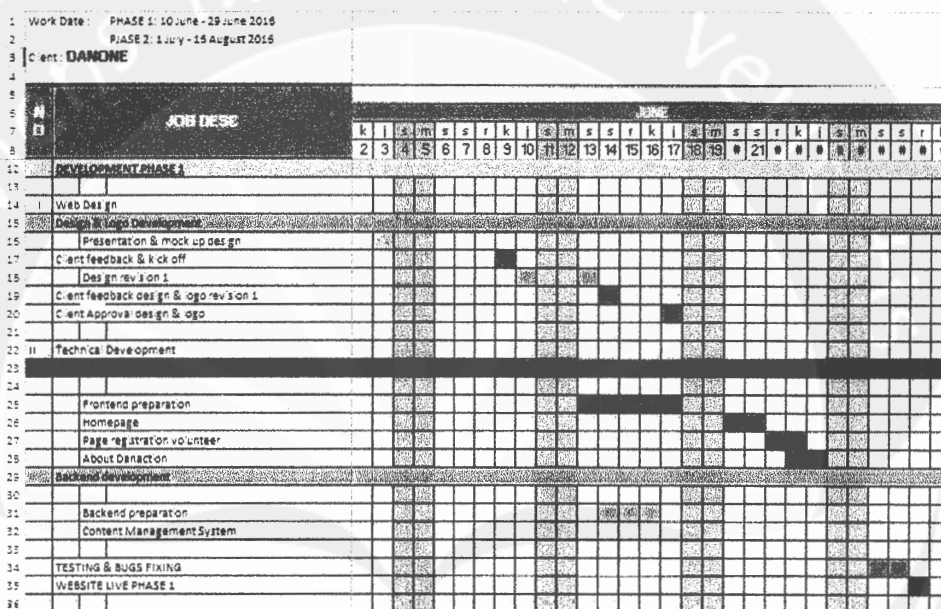
Chalkboard mempunyai peran dalam maintenance website resmi AQUA yaitu AQUA.com, dalam *project* ini PM mempunyai peran sebagai web admin yang melakukan upload artikel Press Release dan Corporate News ke dalam website. Chalkboard diberi akses oleh AQUA Danone untuk masuk dalam “dapur” website resmi mereka, dan akses ini dipercayakan kepada PM sebagai web admin.

PM mempunyai tugas untuk menjaga kelancaran proses upload artikel. Bahan artikel yang akan di upload diperoleh dari klien lengkap dengan gambar artikel yang akan ditayangkan. Artikel dikirimkan klien kepada divisi *Project* , diteruskan kepada divisi *Production*. Artikel yang diterima tidak langsung di upload, namun diteruskan kepada divisi *Content* terlebih dahulu untuk di cek *wording* nya, meminimalisir kesalahan pengetikan yang dilakukan oleh klien. Setelah dirasa cukup, maka artikel dikirimkan kembali kepada PM untuk segera di upload. Ketika artikel sudah berhasil tayang dalam website, PM akan menghubungi divisi *Project* untuk melaporkan pada klien bahwa artikel berhasil di unggah.

***Project : DanAction.org***

DanAction.org adalah sebuah platform dimana Danoners (sebutan untuk karyawan Danone Indonesia) dapat mengikuti kegiatan volunteer yang diadakan oleh Danone

Indonesia. Kegiatan volunteer dibuat untuk mewedahi Danoners yang ingin terjun langsung ke dalam kegiatan sosial yang diadakan secara berkala. PM mempunyai peran yang jelas dalam *project* ini. Peran pertama yang dilakukan PM adalah membuat *Production Timeline*.



Gambar 3. *Timeline* DanAction.org

*Production Timeline* pengerjaan web Danaction.org dibagi dalam 2 tahap utama, yaitu Web Design dan *Technical Development*. PM bertugas membagi waktu yang sudah ditentukan oleh tim Danone, ke dalam dua tahap tersebut, sekaligus mengatur siapa saja yang terlibat dalam *developing* DanAction.org. Tahap Web Design, tentu saja akan diserahkan kepada divisi *Creative* bekerjasama dengan divisi *Content*, dengan tanggungjawab membuat tampilan web dan konten yang ada dalam web. Pengerjaan desain web, didasarkan ada *insight* yang ditemukan oleh divisi *Insights*.



Tahap *Technical Development* diserahkan kepada divisi *Technical*, yang sementara ini dipercayakan kepada vendor.

Masuk dalam waktu produksi, PM melakukan pengecekan terhadap progres pembuatan desain setiap sore, desain harus selesai pada waktu yang sudah ditentukan, ketika belum selesai pada waktunya, PM mempunyai kewenangan untuk menunjuk desainer agar melakukan *overtime*, untuk menjaga *timeline* berjalan lancar. Ketika desain sudah jadi, maka *mock up* hasil desain akan dikirimkan oleh desainer kepada PM, selanjutnya PM akan mengirimkan file kepada divisi *Project* untuk dikirimkan kepada klien. Kegiatan produksi sementara di tunda karena menunggu *feedback* dari klien berisi revisi yang diinginkan klien. Kegiatan produksi disain *mock up* selesai ketika klien sudah setuju dengan seluruh disain yang di buat divisi *Creative* dan *Content*.

*Final* disain sesuai *approval* klien, akan disimpan dan dibagikan kepada divisi *Technical* untuk segera dibuat website nya. PM berperan dalam menjaga pembuatan web berlangsung lancar, dengan mengecek setiap sore dengan melihat website versi *beta*.

#### ***Project : Social media Management - Extra Joss Blend & AQUA Lestari***

Chalkboard menangani *project Social media Management* dengan klien Extra Joss Blend dan AQUA Lestari, dalam hal ini Chalkboard menangani proses pembuatan konten sekaligus sebagai *Social media Admin*. Ada berbagai macam *Social media* yang

digunakan sebagai jalur *digital campaign*, yaitu website, Facebook, Twitter, dan Instagram.

PM berperan sebagai web admin dalam website Extra Joss Blend dan AQUA Lestari, PM bertugas untuk melakukan update sesuai dengan permintaan klien, khususnya dalam *uploading* artikel, bedanya artikel AQUA Lestari dibuat oleh klien, sedangkan untuk artikel EJB dibuat oleh divisi *Content*.

Berbeda dengan website, konten yang ditayangkan dalam Facebook, Twitter dan Instagram diatur dan di unggah oleh divisi *Content*, dalam hal ini PM mempunyai tugas sebagai *traffic*, PM mempunyai kewenangan untuk memilih *Designer* yang membantu divisi *Content* untuk mengolah gambar.



Gambar 4&5. Contoh *Image post* Extra Joss Blend & AQUA Lestari

Divisi *Content* mengirimkan *brief project* sesuai dengan rancangan divisi *Project*, disertai dengan gambar yang akan di *re-touch* atau di beri *frame*. Setelah *brief* masuk

kepada PM selanjutnya tugas PM untuk mengirimkan *brief* konten kepada *Designer*. PM berhak untuk menentukan *deadline project* sesuai dengan pertimbangan kapan konten tersebut akan di tayangkan pada masing-masing media sosial.

Ketika produksi konten selesai, PM akan mengecek apakah hasil sudah sesuai dengan *brief* yang diinginkan divisi *Content*, ketika tidak sesuai, maka PM akan meminta revisi secara langsung, namun apabila sudah sesuai, maka *Designer* akan mengirimkan hasil pada PM, selanjutnya akan diteruskan kepada divisi *Content* untuk ditayangkan.

