

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

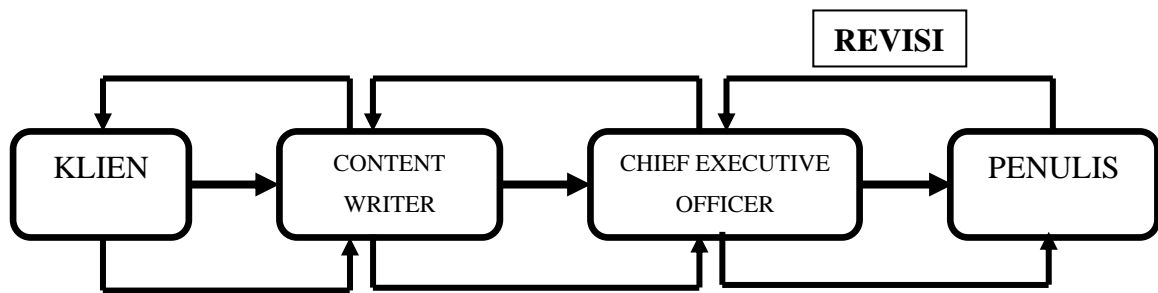
3.1. Kedudukan dan Koordinasi

1. Kedudukan

Di dalam proses kegiatan magang di Visuels Creative Agency ini, penulis berada pada tim kreatif dengan kedudukan sebagai *graphic designer*. Tugas yang dilakukan penulis tidak lain adalah membuat konten visual baik media sosial (Instagram *post* dan *story*) maupun untuk keperluan internal Visuels. Selain bertugas menjadi *graphic designer*, penulis juga merangkap dan bertugas untuk membuat konten-konten atau hal-hal yang membutuhkan *motion graphic* dan *video editing* untuk membantu *videographer*. Penulis juga diberi kesempatan untuk mengikuti *brief* client serta presentasi hasil produksi Visuels kepada klien. Penulis juga berkesempatan untuk membuat konsep untuk keperluan internal seperti logo.

2. Koordinasi

Selama pelaksanaan kewajiban dan tugas-tugas yang diberikan, penulis berkoordinasi dengan *content writer* dan *chief executive officer* sebagai kepala kreatif untuk tetap menghasilkan yang berkualitas baik secara visual maupun konten. *Content writer* mendapatkan *brief* dari klien dan menyiapkan konten-konten yang cocok untuk klien yang kemudian akan dilihat secara keseluruhan oleh *chief executive officer*, dan setelah segala konten sudah baik dan disetujui barulah konten-konten tersebut diberikan kepada penulis.



Gambar 3.1. *Workflow* komunikasi Visuels Creative Agency
(Dokumen Perusahaan)

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut hal-hal yang penulis lakukan selama magang.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	<ul style="list-style-type: none"> • Visuels <i>Daily Post</i> • Khakha <i>Collection Monthly Post</i> • Inlite <i>Company Profile Video</i> 	<p>Membuat konten grafis untuk media sosial Visuels dan klien Visuels.</p> <p>Membuat video <i>BTS</i> untuk salah satu klien Visuels.</p> <p>Diskusi untuk <i>shooting</i> video klien Visuels</p>
2	2	<ul style="list-style-type: none"> • Aloclair <i>Content Sample</i> • Visuels <i>Daily Post</i> • Khakha <i>Collection Monthly Post</i> 	<p>Membuat konten untuk calon klien Visuels dan media sosial Visuels.</p> <p>Revisi konten grafis dan video <i>BTS</i> di minggu sebelumnya.</p>
3	3	<ul style="list-style-type: none"> • Visuels <i>Daily Post</i> • Visuels <i>Internal</i> • Velonica <i>Wedding Photography, Marriage during</i> 	<p>Membuat <i>motion graphic</i> untuk hari Imlek. Membuat <i>ID Card</i> untuk anggota Visuels.</p> <p><i>Shooting video interview</i> untuk salah satu klien Visuels</p>

