

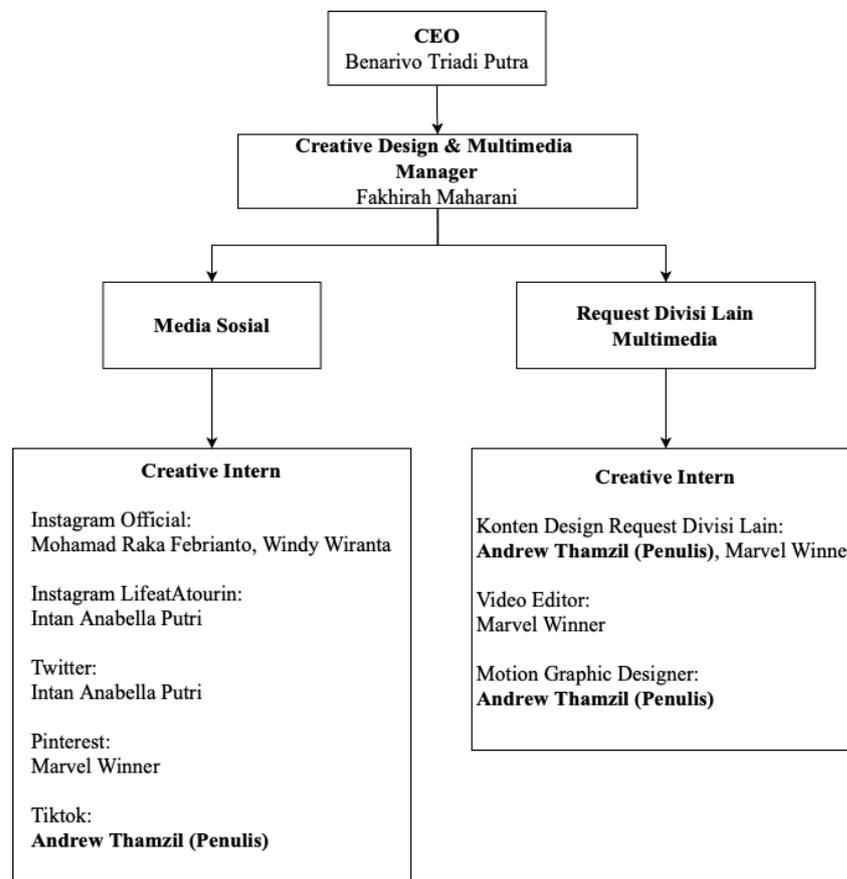
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Pada program kerja magang secara virtual di Atourin, penulis mendapatkan posisi sebagai *creative intern* di divisi *creative design & multimedia*. Divisi *creative design & multimedia* berperan pada pengelolaan konten kreatif baik itu desain dan multimedia sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kebutuhan perusahaan meliputi media sosial, dokumen perusahaan, kebutuhan eksternal, dan lainnya.

1. Kedudukan



Gambar 3.1. Bagan Struktur Divisi *Creative Design & Multimedia*

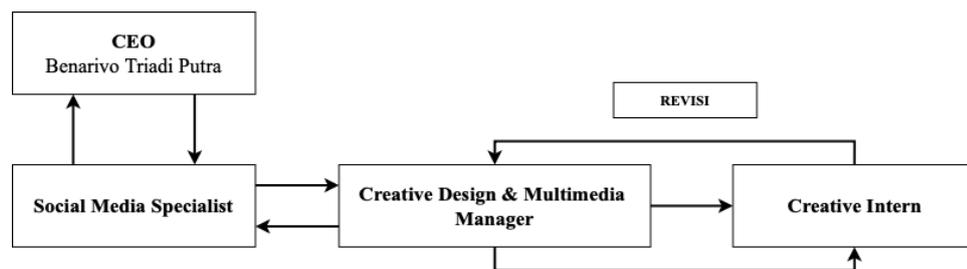
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penulis berperan sebagai *creative intern* yang memiliki deskripsi pekerjaan untuk mengelola konten kreatif baik pada desain dan multimedia. Secara spesifik pada konten kreatif multimedia, penulis memiliki deskripsi pekerjaan sebagai *motion designer*. Penulis juga memiliki deskripsi pekerjaan untuk mengelola konten kreatif media sosial Tiktok sebagai *motion designer*. *Motion designer* pada Atourin bertugas untuk melakukan proses komposisi konten kreatif agar dapat menyampaikan informasi dengan pergerakan visual yang interaktif. Selain itu, penulis bertugas mengelola konten kreatif desain sesuai dengan request divisi lain. Hasil pengelolaan konten kreatif harus ditinjau kembali oleh Fakhirah Maharani selaku *Creative Design & Multimedia Manager* sebelum dikoordinasikan kembali pada divisi yang mengajukan konten kreatif. CEO selaku *supervisor* divisi *creative design & multimedia* juga melakukan peninjauan pada hasil konten kreatif sekaligus mengawasi dinamika divisi *creative design & multimedia*.

2. Koordinasi

Divisi *creative design & multimedia* mengelola konten kreatif sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Konten kebutuhan perusahaan yang dikelola oleh divisi *creative design & multimedia* dibagi menjadi dua, yaitu konten kreatif media sosial dan konten kreatif berdasarkan request divisi lain/multimedia. Konten kreatif media sosial merupakan konten publikasi dari divisi *social media specialist* guna meningkatkan *engagement rate* di media sosial Atourin. Divisi *social media specialist* akan merangkum konten publikasi ke dalam bentuk konten artikel dan menempatkan konten tersebut ke dalam database yang disebut sebagai '*Editorial Plan*'. Pada database '*Editorial Plan*' terdapat informasi mengenai konten publikasi seperti deskripsi konten, referensi konten kreatif, *person in charge*, *deadline*, dan tanggal publikasi yang dapat menjadi pedoman divisi *creative design & multimedia*. Divisi *creative design & multimedia* menerjemahkan konten artikel tersebut menjadi konten kreatif yang siap untuk dipublikasikan di media sosial Atourin. Hasil konten kreatif akan ditinjau oleh *Creative Design & Multimedia Manager* sebelum diberikan

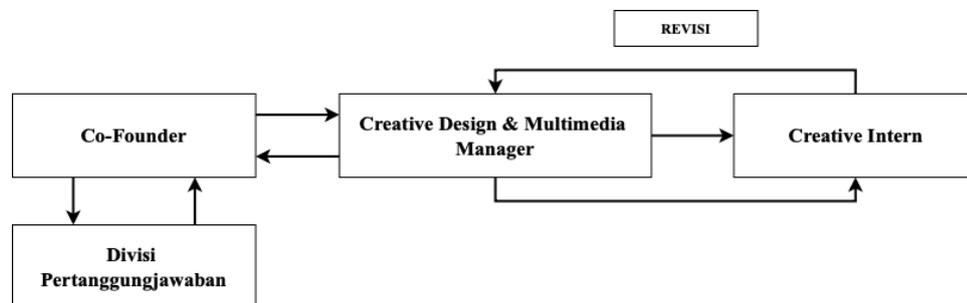
ke divisi *social media specialist*. Proses revisi dilakukan jika hasil konten kreatif belum tepat sasaran. Setelah mendapatkan persetujuan dari *Creative Design & Multimedia Manager*, Penulis menunggah hasil konten kreatif pada database konten kreatif perusahaan (Google Drive). Divisi *social media specialist* akan melakukan peninjauan pada hasil konten kreatif yang telah diunggah ke database konten kreatif. CEO juga meninjau hasil konten kreatif mengingat CEO merupakan *supervisor* dari divisi *social media specialist*. Proses revisi dilakukan jika hasil konten kreatif belum tepat sasaran dengan visi konten publikasi *social media specialist*. Jika sudah sesuai dengan visi konten publikasi, divisi *social media specialist* melanjutkan pada tahap mengunggah sesuai dengan tanggal publikasi yang telah ditentukan.