### **B. Deskripsi Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan**

Penulis diterima magang, dan diberikan posisi sebagai *Production Officer*, di dalam divisi *Production* dan dibawah *Production Manager*. Mahasiswa yang melakukan magang dalam Chalkboard memiliki jam kerja yang sama dengan karyawan tetap, yaitu setiap hari Senin sampai Jumat, selama 8 jam sehari, mulai dari jam 10.00 hingga jam 18.00 dengan istirahat satu kali pada jam makan siang. Penulis dibimbing langsung oleh *Production Manager* secara langsung, dan merasa tertantang karena pada kenyataanya praktek dunia kerja berbeda dengan teori yang pernah penulis terima sebelumnya pada saat kuliah.

Penulis merasa tertantang karena belum pernah mengenal alur kerja sebuah agensi periklanan digital sebelumnya. Pada saat kuliah, penulis belajar mengenai periklanan dan media iklan seperti media cetak dan media luar ruang, namun dalam KKL kali ini

penulis diharuskan untuk mengenal lebih jauh periklanan dalam media yang lainnya, yaitu media digital. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi penulis untuk belajar hal baru. Periklanan yang penulis pelajari selama kuliah termasuk dalam kegiatan iklan *Above the Line*, dan agensi yang mengerjakan periklanan tersebut biasa dikatakan sebagai agensi ATL. Berbeda dengan agensi periklanan digital, kegiatan iklan biasanya dilakukan pada media sosial.

Divisi *Production* dapat dikatakan merupakan poros utama sebuah *project*, maka tim produksi berhubungan langsung dengan berbagai divisi internal, yaitu divisi *Content*, Divisi *Creative*, divisi *Insights*, dan divisi *Project*. Penulis mengikuti alur kerja, dan berusaha mempelajari berbagai hal, seperti belajar mengenai konten dan teknis. Bukan dalam penyusunan konten, namun lebih kepada belajar untuk memahami *tone* dan *style* yang diinginkan klien. Penulis juga belajar untuk memahami teknis pembuatan web.

Sebagai *Production Officer*, penulis mempunyai *job description* sesuai dengan *project* yang dikerjakan, *jobdesc* tersebut dibagi menjadi dua, yaitu *Web Production* dan *Daily Monitoring*.

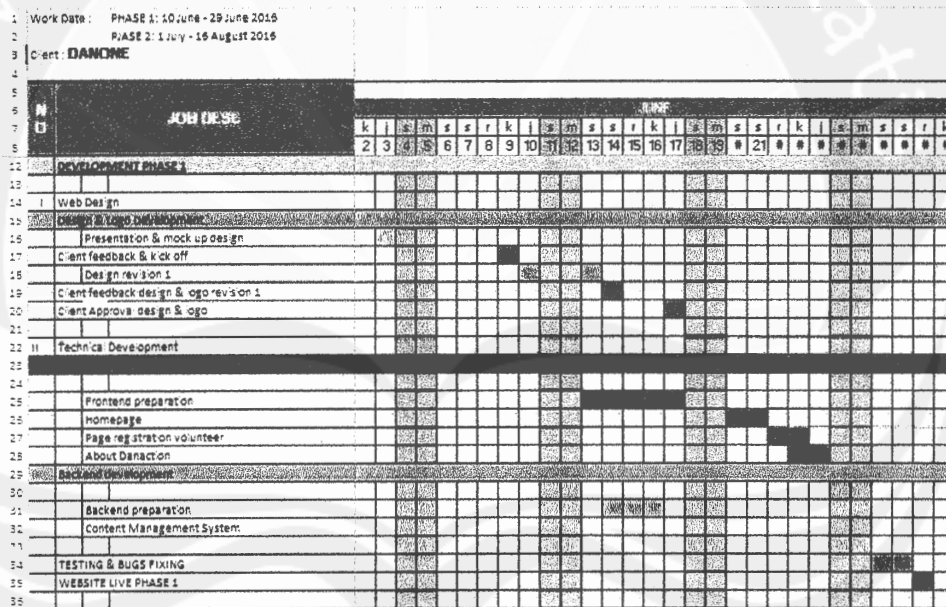
### **1. Web Production**

*Web Production* atau bisa juga disebut dengan *Web Developing* merupakan salah satu *service* yang dikerjakan Chalkboard. Ada 3 tahap dalam *project web production*, yaitu *Planning production*, *Execution*, dan *Maintenance*. Salah satu *web production*

yang dikerjakan Chalkboard adalah DanAction.org. Penulis diberi kesempatan untuk terlibat dalam 3 tahap web *production* DanAction.org, dan mempunyai jobdesc seperti berikut:

### A. Planning Production

Setiap *project* web *production*, akan memiliki *timeline* dengan rentang waktu masing masing yang dibuat berdasarkan permintaan klien.



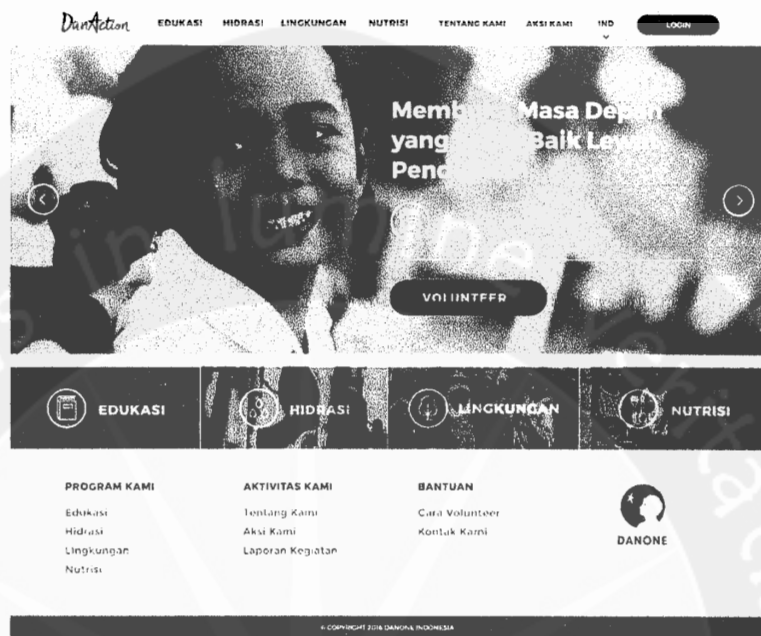
Gambar 6. Timeline DanAction.org

PM sudah membuat *timeline* web *production* DanAction.org sesuai dengan rentang waktu yang ditentukan, dan dalam tahap pembuatan *timeline*, penulis diberi tantangan untuk membuat versi berbeda, yaitu *timeline* internal.

*Timeline* tiap *project* dibuat 2 versi, satu versi untuk diberikan pada klien, agar klien mengerti *timeline project* yang dipercayakan, satu versi lagi dibuat untuk internal Chalkboard dengan *deadline* yang lebih cepat, kurang lebih satu minggu, dari *timeline* yang disediakan untuk klien. Hal ini dibuat agar tim internal bekerja lebih cepat dari target yang ditentukan. Selain menjaga kepuasan klien, PM juga mengantisipasi untuk menyimpan waktu cadangan, bila terjadi *bugs* ataupun web function belum berjalan dengan lancar, maka tim mempunyai waktu cadangan untuk digunakan, dan tetap dapat selesai tepat waktu.