		<i>Pandemic</i>	
4	4	<ul style="list-style-type: none"> • Visuels Internal • Visuels <i>Daily Post</i> 	<p>Melakukan <i>brainstorming</i> dan membuat <i>showreel</i> Visuels.</p> <p>Membuat konten harian Visuels</p>
5	5	<ul style="list-style-type: none"> • Visuels <i>Daily Post</i> • Visuels Internal 	<p>Membuat dan merevisi <i>showreel</i> Visuels.</p> <p>Membuat konten harian Visuels.</p> <p>Membuat logo <i>icon</i> untuk Visuels</p>
6	6	<ul style="list-style-type: none"> • InLite <i>Company Profile Video</i> • Visuels <i>Daily Post</i> 	<p><i>Shooting</i> video komersial salah satu klien Visuels.</p> <p>Menjadi <i>BTS</i> dan meng-<i>edit</i> <i>BTS</i>.</p> <p>Membuat konten harian Visuels.</p>
7	7	<ul style="list-style-type: none"> • InLite <i>Company Profile Video</i> • Visuels <i>Daily Post</i> • Visuels Internal 	<p>Membuat <i>motion graphic</i> untuk logo <i>icon</i> Visuels dan <i>ads</i>.</p> <p>Membuat konten harian Visuels.</p> <p>Berdiskusi <i>rough cut</i> hasil <i>shooting</i> klien Visuels.</p>
8	8	<ul style="list-style-type: none"> • InLite <i>Company Profile Video</i> • Visuels <i>Daily Post</i> • Visuels Internal • Aloclair <i>Content Sample</i> 	<p>Melakukan <i>online editing</i> untuk klien Visuels.</p> <p>Membuat <i>sample</i> konten untuk calon klien Visuels.</p> <p>Membuat <i>icon</i> untuk <i>creative deck</i> Visuels</p>

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Walaupun peran penulis secara tertulis adalah *graphic designer*, namun secara umum penulis tetap bertugas sebagai *videographer* dan *motion graphic designer*. Penulis juga ikut serta menyumbang ide ketika berdiskusi dengan tim, baik ide konten, *campaign* dan produksi video. Ada banyak proyek yang dikerjakan oleh penulis karena pada dasarnya Visuels Creative Agency memiliki beberapa klien.