Gambar 3.2. Bagan Alur Koordinasi Konten Kreatif Sosial Media
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Konten kreatif *request* divisi lain merupakan konten kreatif untuk kebutuhan perusahaan dari *Co-Founder* dan lintas divisi lainnya diluar divisi *social media specialist*. Divisi yang memiliki keterkaitan dengan konten kreatif *request* divisi lain cenderung divisi *Event Management*, namun tidak menutup kemungkinan divisi lainnya juga mengajukan konten kreatif pada divisi *creative design & multimedia*. *Co-Founder* akan merangkum konten kreatif ke dalam bentuk konten artikel dan menempatkan konten tersebut ke dalam database yang disebut sebagai '*Database Request Divisi Lain*'. Pada '*Database Request Divisi Lain*' terdapat informasi mengenai konten publikasi seperti deskripsi konten, referensi konten kreatif, *person in charge*, *deadline*, dan tanggal publikasi yang dapat menjadi pedoman divisi *creative design &*

multimedia. *Co-Founder* juga mewakili divisi masing-masing sesuai dengan pertanggungjawaban yang ingin mengajukan konten kreatif. Divisi *creative design & multimedia* menerjemahkan konten artikel tersebut menjadi konten kreatif yang siap untuk digunakan oleh lintas divisi Atourin. Hasil konten kreatif akan ditinjau oleh *Creative Design & Multimedia Manager* sebelum diberikan ke lintas divisi. Proses revisi dilakukan jika hasil konten kreatif belum tepat sasaran. Setelah mendapatkan persetujuan dari *Creative Design & Multimedia Manager*, Penulis menunggah hasil konten kreatif pada database konten kreatif perusahaan (Google Drive). *Co-Founder* yang bertanggung jawab atas pengajuan konten kreatif akan melakukan peninjauan pada hasil konten kreatif yang telah diunggah ke database konten kreatif. Proses revisi dilakukan jika hasil konten kreatif belum tepat sasaran dengan visi dari *Co-Founder* yang bertanggung jawab atas pengajuan konten kreatif. Jika sudah sesuai, *Co-Founder* melanjutkan hasil konten kreatif ke lintas divisi agar dapat digunakan sebagai kebutuhan perusahaan.



Gambar 3.3. Bagan Alur Koordinasi Konten Kreatif *Request* Divisi Lain

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan tabel keterangan proyek yang dilakukan oleh penulis selama pelaksanaan kerja magang.

Tabel 3.1. Detail Keterangan yang Dilakukan Selama Kerja Magang

| No. | Minggu | Proyek | Keterangan |
|-----|--------|---|---|
| 1 | 1 | a. <i>Template Instagram Story Birthday Intern.</i> | a. Pembuatan <i>motion graphic</i> pada video Instagram <i>story Birthday Intern.</i> |
| | | b. Video FAQs seputar Atourin. | b. Pembuatan <i>motion graphic</i> untuk video FAQs seputar Atourin. |
| | | c. Sertifikat <i>Internship.</i> | c. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> sertifikat <i>internship.</i> |
| | | d. Video <i>Campus Ambassador</i> Atourin. | d. Pembuatan <i>motion graphic</i> untuk video <i>Campus Ambassador.</i> |
| | | e. Poster Atourin Talk #9. | e. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> poster Atourin Talk #9. |
| 2 | 2 | a. Video <i>Campus Ambassador</i> Atourin. | a. Revisi video <i>Campus Ambassador</i> |
| | | b. Video <i>Happy Chinese New Year</i> 2021. | b. Pembuatan <i>motion graphic</i> pada video <i>Happy Chinese New Year</i> 2021. |
| 3 | 3 | Video Atourin <i>Rewind</i> 2020. | Pembuatan video <i>opening</i> dan <i>Quarter 2 Atourin Rewind</i> 2020. |

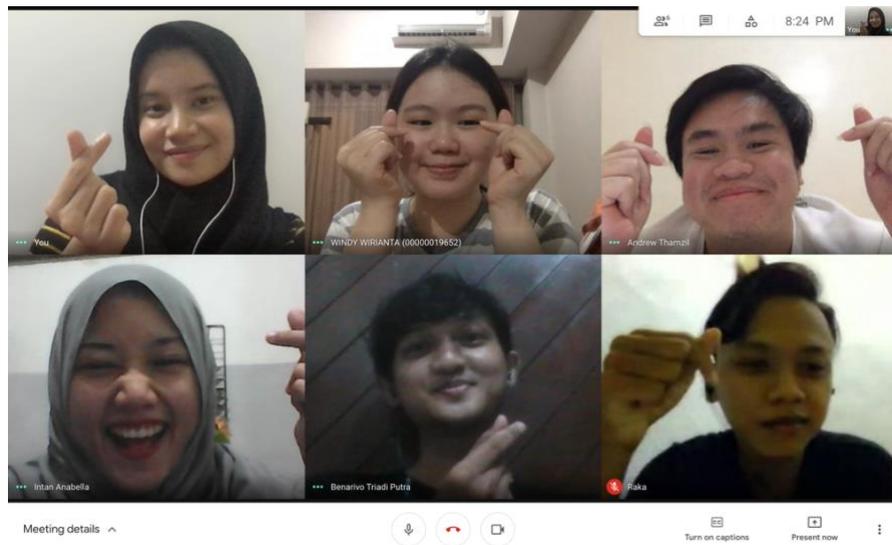
| No. | Minggu | Proyek | Keterangan |
|-----|--------|---|---|
| 4 | 4 | a. Video Atourin <i>Rewind</i> 2020. | a. Melanjutkan Atourin <i>Rewind</i> 2020 <i>Quarter</i> 2 dan pembuatan <i>Quarter</i> 3. |
| | | b. Video Tiktok Nepal van Java. | b. Pembuatan aset visual dan <i>motion graphic</i> untuk video Tiktok Nepal van Java. |
| 5 | 5 | Video Atourin <i>Rewind</i> 2020. | Melanjutkan <i>opening</i> dan <i>Quarter</i> 3 serta revisi <i>Quarter</i> 2. |
| 6 | 6 | Video Atourin <i>Rewind</i> 2020. | Melanjutkan dan revisi Atourin <i>Rewind</i> 2020 <i>Quarter</i> 3 serta pembuatan Atourin <i>Rewind</i> 2020 <i>Quarter</i> 4. |
| 7 | 7 | a. Video Atourin <i>Rewind</i> 2020. | a. <i>Final compile</i> Atourin <i>Rewind</i> 2020 |
| | | b. Video Tiktok Jakarta Rasa Bali. | b. Pembuatan aset visual dan <i>motion graphic</i> untuk video Tiktok Jakarta Rasa Bali. |
| 8 | 8 | a. Video <i>Virtual Town Hall Metting</i> Atourin. | a. Pembuatan video <i>Aftermovie Virtual Town Hall Metting</i> Atourin. |
| | | b. Sertifikat Virtual Travelling SD Pembangunan Jaya. | b. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> Sertifikat Virtual Travelling SD Pembangunan Jaya. |
| 9 | 9 | a. Poster VT HIMAPAR FIAUB. | a. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> Poster VT HIMAPAR FIAUB. |
| | | b. Poster VT Keluarga MDC Bandar Lampung. | b. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> Poster VT Keluarga MDC Bandar Lampung. |