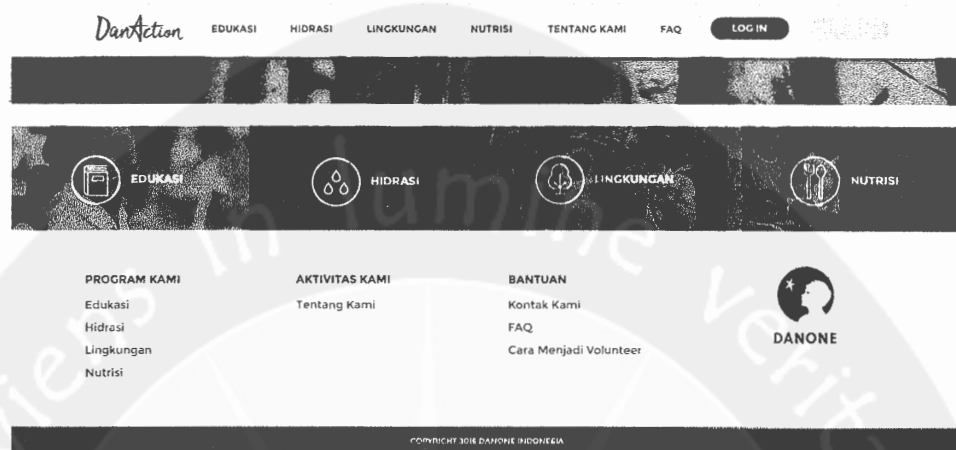
#### B. Execution

Penulis diberi kesempatan untuk ikut terlibat dalam tahap monitoring *technical development-web production*. Selama pengerjaan *project* berlangsung, PO diberi akses untuk melihat langsung progres web *production* yang ditampilkan pada server internal yang dimiliki Chalkboard. PO diajari untuk mendalami pembuatan web secara teknis, mengenai *Front End*, dan *Back End*, bagaimana peran dan tugas masing – masing. *Front End Developer* bertugas untuk menyesuaikan mock up/ rancangan desain web dengan tampilan web, sedangkan *Back End Developer* bertugas untuk membuat *web function*, dan *content management system*.



Gambar 7. Mock Up DanAction.org





Gambar 8&9. Tampilan web DanAction.org

Masalah yang muncul dalam web *production*, dari sisi teknis dapat berupa *bugs*, maupun dari sisi konten yang kadang berupa *typo*. Permasalahan yang muncul harus segera di sampaikan pada masing-masing developer. Kesalahan konten yang berupa *typo* pada *wording* disampaikan pada *Front End Developer*, begitu juga dengan tampilan, misalkan tampilan warna konten, letak button seharusnya yang tidak sesuai dengan mock up. Sedangkan kesalahan *bugs*, segera disampaikan kepada *Back End Developer* untuk segera diperbaiki.

### C. Maintenance

Maintenance adalah kegiatan yang dilakukan setelah web *live* dan dapat diakses dengan bebas. Kegiatan maintenance meliputi monitoring website dan web admin. Monitoring dilakukan untuk melihat bagaimana performa web tersebut, apakah masih ditemukan *bugs*, atau sudah berfungsi dengan baik. Monitoring dilakukan setidaknya



satu kali dalam sehari, dengan mengecek setiap fungsi yang ada dalam web, dan juga konten-konten yang ditampilkan dalam web. PO juga mempunyai jobdesc sebagai web admin. Web admin bertanggungjawab untuk *updating* dan *uploading* konten dalam web. Penulis diberi kepercayaan untuk mengakses *Content Management System* dari DanAction.org, dengan diberi *username* dan *password* CMS, dan diajari untuk *uploading* salah satu kegiatan volunteer yang diadakan Danone Indonesia.

## 2. Daily Monitoring

Penulis diberi kesempatan untuk terlibat dalam *project* yang lebih sederhana dari web *production*, dan bersifat harian atau berjalan setiap hari.

### A. Traffic

Chalkboard memegang *project Social media* Management brand AQUA Lestari dan Extra Joss Blend. Konten yang akan di post dibuat oleh divisi *Content*, berupa *copywrite* dan biasanya ditambah dengan *image post*. PO mempunyai peran sebagai *traffic*, yang mengatur jalannya *project* harian, dan menentukan siapa yang bertugas dalam *project* tersebut. Konten berupa *copywrite* sudah diatur dan dibagikan pada karyawan dalam divisi *content*, oleh *Content manager*, sedangkan untuk image yang akan diposting, perlu untuk di retouch oleh *designer*, dan di beri *frame* sesuai dengan yang sudah disetujui oleh klien.



Gambar 10&11. Image post-Social media AQUA Lestari & Extra Joss Blend

Penulis terlibat dalam peran PO sebagai *traffic*. Mulanya, divisi *Content* sudah menentukan image yang perlu di retouch oleh *designer*, beserta *brief content* yang berisi permintaan image tersebut harus diproses seperti apa, apakah ditambah dengan ilustrasi, atau hanya sekedar framing, lalu *brief* beserta image aslinya dikirimkan kepada PO melalui email. Setelah itu PO akan melanjutkan email kepada *designer*, dalam hal ini PO harus tahu siapa (*designer*) yang sedang kosong dan siapa (*designer*) yang sedang mengerjakan *project* .

Ketika produksi image selesai, *designer* akan mengirimkan hasil produksi kembali kepada PO. PO akan mengecek ulang, apakah sudah sesuai dengan *brief* yang diinginkan oleh divisi *Content*, apabila belum sesuai, maka PO mempunyai kewenangan untuk meminta revisi kepada *designer*, guna menyesuaikan hasil produksi

sesuai dengan *brief*. Bila sudah selesai, PO akan mengirimkan kembali kepada divisi *Content*.

Ada perbedaan dalam hasil produksi *image post*. Hasil produksi untuk Extra Joss Blend, ditentukan layak tidaknya oleh *Content manager*, sedangkan untuk AQUA Lestari, hasil produksi image tidak langsung di upload pada setiap socmed, namun dikirimkan terlebih dahulu kepada klien untuk meminta persetujuan. Jika ada revisi, maka divisi *Content* akan memberikan revisi kepada PO, baru dilanjutkan pada desainer, setelah di produksi dan dicek ulang, hasil dikirimkan pada divisi *Content* untuk selanjutnya di upload pada socmed masing-masing.

PO juga diberi kesempatan untuk terjun langsung dalam produksi konten. PO diminta oleh divisi *Content* untuk menjadi talent Extra Joss Blend. Produksi foto dan video dilakukan pada jam kantor, dengan memilih setting tempat tidak jauh dari kantor, yaitu sekitar jalan Perumnas Seturan, bahkan jika memungkinkan, produksi foto dilakukan di dalam kantor, menyesuaikan dengan tema konten yang akan ditayangkan.

#### B. Web Admin

Salah satu klien Chalkboard adalah AQUA. Pada website resminya, AQUA memiliki ruang, berupa web banner, yang digunakan untuk memperingati hari-hari yang berkaitan dengan perayaan maupun peringatan tentang lingkungan.



Gambar 12. Web Banner Hari Bebas Emisi pada Aqua.com

Proses pembuatan web banner sama seperti produksi image untuk socmed AQUA Lestari, *copywrite* dibuat oleh divisi *Content*, namun ditambah dengan icon berupa ilustrasi yang dibuat oleh desainer, sesuai permintaan *Creative Head*. Lalu dikirimkan pada klien, lalu direvisi sesuai dengan permintaan klien, lalu di upload. PO berperan sebagai *traffic*, juga sebagai web admin yang melakukan upload web banner tersebut. Bila web banner sudah selesai dan berhasil di upload, lalu PO mengkomunikasikan kepada divisi *Project*, untuk segera menghubungi klien, dan memberikan informasi bahwa web banner sudah di upload.

Selain web banner, PO juga mempunyai peran untuk *uploading* artikel *press release* dan *corporate news* melalui CMS Aqua.com.