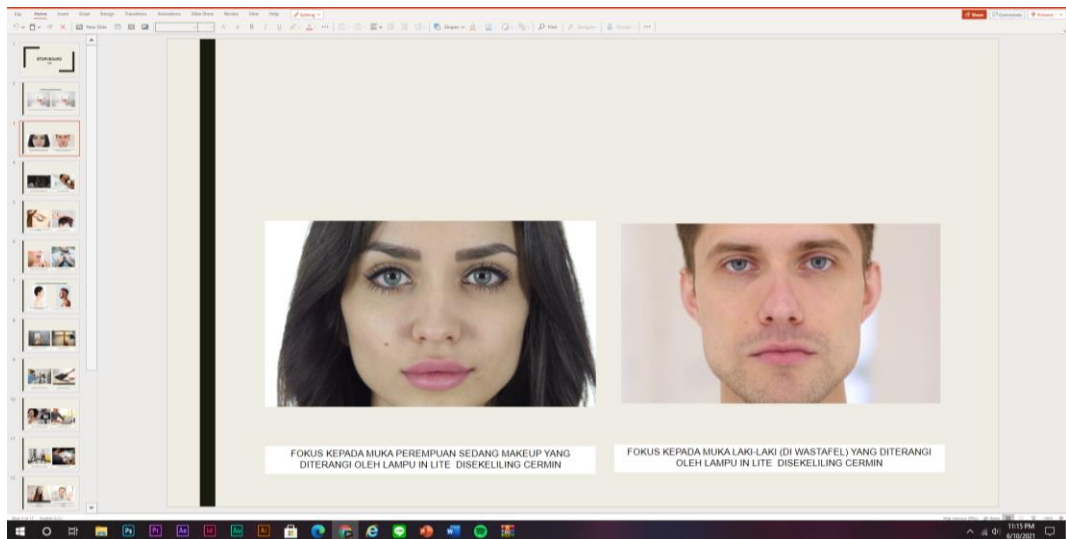
3.3.1. Proses Pelaksanaan

1. InLite Company Profile Video

Pada awalnya penulis direncanakan hanya terlihat pada proses *post production* untuk InLite *company video profile*, lebih tepatnya pada tahap *online editing*. Namun karena penulis dipercaya mengetahui tahap-tahap atau proses pembuatan video, dan karena atas dasar penulis mengambil jurusan film di universitas, maka penulis diajak untuk ikut berdiskusi terkait perancangan video ini dari awal produksi hingga akhir produksi.

Pra-produksi

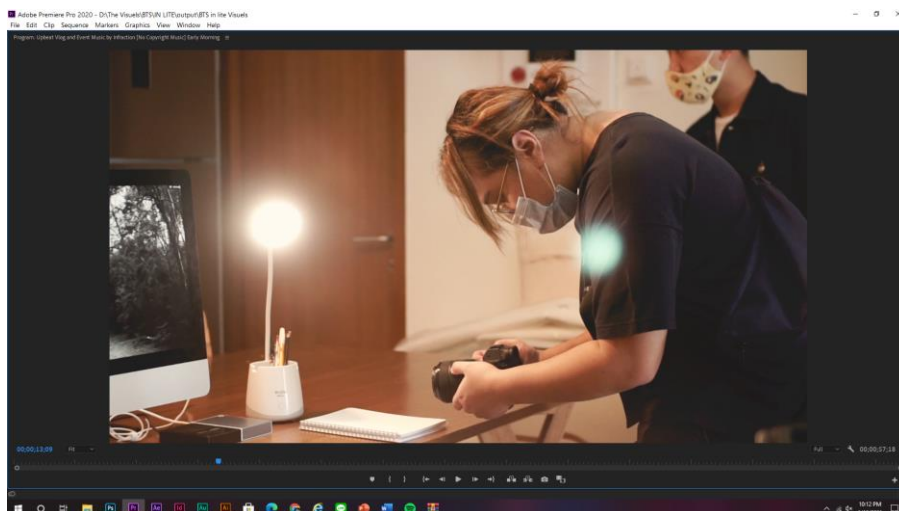
Penulis diajak untuk berdiskusi dengan Nickson selaku *videographer* yang saat itu menjadi *project manager* untuk Inlite *company video profile*. Kami berdiskusi atas dasar *brief* yang telah diberikan oleh Siska *manager* dari Inlite. Pada awalnya Siska ingin membuat video InLite ini terkesan bercerita atau *soft selling*. Refrensi yang berkaitan adalah iklan Tokopedia yang bercerita tentang seorang ibu yang berusaha membelikan udang untuk anaknya. Namun seiring waktu Siska berubah pikiran dan memberikan refrensi yang lebih *hardselling* dan menekankan spesifikasi dari lampu-lampu Inlite dalam bentuk *motion graphic*. Namun ia tetap ingin ada selingan video yang sedikit bercerita di dalamnya. Pada akhirnya kami semua sepakat video akan dibuat demikian. Setelah mengetahui hal tersebut maka penulis dan *videographer* mulai membuat *storyboard* untuk menentukan video seperti apa yang akan dibuat, sembari berdiskusi dengan Chintia selaku pemilik Visuels terkait *props* apa yang akan dibutuhkan dan berapa *cost* yang akan dikeluarkan. Setelah *storyboard*, *shot list*, peralatan *shooting* dan *props* sudah tersedia kami pun melakukan *shooting* pada tanggal 23 Februari 2021.



