

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis berkerja sebagai videografer dan editor di Kosakata Visual. Penulis bertugas untuk memproduksi konten video untuk klien dan akan ditayangkan melalui *platform* Instagram untuk keperluan *marketing*.

1. Kedudukan

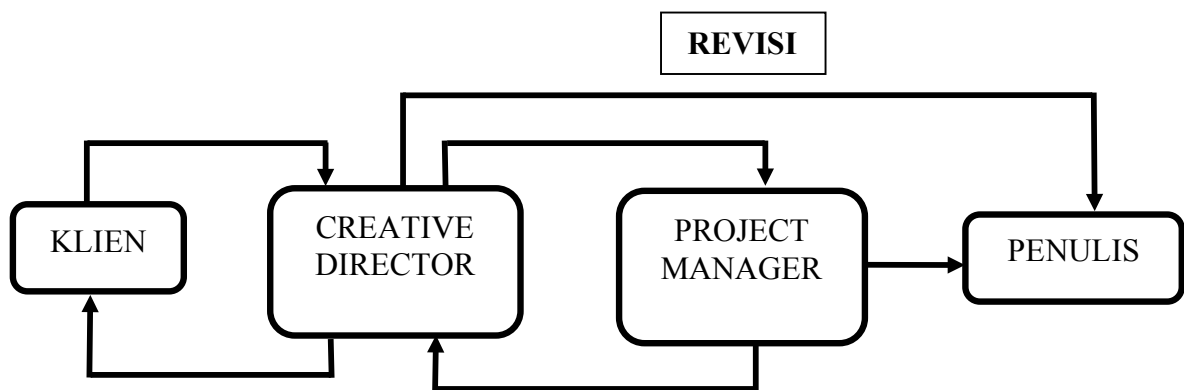
Kedudukan penulis sebagai peserta magang ada di bawah *Project Manager*, yaitu Anisa Syfa Rizki. Namun, segala bentuk tugas penulis sebagai videografer dan editor akan diserahkan langsung kepada *Creative Director*, yaitu Reynaldi Sinarta selaku pembimbing lapangan sebelum akhirnya dipresentasikan kepada klien.

2. Koordinasi

Creative Director dan *Account Excecutive* akan mengajukan *content plan* yang telah disusun tim *Copywriter* kepada klien. Jika klien sudah setuju, *Creative Director* dan *Account Excecutive* akan menyampaikan *brief* konten bulanan dari klien kepada *Project Manager*. Setelah itu, *Project Manager* akan rapat dengan seluruh tim termasuk penulis untuk menyusun *timeline* eksekusi dari *brief* konten bulanan. Setelah mendapatkan *brief* dari *Project Manager*, penulis selaku videografer akan mulai melakukan pre-produksi, yaitu *brainstorming* dan menyusun segala kebutuhan untuk hari produksi seperti *storyline* dan *shotlist*.

Sebelum produksi, penulis akan mempresentasikan *storyline* dan *shotlist* kepada *Creative Director* untuk diperiksa. *Creative Director* akan membantu mengarahkan dan memberikan *feedback* kepada penulis sebelum nantinya masuk ke tahap produksi di mana penulis akan mengoperasikan kamera dalam pengambilan gambar yang diawasi langsung oleh *Creative Director*.

Di tahap pasca produksi, penulis melakukan proses editing gambar yang telah diambil saat produksi. Setelah selesai, penulis akan menunjukkan video yang sudah diedit kepada tim *Creative Director*. *Creative Director* akan memberikan video tersebut kepada klien untuk memastikan jika video sudah sesuai dengan *brief* yang diberikan. Jika ada kesalahan, penulis akan melakukan revisi dan mengirim kembali video kepada *Creative Director* untuk dikirimkan ke klien.



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 8 – 11 Feb 2021	Kosakata Visual	<ul style="list-style-type: none"> • Perkenalan dengan tim • Editing <i>footage campaign</i> “do something”
2	2 15 – 19 Feb 2021	Pupa Space	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brainstorm</i> tentang <i>working space</i> • Menyusun <i>shotlist</i> • <i>Recce</i> konten Pupa Space
3	3 22 – 26 Feb 2021	Pupa Space	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Shooting</i> konten Pupa Space • <i>Editing footage</i> Pupa Space • Revisi video Pupa Space
4	4 1 – 5 Mar 2021	Yoloe	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brainstorming</i> video protokol kesehatan • <i>Brainstorming</i> video produk <i>manual brew</i>