## AQUA Klaten Raih Peringkat I Penghargaan Efisiensi Energi Nasional (PEEN) ke-5 oleh Kementerian ESDM

Disiarkan pada 7 Agustus 2016 10:27

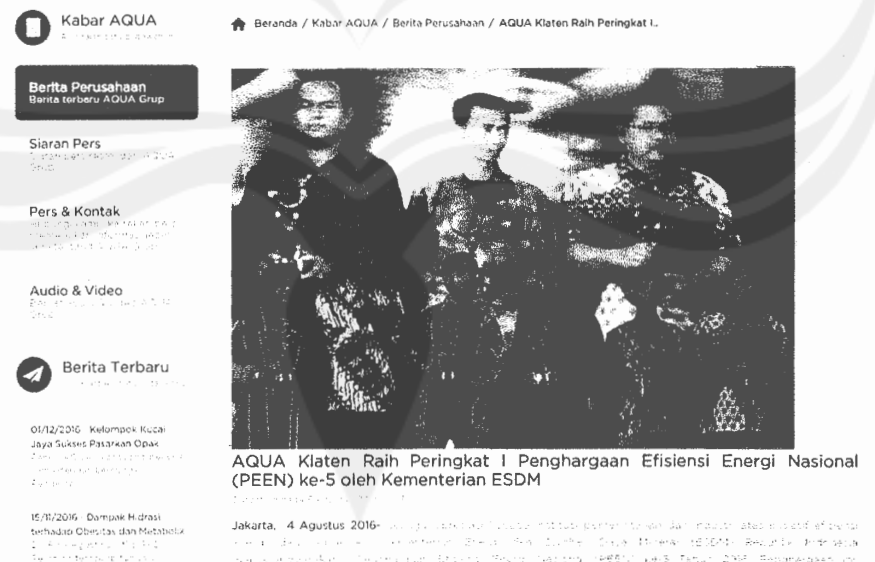
Jakarta, 4 Agustus 2016- Sebagai apresiasi kepada institusi pemerintahan dan industri atas inisiatif efisiensi energi dan konservasi, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) Republik Indonesia menyelenggarakan Penghargaan Efisiensi Energi Nasional (PEEN) ke-5 Tahun 2016. Penghargaan ini diserahkan oleh Direktur Jenderal Energi Baru Terbarukan dan Konservasi Energi (Ditjen EBTKE) Rida Muljana dari Kementerian ESDM kepada Pabrik AQUA Klaten atas implementasi efisiensi energi dan konservasi di lingkungan pabrik tersebut. Para pemenang penghargaan ini akan mewakili Indonesia dalam ajang *ASEAN Energy Award 2017* nanti.

Sebagai warga korporasi AQUA Grup berkomitmen untuk menjaga keseimbangan antara bisnis dengan kelestarian lingkungan dan kemajuan masyarakat. Berbagai inisiatif efisiensi energi dan konservasi lingkungan telah dilakukan di 18 pabrik yang beroperasi. Kali ini, AQUA Klaten yang beroperasi sejak tahun 2002 mengajukan diri untuk diaudit program efisiensi energi dan sumber daya yang dikelolanya. Inovasi dan teknologi yang diterapkan melalui program tersebut meliputi: program penghematan listrik, penghematan BBM Solar dengan cara mengganti *forklift* diesel ke *forklift* elektrik, penghematan sumber daya air, pengelolaan emisi gas rumah kaca, pengelolaan emisi gas pencemar kondensinal.

Manager Produksi AQUA Klaten, Satoto Mulyo, menyampaikan bahwa Efisiensi Energi selama tahun 2015 mampu mencatat nilai penghematan 9,1 Miliar Rupiah, dengan efisiensi penggunaan listrik sebesar 8,5 juta KWH serta penurunan 5609,3 tonTon CO<sub>2</sub>. AQUA Klaten terpilih menduduki peringkat I untuk sub kategori Industri Kecil dan Menengah. Hal tersebut didasarkan pada pemakaian energinya masih kurang dari 6000 ton ekuivalen minyak. "Sekitar Januari 2017 kami akan mulai berkoordinasi dengan tim dari Kementerian ESDM untuk bersiap mengikuti *ASEAN Energy Award 2017* di Singapura", tutup Satoto.

Pabrik AQUA Klaten setiap harinya memproduksi Aqua 330 ml, Aqua galon, Aqua 600 ml, Aqua 240 ml, Aqua 1500 ml dan Mizone. Pabrik ini telah mendapatkan sertifikasi ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, *Food safety*, *Good Manufacture Product*, *SNI*, dan Sertifikat *Jaminan Halal*. Sedangkan untuk sertifikasi manajemen keselamatan dan kesehatan kerja AQUA Klaten menerapkan sistem manajemen

Gambar 13. Contoh *brief* artikel AQUA.com



Gambar 14. Contoh tampilan artikel AQUA.com

Penulis dalam hal ini diajari tahap-tahap untuk *uploading* artikel, dimana artikel dan gambar sudah disediakan oleh klien. Setelah artikel berhasil di upload, PO akan menghubungi divisi *Project*, lalu divisi *Project* menghubungi klien, guna memberitahu bahwa artikel sudah berhasil tayang.

### C. Work In Progress

Work In Progress, sebagai salah satu *meeting* mingguan, diadakan untuk *follow up* seluruh *project*, agar setiap karyawan tahu sampai mana progresnya, dan kesulitan apa yang ditemui. WIP dipimpin oleh *Production Manager*, dan penulis mempunyai *jobdesc* untuk mencatat progres seluruh *project*.

WORK IN PROGRESS 30 Juni 2016					
PARA/PARAGRAF		Aji, Bambang, Masrang, D. Bram			
No	DESKRIPSI	PROGRESS	PROVIDE	DEADLINE	REMARK
1	TECHNICAL				
	List Revisi / Request		MasRang	1 Juli 2016	
	Meeting Last request		KoTe, MasRang, MbakJeng, Cici	1 Juli 2016	
2	Backend				
3	MIGRASI				
4	FRONTEND				
5	KONTEN				
6	TUTORIAL				
7	LAST UPDATE INFO STOCK OPNAME BARAN	Info ke client kalo last update di 30 maret 2016	MASRANG	LIVE	
Tesu, Aji, Dibrado, Bambang					
No	DESKRIPSI	PROGRESS	PROVIDE	DEADLINE	REMARK
1	Socmed Post				
	• Kuis		MbakTR	27 Juni 2016	
	INSTAGRAM				
2	Brand Plan		Mas Teguh		
	Concern ke tema				
	Media : Socmed				
	Tone : Motivasional				
	Line				
	Youtube Video				
3	Monthly Report				
	Approval Mas Teguh		MasRang	16 Juni 2016	

Gambar 15. Laporan Work in Progress

### C. Analisis Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Penulis melakukan kegiatan KKL kurang lebih selama 2 bulan di Chalkboard, sebagai *Production Officer*, dan mengamati bagaimana peran seorang *Production Manager* dalam agensi periklanan digital, khususnya Chalkboard Asia. Peran *Production Manager* dalam tahap produksi, merupakan salah satu bagian penting. Selain sebagai kepala produksi, PM juga mempunyai peran sebagai *problem solver*, dimana PM harus mampu untuk mencari jalan keluar dari setiap kendala yang muncul dalam tim internal.

Mengacu pada teori yang sudah dituliskan, bahwa agensi periklanan digital, hadir sesuai dengan kebutuhan dari pengiklan yang menyewa jasa mereka, disebutkan juga bahwa beberapa agensi fokus pada strategi branding dan desain web (Burka, 2013), maka Chalkboard sudah menjalankan perannya sebagai Digital Advertising Agency. Selain desain web, Chalkboard juga menyediakan *service* pembuatan web, seperti DanAction.org dan Paroparoshop.com yang desain dan website nya di produksi oleh Chalkboard. Selain itu, Chalkboard juga menyediakan jasa untuk menjalankan *Social media* Management. Beberapa brand mempercayakan media sosial mereka untuk di manage oleh Chalkboard, seperti Extra Joss Blend, dan AQUA Lestari.

Kegiatan produksi, dipercayakan kepada *Production Manager* untuk diatur mulai dari *pra-production* hingga *post-production*. Mirip dengan apa yang diungkapkan oleh Burgoyne, bahwa PM bertugas mempersiapkan berkas, jadwal kerja, dan mengatur

waktu kapan *project* tersebut akan dimulai (Burgoyne, 2014), pada kenyataannya peran PM lebih dari yang tertulis dalam teori.