Gambar 3.2. *Storyboard InLite Company Profile*
(Dokumen Pribadi)

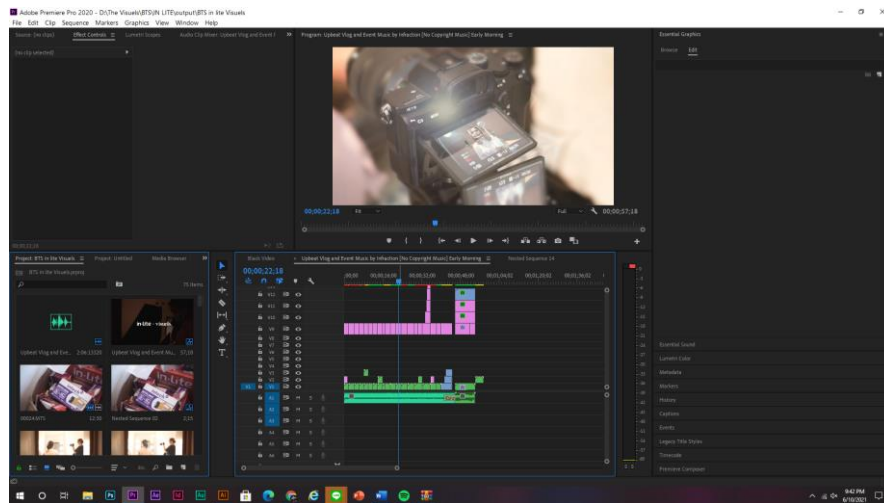
Produksi

Setelah membantu berdiskusi pada tahap pra-produksi penulis ditunjuk untuk menjadi *BTS* atau *behind the scene*. *Behind the scene* ini nantinya akan di-*upload* pada YouTube Visuals. Ruangan yang digunakan saat *shooting* adalah apartemen milik Siska.



Gambar 3.4. *Video BTS InLite Company Profile*
(Dokumen Pribadi)

Dikarenakan ruangan *shooting* yang terlalu kecil dan hanya dapat menampung beberapa orang maka yang berada di dalam ruangan hanyalah penulis sebagai *BTS*, Nickson sebagai *director of photographer*, dan Esther sebagai asisten kamera panggilan dari Visuels.

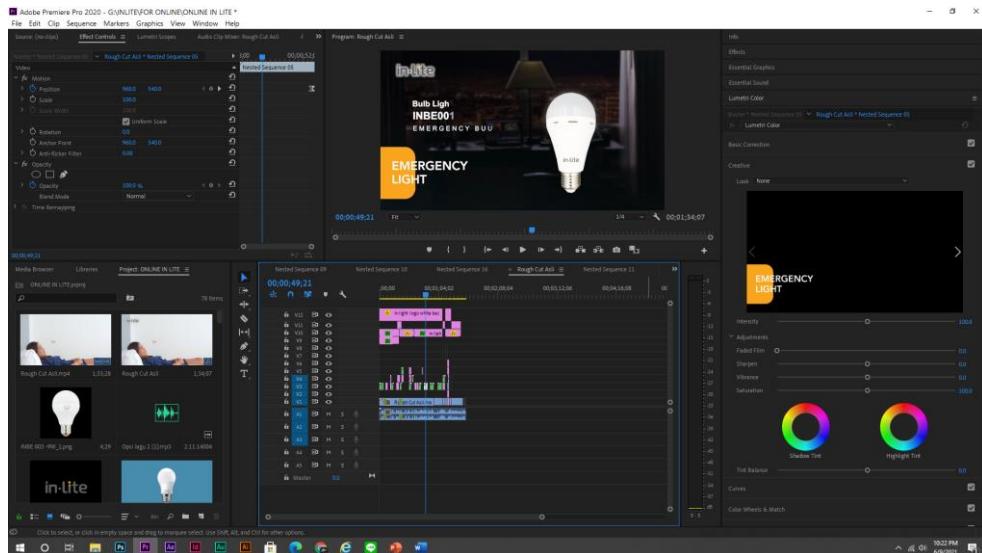


Gambar 3.3. Video *BTS InLite Company Profile*
(Dokumen Pribadi)