			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brainstorming</i> video produk <i>manual matcha</i>
5	5 17 – 19 Mar 2021	Yoloe	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang <i>storyline</i> video protokol kesehatan • Merancang <i>storyline</i> untuk video produk <i>manual brew</i> • Merancang <i>storyline</i> untuk video produk <i>matcha</i>
6	6 22 – 26 Mar 2021	Yoloe	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Shooting</i> video protokol kesehatan • <i>Shooting</i> video produk <i>manual brew</i> • <i>Shooting</i> video produk <i>matcha</i>
7	7 30 Mar – 1 Apr 2021	Yoloe	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Editing</i> video protokol kesehatan • <i>Editing</i> video produk <i>manual brew</i> • <i>Editing</i> video produk <i>matcha</i>
8	8 6 – 10 Apr 2021	Pupa Space	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentasi <i>event showcase</i> • Dokumentasi <i>opening</i> pameran “<i>Back to Basic</i>”
9	9 12 – 15 Apr 2021	Pupa Space	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Editing footage event showcase</i> • <i>Editing footage opening</i> pameran “<i>Back to Basic</i>”
10	10 19 – 23 Apr 2021	Yoloe, Pupa Space, & Kosakata Visual	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>editing</i> video protokol kesehatan • Produksi foto konten Pupa Space • <i>Brainstorming</i> video konten lebaran Kosakata Visual
11	11 26 – 30 Apr 2021	Kosakata Visual	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Shooting</i> video konten lebaran Kosakata Visual • <i>Editing</i> video konten lebaran Kosakata Visual

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada pelaksanaan kerja magang di Kosakata Visual, Penulis bertanggung jawab untuk membuat video konten sosial media yang bertujuan untuk mempromosikan produk maupun *brand* dari klien. Konten video tidak terlalu fokus pada aspek pencahayaan yang sempurna, maupun pergerakan kamera yang kompleks.

Kreativitas untuk membuat konten yang mengikuti *trend* sehingga membuat orang tertarik dengan produk maupun *brand* menjadi tuntutan utama dalam pengerjaan video konten.

Penulis selaku videografer dan video editor mengerjakan pekerjaan melalui serangkaian proses kreatif dari pre-produksi hingga pasca-produksi. Pekerjaan yang dilakukan diatur oleh jadwal yang dibuat oleh *project manager*. Video harus siap sesuai dengan *content plan* yang telah disusun oleh *project manager*. *Content plan* adalah jadwal konten yang akan diunggah ke media sosial klien dari Kosakata Visual.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

1. Video Konten “Pupa Space”

Pada minggu kedua pelaksanaan kerja magang, *project manager* memberikan tugas kepada penulis untuk mempersiapkan video konten untuk Pupa Space. Pupa Space adalah sebuah *working space* dan merupakan salah satu klien dari Kosakata Visual. Pupa Space menyediakan tempat yang dapat digunakan untuk orang-orang yang ingin bekerja dengan fokus. Di Pupa Space juga terdapat *meeting room* yang dapat digunakan konsumen yang membutuhkan ruangan untuk keperluan rapat maupun presentasi secara profesional.

Untuk konten Pupa Space kali ini, klien menginginkan video yang mempromosikan *working space* bagi masyarakat Semarang yang mengikuti akun Instagram Pupa Space. Klien merasa bahwa budaya bekerja di *working space* adalah budaya baru yang di Semarang. Sehingga, masyarakat perlu diberikan gambaran tentang apa itu *working space*.

Ada beberapa catatan yang disampaikan *project manager* kepada penulis saat menyampaikan *brief* seperti permintaan klien yang tidak ingin video berdurasi terlalu panjang, penggunaan musik yang memberi kesan

membawa semangat, dan menunjukkan produk *free flow* yang disediakan oleh Pupa Space.

Setelah mendapatkan *brief* dari, penulis mulai melakukan *brainstorming* dengan mencari referensi video konten yang berkaitan dengan *working space*. Proses *brainstorming* cukup sulit karena referensi yang ditemukan penulis kebanyakan memiliki durasi yang terlalu panjang. Untuk menghindari kesalahan dalam hal durasi, penulis memutuskan untuk hanya mengambil poin-poin terpenting saja dalam menyusun *shotlist* yang akan digunakan sebagai pedoman di hari produksi.

Penulis kemudian mengkonsultasikan *shotlist* yang telah disusun kepada Reynaldi Sinarta selaku *creative director* untuk mendapatkan *feedback* dan bertanya apakah ada *adjustment* yang perlu dilakukan terhadap *shotlist* yang telah disusun. Diskusi dengan *creative director* terjadi dengan lancar, ada beberapa poin yang ditambahkan, dihilangkan, dan diperbaiki. Dari diskusi dengan *creative director*, penulis mendapatkan pengetahuan baru tentang cara berpikir dalam membuat konten untuk media sosial Instagram.