PM bertanggungjawab atas lancarnya *workflow* yang sudah ditentukan dari awal, bagaimana tim dapat bekerja dengan baik, sesuai dengan *timeline project*. Selain mempersiapkan berkas, *timeline* dan mengatur waktu, PM dituntut untuk memahami ilmu dasar dari setiap divisi yang berhubungan langsung dengan PM. Misalnya saat *web production*, PM bekerjasama dengan divisi *technical*, maka mau tidak mau PM harus mampu memahami dasar coding, dan mengerti dasar tentang *content management system* serta *web function*. PM juga dituntut untuk memahami bahasa pemrograman, jadi ketika ada masalah yang muncul saat *web production*, PM dapat mengkomunikasikan secara jelas kepada divisi *technical*. PM mengatur *workflow* salah satunya adalah dengan *slotting project* pada karyawan. PM dituntut untuk mampu memahami kemampuan setiap karyawan, sehingga pembagian *project* sesuai dengan kemampuan tiap tiap karyawan, selain itu *project* akan diserahkan kepada karyawan yang sedang bebas *project*, tidak terlibat dalam *project* apapun.

Menurut Yen (2012), seorang PM berperan dalam mengidentifikasi masalah yang harus dipecahkan, bagaimana tujuan dari *project*, aktivitas apa yang harus dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan, maka peran Mbak Ajeng sebagai PM di Chalkboard berjalan sesuai apa yang tertuang dalam teori.

Identifikasi masalah dan tujuan *project* yang sudah didiskusikan bersama dengan kepala tiap divisi, digunakan sebagai *guideline* kinerja seorang PM. PM



mengidentifikasi bagaimana kesanggupan Chalkboard dan menyesuaikan dengan kebutuhan klien. Apa bentuk *service* yang disediakan oleh Chalkboard, dengan apa yang diinginkan klien, harus saling menyesuaikan. Maka PM akan berperan dalam mengambil keputusan akhir, sejauh apa tim produksi dapat mengerjakan *project* sesuai dengan keinginan klien, dan bagaimana kendala yang akan dihadapi oleh tim produksi ketika proses produksi berlangsung. PM mengawasi alur kerja sebuah *project* agar berjalan sesuai dengan tujuan awal.

PM membuat *production timeline* sebagai acuan target harian yang harus dicapai, dan ketika masuk dalam masa produksi, PM melakukan koordinasi dalam setiap aktivitas, serta memastikan pengerjaan *project* berjalan selesai tepat waktu. Namun terjadi beberapa kendala terkait dengan ketidaksesuaian *production timeline* yang sudah dibuat, dengan praktek kerja di Chalkboard.

*Project* ParoParoShop.com tidak berjalan sesuai dengan target, hingga melewati batas *deadline* yang sudah ditentukan dan disetujui oleh pihak klien. Keterlambatan terjadi karena permintaan klien mengenai penambahan fitur-fitur baru yang sebenarnya tidak ada dalam kesepakatan perjanjian awal. Kesalahan terjadi akibat tidak ada perjanjian tertulis antara kedua belah pihak, yaitu Chalkboard dengan ParoParoShop mengenai *project* yang akan dikerjakan, terutama fitur dan fungsionalitas website. Oleh sebab itu, Chalkboard tidak dapat menolak permintaan klien karena memang sebelumnya tidak ada perjanjian *service* apa saja yang disediakan dan mampu di *develop* oleh Chalkboard.

*Project* ParoParoshop yang seharusnya hanya mempunyai kontrak selama 6 bulan dalam *developing* website dengan Chalkboard, berjalan selama hampir satu tahun. Keterlambatan disebabkan selain permintaan klien untuk menambahkan fitur-fitur baru yang sebenarnya memakan banyak waktu untuk di *develop*. Hal ini membuat *production timeline* yang sebelumnya sudah disetujui dua belah pihak, tidak berjalan dengan lancar. *Project* lain yang tidak sesuai dengan *workflow* adalah *Social Media Management* Extra Joss Blend.

Chalkboard menyediakan *service Social Media Management*, dan salah satu klien yang mempercayakan kegiatan *Social media* di laksanakan oleh Chalkboard adalah Extra Joss Blend. Extra Joss Blend sendiri memiliki perbedaan dengan brand Extra Joss yang lebih dulu dikenal konsumen. Salah satu perbedaan yang paling terlihat adalah bedanya target market antara Extra Joss dengan Extra Joss Blend, dimana target market utama Extra Joss adalah Laki-laki dewasa sedangkan Extra Joss Blend mempunyai target market Remaja.

Sebelumnya, dalam produksi konten media sosial Extra Joss Blend, divisi *Content* mengambil gambar melalui berbagai website yang menyediakan foto secara cuma-cuma, karena klien tidak menyediakan stok gambar guna ditayangkan sebagai konten media sosial mereka. Berbeda dengan AQUA Lestari, klien menyanggupi untuk memberikan stok foto yang mereka punya, guna membantu Chalkboard dalam pembuatan konten media sosial AQUA Lestari.

Belakangan ini, Chalkboard memproduksi foto sendiri untuk diolah lalu tayangkan. Produksi foto untuk *Content Extra Joss Blend*, tidak mempunyai alur yang jelas, karena memang tidak dibuatkan *production timeline* sendiri, hingga terasa berantakan. Produksi konten Extra Joss Blend dilakukan secara mendadak, kira-kira satu minggu sebelum konten ditayangkan, itupun tidak langsung ditayangkan, karena hasil produksi yang berupa foto, masih dirasa mentah dan harus diolah menggunakan *software* pengolah gambar seperti Photoshop untuk diberi *frame*.

Scmula, untuk konten media sosial Extra Joss dalam sebulan, produksi dilakukan pada hari hari kerja secara mendadak, sehingga tidak ada waktu pasti untuk mengambil gambar. Editing yang harus dikerjakan oleh *Designer* seringkali datang setiap hari, namun dengan jumlah yang sangat sedikit, bisa hanya 1 atau 2 dalam sehari. Alur seperti ini kurang efektif karena mengganggu konsentrasi *Designer* yang sebenarnya sedang ada *project* utama menjadi terbebani dengan diharuskan mengedit foto, dengan alasan akan segera tayang. Masalah seperti ini sebenarnya harus diselesaikan oleh divisi *Content*, dengan merubah alur mereka sehingga tidak membebani *Designer*.

Oleh sebab itu, penulis sebagai PO mempunyai ide untuk brainstorm dengan divisi *Content*, bagaimana caranya merapikan alur produksi konten EJB. Pada akhirnya, didapati kesepakatan bahwa *draft* konten harus sudah jadi maksimal pada minggu kedua-1 sebelum tayang, lalu produksi konten akan dilakukan pada minggu ketiga-1 bulan sebelum tayang, sehingga pada minggu terakhir dapat difokuskan pada editing dan framing oleh *Designer*, sehingga *Designer* dapat membagi waktu untuk mengerjakan

*project* utamanya, karena *Designer* tahu pasti kapan dia akan mendapat *brief draft* konten EJB, yaitu satu minggu terakhir setiap bulan, sebelum bulan depan akan ditayangkan.