Pasca-produksi

Setelah *shooting* selesai maka penulis mulai mengumpulkan hasil video *BTS* untuk di-*edit* dan di-*publish* pada YouTube Visuels. Setelah selesai menyunting video *BTS InLite company video profile*, penulis ditugaskan Chintia untuk ikut mendampingi Nickson pada tahap *offline editing*. Penulis menyarankan beberapa hal agar video terlihat lebih rapi. Setelah selesai melewati tahap revisi *offline editing*, masuklah ke tahap di mana penulis mulai melakukan *online editing* mulai dari *color grading* hingga *motion graphic*. Penulis memulai tahap *online* dengan melakukan *color grading* terlebih dahulu. Ada banyak *footage* yang harus di-*adjust* secara warna agak tidak terlalu jauh atau jomplang antar *footage*. Hal ini dikarenakan video tidak sepenuhnya menggunakan *footage* dari hasil *shooting* namun dikombinasi dengan *free copyright* video yang bermacam-macam. Setelah melakukan *color grading* penulis berlanjut ke tahap *motion graphic*. Pada tahap ini penulis

memulainya dengan mengumpulkan aset-aset *PNG* dari produk-produk Inlite dan beberapa *background* yang dibutuhkan untuk melakukan beberapa *motion graphic*.



Gambar 3.5. Proses *Motion Graphic* InLite Company Profile
(Dokumen Pribadi)

Ketika semua *asset* sudah terkumpul di dalam *folder* secara rapi maka penulis mulai melakukan *motion graphic* menggunakan *after effect*. Namun ada perubahan *major* untuk konsep video *motion graphic* secara mendadak yang akhirnya membuat penulis membuat *motion graphic* kembali. *Motion graphics* akhirnya selesai dan mulai disatukan ke dalam InLite company profile video. Ketika video ini selesai Siska memiliki permintaan baru untuk membuat *motion graphic* dalam bentuk *font* di beberapa *scene*. Akhirnya penulis membuat beberapa *font* yang dimodifikasi atau *styling* pada *photoshop* yang kemudian di-*export* dalam bentuk *PNG* untuk dimasukkan ke dalam *premiere* atau *sequence* video. Setelah semua dieksekusikan dan disetujui oleh Siska selaku klien, maka proses pembuatan Inlite company profile video pun selesai.



Gambar 3.6. Video InLite Company Profile
(Dokumen Pribadi)

2. Aloclair Content Sample

Proyek ini merupakan proyek yang dipercayakan oleh Visuels kepada penulis untuk membuat konten percobaan kepada salah satu calon klien Visuels yaitu adalah Aloclair. Aloclair meminta dua *sample post* desain dan satu *sample motion graphic* yang sederhana. Awalnya Aloclair memberikan *brief* berupa keinginan mereka untuk merombak *brand identity* mereka dari yang awalnya memperlihatkan visual seperti untuk kelas B ke C menjadi B ke A. Maka dari itu *looks* yang ingin diperlihatkan adalah desain yang *clear* dan *elegant* berikut dengan *motion graphic* yang akan dibuat.



Gambar 3.7. Content Sample Aloclair
(Dokumen Pribadi)

Karena Aloclair ini merupakan *brand* yang menjual obat kumur yang ramah dan bahkan tidak berbahaya untuk anak kecil, maka warna didominasi dengan warna terang cenderung putih dikombinasikan dengan warna dari *brand* Aloclair yang sudah ada yaitu pink dan biru. Setelah berdiskusi dengan tim untuk konten *motion graphic* kami memutuskan ide konten yang membahas tentang sariawan dan pantangan makanan. Maka dari itu penulis menyimpan *asset* foto Wanita dan foto-foto makanan dengan format *PNG* untuk dibuat *motion graphic* dengan konsep ide yang telah didiskusikan. Hasilnya di atas kepada wanita tersebut ada makanan-makanan yang pantang dimakan saat sariawan yang berganti-ganti ditambah dengan pipi yang berulang kali memerah.