Revisi *shotlist* dari pembimbing lapangan penulis kerjakan dihari setelahnya. Sebelum *shooting*, penulis bersama dengan Reynaldi Sinarta datang ke Pupa Space untuk melakukan *recce* menentukan titik kamera dan *blocking* adegan. Saat *recce* penulis merasakan perbedaan yang cukup signifikan dari apa yang penulis pelajari di kampus tentang *blocking*. *Creative director* memberikan masukan bahwa untuk konten sosial media, fokus utama yang dicari adalah untuk memikat perhatian penonton secepat mungkin. Oleh karena itu, *blocking* yang diperlukan tidak perlu terlalu kompleks.

Shooting video konten Pupa Space dilakukan pada tanggal 25 Februari 2021. Di hari produksi, penulis bertugas sebagai videografer yang mengoperasikan kamera dan *creative director* mengarahkan *talent*. *Talent* yang dipakai adalah Mario Fernando, seorang *illustrator* asal kota Semarang. *Talent* ditentukan oleh *creative director* sendiri. Selain itu, Kiki,

fotografer Kosakata Visual juga ikut datang untuk mengambil konten foto dan turut membantu dalam produksi konten video. Proses *shooting* konten video memakan waktu kurang lebih 4 jam. Beruntung saat produksi suasana di Pupa Space sedang tidak terlalu ramai, sehingga produksi dapat berjalan lancar dan tidak terlalu mengganggu *flow* kerja dari tempat tersebut. Setelah proses *shooting* konten video selesai, penulis ikut membantu Kiki yang tengah memotret konten foto.

Lighting yang digunakan saat *shooting* adalah *ambience lighting* asli dari Pupa Space. Penulis sempat menyarankan *creative director* untuk menggunakan *lighting* saat produksi, namun *creative director* merasa hal tersebut tidak perlu. Menurut *creative director*, hal ini bertujuan untuk menghindari adanya *complain* dari konsumen yang merasa apa yang ada di media sosial berbeda dengan kondisi sebenarnya.

Penulis sudah mengingatkan *creative director* bahwa keputusan ini memiliki konsekuensi pada kualitas video yang tidak dapat optimal. Namun, *creative director* tidak mempermasalahkan hal tersebut karena kualitas gambar yang sempurna tidak menjadi prioritas dalam video konten ini. *Creative director* lebih ingin fokus membuat penonton merasakan pengalaman menyenangkan saat konsumen sedang bekerja di Pupa Space.

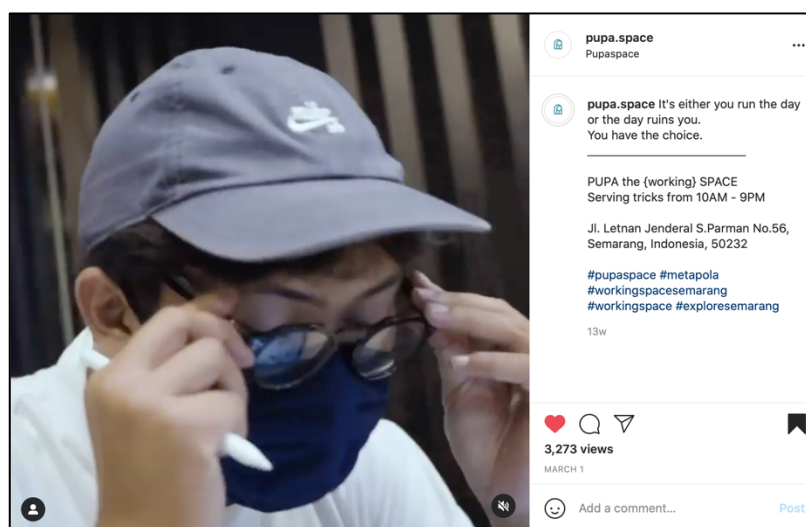
Proses produksi video dan foto selesai di malam hari kemudian penulis bersama tim Kosakata Visual pulang ke rumah masing-masing. Penulis mulai mengedit *footage* yang telah diambil dihari setelahnya karena konten video akan dinaikkan ke Instagram awal Maret. Penulis mendapat materi musik yang telah dipilihkan oleh *creative director*. Setelah itu baru penulis melakukan *assembly* untuk mencocokkan *cut* antar *shot* dengan musik dari video. Proses *editing* tidak membutuhkan terlalu banyak efek-efek tambahan. Fokus utama dari video konten Pupa Space adalah membuat orang yang menonton terhibur namun juga mendapatkan informasi tentang *working space*.