Perbedaan lain pada *Social media Management Extra Joss Blend* adalah, klien terkesan cuek, dan tidak peduli dengan media sosial mereka akan dibawa kemana. Selama ini pembuatan konten tidak mendapatkan *feedback* yang bagus dari klien, setelah *draft* konten dikirimkan kepada klien, klien tidak pernah mendiskusikan *draft* tersebut, baik dengan memberikan masukan atau menanyakan konten yang sudah dibuat, namun *draft* langsung disetujui klien dan boleh ditayangkan. Klien memberi kebebasan pada divisi konten dalam pembuatan dan produksi konten, dalam hal ini, bukannya merasa dimudahkan karena bebas dalam pembuatan konten, namun divisi konten merasa disulitkan karena sama sekali tidak ada acuan ataupun *guide line* untuk membuat konten EJB, akhirnya *Content manager* membuat tema konten yang berbeda pada setiap bulannya.

Kurangnya komunikasi antara klien dengan Chalkboard menimbulkan masalah lain, yaitu tidak sejalannya kegiatan *offline* klien dengan kegiatan online di media sosial. Beberapa kali, EJB mengadakan kegiatan *offline*, tanpa sebelumnya memberikan informasi yang jelas kepada pihak Chalkboard. Padahal kegiatan-kegiatan *offline* yang dilakukan, sebenarnya dapat menjadi konten yang baik dalam media sosial klien. Divisi *Content* sudah mencoba menghubungi langsung pihak klien, dan meminta agar setiap kegiatan *offline* yang dilakukan klien dikomunikasikan kepada Chalkboard,

agar juga bisa ditayangkan ke dalam media sosialnya. Namun tetap saja, klien kurang bekerjasama dengan baik, dan beberapa kegiatan *offline* yang dilakukan klien akhir-akhir ini tetap saja berjalan tanpa koordinasi dengan Chalkboard, dan hasilnya sama sekali tidak ada konten yang menayangkan kegiatan *offline* EJB di media sosial mereka.



## BAB IV

### Penutup

#### A. Kesimpulan

Peran *Production Manager* di Chalkboard Asia sangat penting, dimana selama ini hanya ada satu orang saja yang menangani bagian produksi. PM di Chalkboard juga mempunyai peran sebagai pusat yang mengatur kegiatan produksi dari seluruh *project* yang dikerjakan oleh Chalkboard.

Sedangkan peran PM pada bagian produksi, ber tanggung jawab dalam memastikan bahwa kegiatan pra produksi, produksi, dan paska produksi berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target yang sudah ditentukan. Meskipun PM mempunyai aktivitas yang beragam, sesuai dengan *project* apa yang dikerjakan, namun PM memiliki kewajiban dan target yang pasti pada setiap *project* , yaitu menjaga agar *workflow* berjalan lancar.

PM tidak dapat berdiri sendiri dalam proses produksi di Chalkboard, PM memerlukan kerjasama tim yang baik untuk mencapai tujuan dan target awal sebuah *project* . Setiap bagian/ divisi yang terlibat harus bekerja sesuai *production timeline* yang sudah dibuat, tentu saja *production timeline* sudah dibuat berdasarkan perkiraan yang masuk akal, sehingga sudah dipertimbangkan bahwa target setiap harinya dapat dicapai. Selain dari pihak internal, PM juga memerlukan kerjasama yang baik dari pihak klien, klien sebagai pemangku kepentingan diharapkan dapat memandu

pengerjaan *project* sesuai dengan *production timeline* yang sudah disepakati. Salah satunya adalah menepati *project request* yang sudah diberikan pada Chalkboard di awal sebelum *project* dimulai, baik dari fitur-fitur yang dibutuhkan, juga mengenai desain *project* .

PM akan merasa terbebani, bila kegiatan produksi terhambat, masalah internal dan eksternal, contoh salah satu masalah internal adalah bila ada karyawan yang tidak masuk kerja, maka akan memperlambat pengerjaan *project* , sehingga harus dilakukan overtime pada hari berikutnya ketika karyawan tersebut sudah masuk untuk menyesuaikan dengan *production timeline*. Masalah eksternal, yaitu dengan pihak klien dapat terjadi apabila klien meminta fitur-fitur baru, atau tambahan desain baru, di luar kesepakatan awal dalam *project request*. Ketika sudah masuk pada masa produksi, seharusnya sudah tidak ada lagi penambahan fitur baru dalam *project* . Namun apabila klien bersikeras untuk membuat fitur baru tersebut, maka PM akan memberikan notice kepada klien, bahwa pengerjaan *project* akan memakan waktu lebih lama, dan *production timeline* akan diperbaharui dengan jangka waktu lebih lama karena penambahan fitur tersebut.

Peran *Production Manager* dalam proses produksi di Chalkboard sudah berjalan sesuai dengan apa yang dituliskan dalam teori, selain aktivitasnya dalam menjaga proses produksi berlangsung, PM berperan dalam berhasilnya sebuah *project* . Sebuah *project* akan berjalan lancar, dan sesuai dengan target, sangat bergantung dalam proses

produksi di mana PM akan selalu melakukan cek harian pada seluruh *project* yang sedang berjalan, tujuannya adalah mencapai target setiap harinya.

## **B. Saran**

Penulis merasa senang dalam mengikuti kegiatan harian di Chalkboard Asia, karena penulis banyak belajar bagaimana sebuah agensi periklanan digital, apa saja aktivitas yang dilakukan dan dapat bertemu dengan orang-orang baru. Demi kemajuan Chalkboard, ada baiknya penulis memberikan masukan dalam proses produksi. Terutama dalam produksi konten Extra Joss Blend.

Baru-baru ini konten untuk Extra Joss Blend di produksi secara langsung oleh Chalkboard, dan beberapa kali penulis diajak dan dimintai tolong untuk menjadi *talent* dalam produksi tersebut. Saran penulis adalah jauh lebih baik apabila talent yang diajak untuk foto produksi konten EJB adalah orang di luar Chalkboard, karena penulis merasa kegiatan sebagai talent di luar tanggung jawab penulis sebagai *Production Officer*. Selain itu sepertinya perlu untuk menambah tenaga kerja dalam bidang videografi, karena selama ini konten yang dihasilkan hanya dalam bentuk foto. Dengan adanya *videographer* maka akan membuat divisi *Content* semakin berkreasi dengan memunculkan ide-ide baru dan kosep dengan *output* video.

Divisi *Technical* yang sangat minim, hanya diisi oleh satu orang *Front End Developer* tampaknya juga membutuhkan tenaga bantuan, yaitu seorang *Back End Developer*. Pengerjaan *project* yang dipercayakan pada vendor memakan waktu lebih



lama dibandingkan bila ada karyawan internal yang standby di kantor. Salah satu contohnya adalah apabila terjadi sedikit *bugs*, atau eror, maka yang terjadi adalah PM harus melampirkan issue tersebut kepada vendor, vendor melakukan revisi, lalu PM baru dapat mengecek pada keesokan harinya. Berbeda bila ada karyawan tetap, bila ada *bugs*/ eror maka hari itu juga dapat segera dilakukan revisi, sehingga tidak memakan waktu yang lama.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ryan, Damian. 2014. *Understanding Digital Marketing, Marketing strategies for engaging the digital generation*. London: Kogan Page Limited.
- Belch, M.A., and Belch, G.E. 2003. *Advertising and Promotion*. New York: McGraw-Hill Companies.
- McMillan, Sally J. 2004. *Internet Advertising: One Face or Many?* Knoxville: University of Tennessee.
- Burgoyne, Ed. 2014. *Ad Agency Process & Roadmap*. USA: Ridgewood.
- Burka, Karen. 2013. *Digital Advertising Agency 2014: A Buyer's Guide*. Third Door Media.
- Ycn, Jonathan. 2012. *IIBR Guide to Project Management*. USA: Harvard Business review.

### Referensi

[http:// extrajossblend.com/](http://extrajossblend.com/)

<http://chalkboard.asia/>

[http://www.aqua.com/aqua\\_lestari](http://www.aqua.com/aqua_lestari)

<http://www.paroparoshop.com/about>

<http://www.aqua.com>

<https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia>

## GLOSARIUM

### **Back End Developer**

Back End Developer adalah *programmer* yang mengatur bagaimana tampilan website sesuai dengan desain website yang sudah di*approve* oleh klien.