Namun setelah dipresentasikan oleh Agnes yang merupakan perantara antara Visuels dengan *brand*, Aloclair merubah permintaan mereka untuk memperlihatkan kesan yang *fun*. Bahkan kami dipersilahkan untuk merubah *brand identity* mereka. Maka tim Visuels Kembali berdiskusi terkait visual yang ingin dibentuk untuk Aloclair Kembali. Pada akhirnya kami mengkombinasikan warna kuning, biru dan pink karena melihat pasar dari Aloclair ini adalah ibu-ibu muda dan yang memiliki anak kecil.

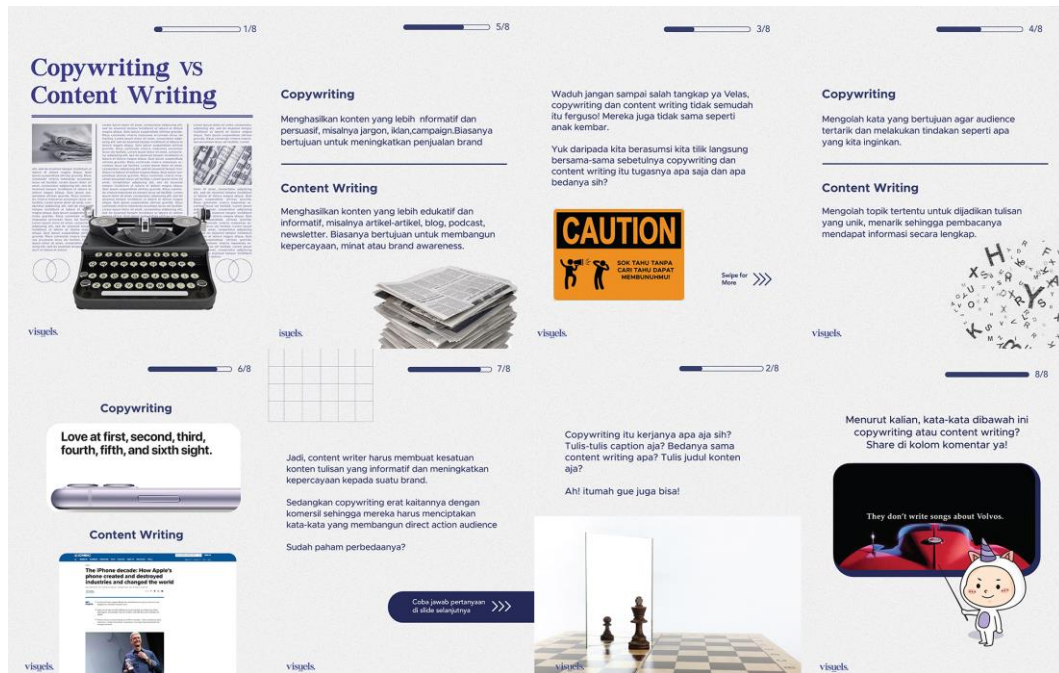


Gambar 3.8 *Content Sample* Aloclair
(Dokumen Pribadi)