| No. | Minggu | Proyek | Keterangan |
|-----|--------|---|---|
| 10 | 10 | a. Poster VT Ngabuburit Live Ramadhan. | a. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> Poster dan poster individu VT Ngabuburit <i>Live</i> Ramadhan. |
| | | b. Banner Locket.com VT Ngabuburit Live Ramadhan | b. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> Banner Locket.com. |
| | | c. Poster Jelajah Desa Nusantara. | c. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> Poster Jelajah Desa Nusantara. |
| | | d. Poster VT Amazing Raja Ampat. | e. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> Poster VT Amazing Raja Ampat. |
| 11 | 11 | a. Poster Jelajah Desa Nusantara. | a. Revisi poster Jelajah Desa Nusantara. |
| | | b. Poster VT The Charm of East Java. | b. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> Poster VT The Charm of East Java. |
| | | c. Video VT USANA Jogja Prambanan, Sewu, dan Naik Andong. | c. Pembuatan video dan <i>motion graphic</i> VT USANA Jogja Prambanan, Sewu, dan Naik Andong. |
| | | d. Poster gabungan VT Jelajah Desa Nusantara. | e. Pembuatan <i>layout</i> dan <i>visual</i> untuk poster gabungan VT Jelajah Desa Nusantara. |
| 12 | 12 | a. Video Tiktok Jelajah Desa Nusantara Danau Toba. | a. Pembuatan <i>motion graphic</i> dan aset visual untuk Video Tiktok Jelajah Desa Nusantara Danau Toba. |

| No. | Minggu | Proyek | Keterangan |
|-----|--------|---|---|
| 12 | 12 | b. Video Tiktok Jelajah Desa Nusantara Labuan Bajo. | b. Pembuatan <i>motion graphic</i> dan aset visual untuk Video Tiktok Jelajah Desa Nusantara Labuan Bajo. |
| | | c. Video VT <i>Amazing</i> Raja Ampat | c. Pembuatan video dan <i>motion graphic</i> VT <i>Amazing</i> Raja Ampat. |
| 13 | 13 | a. Tiktok Jelajah Desa Nusantara Labuan Bajo. | a. Melanjutkan video Tiktok Jelajah Desa Nusantara Labuan Bajo. |
| | | b. <i>External Guideline</i> Atourin. | b. Pembuatan <i>Bumper In & Out</i> serta <i>running text</i> Atourin. |
| | | c. Video Tiktok Jelajah Desa Nusantara Likupang. | c. Pembuatan <i>motion graphic</i> dan aset visual untuk Video Tiktok Jelajah Desa Nusantara Likupang. |

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada divisi *creative design & multimedia* Atourin, penulis memiliki deskripsi pekerjaan sebagai *creative intern*, secara spesifik bertanggung jawab sebagai *motion designer* pada konten kreatif media sosial Tiktok dan multimedia. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab atas konten kreatif *request* divisi lain. Pada laporan magang ini, penulis memfokuskan pada pembahasan proyek konten kreatif yang membutuhkan peranan penulis sebagai *motion designer*. Proyek konten kreatif berupa desain grafis tidak dibahas dalam uraian guna menghindari pembahasan yang terlalu luas.



Gambar 3.4. Foto Dokumentasi Divisi *Creative Design & Multimedia*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

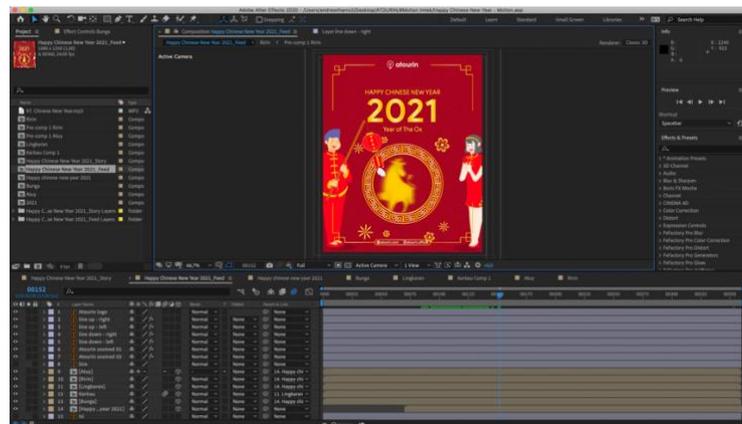
3.3.1. Proses Pelaksanaan

Dalam proses pelaksanaan proyek, penulis menggunakan perangkat lunak seperti *Adobe Illustrator*, *Adobe After Effect*, dan *Adobe Premiere Pro*. Secara umum, penulis menggunakan *Adobe Illustrator* untuk membuat aset-aset visual yang akan diekspor ke *Adobe After Effect*. *Adobe After Effect* digunakan oleh penulis untuk melakukan proses komposisi aset visual agar terbentuknya *motion graphic*. Penulis juga menggunakan *Adobe After Effect* sebagai alternatif untuk membuat aset visual. *Adobe Premiere Pro* digunakan untuk melakukan komposisi akhir seperti latar musik dan efek suara. Penulis mengimplementasikan *brand guideline* Atourin pada proyek konten kreatif agar konsisten dalam pencitraan *brand* Atourin. *Brand guideline* Atourin menguraikan penggunaan *color palette*, *shape*, *font*, *grid*, dan ketentuan lainnya. Khusus untuk konten kreatif *motion graphic*, penulis berpedoman pada *brand personality* Atourin karena tidak ada penjelasan spesifik mengenai *motion graphic* pada *brand guideline* Atourin.

a. Motion Happy Chinese New Year 2021 Atourin

Divisi *social media specialist* mengajukan konten kreatif ke database ‘*Editorial Plan*’. Konten kreatif berupa ucapan ‘*Happy Chinese New Year*

2021' di akun Instagram @atourin.official dalam bentuk Instagram *feed* dan Instagram *story*. Konten kreatif ini memiliki batas waktu pengumpulan tanggal 11 Februari dan akan dipublikasikan tanggal 12 Februari bertepatan perayaan Tahun Baru Imlek. Penulis ditugaskan untuk menggerakkan aset visual yang telah disusun oleh rekan kerja penulis sesuai dengan *brand guideline* Atourin dan ditambah sentuhan ornamen perayaan Tahun Baru Imlek. Aset visual terdiri dari logo Atourin, *frame* dengan ornamen Tahun Baru Imlek, teks '*Happy Chinese New Year 2021*', teks '*Year of The Ox*', ornamen bunga, ornamen Tahun Baru Imlek berbentuk lingkaran yang di dalamnya terdapat ilustrasi kerbau, maskot bernama Atuy yang mengenakan pakaian Tahun Baru Imlek sambil memegang lampion, dan maskot bernama Ririn yang mengenakan pakaian Tahun Baru Imlek sambil memegang angpau. *Creative Design & Multimedia Manager* meminta ornamen bunga bergerak memutar, ornamen Tahun Baru Imlek berbentuk lingkaran bergerak memutar berlawanan arah jarum jam, dan ilustrasi kerbau berputar seperti koin dengan poros vertikal. Selain itu, pergerakan dapat dikreasikan secara bebas oleh penulis.