### **Front End Developer**

Front End Developer adalah *programmer* yang mengatur fitur, fungsi dan sitem pengaturan konten dalam website.

### **Mockup**

*Mockup* adalah desain pada media datar yang menyerupai wujud nyata setelah diaplikasikan pada berbagai media.

### **UI Designer**

*User Interface Designer* membuat desain ke dalam berbagai macam ukuran tampilan. *UI Designer* fokus kepada bagaimana seluruh tampilan sebuah produk dilihat dan ditata dari antarmuka pengguna.

### **UX Designer**


*User Experience Designer* fokus kepada memahami kebiasaan dari pengguna. *UX Designer* membuat sebuah website mudah untuk digunakan dan tidak membingungkan.

### **WIP (Work In Progress)**

*Meeting* mingguan yang dilakukan sebagai evaluasi kerja internal.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melakukan KKL

  
**PT. MITRA AKSARA DIGITAMA**  
Jl. Perumnas Seturan Kav 3  
Catur Tunggal, Depok Sleman  
Yogyakarta

---

**Surat Keterangan Magang Kerja**  
Nomor : 006/sKet/2016

**Yang Beranda tangan di bawah ini**

**Nama :** Teguh Triguna  
**Jabatan :** Digital Group Head  
**Alamat :** Sampoerna Strategic Square, Jendral Sudirman Kav 45-46, Jakarta.

**Yang saya menerangkan bahwa**


**Nama :** Gerardo Bramastya  
**Tempat Lahir :** Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
**Departemen :** Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
**Program Studi :** Ilmu Komunikasi  
**Nomor HP :** 12 09 04692

Yang bersangkutan telah melakukan kegiatan magang kerja di PT . MITRA AKSARA DIGITAMA. Magang kerja tersebut telah dilaksanakan selama 2 (dua) Bulan, yaitu mulai tanggal 29 Juli 2016 sampai 29 Juli 2016.

Yang bersangkutan di PT. MITRA AKSARA DIGITAMA. Yang bersangkutan telah melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan BAIK.

Sehubungan dengan magang ini kami buat untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 31 Oktober 2016

  
**Teguh Triguna**  
Digital Group Head

## Lampiran 2. Lembar Kegiatan KKL

### VII. LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 1 Juni 2016 s.d 29 Juli 2016

No.	Hari / Tanggal	Jam	Divisi / Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan*
1.	Rabu, 1 Juni 2016	13.30	Umum	Pengenalan	<i>[Signature]</i>
2.	Kamis, 2 Juni 2016	11.00	Production	Penjelasan Job Description	<i>[Signature]</i>
3.	Jumat, 3 Juni 2016	16.00	Production	Testing ParoParoShop.com	<i>[Signature]</i>
4.	Sabtu, 4 Juni 2016	11.00	Production	Testing Paroparoshop.com	<i>[Signature]</i>
5.	Senin, 6 Juni 2016	14.00	Production	Checking content Paroparoshop.com	<i>[Signature]</i>
6.	Rabu, 8 Juni 2016	13.00	Production	Checking CMS Paroparoshop.com	<i>[Signature]</i>
7.	Kamis, 9 Juni 2016	14.00	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
8.	Jumat, 10 Juni 2016	14.00	Konten	Brainstorm banner Aqua.	<i>[Signature]</i>
9.	Senin, 13 Juni 2016	13.00	Production	Framing EJB (konten image)	<i>[Signature]</i>
10.	Selasa, 14 Juni 2016	14.00	Production	Revisi image EJB.	<i>[Signature]</i>
11.	Rabu, 15 Juni 2016	13.00	Production	Approval image post EJB.	<i>[Signature]</i>
12.	Kamis, 16 Juni 2016	14.00	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
13.	Jumat, 17 Juni 2016	13.00	Production	Framing image post EJB	<i>[Signature]</i>
14.	Sabtu, 18 Juni 2016	14.00	Production	Approval image post EJB	<i>[Signature]</i>
15.	Senin, 20 Juni 2016	11.00	Production	Celebration Day Banner	<i>[Signature]</i>
16.	Selasa, 21 Juni 2016	11.00	Production	Approval Celebration Day Banner.	<i>[Signature]</i>
17.	Rabu, 22 Juni 2016	14.00	Production	Digital Post Card Ramadhan	<i>[Signature]</i>
18.	Kamis, 23 Juni 2016	13.30	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
19.	Jumat, 24 Juni 2016	13.00	Production	Digital Post Card Ramadhan	<i>[Signature]</i>
20.	Sabtu, 25 Juni 2016	13.00	Production	Digital Post Card Ramadhan.	<i>[Signature]</i>

Yogyakarta, 1 Agustus 2016.....\*\*

Direktur

*[Signature]*  
(.....)

Kepala Bagian/Departemen

*[Signature]*  
(Martha Novena Rarudin)

VII. LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 1 Juni 2016 s.d 29 Juli 2016

No.	Hari / Tanggal	Jam	Divisi / Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan*
21.	Sabtu, 28 Juni 2016	11.00	Production	Approval Digital Post Card Parara Umum	<i>[Signature]</i>
22.	Minggu, 29 Juni 2016	11.00	Production	Upload video Aqua	<i>[Signature]</i>
23.	Kamis, 30 Juni 2016	14.00	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
24.	Jumat, 1 Juli 2016	11.00	Production	Timeline DanAction	<i>[Signature]</i>
25.	Senin, 11 Juli 2016	11.00	Production	Revisi Timeline DanAction	<i>[Signature]</i>
26.	Sabtu, 12 Juli 2016	13.00	Production	Revisi design proposal DanAction	<i>[Signature]</i>
27.	Minggu, 13 Juli 2016	10.00	Production	Checking DanAction phase 1	<i>[Signature]</i>
28.	Kamis, 14 Juli 2016	14.00	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
29.	Kamis, 15 Juli 2016	14.00	Production	Poster chalkboard session	<i>[Signature]</i>
30.	Senin, 18 Juli 2016	13.00	Production	Poster chalkboard session	<i>[Signature]</i>
31.	Sabtu, 19 Juli 2016	14.00	Production	Checking Parapara shop.com	<i>[Signature]</i>
32.	Minggu, 20 Juli 2016	13.00	Production	Timeline Aqua.com	<i>[Signature]</i>
33.	Kamis, 21 Juli 2016	13.30	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
34.	Jumat, 22 Juli 2016	14.00	Production	Timeline Aqua.com	<i>[Signature]</i>
35.	Senin, 25 Juli 2016	13.00	Production	Web content checklist	<i>[Signature]</i>
36.	Sabtu, 26 Juli 2016	14.00	Production	Content DanAction - English	<i>[Signature]</i>
37.	Minggu, 27 Juli 2016	15.00	Production	Content DanAction - English	<i>[Signature]</i>
38.	Kamis, 28 Juli 2016	14.00	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
39.	Jumat, 29 Juli 2016	13.00	Production	Revisi Timeline Aqua.com	<i>[Signature]</i>

Yogyakarta, 1 Agustus 2016 \*\*




Kepala Kantor/Direktur

*[Signature]*  
 (.....)

