



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

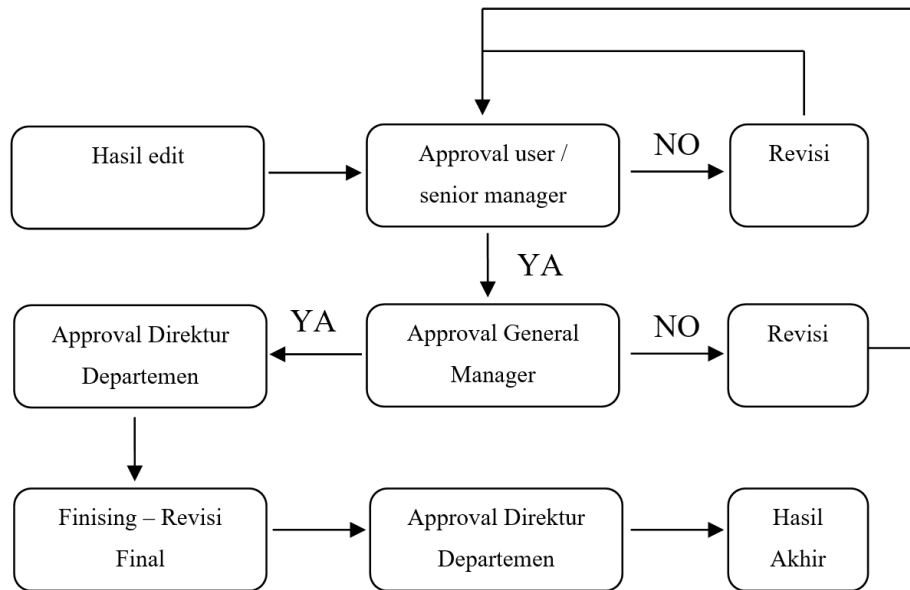
Penulis memiliki kedudukan dan alur koordinasi selama mengerjakan proyek *employee branding*:

1. Kedudukan

Penulis berada di departemen Human Capital bagian Recruitment & Development yang berperan sebagai *video editor, videografer, sekaligus fotografer* untuk mengerjakan proyek *Employee Branding*.

2. Koordinasi

Koordinasi berawal dari briefing user yang menjelaskan konsep dasar Employee Branding yang sedang dikerjakan. Kemudian tim penulis menuangkan konsep dasar tersebut dalam bentuk video dan foto. Pembuatan video dan foto diawali dengan pitching ide cerita untuk video dan pitching referensi shot untuk foto. *Scriptwriter* membuat cerita, kemudian melakukan pre-production yang juga terdapat pre-production meeting bersama *user*. Pre-production meeting dilakukan beberapa kali sampai matang. Setelah tahap pre-production, akan dilakukan produksi video maupun photoshoot. Setelah produksi selesai, akan dilakukan tahap paska-produksi yaitu editing video maupun foto dan penambahan sound seperti *foley, voice over, dan dubbing*. Kemudian revisi akan dilakukan sampai mendapatkan approval dari *user*, kemudian naik ke *general manager* dan terakhir adalah direktur departemen. Pada tahap editing sendiri terdapat 3 tahap, yaitu *offline editing, colour grading, dan online editing*.



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	Membuat infografis	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat infografis
2.	2	Photoshoot crew toko	<ul style="list-style-type: none"> • prepare photoshoot crew toko • membuat infografis • hunting location • photoshoot crew toko • edit foto crew toko • revisi edit foto
3.	3	TVC 1	<ul style="list-style-type: none"> • development TVC 1 • motion grafik bumper alfamart • stillomatic TVC 1 • meeting bersama tim alfamidi • meeting besar bersama user dan tim alfamart

			<ul style="list-style-type: none"> • survey lokasi TVC 1 • recce TVC 1
4.	4	TVC 1 Dokumentasi acara	<ul style="list-style-type: none"> • Shooting TVC 1 • offline edit TVC 1 • revisi offline edit TVC 1 • membuat asset • foto dokumentasi acara internal SAT • edit foto dokumentasi acara internal SAT
5.	5	TVC 1	<ul style="list-style-type: none"> • colour grading TVC 1 • online editing TVC 1 • revisi final TVC 1 • prepare photoshoot ACOS-OBA • meeting photoshoot ACOS-OBA
6.	6	Photoshoot ACOS-OBA Photoshoot DC	<ul style="list-style-type: none"> • hunting location photoshoot ACOS-OBA • photoshoot ACOS-OBA • edit foto ACOS-OBA • prepare photoshoot DC • meeting photoshoot DC
7.	7	Photoshoot DC Testimoni Magang	<ul style="list-style-type: none"> • hunting location photoshoot DC • photoshoot DC • edit foto DC • Shooting testimoni magang
8.	8	Testimoni magang TVC 2	<ul style="list-style-type: none"> • Edit testimoni magang • brainstorming TVC 2

			<ul style="list-style-type: none"> • PPM TVC 2 • hunting cast TVC 2 • recece TVC 2
9.	9	TVC 2	<ul style="list-style-type: none"> • hunting cast TVC 2 • casting • reading • shooting • edit
10.	10	TVC 2 TVC 3	<ul style="list-style-type: none"> • revisi TVC 2 • voice over TVC 2 • hunting cast TVC 3 • meeting TVC 3 • shooting TVC 3
11.	11	TVC 3 TVC 4 Photoshoot	<ul style="list-style-type: none"> • shooting TVC 3 • brainstorm TVC 4 • photoshoot studio

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mengerjakan empat video iklan, enam jenis photoshoot, dan satu infografis. Meskipun penulis berperan sebagai video editor, penulis juga berperan sebagai fotografer. Penulis melakukan proses editing menggunakan software *Adobe Premiere Pro*, *Davinci Resolve*, dan *Adobe After Effect*.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Penulis menggunakan salah satu video yang telah dibuat sebagai contoh untuk dibahas. Video tersebut bertema komedi, sehingga membutuhkan beberapa efek yang dibuat pada tahap online editing dengan menggunakan perpaduan dari *Adobe Premiere Pro* dan *Adobe After Effect*.

Adapun penulis dan tim diminta untuk melakukan photoshoot yang menampilkan kegiatan sehari-hari karyawan kantor, crew warehouse, dan crew toko.

3.3.1.1. Briefing

Sebelum penulis dan tim mulai produksi, manager memberikan briefing penjelasan tentang proyek *employee branding*. Proyek *employee branding* akan dituangkan dalam bentuk video iklan dengan durasi maximal satu menit untuk platform *Instagram*. Oleh karena itu, manager meminta penulis dan tim untuk membuat video iklan sebanyak-banyaknya, sebagai amunisi sebelum proyek ini dimulai.



Gambar 3.2. Briefing user: nilai-nilai karyawan alfamart
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah briefing dilakukan, penulis dan tim dapat mulai mengerjakan video. Manager meminta penulis dan tim untuk membuat video berdasarkan nilai-nilai budaya kerja perusahaan.

Setelah briefing, penulis dan tim mulai mengerjakan dari brainstorming ide cerita, lalu melakukan pitching ide cerita kepada manager. Setelah pitching ide cerita di terima dan diberi masukan, penulis dan tim mempersiapkan cerita lengkapnya beserta referensi-referensi visual yang akan digunakan pada cerita. Sebelum mengerjakan video, penulis diminta untuk membuat *bumper opening* menggunakan *Adobe After Effect*.



Gambar 3.3. *Motion graphic bumper opening*
(sumber: karya pribadi)

3.3.1.2. TVC 1

TVC 1 bertujuan untuk memberi nilai *we are everywhere*. Bercerita tentang kecekatan para crew toko dalam menghadapi pelanggan, keseharian crew toko, dan prosedur operasi standar. Selain menyunting, penulis juga membuat motion grafis untuk tambahan informasi. Ide cerita awal, tidak diterima oleh manager, karena tidak sesuai standar operasional. Penulis dan tim merevisi dan disetujui oleh manager.



Gambar 3.4. *Motion graphic TVC 1*

(sumber: karya TVC 1)

We are everywhere pada motion grafis tersebut menekankan bahwa para calon karyawan tidak usah khawatir soal tempat tinggal, karena di mana-pun mereka berada ada alfamart. Editing style TVC 1 menggunakan montage untuk menunjukkan standar operasional. Disertai dengan alur cerita diharapkan penonton tertarik untuk menontonnya. Pada saat produksi, penulis menjadi operator kamera.

Setelah fine cut selesai, manager meminta untuk menambahkan motion graphic *we are everywhere* di depan. Setelah penulis selesai revisi total, TVC 1 yang sudah final diberikan kepada general manager dan direktur. Setelah general manager dan direktur menyetujui, maka penulis dapat lanjut fokus mengerjakan TVC 2 maupun pekerjaan lainnya.

3.3.1.3. TVC 2



Gambar 3.5. Referensi efek pada video TVC 2

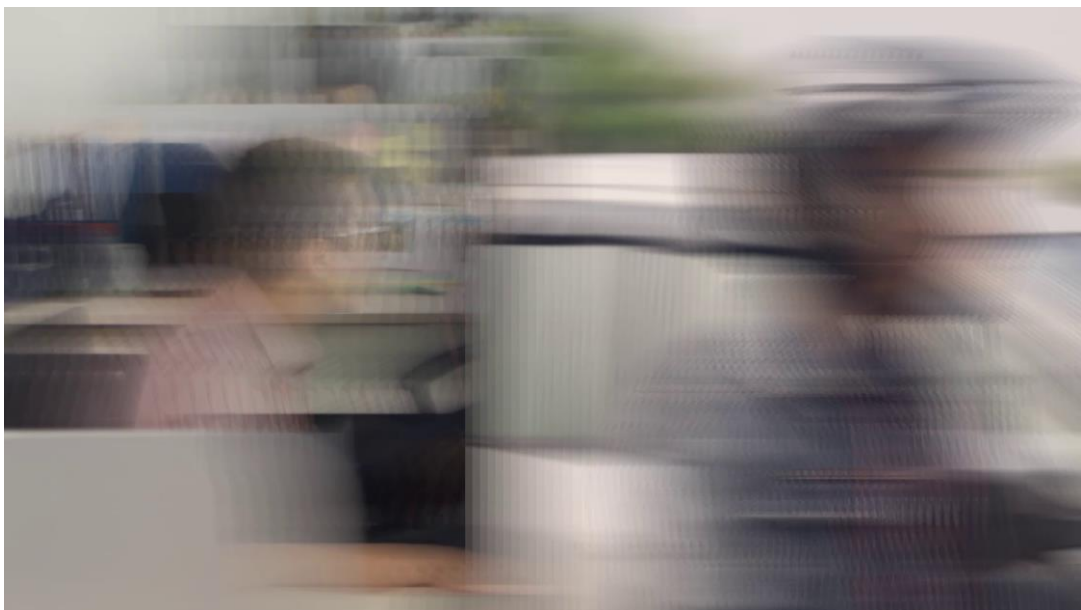
(sumber: Iklan Djarum 76 - Pengen Kurus 30sec (2017))

Penulis dan tim sepakat untuk menggunakan referensi dari iklan Djarum 76. Penulis dan tim menggunakan efek asap dari jin karena dapat menciptakan unsur komedi dan imajinatif.



Gambar 3.6. Penggunaan Efek transisi shot A

(Sumber: Karya TVC 2)



Gambar 3.7. Penggunaan Efek transisi dari shot A ke B

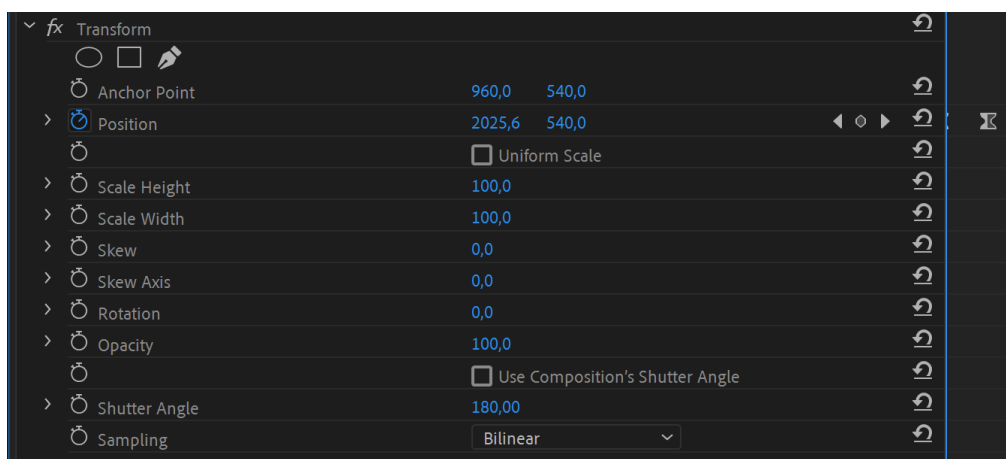
(Sumber: Karya TVC 2)



Gambar 3.8. Penggunaan Efek transisi ke shot B

(Sumber: Karya TVC 2)

Transisi tersebut digunakan untuk menciptakan perbedaan ruang dan waktu, serta membangun kesan komikal atau hal yang imajinatif. Efek tersebut dibuat menggunakan *Adobe Premiere Pro*.



Gambar 3.9. Fitur efek *transform* pada *Adobe Premiere Pro*

(Sumber: file proyek karya TVC 2)

Penggunaan efek transisi menggunakan fitur *transform* pada *Adobe Premiere Pro*. Kemudian memberi efek *motion blur* dengan mengganti *shutter*

angle menjadi 180 dan menghilangkan centang pada *use composition's shutter angle*.



Gambar 3.10. Referensi *speed line*

(Sumber: <https://www.pinterest.com/pin/782641241471382730/>)

Penggunaan *speed line* untuk mempertegas wajah karakter utama, serta memberi kesan komikal dan imajinatif.

Pada saat produksi, penulis memastikan shot-shot yang diambil dapat digunakan untuk tahap editing. Selain itu, penulis juga banyak membantu hal-hal umum, seperti membawa alat-alat, memindahkan property, dan memasang lampu. Penulis memastikan shot-shot yang direncanakan dapat dibuat visual efek, sehingga tidak mempersulit atau memperburuk hasil akhir.



Gambar 3.11. Check frame dari TVC 2

(Sumber: dokumentasi pribadi)

Penulis dan tim selalu memeriksa frame untuk memastikan sesuai dengan yang diharapkan dan dapat di edit.

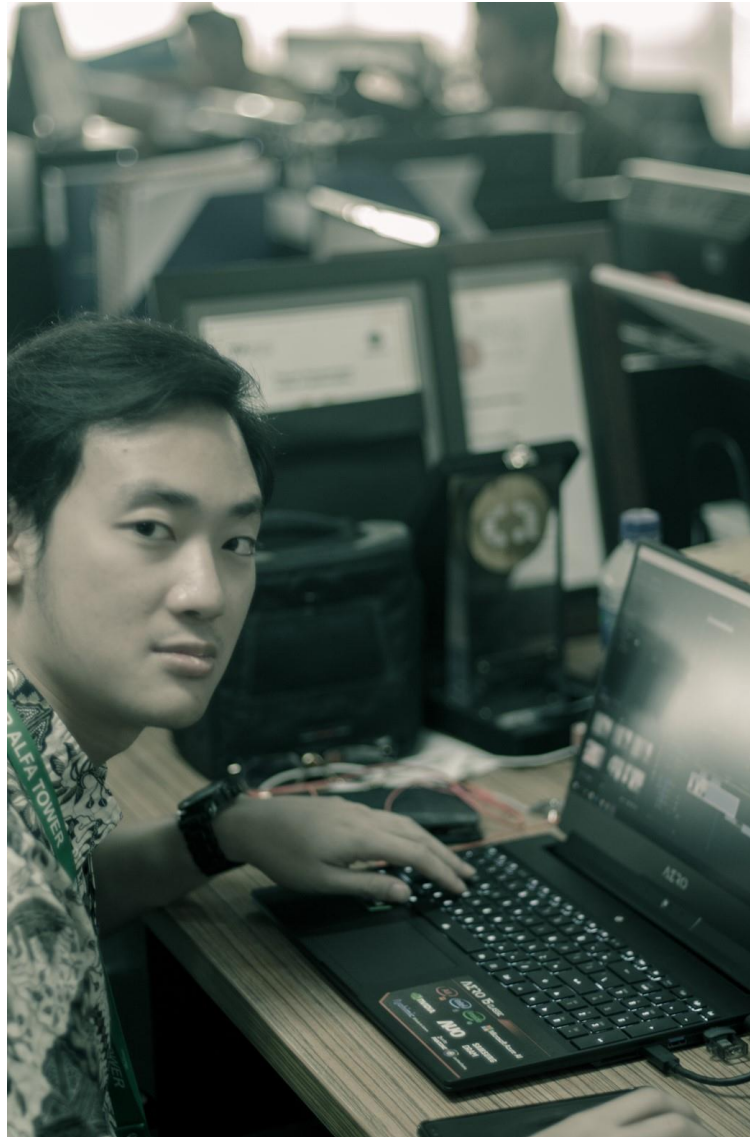


Gambar 3.12. *It's a wrap* TVC 2

(Sumber: dokumentasi pribadi)

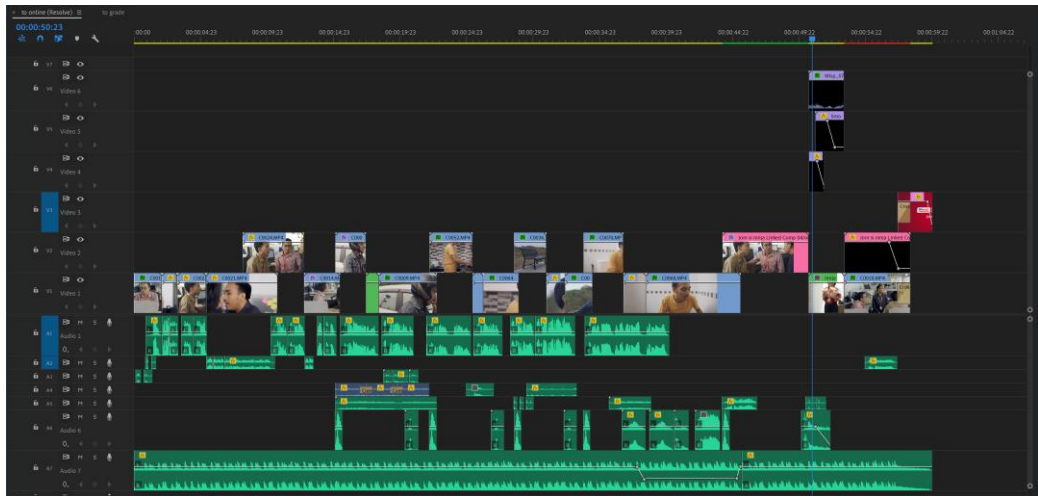
Seperti biasa yang dilakukan ketika *shooting* telah selesai, penulis dan tim berfoto bersama.

Pada tahap paska produksi, penulis memulainya dari melihat shot-shot yang sudah ada. Kemudian penulis mulai merangkai shot menggunakan *Adobe Premiere Pro*. Shot dirangkai untuk menjadi *roughcut*, kemudian diberikan kepada user dan sutradara untuk diberi masukan. Sesudah diberi masukan, penulis melakukan revisi sekaligus finishing untuk menjadi fine cut. Fine cut sudah terdiri dari penambahan foley, dubbing, dan voice over. Kemudian kembali diberikan kepada sutradara dan client. Setelah sutradara dan client memberi masukan, penulis akan merevisi final untuk menjadi final cut.



Gambar 3.13. Penulis melakukan editing di kantor

(Sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.14. Timeline editing

(Sumber: dokumentasi pribadi)

Pada TVC 2 tidak terjadi banyak revisi, hanya penambahan beberapa motion grafis dan visual efek sederhana. Setelah karya sudah final, karya diajukan pada general manager dan direktur. General manager dan direktur langsung menyukai karya TVC 2.



Gambar 3.15. Penerapan dari referensi Iklan Djarum 76

(Sumber: karya TVC 2)

Gambar tersebut merupakan penerapan dari referensi iklan Djarum 76. Terdiri dari dua shot yang digabung menjadi satu shot, sehingga membuat karakter pada gambar kedua dapat muncul secara tiba-tiba.



Gambar 3.16. Penerapan dari referensi *speed lines*
(Sumber: karya TVC 2)

Gambar tersebut merupakan hasil dari referensi *speed lines*. *Speed lines* digunakan untuk memberikan efek komikal, dan imajinatif.

3.3.1.4. TVC 3

TVC 3 menceritakan tentang perjalanan karir seorang karyawan Alfamart dari awal masuk hingga menjadi manager di kantor. Pada TVC 3 mengandung nilai budaya kerja *Place to Learn and Grow*. Tiap perpindahan scene menggunakan transisi kamera *track* kanan dibantu dengan *masking*.



Gambar 3.17. Penggunaan masking untuk perpindahan scene

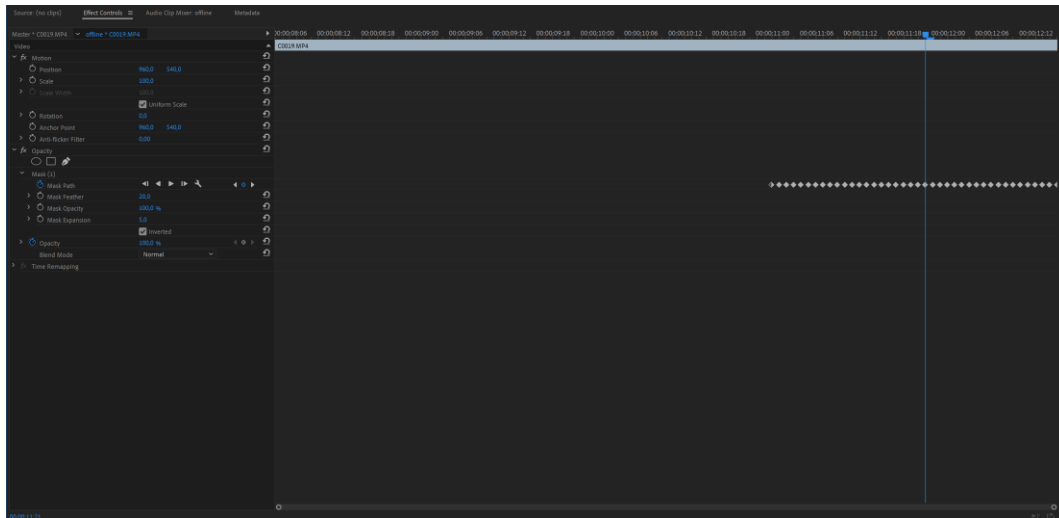
(Sumber: karya TVC 3)

Pada TVC 3 penulis menggunakan masking untuk setiap perpindahan scene. Masking juga digunakan untuk memberi kesan maju dalam perjalanan orang tersebut.



Gambar 3.18. Penulis sebagai operator kamera
(Sumber: dokumentasi pribadi)

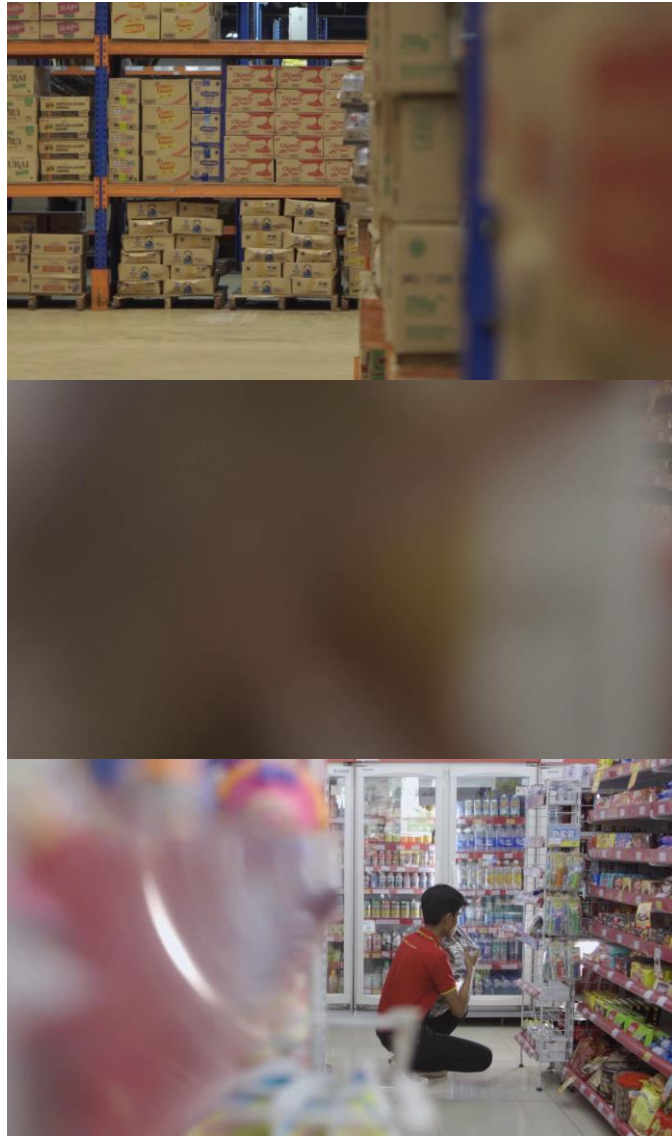
Pada tahap produksi, penulis berperan sebagai operator kamera. Sehingga penulis juga dapat menyesuaikan pergerakan shot untuk tahap editing.



Gambar 3.19. Penggunaan masking untuk perpindahan scene
(Sumber: karya TVC 3)

Penulis mengerjakan masking secara manual frame per frame pada setiap perpindahan scene. TVC 3 pada saat ini masih pada tahap paska-produksi, dan

belum final untuk diajukan pada manager. Penulis dan tim juga masih belum menambahkan voice over.



Gambar 3.20. Penggunaan masking untuk perpindahan scene

(Sumber: karya TVC 3)

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Budget dari perusahaan yang sangat minim. Proyek ini merupakan proyek baru, yang diadakan di tengah-tengah tahun 2019. Padahal, perencanaan keuangan di perusahaan di hitung di awal tahun. Sehingga penulis dan tim tidak mendapatkan *budget* untuk melakukan shooting secara maximal. Hanya saja, penulis dan tim

beruntung karena perusahaan memiliki beberapa peralatan-peralatan shooting seperti *gimball*, *tripod*, *LED*. Namun sayangnya, untuk pembayaran talent external tidak memungkinkan untuk mengeluarkan banyak uang. Untungnya, penulis memiliki peralatan editing yang memadai, sehingga pada tahap editing penulis tidak menemukan kendala secara teknis.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Mencari talent internal perusahaan yang dapat diberi fee berupa *voucher* belanja. Memutar otak penulis dan tim untuk menjadi lebih kreatif dengan menggunakan alat seadanya namun tetap menghasilkan karya yang luar biasa.