Gambar 3.5. Proses Pengerjaan *Motion* Happy Chinese New Year 2021
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pertama, penulis mengelompokkan aset visual di *Adobe Illustrator* berdasarkan kategori dan membaginya ke dalam *layer* masing-masing. Hal ini dilakukan agar aset visual dapat dikelompokkan dalam *Adobe After Effect* guna mempermudah tahap komposisi pergerakan. Penulis melanjutkan pada tahap ekspor *file* format Ai ke dalam *Adobe After Effect* sebagai komposisi. Penulis mengatur durasi keseluruhan adalah 15 detik dengan 24 fps sesuai ketentuan batas durasi maksimal Instagram *feed* dan *story*. Kedua, penulis mulai menggerakkan aset visual dengan setiap aset visual yang bergerak cenderung tidak melebihi 35 *frame*/1,5 detik agar penonton tidak merasa bosan menunggu pergerakan aset visual selesai. Logo Atourin diberikan gerakan *pop-up* dengan mengatur *scale* dan *speed graph* membentuk *easy ease*. Pada logo Atourin juga ditambahkan efek *motion blur* agar pergerakan *pop-up* logo lebih halus. *Frame* dengan ornamen Tahun Baru Imlek digerakkan menggunakan efek *stroke* dari atas ke bawah. Teks '*Happy Chinese New Year*' diberikan gerakan *pop-up* dengan pengaplikasian yang serupa dengan logo Atourin. Teks '2021' menggunakan *position* dengan memanfaatkan fitur *offset* agar terbentuk pergerakan *reveal* menurun secara berurutan. Perancangan pergerakan *pop-up*, *stroke*, dan *reveal* pada aset visual didasarkan pada *brand personality* Atourin yang tercantum pada *brand guideline* Atourin. *Brand personality* Atourin yang diaplikasikan meliputi *easy*, *fun*, dan *happiness*. Oleh karena itu penulis merancang pergerakan *motion* agar tampil sederhana dan menyenangkan. Aset visual ornamen bunga, ornamen lingkaran, ilustrasi kerbau, Atuy, dan Ririn diatur menjadi bentuk 3D *Layer* agar ruang konten dapat bergerak *panning* ke belakang. Ornamen bunga dan lingkaran menggunakan *rotation* berporos pada *Z rotation* sedangkan ilustrasi kerbau menggunakan *rotation* berporos pada *Y rotation* dan *speed graph ease in*. Ilustrasi kerbau juga menggunakan efek *directional blur* dan *motion blur* agar dapat tercapainya ilusi gerakan koin yang cepat kemudian perlahan melambat. Pada aset visual Atuy, penulis mengelompokkan aset menjadi dua bagian, yaitu Atuy dengan tongkat dan

lampion. Aset visual Atuy dengan tongkat menggunakan fitur *puppet tool* dan melakukan *pin* pada bagian kepala, leher, bahu, dan badan bagian atas. Penulis mengatur pin dengan menggunakan *position* agar dapat terbentuk pergerakan bernapas yang dinamis. Pada lampion, penulis mengatur poros/*anchor point* pada ujung lampion dan digerakkan menggunakan *rotation*. Aset visual Ririn juga menggunakan fitur yang serupa dengan Atuy namun tidak ada pengelompokan aset seperti yang diterapkan pada aset visual Atuy.



Gambar 3.6. Hasil Akhir *Motion* Happy Chinese New Year 2021
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. Atourin Rewind 2020

Co-Founder Atourin ingin membentuk konten kreatif berupa rangkuman pencapaian Atourin selama tahun 2020 dalam bentuk video. CEO mengumpulkan divisi *creative design & multimedia* agar dapat melakukan diskusi mengenai konten kreatif ini. Setelah diskusi, CEO memutuskan untuk membentuk tim multimedia beranggota dari *creative intern* yang meliputi *story & script writer*, *visual asset artist*, *video editor*, dan *motion*

designer. *Story & script writer* bertugas untuk membentuk alur penyampaian video dan *script voice-over* yang akan menjadi narator dalam penyampaian video. *Visual asset artist* bertugas menyediakan aset visual yang akan dikomposisi oleh *motion designer*. *Video editor* bertugas untuk merangkum *event-event* Atourin seperti *virtual tour*, pelatihan online, seminar yang berjudul ‘*Atourin Talk*’, dan lainnya. *Motion designer* bertugas untuk melakukan komposisi aset visual keseluruhan video agar dapat menyampaikan informasi yang bergerak secara interaktif.

Tim multimedia melakukan diskusi dan menetapkan Youtube *Rewind* sebagai tema dari konten kreatif rangkuman pencapaian Atourin. Judul video dari konten kreatif ini disebut sebagai *Atourin Rewind 2020*. *Atourin Rewind 2020* memiliki konsep memaparkan rangkuman pencapaian Atourin pada tahun 2020 yang dibagi per bulan dengan visual menyerupai *interface* Youtube. Secara singkat, Video *Atourin Rewind 2020* menceritakan mengenai Atuy dan Ririn sedang menonton pencapaian Atourin pada tahun 2020 yang diiringi oleh narator. Nataror memaparkan *event-event* Atourin per bulan. Setiap bulan memiliki perpindahan transisi yang menyerupai perpindahan halaman di laman Youtube. *Atourin Rewind 2020* dibagi menjadi tiga babak besar, yaitu *opening*, rangkuman *event* per bulan, dan *closing*. *Opening* terdiri dari beberapa *scene*, yaitu *scene* Atuy dan Ririn sedang menonton melalui laptop, *scene* penjelasan mengenai layanan Atourin, dan *scene* berita Covid-19. Rangkuman *event* per bulan meliputi video *summary event* yang dibagi per bulan meliputi bulan April-Desember 2020. Setiap perpindahan video per bulan dikemas menggunakan transisi yang menyerupai perpindahan halaman di laman Youtube. *Closing* terdiri dari *scene* Atuy dan Ririn selesai menonton video pencapaian Atourin 2020, dan ditutup dengan logo Atourin beserta slogan #BEYONDTRAVELING.

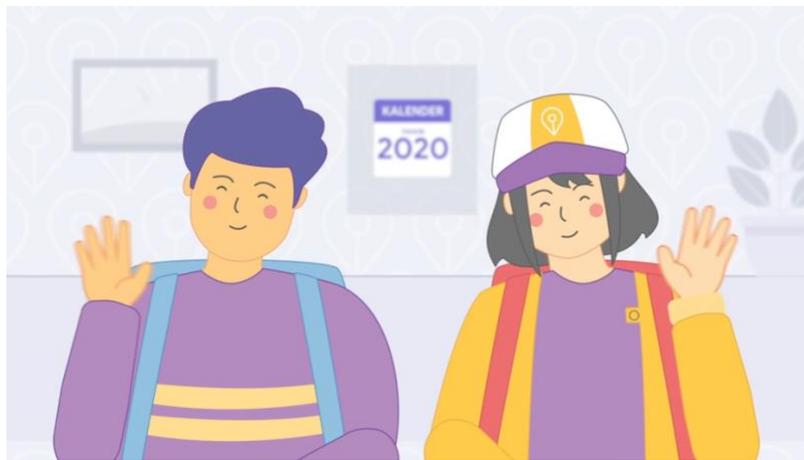
Berdasarkan tiga babak besar dalam video *Atourin Rewind 2020*, penulis sebagai *motion designer* secara spesifik memiliki tugas berikut.