Kepala Bagian/Departemen

*[Signature]*  
 (Maria Novena Ramahita)

**Lampiran 3. Brief Image Post Extra Joss Blend**

NO	GAMBAR	KETERANGAN	DEADLINE
1		Framing dan divisual tambahkan #BLENDitude	30 Juni 2016 ( utk status sg) 1 Juli
2		Framing	30 Juni 2016
3	ILUSTRASI icon apple, icon sungkern/salaman, icon ayam Dalam 1 frame	Masing2 di bawahnya ada keterangan Salah tempo - Maaf-maafin - Gede ayam	1 Juli
4	Ilustrasi teks "Kumaha kabarna?"	Ilustrasi & Framing	1 Juli
5		Framing	30 Juni
6	atur siasat jitu, maju terus tanpa bosan. Minta maaf satu-satu tunjukan	Teksnya tolong divisualkan Dan diframing	1 Juli

**Lampiran 4. Hasil Produksi Framing Image**



**Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan Produksi Image Extra Joss Blend**



**Lampiran 6. Brief Image Post AQUA Lestari**

**Frame yang diapprove**



**Note :**

- Khusus instagram, text diperkecil dan displacement di bawah supaya tidak menutupi keindahan gambar

**Image 1 :**



- Ganti frame  
- TREE FOR EARTH diganti menjadi → Penanaman pohon dengan sistem 100% tumbuh.



Image 2 :



- Ganti frame
- Ganti gambar kereta api mengangkut produk

Image 3:



- Ganti frame
- Image diganti dgn image Kebun Raya Babakan Pari
- Copy diganti : 37 tanaman langka telah ditanam untuk menjaga kelestarian hayati

### Lampiran 7. Dokumentasi Kegiatan Chalkboard Asia



## VII. LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 1 Juni 2016 s.d 29 Juli 2016

No.	Hari / Tanggal	Jam	Divisi / Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan*
1.	Rabu, 1 Juni 2016	13.30	Umum	Perkenalan	<i>[Signature]</i>
2.	Kamis, 2 Juni 2016	11.00	Production	Penjelasan Job Description	<i>[Signature]</i>
3.	Jumat, 3 Juni 2016	15.00	Production	Testing ParoParoShop.com	<i>[Signature]</i>
4.	Senin, 6 Juni 2016	11.00	Production	Testing Paroparoshop.com	<i>[Signature]</i>
5.	Selasa, 7 Juni 2016	14.00	Production	Checking content Paroparo	<i>[Signature]</i>
6.	Rabu, 8 Juli 2016	13.00	Production	Checking CMS Paroparo	<i>[Signature]</i>
7.	Kamis, 9 Juni 2016	14.00	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
8.	Jumat, 10 Juni 2016	14.00	Konten	Brainstorm banner Aqua.	<i>[Signature]</i>
9.	Senin, 13 Juni 2016	13.00	Production	Framing EJB (konten image)	<i>[Signature]</i>
10.	Selasa, 14 Juni 2016	14.00	Production	Revisi image EJB.	<i>[Signature]</i>
11.	Rabu, 15 Juni 2016	13.00	Production	Approval image post EJB.	<i>[Signature]</i>
12.	Kamis, 16 Juni 2016	14.00	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
13.	Jumat, 17 Juni 2016	13.00	Production	Framing image post EJB	<i>[Signature]</i>
14.	Sabtu, 18 Juni 2016	14.00	Production	Approval image post EJB	<i>[Signature]</i>
15.	Senin, 20 Juni 2016	11.00	Production	Celebration Day Banner	<i>[Signature]</i>
16.	Selasa, 21 Juni 2016	11.00	Production	Approval Celebration Day Banner.	<i>[Signature]</i>
17.	Rabu, 22 Juni 2016	14.00	Production	Digital Post Card Ramadhan	<i>[Signature]</i>
18.	Kamis, 23 Juni 2016	13.30	Umum	Work In Progress	<i>[Signature]</i>
19.	Jumat, 24 Juni 2016	13.00	Production	Digital Post Card Ramadhan	<i>[Signature]</i>
20.	Senin, 27 Juni 2016	13.00	Production	Digital Post Card Ramadhan.	<i>[Signature]</i>

Yogyakarta, 1 Agustus 2016 .....

Kepala Kantor/Direktur

*[Signature]*  
(TEGUH TRIBUNA)

Kepala Bagian/Departemen

*[Signature]*  
(Maria Novena Rarahita)




















Keterangan :

\* Tanda tangan petugas dari institusi tujuan KKL

\*\* Tempat, tanggal


## VII. LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 1 Juni 2016 .....s.d 29 Juli 2016 .....

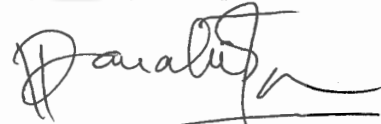
No.	Hari / Tanggal	Jam	Divisi / Departemen	Uraian Kegiatan	Tandatangan*
21.	Selasa, 28 Juni 2016	11.00	Production	Approval Digital Post Card Pamazhan	
22.	Rabu, 29 Juni 2016	11.00	Production	Upload video Aqua .	
23.	Kamis, 30 Juni 2016	14.00	Umum	Work In Progress	
24.	Jumat, 1 Juli 2016	11.00	Production	Timeline DanAction .	
25.	Senin, 11 Juli 2016	11.00	Production	Revisi Timeline DanAction .	
26.	Selasa, 12 Juli 2016	13.00	Production	Revisi design proposal DanAction	
27.	Rabu, 13 Juli 2016	10.00	Production	Checking DanAction phase 1	
28.	Kamis, 14 Juli 2016	14.00	Umum	Work In Progress	
29.	Jumat, 15 Juli 2016	14.00	Production	Poster chalkboard session .	
30.	Senin, 18 Juli 2016	13.00	Production	Poster chalkboard session .	
31.	Selasa, 19 Juli 2016	14.00	Production	Checking Paroparoshop.com.	
32.	Rabu, 20 Juli 2016	13.00	Production	Timeline Aqua.com	
33.	Kamis, 21 Juli 2016	13.30	Umum	Work In Progress	
34.	Jumat, 22 Juli 2016	14.00	Production	Timeline Aqua.com.	
35.	Senin, 25 Juli 2016	13.00	Production	Web content checklist.	
36.	Selasa, 26 Juli 2016	14.00	Production	Content DanAction - English .	
37.	Rabu, 27 Juli 2016	15.00	Production	Conten DanAction - English .	
38.	Kamis, 28 Juli 2016	14.00	Umum	Work In Progress	
39.	Jumat, 29 Juli 2016	13.00	Production	Revisi Timeline Aqua.com.	
40.					

Yogyakarta, 1 Agustus 2016 .....

Kepala Kantor/Direktur

  
(Teguh TRIGUNA .....

Kepala Bagian/Departemen

  
(Maria Novena Rarahita .....

Keterangan :

\* Tanda tangan petugas dari institusi tujuan KKL

\*\* Tempat, tanggal

**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI  
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**RAHASIA**

Dibuat rangkap 2 (dua):  
Lembar 1 untuk Institusi Pendidikan \*)  
Lembar 2 untuk Arsip

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : Gerardo Bramastya

NIM : 12 09 04692

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Chalkboard Asia  
pada tanggal 1 Juni 2016 sampai dengan 29 Juli 2016.

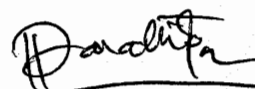
dan diberikan penilaian sebagai berikut:

NO.	ASPEK PENILAIAN	NILAI **
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesepakatan yang telah dibuat).	80
2.	KREATIVITAS (penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL).	90
3.	KERJASAMA (penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam: (1) menjaga sopan santun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja institusi).	95
4.	KEHADIRAN (penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut): Sakit : ..... hari Ijin : ..... hari Alpa : ..... hari Total Hadir : <u>39</u> hari	85

KESAN UMUM:

Bramastya cukup membantu dalam divisi Project Management  
Inisiatif tinggi, tapi jangan kebiasaan menunda pekerjaan ya :)  
mahasiswa ini juga cukup solutif dan bisa belajar dengan cepat.

Pembimbing di Lokasi KKL

  
Maria Novena Parahita

\*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan dialamatkan ke Dosen Pembimbing KKL.

\*\*\*) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100