3. Visuels *Daily Post*

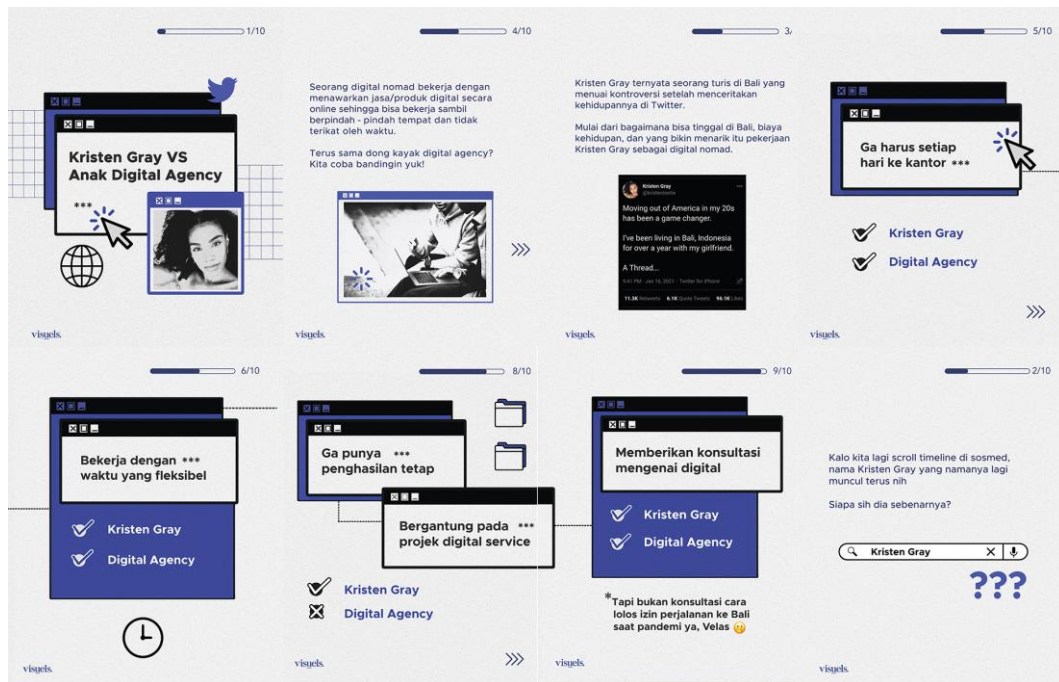
Visuels *daily post* merupakan konten yang di-*publish* setiap dua hari sekali. Konten ini berisikan ilmu pengetahuan seputar dunia kreatif, seperti tips fotografi,

desain dan sejenisnya. Tidak hanya tentang ilmu pengetahuan konten ini juga mengerjakan informasi-informasi seputar tren yang sedang naik di sekitar lingkup media sosial.



Gambar 3.9 Visuels Knowledge Content
(Dokumen Pribadi)

Seperti pada salah satu contoh konten *knowledge* di atas, yang dibahas adalah tentang perbedaan antara *copywriting* dan *content writing* yang sering diartikan sama oleh kebanyakan orang. Konten *visuels* umumnya menggunakan cara *carousell* di setiap kontennya guna meningkatkan *engagement*. Namun untuk konten ilmu pengetahuan biasanya memiliki jumlah *post* yang lebih banyak dari jenis konten lainnya.



Gambar 3.10 Visuels *Trending Content*
(Dokumen Pribadi)

Sedangkan untuk konten tren biasanya merupakan konten yang dapat dikatakan konten dadakan, karena biasanya konten berdasarkan tren ini mengacu pada apa yang sedang panas dibicarakan di media sosial pada momentum tertentu. Seperti contohnya konten pada gambar di atas adalah tentang Kristen Gray yang merupakan turis yang datang dan menetap di Bali. Kristen Gray menyarankan teman-teman di negaranya untuk pindah dan menetap ke Bali dengan keadaan visa yang ia gunakan sudah kadaluarsa atau ilegal.

Masih ada banyak jenis konten Visuels yang penulis buat. Untuk klien-klien yang sudah selesai ditangani juga biasa dijadikan konten sebagai hasil kerjasama Visuels dengan *brand* yang telah menggunakan jasa Visuels. Untuk portofolio ini biasanya dibuat menjadi *motion graphic* sederhana dengan ponsel berada di tengah berisikan konten-konten yang telah tim Visuels buat untuk klien tersebut seakan *scrolling*.



Gambar 3.11 Visuels Portofolio
(Dokumen Pribadi)

Ada juga kalanya Visuels sedang kesulitan mencari klien. Untuk itu penulis pernah juga ditugaskan untuk membuat *motion graphic* berisikan promosi jasa Visuels yang berdurasi 15 detik. *Motion graphic* ini dilakukan untuk promosi karena tim Visuels melihat jika gambar bergerak terlihat lebih menarik dibandingkan visual yang statis. Setelah itu penulis diberikan instruksi terkait apa aja yang ingin dimasukkan ke dalam *motion graphic* promosi tersebut. Setelah diberi intruksi, penulis diberikan kebebasan perihal bagaimana visual akan dibuat. Penulis membuat visual *motion graphic* ini dengan mempertimbangkan identitas yang sudah lekat dengan Visuels, yakni salah satunya warna ungu.



Gambar 3.12 Visuels *Promotion*
(Dokumen Pribadi)

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang dialami oleh penulis lebih kepada komunikasi antar divisi dan klien. Selain itu, penulis melihat jika *MoU* tidak tegas dalam fungsinya, terutama karena klien bisa melakukan pergantian konsep secara tiba-tiba pada tahap *post production*. Hal ini menyebabkan banyak perubahan yang mempengaruhi ke tahap *offline* kembali, dan membuat tahap *online editing* menjadi tersendat. Hal ini juga berlaku pada tahap pra-produksi di mana pada awalnya video ingin dibuat seperti bercerita dengan referensi Tokopedia yang sifatnya *soft selling*, tiba-tiba berubah menjadi video yang *hardselling* ketika *storyboard* dengan konsep bercerita sudah dibuat. Selain itu proyek ini merupakan proyek video *company profile* pertama bagi Visuels. Maka itu hanya sedikit tim yang menyadari pentingnya tahap pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Hal ini membuat *workflow* proyek ini menjadi sedikit berantakan.

Dan karena Visuels memiliki jasa video ini, sudah seharusnya tim mengulik tentang peralatan seperti apa yang baik untuk digunakan untuk produksi video, karena secara aset atau peralatan Visuels masih sangat terbatas. Di beberapa proyek video juga tempat yang digunakan untuk melakukan produksi sangat terbatas secara *space*. Penulis paham jika Visuels menggunakan *co-working space* sebagai sarana produktivitas tim, tetapi jika *co-working space* ini

digunakan untuk produksi video masih terbilang kurang nyaman bagi tim dan beberapa pihak yang menjadi tamu.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Visuels creative agency harus bertindak lebih tegas terkait perjanjian dengan klien atau MoU. Hal ini dimaksudkan agar para tim Visuels sendiri tidak kewalahan dengan revisi-revisi yang tiada ujungnya dari klien, terutama jika adanya perubahan konsep yang cukup besar. Jika ada jumlah revisi dari klien yang melebihi jatah yang sudah ada, lebih baik diperingatkan secara tegas kepada klien. Hal ini dilakukan agar dari klien tidak meremehkan *workflow* atau *timeline* yang sudah diatur oleh *agency*. Lalu jika memang produksi video ini nantinya akan menjadi salah satu jasa yang ditawarkan Visuels kepada publik, ada baiknya mempelajari tahapan pembuatan video terlebih dahulu agar produksi ini menjadi lebih tertata secara *workflow*. Tidak hanya tentang *workflow*, untuk melakukan produksi video juga diperlukan tempat yang memadai dan leluasa untuk semua tim bekerja di dalamnya. Untuk itu ada baiknya Visuels memisahkan antara *co-working space* dengan tempat produksi video agar lebih efisien dan nyaman untuk klien.