Setelah proses *editing* selesai, penulis mendapatkan *draft* video pertama untuk ditunjukkan kepada *creative director*. Setelah *creative*

director melihat *draft* pertama video konten, *creative director* memberikan video tersebut untuk diperlihatkan kepada klien. Klien meminta Kosakata Visual untuk memberi tambahan logo di bagian akhir video. *Creative director* pun menginfokan penulis untuk menambahkan logo dalam bentuk *motion graphic* sederhana. Beruntungnya, penulis sempat mengambil mata kuliah *motion graphic* di universitas sehingga penulis tahu beberapa dasar dalam membuat *motion graphic*. Penulis pun segera membuat logo dan slogan untuk ditambahkan di bagian akhir video.

Creative director memberikan *brief* jika *motion graphic* yang diperlukan tidak membutuhkan efek yang terlalu kompleks, asalkan dinamis. Oleh karena itu, penulis membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menemukan tempo dengan mengatur *keyframe* sedikit demi sedikit hingga akhirnya penulis menemukan hasil yang sesuai dengan *brief*. Terkadang penulis harus mengembalikan ingatan tentang ilmu yang telah dipelajari di UMN melalui Youtube.

Beberapa perubahan pada ukuran *font* dan arah pergerakan logo menjadi revisi yang harus penulis kerjakan sebelum akhirnya video konten Pupa Space mendapat persetujuan dari *creative director*, juga klien,



Gambar 3. 1 Video Konten Pupa Space

(dokumen perusahaan)

2. Video Konten “Yoloe”

Di bulan Maret, penulis mendapat *brief* dari *project manager* untuk menyiapkan konten video untuk salah satu klien Kosakata Visual yang berada di Jakarta yaitu Yoloe. Yoloe adalah *bistro* dan *coffee bar* yang terletak di daerah Jakarta Barat. Yoloe menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman untuk konsumennya. Untuk proyek kali ini, penulis mendapat tugas untuk membuat tiga video konten yaitu video protocol kesehatan, produk *manual brew*, dan produk *matcha*. Penulis segera melakukan *brainstorming* dan mencari referensi untuk video produk yang diperlukan. Karena lokasi yang jauh di Jakarta, penulis belum memiliki bayangan sama sekali tentang tempat yang akan dijadikan lokasi produksi. Satu-satunya referensi yang bisa dilihat adalah media sosial.

Proses *brainstorming* terasa lebih mudah karena referensi untuk tugas kali ini sudah ada di berbagai sumber di internet. Setelah mendapatkan cukup referensi, penulis mulai merancang *storyline* video yang akan diproduksi. Proses menulis *storyline* pun sudah terasa lebih mudah berkat pengalaman yang telah didapatkan oleh penulis di tugas sebelumnya.

Penulis berangkat bersama dengan tim Kosakata Visual ke Jakarta pada tanggal 22 Maret 2021. Semua anggota tim yang ikut berkumpul di kantor pukul 10.00 sebelum akhirnya memulai perjalanan. Perjalanan ditempuh menggunakan mobil pribadi. Berhubung hari sudah malam saat penulis dan tim Kosakata Visual tiba di Jakarta, seluruh tim memutuskan untuk istirahat dan memulai kegiatan di hari berikutnya. Selama di Jakarta, tim Kosakata Visual menginap di apartemen milik rekan dari Reynaldi Sinarta yang kerja di Jakarta.

Keesokan hari, penulis datang ke Yoloe untuk mulai merancang *shot* dan *blocking* yang diperlukan bersama *creative director*. Pada tugas kali ini, penulis tidak membuat *shotlist* dikarenakan permintaan klien yang dapat berubah sewaktu-waktu karena klien ikut mengawasi seluruh proses produksi.

Shooting video produk *manual brew* dilakukan pada tanggal 24 Maret 2021. Kali ini *creative director* tidak mengikuti proses *shooting* secara utuh karena harus *meeting* dengan klien. Penulis kembali mengoperasikan kamera dibantu oleh Itang yang merupakan tim *copywriter*. Itang membantu mengarahkan dan menyesuaikan *framing* agar nampak lebih *balance* dan menarik.

Shooting produk *manual brew* dilaksanakan saat matahari sudah tenggelam. Beruntung, lampu yang ada di lokasi memberikan *ambience* yang mendukung *exposure* kamera sehingga gambar yang dihasilkan memiliki kualitas yang cukup baik. Atas permintaan klien, *talent* yang digunakan pada tugas kali ini adalah karyawan dari Yolo sendiri. Hal ini membuat proses *shooting* cukup memakan waktu akibat kemampuan *acting* yang sangat terbatas.