Tabel 3.2. Tabel Deskripsi Pekerjaan Penulis pada *Atourin Rewind 2020*

| Babak | Keterangan |
|----------------------------------|---|
| Opening | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerakkan aset visual <i>scene</i> Atuy dan Ririn sedang menonton melalui laptop. 2. Mengerakan aset visual <i>scene</i> penjelasan mengenai layanan Atourin. 3. Memberikan efek <i>glitch</i> pada video berita Covid-19 hasil suntingan <i>video editor</i> 4. Membuat transisi perpindahan antar <i>scene</i> dan perpindahan antar babak (<i>Opening – Rangkuman event</i> per bulan) |
| Rangkuman <i>event</i> per bulan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>motion graphic</i> judul bulan sebagai pembuka video <i>summary event</i> per bulan. 2. Membuat <i>motion graphic</i> judul <i>event</i> untuk setiap <i>event</i> yang dipaparkan dalam video <i>summary event</i> per bulan. 3. Membuat transisi perpindahan video <i>summary event</i> antar bulan. |

Penulis memulai pengerjaan dari *scene* Atuy Ririn sedang menonton, *scene* penjelasan mengenai layanan Atourin, berita Covid-19, dan rangkuman *event* bulan April-Juni. Aset visual *scene* Atuy Ririn sedang menonton disediakan oleh *visual asset artist* dalam bentuk *Adobe Illustrator*. Aset visual dikelompokkan berdasarkan *layer* agar mempermudah proses komposisi. Penulis mengaplikasikan fitur *3D layer* pada setiap aset visual dan menambahkan tool kamera agar *scene* ini memiliki ruang dimensi yang dinamis. Efek *lens blur* dan *motion blur* juga diaplikasikan guna mendukung komposisi ruang dimensi yang dinamis. Pada aset visual Atuy dan Ririn, penulis melakukan pembagian

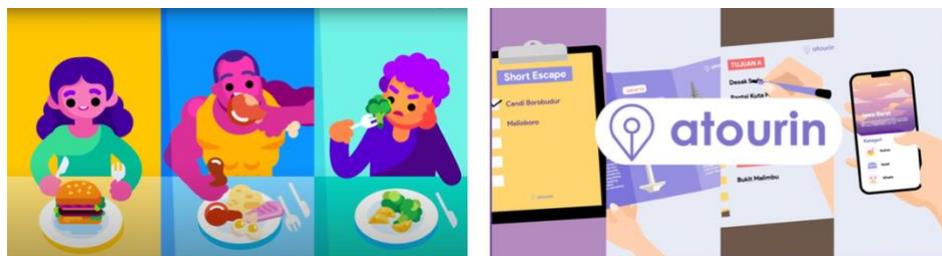
berdasarkan bagian tubuh dengan *anchor point* sesuai dengan sendi pada manusia. Pergerakan Atuy dan Ririn muncul dari bawah kemudian melambatkan tangan dikomposisi menggunakan *position* dan *rotation* pada tiap *layer* bagian Atuy dan Ririn. Agar pergerakan lebih dinamis, penulis memanfaatkan fitur *puppet tool* pada aset visual Atuy dan Ririn. Aset visual kalender diaplikasikan efek *CC Page Turn* agar kalender bergerak merobek ke atas.



Gambar 3.7. *Scene Opening* Atuy dan Ririn pada *Atourin Rewind 2020*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Scene penjelasan mengenai layanan Atourin terdiri dari empat *shot* berisi empat fitur layanan Atourin. Aset visual *scene* penjelasan mengenai layanan Atourin disediakan oleh *visual asset artist*. Penulis mengelompokkan aset visual berdasarkan *layer* agar mempermudah proses komposisi. Penulis menggunakan *position*, *scale*, dan *rotation* agar dapat tercipta pergerakan yang interaktif dan menyenangkan berdasarkan *brand personality* Atourin. Setiap *shot* memiliki durasi 2-5 detik dengan total tidak melebihi 20 detik. Pada setiap perpindahan empat fitur layanan, penulis menggunakan *null* yang dihubungkan pada setiap komponen visual 4 fitur layanan dengan *parent* agar mempermudah penulis dalam melakukan *keyframe* pada posisi tiap fitur. Efek *directional blur* dan *motion blur* diaplikasikan guna tercapainya pergerakan yang halus dan

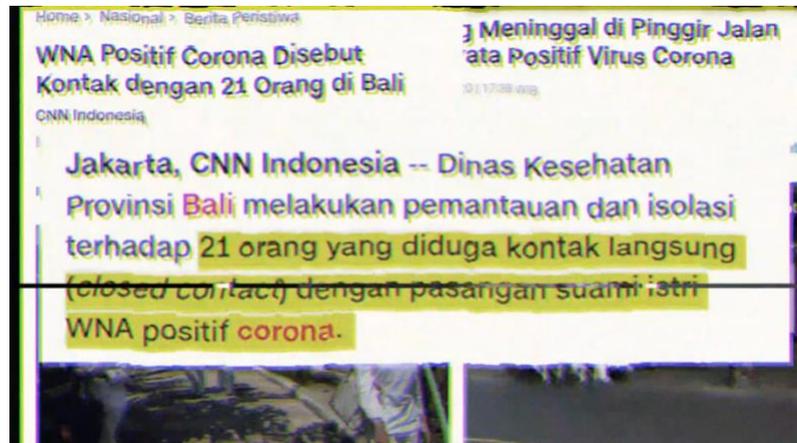
exaggerated. Kemudian penulis menggabungkan keempat *shot* yang berbeda ke dalam satu *screen* dengan menggunakan fitur *mask* dan *position*. Pada komposisi ini, penulis merujuk pada referensi video *motion graphic* yang berjudul “*Is Meat Bad for You? Is Meat Unhealthy?*” karya Youtube Channel *Kurzgesagt – In a Nutshell*. Penulis juga menambahkan logo Atourin dan teks pendukung yang diberikan efek *pop-up* yang berpedoman pada *brand personality* Atourin.



Gambar 3.8. Scene Layanan Atourin dengan Referensi yang Digunakan
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ouAccsTzlGU> dan Dokumentasi Pribadi)

Penulis mengaplikasikan efek *glitch* TV pada video berita Covid-19 yang telah disunting oleh *video editor*. Scene berita Covid-19 menggunakan efek *glitch* TV agar dapat menggambarkan distorsi pola hidup keseharian yang terjadi akibat Covid-19. Penulis merujuk pada referensi video berjudul “*Charter Spectrum Cable TV glitching Very Often.*” yang diunggah oleh Youtube Channel bernama *vipervenom1000r* sebagai panduan penulis dalam komposisi efek *glitch* TV. Penulis menggunakan efek *fractal noise* dan *set channel* yang dapat membentuk efek *glitch* pada scene berita Covid-19. Video berita Covid-19 dibagi menjadi tiga *layer* yang telah diaplikasikan efek *set channel*, yaitu *layer* merah, *layer* biru, dan *layer* hijau dimana masing-masing *layer* diaplikasikan *mode screen*. Penulis menggunakan *position* dengan *expression wiggle* (2,5) agar warna video dapat terdistorsi secara tidak konsisten. Penulis juga memasukkan efek *fractal noise* berbentuk *block*

pada tiap *layer* video dengan fitur *displacement map* agar video berita Covid-19 dapat terdistorsi lebih ‘pecah’.



Gambar 3.9. Scene Berita Covid-19 pada Atourin Rewind 2020
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada rangkuman *event* per bulan, penulis menyusun aset visual agar dapat menjadi *motion graphic* judul bulan sebagai pembuka video *summary event* bulan tersebut. Aset visual menggunakan warna ungu dan *font* Product Sans sesuai dengan *brand guideline* Atourin. Aset visual berbentuk peta Indonesia dengan teks judul bulan, maskot Atourin berbentuk *navigator*, serta aset visual lainnya yang berhubungan dengan pariwisata meliputi *smartphone* dengan logo Atourin dan *itinerary*. Penulis membagi aset peta Indonesia menjadi tiga bagian *layer*, yaitu bagian kiri, tengah, dan kanan dengan fitur *mask* yang diaplikasikan 3D *Layer*. Penulis melakukan *keyframe* pada *layer* bagian kiri dan kanan dengan *Y rotation* dari 90° ke 0° sekitar 14 *frame*. Hal ini dilakukan agar aset visual peta Indonesia bergerak terbuka. Penulis melanjutkan pada proses *pre-compose* pada aset visual peta Indonesia agar dapat diaplikasikan efek *pop-up*. Penulis juga mengaplikasikan efek *pop-up* pada aset visual *smartphone*, maskot berbentuk *navigator*, dan teks judul bulan. Untuk aset visual *itinerary*, penulis menggunakan mengaplikasikan efek *reveal* dengan memanfaatkan *position* dan *rotation*. Pergerakan pada

motion graphic judul bulan berpedoman pada *brand personality* Atourin agar dapat bernuansa sederhana dan menyenangkan. Total keseluruhan durasi *motion graphic* judul bulan adalah sekitar 1 detik/28 *frame*.



Gambar 3.10. *Motion Graphic* Judul Per Bulan Atourin *Rewind* 2020
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Video *summary event* per bulan terdiri dari kumpulan *event-event* Atourin seperti *Virtual Tour*, *Atourin Talk*, dan *Pelatihan Online*. Penulis membuat *motion graphic* judul *event* untuk setiap *event* yang dipaparkan dalam video *summary event* per bulan. Konsep penulis pada *motion graphic* judul *event* adalah futuristic, menyenangkan, dan *rewind*. Oleh karena itu, penulis merujuk pada berbagai referensi, yaitu video “*Futuristic Title | Techno Title*” karya GEO Lab Design dan video “*Youtube Rewind 2019*” karya Youtube. Penulis menyusun aset visual yang meliputi *vector rewind*, teks judul *event* dengan *shape* persegi panjang, dan teks sub judul *event*. Teks judul dan sub judul menggunakan *font* Product Sans dan warna sesuai dengan *brand guideline* Atourin. *Shape* persegi panjang yang digunakan pada teks judul juga menggunakan warna ungu yang sesuai dengan *color palette* dari *brand guideline* Atourin. Penulis membagi huruf pertama teks judul dan huruf berikutnya ke *layer* berbeda yang dihubungkan dengan fitur *parent*. Hal ini dilakukan guna mempermudah proses komposisi yang akan dilakukan. Penulis

menggunakan *position* dan *opacity* pada *layer* teks judul huruf pertama agar dapat terbentuk pergerakan *flick* menurun yang futuristik. Pada *layer* teks judul huruf berikutnya, penulis menggunakan efek *wave warp* berbentuk *square*, *position*, dan *opacity* agar teks berbentuk *glitch* yang futuristik. *Shape* persegi panjang diaplikasikan efek *linear wipe* yang menyesuaikan pada durasi teks judul. Pergerakan pada teks judul dengan *shape* persegi panjang memiliki durasi sekitar 1 detik. Teks sub judul menggunakan *position* dan *opacity* membentuk pergerakan *reveal* selama 10 *frame*. Pada aset visual *vector rewind*, penulis menggunakan *opacity* dengan *expression* `LoopOut("pingpong")` agar pergerakan menyerupai tombol *rewind* yang repetitif. *Creative Design & Multimedia Manager* memberikan masukan berupa penggunaan warna putih pada teks sub judul tidak dapat terbaca/*nonreadability* jika diaplikasikan pada video *summary event* per bulan. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan *shape* persegi panjang sebagai latar dari teks sub judul. Penulis mengaplikasikan masukan dari *Creative Design & Multimedia Manager* dan menambahkan efek *linear wipe* pada *shape* persegi panjang sub judul.



Gambar 3.11. *Motion Graphic* Judul *Event* pada *Atourin Rewind* 2020
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Creative Design & Multimedia Manager juga memberikan *feedback* pada transisi perpindahan video *summary event* bulan April, Mei, dan Juni yang dinilai memiliki durasi yang terlalu panjang. Penulis juga berpendapat bahwa dengan total sembilan transisi perpindahan antar bulan terhitung dari bulan April-Desember, dikhawatirkan transisi akan repetitif dan membuat jenuh penonton. Oleh karena itu, tim multimedia membagi video *summary event* berdasarkan triwulan/*quarter* bulan meliputi *Quarter 2 (Q2)*, *Quarter 3 (Q3)*, dan *Quarter 4 (Q4)*. Q2 terdiri dari bulan April-Juni, Q3 terdiri dari bulan Juli-September, dan Q4 terdiri dari bulan Oktober-Desember. Dengan pembagian video *summary event* berdasarkan triwulan/*quarter* bulan, transisi perpindahan dibuat per *quarter*. Pembagian berdasarkan *quarter* berguna untuk menghindari transisi perpindahan yang repetitif dan membuat jenuh penonton sekaligus membantu proses *video editor* dalam menyunting video *summary event*.

Penulis melanjutkan pada pembuatan *motion graphic* untuk video *summary event Q2*. Karena adanya pembagian berdasarkan triwulan/*quarter* bulan, penulis menambahkan teks “Q2” pada *motion graphic* judul bulan dan mengaplikasikan efek *pop-up* pada teks tersebut. Durasi *motion graphic* untuk video *summary event Q2* adalah sekitar 1 detik, namun penulis menyesuaikan kembali dengan narasi *voiceover* dan transisi video *summary event* yang disunting oleh *video editor*. Penulis juga mengaplikasikan *motion graphic* judul *event* pada setiap kegiatan yang terpaparkan pada video *summary event Q2*. Judul dan sub judul teks menyesuaikan dengan nama kegiatan yang terpaparkan. Pada proses komposisi, penulis menemukan *event* yang memerlukan keterangan tambahan, oleh karena itu penulis menambahkan teks dan *shape* persegi panjang di antara teks judul dan aset visual *vector rewind*. Teks keterangan dan *shape* persegi panjang menggunakan font dan warna yang sama dengan teks judul serta diaplikasikan efek *linear wipe*. Durasi *motion graphic* judul *event* menyesuaikan kembali dengan narasi *voiceover* dan transisi antar *event* yang disunting oleh *video editor*.



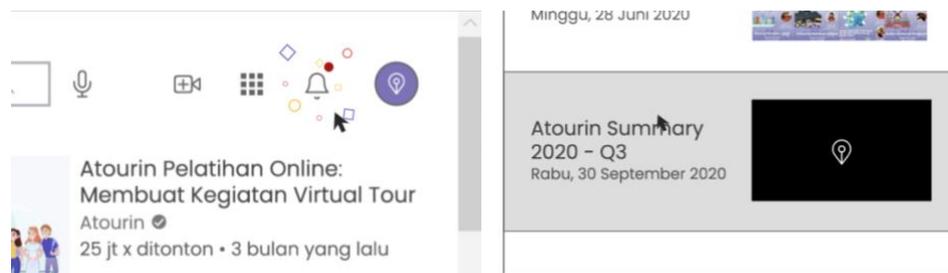
Gambar 3.12. Scene Q2 pada Atourin Rewind 2020

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Video *summary event* ditampilkan dalam bentuk *interface* Youtube dengan tampilan *default* pada saat pengguna menonton video di laman tersebut. Tampilan *interface* Youtube disediakan oleh *visual asset artist* dalam bentuk aset visual. Penulis mengelompokkan aset visual berdasarkan *layer* agar mempermudah proses komposisi. Penulis melakukan *pre-compose* pada video *summary event* Q2 yang telah diberikan *motion graphic* judul bulan dan judul *event*. Hasil *pre-compose* video *summary event* Q2 diaplikasikan *alpha matte* pada tampilan layar video Youtube sehingga video *summary event* Q2 masuk ke dalam tampilan layar video. Penulis juga melakukan komposisi pada *timeline* aset visual *interface* Youtube. Aset visual *timeline* dibagi menjadi tiga *layer* dengan warna yang berbeda, yaitu warna abu-abu, putih, dan merah. *Layer* berwarna putih dan merah diaplikasikan efek *linear wipe* dengan durasi menyesuaikan video *summary event* Q2.

Transisi antar triwulan/*quarter* bulan memiliki konsep berpindah halaman pada tampilan Youtube. Secara spesifik, transisi Q2 ke Q3 memiliki konsep membuka *notification* pada laman Youtube. Penulis menggunakan *tool* kamera dan melakukan komposisi agar dapat bergerak *zoom* dan *panning*. Efek *directional blur* dan *motion blur* juga

diaplikasikan agar pergerakan *zoom* dan *panning* lebih dinamis. Penulis melakukan *keyframe* pada kursor guna membantu penonton dapat terfokus pada alur pergerakan transisi. Pada saat kursor menyentuh, tampilan notifikasi Youtube akan muncul. Transisi dilanjutkan dengan *zoom in* pada tampilan layar kecil dengan logo Atourin di tengah. Penulis menggunakan *tool* kamera dan mengaplikasikan *3D layer* pada logo Atourin agar membentuk efek seperti *tunnel* sebagai transisi akhir sebelum berlanjut pada *video summary event* Q3. Transisi dirancang agar dapat bergerak seperti ajakan kepada penonton untuk melanjutkan kilas balik perjalanan Atourin di tahun 2020.



Gambar 3.13. *Scene* Transisi Q2 ke Q3 Atourin *Rewind* 2020

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Video summary event Q3 memiliki tampilan *motion graphic* yang sedikit berbeda dengan *video summary event* Q2. Pada *motion graphic* judul bulan Q3 memiliki aset visual kompas dan brosur menggantikan aset visual *smartphone* dan *itinerary* pada bulan Q2. Penulis juga menambahkan aset visual berupa kaca mata hitam yang diberikan efek *pop-up* dan *outline* bunga yang diaplikasikan *rotation*. *Motion graphic* judul *event* pada bulan Q2 juga diaplikasikan dalam bulan Q3 dengan menyesuaikan kembali dengan nama *event*, narasi *voiceover*, dan transisi antar *event* yang disunting oleh *video editor*. Pada *video summary event* Q3 terdapat *scene* apresiasi dan terima kasih untuk tenaga Kesehatan Indonesia yang menggunakan *motion graphic*. Penulis mengelompokkan aset visual yang disediakan oleh *visual asset artist* berdasarkan *layer* dan

melakukan komposisi menggunakan *tool* kamera, efek *pop-up*, serta efek *reveal* sesuai dengan *brand personality* Atourin. *Scene* apresiasi dan terima kasih untuk tenaga Kesehatan Indonesia memiliki durasi 15 detik menyesuaikan dengan narasi *voiceover*. Transisi Q3 ke Q4 memiliki konsep membuka laman profil Youtube *channel* Atourin dan membuka video *summary event* Q4. Penulis menggunakan efek *smooth zoom* dengan memanfaatkan fitur *shutter angle*, *motion tile*, dan *motion blur* agar perpindahan halaman dapat mulus. Cursor juga digunakan agar membantu penonton dapat terfokus pada alur pergerakan transisi. Transisi dilanjutkan dengan *zoom in* pada tampilan layar kecil dengan logo Atourin membentuk efek seperti *tunnel* memasuki video *summary event* Q4.

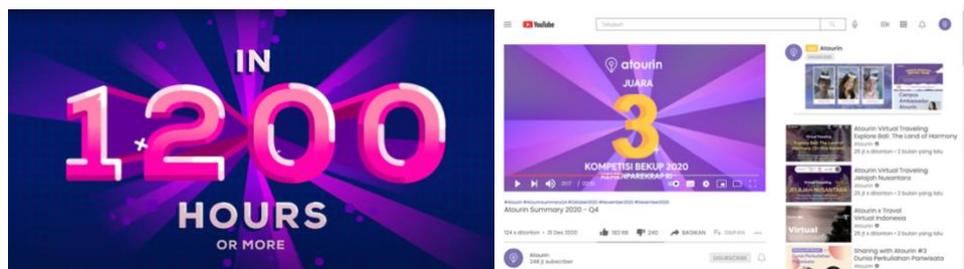


Gambar 3.14. *Scene* Transisi Q3 ke Q4 pada Atourin *Rewind* 2020

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

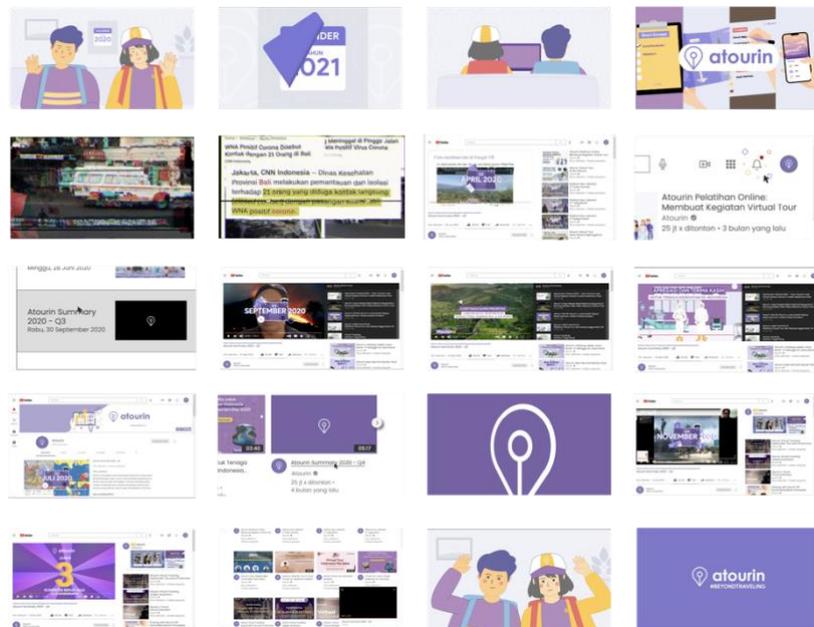
Video *summary event* Q4 memiliki format *motion graphic* yang serupa dengan video *summary event* Q2 dan Q3. Namun, pada *motion graphic* judul bulan Q4 memiliki aset visual *boarding pass*, kotak kado, dan paspor. *Motion graphic* judul *event* pada bulan Q2 dan Q3 juga diaplikasikan dalam bulan Q4 dengan menyesuaikan kembali dengan nama *event*, narasi *voiceover*, dan transisi antar *event* yang disunting oleh *video editor*. Pada video *summary event* Q4 terdapat *scene* pencapaian Atourin sebagai juara tiga di kompetisi BEKUP 2020 oleh Kemenkominfo. Penulis merujuk pada referensi video *motion graphic* yang berjudul “*How to Make a Kurzgesagt Video in 1200 Hours*” karya Youtube Channel *Kurzgesagt – In a Nutshell*. Aset visual terdiri dari logo

Atourin, juara tiga, *spotlight*, dan teks pendukung berpedoman pada *brand guideline* Atourin. Logo Atourin dan teks pendukung menggunakan efek *pop-up* serta juara tiga menggunakan efek *pop-up* dan *reveal* sesuai dengan *brand personality* Atourin. Pada aset visual *spotlight*, penulis menggunakan efek *glow* dan *rotation* dengan poros di tengah komposisi.



Gambar 3.15. *Scene* Pencapaian Atourin dengan Referensi yang Digunakan (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=uFk0mgljtns> dan Dokumentasi Pribadi)

Penulis melakukan proses *compile* akhir yang meliputi penggabungan setiap babak video Atourin *Rewind 2020* dan memasukkan *sound effect* pada *motion graphic*. Setiap babak video digabungkan dengan menggunakan *Adobe After Effect* guna meminimalisir proses *render* setiap babak video yang dapat memundurkan waktu pengerjaan. Proses pengerjaan pada *Adobe After Effect* juga mempermudah penulis dalam membentuk kontinuitas antar babak video Atourin *Rewind 2020*. Pada proses *sound effect*, penulis menggunakan *Adobe Premiere Pro*. *Sound Effect* yang digunakan meliputi suara *swoosh*, *pop-up*, *futuristic*, dan lainnya yang mendukung *motion graphic* pada video Atourin *Rewind 2020*. Penulis telah melakukan pengecekan pada *sound effect* yang digunakan bebas hak cipta dan dapat digunakan untuk pribadi maupun komersial.



Gambar 3.16. Kompilasi Keseluruhan *Scene* Atourin Rewind 2020
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c. Konten Kreatif Tiktok Jakarta Rasa Bali

Divisi *social media specialist* mengajukan konten kreatif ke database ‘*Editorial Plan*’. Konten kreatif yang diajukan berupa video Tiktok berjudul Jakarta Rasa Bali. Video Tiktok Jakarta Rasa Bali memaparkan mengenai tempat-tempat rekreasi ala Bali di Jakarta. Divisi *social media specialist* telah merangkum konten artikel dalam bentuk narasi *voiceover* yang diberikan kepada penulis melalui *Creative Design & Multimedia Manager*. *Script* dan narasi *voiceover* menjadi pedoman bagi penulis dalam membuat *motion graphic* pada video Tiktok Jakarta Rasa Bali. Video Tiktok Jakarta Rasa Bali memiliki durasi satu menit dengan 24 fps dan ukuran 1080 x 1920 sesuai ketentuan konten Tiktok.

Penulis membagi video ke dalam empat *scene* bersesuaian dengan deskripsi pada *script*. *Scene* pertama berisi pembuka video Tiktok Jakarta Rasa Bali dimana narator meyapa sobat Atourin yang tinggal di Jakarta namun ingin berekreasi ala Bali. *Scene* kedua, ketiga, dan keempat berisi deskripsi singkat tempat rekreasi ala Bali, yaitu Kokonut & Curtains, The

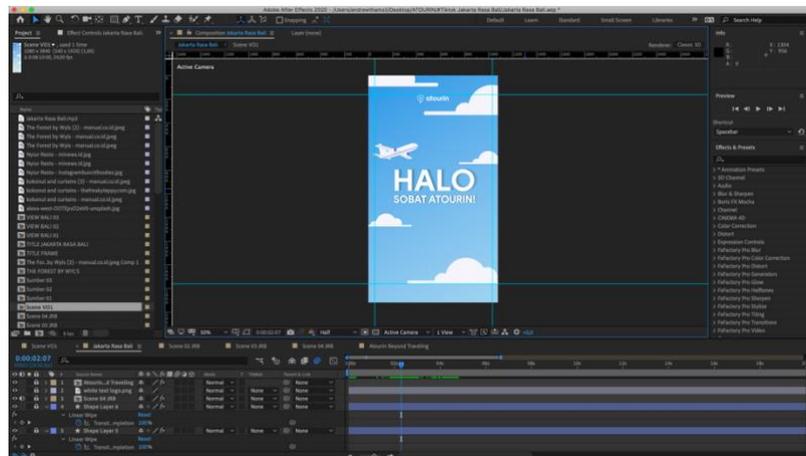
Forest by Wyl's, dan Nyiur Resto secara berurutan. Divisi *social media specialist* memberikan keterangan untuk menambahkan visual foto Kokonut and Curtains, The Forest by Wyl's, dan Nyiur Resto pada tiap *scene* sesuai dengan penjelasan narator. Penulis menyusun aset visual untuk setiap *scene* di *Adobe Illustrator* dan mengekspornya ke dalam *Adobe After Effect* agar dapat dikomposisi. Aset visual pada *scene* pertama meliputi pesawat, teks 'Halo Sobat Atourin!', teks 'Jakarta Rasa Bali, Tugu Monas, Ririn, dan latar langit. *Scene* kedua, ketiga, dan keempat terdiri dari aset visual bunga kamboja, bunga kembang sepatu, daun pisang, daun monstera, ikon navigasi, teks 'Jakarta Rasa Bali', Teks nama lokasi dengan *shape rounded rectangle*, dan teks alamat lokasi dengan *shape* persegi panjang.



Gambar 3.17. Proses Pembentukan Aset Visual Jakarta Rasa Bali
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penulis melakukan proses komposisi *layout* aset visual dimulai dari *scene* pertama. Proses komposisi *layout* berpedoman pada *guideline* dan *grid* untuk konten berukuran 1080 x1920 dari *brand guideline* Atourin. Penulis memulai pengerjaan pada *scene* pertama dengan mengaplikasikan

tool kamera. Kamera digerakkan secara *panning* dari atas ke bawah dengan *speed graph easy ease*. