

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama proses pelaksanaan kerja magang, penulis dipilih oleh *Digital Marketing* sebagai *editor* di GKInvest. Penulis memiliki tanggung jawab atas konten-konten yang dipublikasikan pada *social media*.

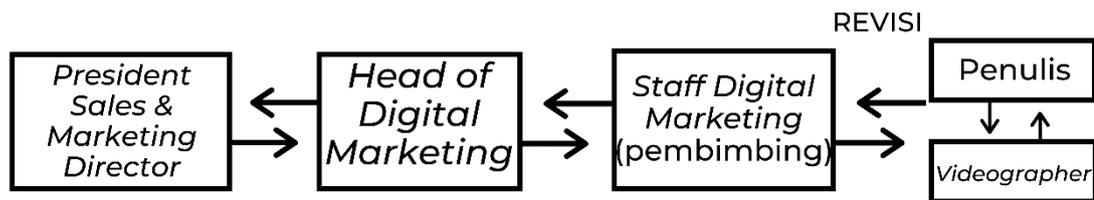
1. Kedudukan

Penulis dipercayakan oleh perusahaan sebagai *editor* pada divisi *Digital Marketing*. Pekerjaan ini di bawah bimbingan Randi Rulliansyah yang merupakan *Staff Digital Marketing*. Divisi *Digital Marketing* dikepalai oleh Hartip Simorangkir. Penulis bertugas untuk menyunting hasil video-video dari tiap konten yang dibuat oleh GKInvest. Penulis juga bertugas untuk menyimpan seluruh data yang merupakan bahan untuk penyuntingan.

Digital Marketing merupakan suatu aktivitas pengiklanan sebuah merk dengan cara menggunakan teknologi media *digital* atau *internet*. Aktivitas ini bertujuan untuk menarik para pengguna atau calon pengguna lebih cepat. Hal ini demikian karena *internet* memiliki kemampuan jangkauan yang sangat luas sehingga banyak perusahaan yang memilih untuk melakukan kegiatan pemasaran melalui *Digital Marketing* (Witdya Pangestika, 2020).

Editor adalah seseorang yang bertanggung jawab atas hasil video yang sudah disunting. Tugas seorang *editor* yaitu mengumpulkan dan menyunting materi-materi video tertentu. Materi tersebut berupa *footage*, rekaman suara, grafis, maupun musik. *Editor* juga merupakan peran penting pada tahap pascaproduksi. Karena seorang *editor* lah yang menentukan hasil dari video yang dibuat (Raissa Nathania, 2020).

2. Koordinasi



Tabel 3.1 Bagan Alur Koordinasi

(Dokumen Perusahaan)

Koordinasi dalam divisi *Digital Marketing* ini diawali dari *Sales & Marketing Director* dan *Head of Digital Marketing* dalam penentuan konten yang akan dibuat. Kemudian *Staff Digital Marketing* penulis dan *videographer* yang merupakan rekan magang berdiskusi mengenai konsep dari konten yang akan dibuat. Konsep yang ditentukan kemudian dieksekusi oleh *videographer*. Hasil *footage* yang dibuat oleh *videographer* kemudian disunting oleh penulis. Hasil video diserahkan kepada *Staff Digital Marketing*. Setelah itu revisi dilakukan hingga menemukan titik kesepakatan dari *Staff Digital Marketing*. Video kemudian diunggah ke *social media* GKInvest.

3.2. Tugas yang Dilakukan

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	8 Februari- 12 Februari	Konten Promosi TikTok	Penentuan konsep konten

	2021		
2	15 Februari- 19 Februari 2021	<i>Market Flash</i>	<i>Video Editing</i>
3	22 Februari- 26 Februari 2021	<i>Market Flash</i> Jumat Ceria Himbauan perusahaan kepada nasabah	<i>Video Editing</i>
4	1 Maret- 5 Maret 2021	<i>Market Flash</i> Video Dokumentasi Komunitas Perusahaan	<i>Video Editing</i>
5	29 Maret- 1 April 2021	<i>Market Flash</i> Video Referensi Raffi Ahmad	<i>Video Editing</i>
6	5 April- 9 April 2021	<i>Market Flash</i> <i>Invitation Seminar</i> Akbar	<i>Video Editing</i> <i>Motion Graphic</i>
7	12 April- 16 April 2021	<i>Market Flash</i>	<i>Video Editing</i>
8	19 April- 23 April 2021	<i>Market Flash</i> Video Dokumentasi Bukber Perusahaan	<i>Video Editing</i>
9	26 April- 30 April 2021	Video Referensi Raffi Ahmad	<i>Video Editing</i>
10	3 Mei- 7 Mei 2021	<i>Market Flash</i>	<i>Video Editing</i>

Tabel 3.2 Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

(Dokumen Pribadi)

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis bekerja sebagai *editor* di divisi *Digital Marketing*. Penulis melakukan penyuntingan dari beberapa konten video seperti “*Market Flash*”, “*Jumat Ceria*”, “*Invitation Seminar Akbar*”, dan “*Himbauan Perusahaan*”.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

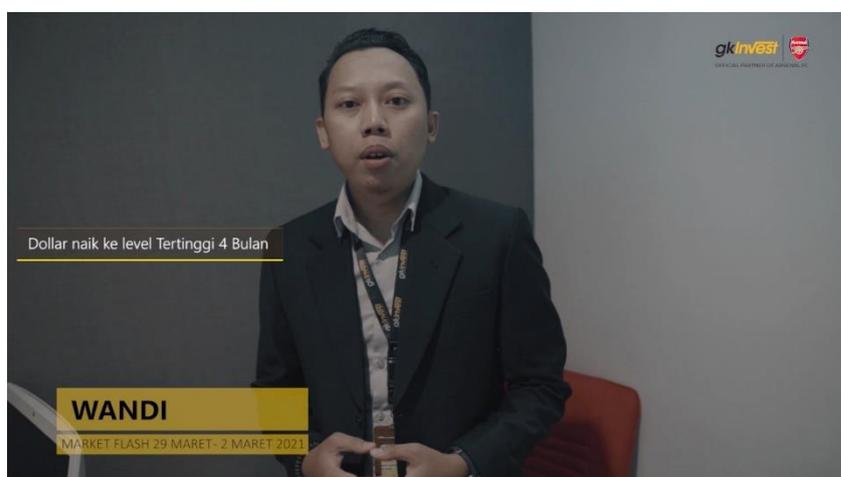
Penulis dan rekan magang diminta untuk membuat konten video *Market Flash* oleh kepala divisi *Digital Marketing* dan kepala divisi *Research and Development*. Pada pembuatan konten video *Market Flash* pertama dilakukan pada tanggal 15 Februari 2021. Penulis dijelaskan secara lisan oleh *Staff Digital Marketing* mengenai *Market Flash*. Konten video *Market Flash* berisi tentang berita pasar saham untuk seminggu kedepan. Konten video ini bertujuan untuk memberikan acuan untuk para nasabah yang ingin melakukan *trading*. Berita dalam konten video ini disampaikan oleh *Sales Supervisor* yang berbeda setiap minggunya.

Penulis menerima teks narasi dari *Staff Research and Development* dalam bentuk *hard copy*. Teks narasi untuk konten video dibuat oleh *Staff Research and Development*. Penulis diberi informasi secara lisan oleh *Staff Research and Development* mengenai isi teks narasi. Teks ini berisi informasi mengenai berita pasar saham yang akan disampaikan oleh *Sales Supervisor*. Penulis diberi arahan secara lisan mengenai konsep konten video. Konsep yang diminta yaitu seperti acara berita televisi. Pengisi konten juga diwajibkan untuk memakai jas agar terlihat lebih rapih. Penulis juga diberikan video referensi yang merupakan video *Market Flash* yang sudah dibuat.

Setelah diberi arahan oleh *Staff Digital Marketing* penulis diajak untuk bertemu dengan *Sales Supervisor* yang akan mengisi video *Market Flash*. *Staff Digital Marketing* memberi tahu kepada *Sales Supervisor* bahwa akan ada konten

video *Market Flash* setelah konten video tersebut sempat tidak dibuat selama setahun. *Staff Digital Marketing* memberikan arahan kepada *Sales Supervisor* bahwa konten video *Market Flash* akan diisi oleh *Sales Supervisor* dan akan dikerjakan oleh penulis dan rekan magang. Kemudian *Sales Supervisor* menyetujui konten video *Market Flash*. Penulis dan rekan magang mempersiapkan peralatan apa saja yang dibutuhkan seperti kamera, *clip on*, dan *tripod*. Selama proses pengambilan *footage*, penulis membantu rekan magang sebagai *videographer*.

Pengambilan *footage* dilakukan setelah jam istirahat, yaitu pukul 13:00. Lokasi pengambilan *footage* yaitu di ruang kantor yang masih kosong. Selama pengambilan *footage*, *Sales Supervisor* mengalami kesulitan dalam menghafal teks. Kemudian penulis berinisiatif menaruh teks narasi dalam aplikasi *teleprompter* pada *tablet* dan memegangnya di bawah lensa agar pengisi konten dapat membaca teks dengan mudah. Penulis juga membantu memasang *clip on* pada *Sales Supervisor* yang mengisi konten. Setelah pengambilan *footage* selesai penulis memindahkan *footage* dan audio ke dalam laptop. Materi-materi lain penulis kumpulkan seperti *lowerthird*, logo GKInvest dan musik.



Gambar 3.1 Video “*Market Flash*” GKInvest

(Dokumen Perusahaan)

Setelah semua terkumpul penulis menyusun seluruh materi yang dikumpulkan. Penulis menyunting video tersebut menggunakan *Adobe Premiere*.

Penulis juga melakukan *color grading* pada video. *Color grading* yang penulis lakukan yaitu mempertajam warna dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama. Selama penyuntingan video rekan magang juga memberi masukan pada *color grading*. Salah satu *Staff Digital Marketing* juga ikut membantu dalam pembuatan *bumper*.

Setelah itu hasil video diserahkan kepada *Head of Research and Development* dan *Staff Digital Marketing*. *Head of Research and Development* bertugas untuk memperhatikan isi dari konten video agar informasi yang disampaikan merupakan informasi yang valid. *Staff Digital Marketing* bertugas untuk memperhatikan teknis dari video. *Head of Research and Development* memberikan revisi karena penulis tidak memberikan teks yang berisi poin-poin dari video tersebut. Kemudian *Staff Digital Marketing* memberikan revisi karena *background* dari video dengan subjek terlalu kontras dan tanggal tidak dimasukkan kedalam video. Penulis langsung melakukan perbaikan pada video.

Setelah video diperbaiki dan diserahkan kembali, *Head of Research and Development* sudah mensepakati hasil dari video. Namun *Staff Digital Marketing* memberikan revisi lagi karena penulis tidak menempatkan tanggal yang tepat. Kemudian penulis perbaiki kembali video. Setelah selesai dan diserahkan kembali, *Staff Digital Marketing* mensepakati hasil video dan langsung mempublikasikan ke *Youtube*, *Facebook*, dan *Instagram*. Video *Market Flash* yang dibuat berdurasi 1 menit 47 detik. Pembuatan video ini selesai pada pukul 16:30.

Pada pembuatan video *Market Flash* yang kedua dilakukan pada tanggal 22 Februari 2021. Penulis menerima teks narasi dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy* dari *Staff Research and Development*. *Staff Digital Marketing* tidak memberi arahan kepada penulis dan rekan magang karena konsep dari video sama seperti konsep video *Market Flash* sebelumnya. *Staff Digital Marketing* mengantar penulis dan rekan magang untuk bertemu dengan *Sales Supervisor* yang akan mengisi konten video *Market Flash*. *Staff Digital Marketing* memberikan arahan kepada *Sales Supervisor* bahwa konten video *Market Flash* akan diisi oleh *Sales Supervisor* dan akan dikerjakan oleh penulis dan rekan magang. Setelah disetujui

oleh *Sales Supervisor*, penulis dan rekan magang langsung mempersiapkan peralatan yang akan digunakan, diantaranya kamera, *tripod*, *clip on*, dan *tablet* sebagai *teleprompter*.

Pengambilan *footage* dilakukan pada pukul 11:30. Lokasi pengambilan *footage* ditentukan oleh penulis dan rekan magang, yaitu di depan pintu *lift* kantor. Selama pengambilan *footage* penulis membantu rekan magang sebagai *videographer*. Penulis membantu memasang *clip on* pada *Sales Supervisor* yang mengisi konten dan memegang *tablet* sebagai *teleprompter* di bawah lensa agar *Sales Supervisor* dapat membaca teks narasi dengan jelas. Setelah selesai pengambilan *footage*, penulis memindahkan *footage* dan audio yang sudah diambil ke dalam laptop setelah jam istirahat, yaitu pukul 13:00. Penulis menyunting video menggunakan *Adobe Premiere*. Penulis menggunakan *template* yang sudah penulis buat pada video *Market Flash* sebelumnya. Sehingga penulis hanya cukup mengganti teks, audio, *footage*, musik dan *color grading*. Rekan magang memberikan masukan kepada penulis mengenai *color grading*. *Color grading* yang penulis lakukan yaitu mempertajam warna dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama.

Setelah penyuntingan selesai hasil video langsung diserahkan kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development*. *Staff Digital Marketing* memberikan revisi secara lisan mengenai *background* yang terlalu terang atau *over light*. *Head of Research and Development* memberikan revisi secara lisan pada audio rekaman suara dialog tidak terdengar karena suara musik terlalu besar. Penulis langsung melakukan perbaikan pada video. Setelah video diperbaiki dan diserahkan lagi kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development*, keduanya menyetujui hasil video yang sudah diperbaiki. Kemudian video dipublikasikan ke *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Video *Market Flash* yang dibuat berdurasi 1 menit 53 detik. Proses pembuatan video selesai pada pukul 16:00.

Pada pembuatan video *Market Flash* ketiga dilakukan pada tanggal 1 Maret 2021. Penulis menerima teks narasi dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy* dari *Staff Research and Development*. *Staff Digital Marketing* tidak memberikan

arahan karena konsep video sama seperti konsep video *Market Flash* sebelumnya. *Sales Supervisor* yang akan mengisi konten sudah diinfokan oleh *Staff Research and Development* sehari sebelum pembuatan konten video *Market Flash*. Sehingga penulis dan rekan magang bisa langsung mempersiapkan peralatan seperti kamera, *tripod*, *clip on*, dan *tablet* sebagai *teleprompter*.

Pengambilan *footage* dilakukan pada pukul 13:00. Lokasi ditentukan oleh penulis dan rekan magang, yaitu di depan pintu *lift* kantor. Selama pengambilan *footage* penulis membantu rekan magang sebagai *videographer* dalam pemasangan *clip on* pada *Sales Supervisor* yang mengisi konten video dan memegang *teleprompter* di bawah lensa agar *Sales Supervisor* dapat mudah membaca teks narasi. Setelah selesai pengambilan *footage* penulis langsung memindahkan *footage* dan audio ke dalam laptop. Penulis menyunting video menggunakan *Adobe Premiere*. Penulis memutuskan untuk mengganti *template* yang sudah penulis buat. Penulis mengganti beberapa elemen grafis pada *lowerthird* dan merubah warna agar senada dengan logo GKInvest. Setelah *template* selesai penulis menyusun teks, audio, *footage*, musik dan *color grading*. Rekan magang memberikan masukan pada *color grading*. *Color grading* yang penulis lakukan yaitu mempertajam warna dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama.

Setelah penyuntingan selesai hasil video langsung diserahkan kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development*. *Staff Digital Marketing* memberikan revisi secara lisan mengenai audio dialog yang tidak sinkron dengan *footage*. *Head of Research and Development* menyetujui hasil video dan tidak memberikan revisi. Penulis langsung memperbaiki video. Video yang sudah diperbaiki langsung diserahkan kepada *Staff Digital Marketing*. *Staff Digital Marketing* menyetujui hasil dari video yang sudah diperbaiki dan langsung dipublikasikan ke *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Video *Market Flash* yang dibuat berdurasi 1 menit 41 detik. Proses pembuatan video selesai pada pukul 16:30.

Pada pembuatan video *Market Flash* keempat dilakukan dari tanggal 29 Maret 2021 hingga 30 Maret 2021. Penulis menerima teks narasi dalam bentuk

hard copy dan *soft copy* dari *Staff Research and Development*. *Staff Digital Marketing* tidak memberikan arahan karena konsep video sama seperti konsep video *Market Flash* sebelumnya. *Sales Supervisor* yang akan mengisi konten sudah diinfokan oleh *Staff Research and Development* sehari sebelum pembuatan konten video *Market Flash*. Penulis dan rekan magang mempersiapkan peralatan yang akan digunakan diantaranya kamera, *tripod*, *clip on*, dan *tablet* sebagai *teleprompter*.

Pengambilan *footage* dilakukan pada pukul 13:00. Lokasi ditentukan oleh penulis dan rekan magang, yaitu di meja *Sales Supervisor* yang akan mengisi konten. Selama pengambilan *footage* penulis membantu rekan magang sebagai *videographer* dalam pemasangan *clip on* pada *Sales Supervisor* yang mengisi konten video dan memegang *teleprompter* di bawah lensa agar *Sales Supervisor* dapat mudah membaca teks narasi. Setelah pengambilan *footage* selesai, penulis langsung memindahkan *footage* ke dalam laptop. Penulis menyunting video menggunakan *Adobe Premiere*. Selama penyusunan *footage*, penulis mengalami kesulitan karena *Sales Supervisor* yang mengisi konten kurang jelas dalam penyampaian informasi. Penulis melaporkan hal tersebut kepada *Staff Digital Marketing*. Kemudian *Staff Digital Marketing* menyuruh penulis dan rekan magang untuk *reshoot* serta memberi tahu *Sales Supervisor* bahwa akan ada pengambilan *footage* lagi. *Reshoot* dilakukan keesokan harinya karena *Sales Supervisor* sedang sibuk. Sehingga penulis tidak dapat melanjutkan penyuntingan hingga *reshoot* dilakukan.

Di keesokan harinya penulis mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan, diantaranya kamera, *tripod*, *clip on*, dan *tablet* sebagai *teleprompter*. Lokasi ditentukan penulis dan rekan magang, yaitu di ruang *meeting* kantor. Menurut rekan magang, *Sales Supervisor* tidak dapat menyampaikan informasi dengan dengan jelas karena keramaian, sehingga dipindahkan ke ruang *meeting* kantor. Pengambilan *footage* dilakukan pada pukul 10:00. Selama pengambilan *footage*, penulis membantu rekan magang sebagai *videographer* pada pemasangan *clip on* pada *Sales Supervisor* dan memegang *teleprompter* di bawah lensa agar *Sales Supervisor* dapat mudah membaca teks narasi. Setelah pengambilan *footage*

selesai penulis langsung memindahkan *footage* dan audio ke dalam laptop. Penulis menyunting dengan menggunakan *Adobe Premiere*. Penulis menggunakan *template* yang sudah penulis buat di video sebelumnya. Sehingga penulis cukup mengganti teks, *footage*, audio, musik, dan *color grading*. *Color grading* yang penulis lakukan yaitu mempertajam warna dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama. Selama proses penyuntingan, penulis beristirahat pada saat jam kerja dan dilanjutkan lagi pada pukul 13:00.

Setelah selesai penyuntingan penulis langsung menyerahkan hasil video kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development*. *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development* menyetujui hasil video dan tidak ada revisi. Video langsung dipublikasikan ke *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Video *Market Flash* yang dibuat berdurasi 1 menit 29 detik. Pembuatan video ini selesai pada pukul 14:00.

Pada pembuatan video *Market Flash* kelima dilakukan pada tanggal 5 April 2021. Penulis menerima teks narasi dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy* dari *Staff Research and Development*. *Staff Digital Marketing* tidak memberikan arahan karena konsep video sama seperti konsep video *Market Flash* sebelumnya. *Sales Supervisor* yang akan mengisi konten sudah diinfokan oleh *Staff Research and Development* sehari sebelum pembuatan konten video *Market Flash*. Penulis dan rekan magang mempersiapkan peralatan yang akan digunakan diantaranya kamera, *tripod*, *clip on*, dan *tablet* sebagai *teleprompter*.

Pengambilan *footage* dilakukan pada pukul 13:00. Lokasi ditentukan oleh penulis dan rekan magang, yaitu di ruangan *meeting* kantor. Selama pengambilan *footage* penulis membantu rekan magang sebagai *videographer* dalam pemasangan *clip on* pada *Sales Supervisor* yang mengisi konten video dan memegang *teleprompter* di bawah lensa agar *Sales Supervisor* dapat mudah membaca teks narasi. Setelah pengambilan *footage* selesai, penulis langsung memindahkan *footage* dan audio ke dalam laptop. Penulis menyunting video dengan menggunakan *Adobe Premiere*. Penulis menggunakan *template* yang sudah dibuat pada saat pembuatan video *Market Flash* sebelumnya. Sehingga penulis cukup menyusun *footage*, audio, musik, *color grading* dan teks. *Color*

grading yang penulis lakukan yaitu mempertajam warna dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama. Rekan magang turut membantu penulis dalam memberi masukan mengenai *color grading*.

Setelah penyuntingan selesai penulis langsung menyerahkan hasil video ke *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development*. *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development* langsung menyetujui hasil video. Sehingga tidak ada revisi yang harus dilakukan. Video langsung dipublikasikan ke *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Video *Market Flash* yang dibuat berdurasi 1 menit 49 detik. Pembuatan video ini selesai pada pukul 16:30.

Pada pembuatan video *Market Flash* keenam dilakukan pada tanggal 12 April 2021. Penulis menerima teks narasi dari *Staff Research and Development* dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy*. *Staff Digital Marketing* tidak memberi arahan karena konsep video sama seperti video *Market Flash* sebelumnya. *Sales Supervisor* sudah diinfokan oleh *Staff Research and Development* sehari sebelum pembuatan video. Kemudian penulis dan rekan magang mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan diantaranya, kamera, *tripod*, *clip on*, dan *tablet* sebagai *teleprompter*.

Pengambilan *footage* dilakukan pada pukul 13:00. Lokasi ditentukan oleh penulis dan rekan magang, yaitu di depan meja *receptionist*. Selama pengambilan *footage* penulis membantu rekan magang sebagai *videographer* dalam pemasangan *clip on* pada *Sales Supervisor* yang mengisi konten video dan memegang *teleprompter* di bawah lensa agar *Sales Supervisor* dapat mudah membaca teks narasi. Setelah pengambilan *footage* selesai, penulis langsung memindahkan *footage* dan audio ke dalam laptop. Penulis menyunting video dengan menggunakan *Adobe Premiere*. Penulis menggunakan *template* yang penulis buat pada video *Market Flash* sebelumnya. Penulis cukup menyusun *footage*, audio, musik, *color grading* dan teks. *Color grading* yang penulis lakukan yaitu mempertajam warna dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama. Rekan magang turut membantu penulis dalam memberi masukan mengenai *color grading*.

Setelah penyuntingan selesai penulis langsung menyerahkan hasil video kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development*. *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development* sama-sama memberikan revisi secara lisan mengenai audio dialog karena terlalu kecil. Penulis langsung memperbaiki video sesuai dengan revisi yang diberikan. Penulis langsung menyerahkan video kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development* setelah diperbaiki. *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development* menyetujui hasil video yang sudah diperbaiki dan langsung dipublikasikan ke *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Video *Market Flash* yang dibuat berdurasi 1 menit 15 detik. Pembuatan video ini selesai pada pukul 16:30.

Pada pembuatan video *Market Flash* yang ketujuh dilakukan pada tanggal 19 April 2021. Penulis menerima teks narasi oleh *Staff Research and Development* dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy*. *Head of Research and Development* menyuruh penulis dan rekan magang untuk memberi info pada *Sales Supervisor* yang akan mengisi video *Market Flash*. Kemudian penulis dan rekan magang bertemu *Sales Supervisor* menjelaskan secara lisan bahwa *Head of Research and Development* menunjuk *Sales Supervisor* untuk mengisi video *Market Flash*. Setelah *Sales Supervisor* menyetujui untuk mengisi video *Market Flash*, penulis dan rekan magang mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan diantaranya kamera, *tripod*, *clip on*, dan *tablet* sebagai *teleprompter*.

Pengambilan *footage* dilakukan pada pukul 13:00. Lokasi ditentukan oleh penulis dan rekan magang, yaitu di lorong kantor. Selama pengambilan *footage* penulis membantu rekan magang sebagai *videographer* dalam pemasangan *clip on* pada *Sales Supervisor* yang mengisi konten video dan memegang *teleprompter* di bawah lensa agar *Sales Supervisor* dapat mudah membaca teks narasi. Setelah pengambilan *footage* selesai, penulis langsung memindahkan *footage* dan audio ke dalam laptop. Penulis menyunting video dengan menggunakan *Adobe Premiere*. Penulis memutuskan untuk mengganti template diantaranya elemen grafis *lower third* dan elemen grafis teks poin-poin isi video menjadi *running text*. Kemudian penulis menyusun *footage*, audio, musik, teks dan *color grading*. *Color*

grading yang penulis lakukan yaitu mempertajam warna dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama. Rekan magang turut membantu penulis dalam memberi masukan mengenai *color grading*.

Setelah penyuntingan selesai penulis langsung menyerahkan hasil video kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development*. *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development* langsung menyetujui hasil video. Sehingga tidak ada revisi yang dilakukan. Video langsung dipublikasikan ke *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Video *Market Flash* yang dibuat berdurasi 1 menit 34 detik. Pembuatan video *Market Flash* selesai pada pukul 16:30.

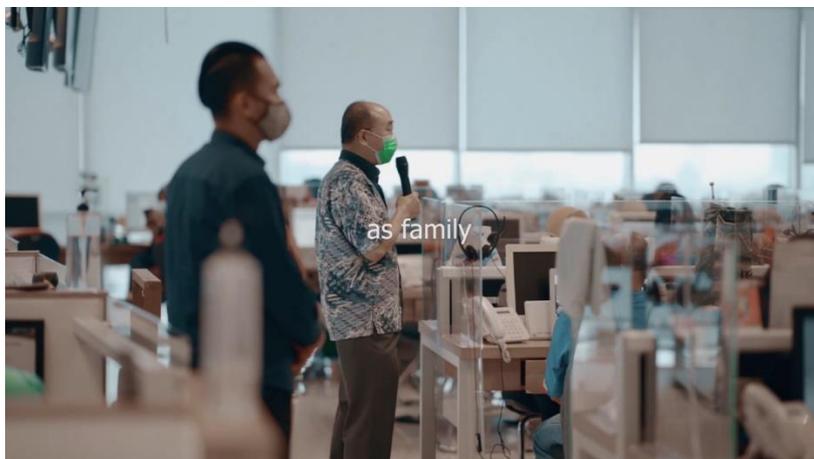
Pada pembuatan video *Market Flash* kedelapan dilakukan pada tanggal 3 Mei 2021. Pada tanggal tersebut penulis sedang izin tidak hadir karena keperluan kuliah, yaitu mengumpulkan skripsi. Penulis sudah memberi kabar kepada *Head of Digital Marketing* melalui *WhatsApp*. Namun info bahwa penulis tidak hadir tidak sampai kepada *Head of Research and Development* sehingga penulis tetap disuruh untuk membuat video *Market Flash*. Penulis memutuskan untuk melakukan pembuatan video *Market Flash* sendiri di rumah dan menjadi pengisi video *Market Flash*. Penulis menyampaikan keputusan penulis kepada *Head of Research and Development* dan langsung disetujui. Setelah penulis menyelesaikan pengumpulan skripsi, penulis langsung mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan diantaranya kamera, *tripod*, *clip on*, dan *tablet* sebagai *teleprompter*.

Penulis melakukan pengambilan *footage* pada pukul 16:00. Lokasi pengambilan *footage* yaitu di depan rumah penulis. Penulis memasang *clip on* sendiri. Penulis menaruh kamera yang dipasang *tripod* di depan penulis dan menaruh *teleprompter* di bawah lensa yang dialasi kursi agar penulis dapat membaca teks narasi dengan mudah. Setelah pengambilan *footage* selesai penulis langsung memindahkan *footage* dan audio ke dalam laptop. Penulis menyunting dengan menggunakan *Adobe Premiere*. Penulis menggunakan *template* yang sudah penulis buat pada video *Market Flash* sebelumnya. sehingga penulis cukup menyusun *footage*, audio, musik, *color grading* dan teks. *Color grading* yang

penulis lakukan yaitu mempertajam warna dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama.

Setelah penyuntingan selesai penulis langsung menyerahkan hasil video kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development*. *Staff Digital Marketing* memberikan revisi melalui teks yaitu di akhir video terdapat *blank video*. *Head of Research and Development* memberikan revisi melalui teks yaitu tidak adanya teks poin-poin dari video yang ditampilkan. Penulis langsung memperbaiki video berdasarkan revisi yang disampaikan. Kemudian video yang sudah diperbaiki diserahkan kepada *Staff Digital Marketing* dan *Head of Research and Development* melalui *WhatsApp* dan langsung disetujui. Video langsung dipublikasikan ke *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Video *Market Flash* yang dibuat berdurasi 1 menit. Pembuatan video ini selesai pada pukul 21:00.

Untuk konten video “Jumat Ceria” merupakan konten yang dibuat oleh penulis dan rekan magang secara inisiatif. Pada setiap hari Jumat pagi, ruangan *sales* selalu mengadakan acara senam. Acara ini bertujuan untuk menghibur dan menyegarkan pikiran *sales*. Acara ini juga memiliki hadiah bagi orang yang paling semangat dalam melakukan senam. Menurut penulis dan rekan magang, acara ini perlu dijadikan konten video dan dipublikasikan karena hal ini dapat berpengaruh pada profil perusahaan.



Gambar 3.2 Video “Jumat Ceria” GKInvest

(Dokumen Perusahaan)

Setelah rekan magang sebagai *videographer* selesai mengambil *footage*, penulis mengumpulkan materi-materi yang diperlukan. Konsep penyuntingan video ini merupakan hasil dari diskusi antara penulis dan rekan magang. Penulis menyunting dengan menyusun *footage*, mengatur kecepatan video atau *slowmotion*, *color grading*, menambahkan musik serta mengatur *cutting* sesuai dengan ritme musik. *Color grading* yang penulis lakukan yaitu mengatur temperatur video menjadi sedikit *cold* dan menyesuaikan agar tiap *footage* yang disusun memiliki warna yang sama. Setelah video mencapai kesepakatan antara penulis dan rekan magang, kemudian diserahkan kepada *Staff Digital Marketing*. *Staff Digital Marketing* memberikan revisi mengenai satu *footage* yang tidak layak untuk dipublikasikan. Kemudian menyerahkan hasil video yang sudah diperbaiki kepada *Staff Digital Marketing* dan langsung disetujui. Video langsung dipublikasikan ke *Instagram*.

Selama penulis melaksanakan kerja magang, penulis mendapatkan informasi dari *Head of Research and Development* secara lisan bahwa terdapat banyak nasabah yang tertipu oleh pihak tidak bertanggung jawab yang mengatasnamakan GKInvest. Akibatnya nasabah-nasabah tersebut mengalami kerugian yang cukup besar. Sehingga *Staff Digital Marketing* menyuruh penulis dan rekan magang untuk membuat video himbauan yang diisi oleh *President Director*. Video ini dibuat untuk memberikan himbauan kepada nasabah agar mereka harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi dan hanya melakukan transaksi ke rekening resmi GKInvest. Setelah rekan magang sebagai *videographer* mengambil *footage*, penulis mengumpulkan materi-materi yang diperlukan. Penulis menyusun *footage*, mensinkron audio dan *footage*, memasukkan beberapa elemen grafis, logo GKInvest, *color grading*, dan *bumper*. Hasil video diserahkan kepada *Staff Digital Marketing* dan kemudian diserahkan lagi kepada *President Director*. Revisi dari *President Director* hanya *color grading* yang kurang sesuai karena warna yang digunakan penulis terlalu *warm*. Setelah penulis revisi dengan mengurangi temperatur pada video langsung diserahkan lagi kepada *Staff Digital Marketing* dan *President Director*. Hasil

video tersebut disepakati oleh *Digital Marketing* dan President Director dan dipublikasikan ke *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*.



Gambar 3.3 Video Himbauan GKInvest

(Dokumen Perusahaan)

Selama melaksanakan kerja magang, mulai dari tanggal 8 Maret 2021 hingga 26 Maret 2021 penulis terpapar COVID-19. Sehingga penulis tidak dapat hadir ke kantor. Penulis terpapar COVID-19 berdasarkan dari hasil Swab PCR pada tanggal 5 Maret 2021. Selama terpapar COVID-19 penulis diberikan keringanan oleh perusahaan untuk beristirahat. Sehingga penulis tidak diberikan tugas atau pekerjaan. Selain itu pada tanggal 26 April 2021 hingga 30 April 2021 divisi *Digital Marketing* dan *Research and Development* melakukan *Work From Home* karena salah satu karyawan ada yang terpapar COVID-19.

Pada hari terakhir penulis memberi info kepada seluruh divisi *Digital Marketing* dan *Research and Development* bahwa hari tersebut merupakan hari terakhir penulis melakukan kerja magang. Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh karyawan divisi *Digital Marketing* dan *Research and Development* karena telah memberi pengalaman baru bagi penulis. Seluruh karyawan divisi *Digital Marketing* dan *Research and Development* juga memberikan ucapan terimakasih kepada penulis karena telah memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Penulis juga meminta surat selesai magang kepada *Staff Digital Marketing* dan langsung diterima oleh penulis. Sebelum pulang

penulis berpamitan kepada seluruh karyawan divisi *Digital Marketing* dan *Research and Development*.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Ada beberapa kendala yang ditemukan penulis selama melaksanakan kerja magang. Yang pertama yaitu kurangnya koordinasi antara penulis dan rekan magang saat penyuntingan foto dokumentasi acara komunitas perusahaan. Sehingga terjadinya penundaan publikasi hasil foto-foto tersebut. Yang kedua yaitu pada saat penulis melakukan *input* data nasabah, pembimbing lapangan tidak dapat hadir ke kantor karena keperluan keluarga sehingga penulis mengalami kesulitan untuk *input* data nasabah. Yang ketiga yaitu pada hari pembuatan video "*Market Flash*" penulis tidak hadir ke kantor karena sedang mengurus keperluan skripsi. Pada hari itu juga, pembuat teks narasi "*Market Flash*" juga tidak dapat hadir karena sedang sakit.

3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang pertama yaitu penulis dan rekan magang lebih sering berkomunikasi dan membagi tugas dengan jelas agar koordinasi antara penulis dan rekan magang lebih baik. Untuk solusi pada kendala yang kedua yaitu meminta *Staff Digital Marketing* yang lain untuk memberikan panduan dalam melakukan *input* data nasabah. Kemudian solusi untuk kendala yang ketiga yaitu penulis meminta pembimbing untuk penulis membuat dan sekaligus mengisi video "*Market Flash*" sendiri dirumah. Untuk pembuatan teks narasi penulis dibantu dengan *Staff Research and Development*.