Shooting protokol kesehatan dan produk *matcha* dilaksanakan sehari setelahnya yaitu tanggal 25 Maret 2021. Kali ini *creative director* dapat ikut mendampingi penulis selama proses *shooting* dan membantu mengarahkan *talent*. *Shooting* dilaksanakan pada siang hari. Kondisi tempat yang dipenuhi jendela dengan perpaduan warna coklat kayu yang elegan dan merah muda membuat pencahayaan di lokasi *shooting* sangat terbantu.

Setelah produksi selesai, penulis mulai masuk ke tahap *editing*. Proses *editing* dimulai penulis saat masih di Jakarta dan dilanjutkan setelah pulang ke Semarang. Penulis melakukan proses *assembly* menyusun *footage* yang sudah didapat. Musik pada tugas kali ini dipilih oleh *creative director* atas persetujuan klien. Musik yang dipilih adalah musik *ambience* yang tenang dengan tempo yang tidak terlalu cepat. Oleh karena itu, penulis memberikan *treatment editing* mengikuti musik dengan perpotongan antar *cut* yang tidak terlalu cepat untuk ketiga video yang dikerjakan.

Setelah *editing* selesai, penulis melakukan *color correction* untuk menyamakan *mood* antar *shot* yang sebelumnya cukup belang-belang karena *ambience light* yang berbeda-beda. Setelah proses *color correction*

selesai, tahapan *editing* masuk ke tahap akhir yaitu *rendering*. Penulis kemudian memberikan *draft* video pertama kepada *creative director* untuk meminta persetujuan klien.

Creative director meminta adanya beberapa perubahan urutan *shot* untuk video-video yang telah dikerjakan penulis. Penulis lalu mengedit lagi video sesuai dengan permintaan *creative director*. Setelah revisi dari *creative director* selesai dikerjakan penulis, kini berganti klien yang meminta adanya perubahan urutan *shot* dan peletakan logo yang ada di bagian akhir video.

Setelah video disetujui oleh klien, penulis diminta *project manager* untuk mengunggah semua video yang telah dikerjakan ke folder *google drive* konten Yoloé, sebelum nantinya video diunggah oleh *project manager* atau *copywriter* yang merupakan pemegang akun media sosial ke Instagram.



Gambar 3. 2 Video konten protokol kesehatan Yoloé (dokumen perusahaan)



Gambar 3. 3 Video konten manual brew Yoloé
(dokumen perusahaan)

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama praktek kerja magang di Kosakata Visual, terdapat beberapa kendala yang penulis rasakan, diantaranya adalah:

1. Penulis tidak memiliki kamera pribadi.
2. Perbedaan *flow* antara apa yang penulis pelajari dimasa perkuliahan dengan kondisi lapangan.
3. Perbedaan cara berpikir dalam hal membuat suatu karya antara apa yang penulis pelajari di masa perkuliahan dengan kondisi lapangan.
4. Sempat merasa terbebani dengan tanggung jawab yang terasa besar, karena penulis diberikan cukup banyak keleluasaan dalam berkarya dan membawa nama perusahaan di waktu yang sama.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kesulitan yang penulis temukan selama menjalani praktek kerja magang adalah:

1. Menggunakan kamera pribadi milik Reynaldi Sinarta selaku *creative director*. Jika kamera miliknya sedang digunakan, penulis meminjam kemare milik Kiki selaku tim *photographer* di Kosakata Visual.

2. Membiasakan diri dengan *flow* yang ada di Kosakata Visual. Jika ada kebingungan, penulis bertanya kepada *project manager* atau tim dari divisi lain yang ada di Kosakata Visual. Skala perusahaan yang kecil membuat komunikasi antar departemen dapat terjalin dengan sangat mudah. Hal ini menjadi keuntungan bagi penulis.
3. Sering-sering berdiskusi dengan tim dari departemen lain disaat waktu luang. Pada praktek kerja magang ini, penulis belajar bahwa di dunia profesional, karya diciptakan untuk klien yang memiliki orientasi untuk mendapatkan profit dan *traffic*. Sehingga hal yang penulis pelajari di universitas bahwa berkarya sesuai dengan keresahan sudah tidak lagi relevan.
4. *Sharing* menceritakan apa yang penulis rasakan kepada *creative director*, juga semua anggota tim lain yang sudah memiliki lebih banyak pengalaman. Dari situ, penulis mendapatkan dorongan dan semangat untuk percaya pada diri sendiri. Penulis juga belajar untuk terbuka dengan menceritakan apa yang penulis rasakan sejujur-jujurnya.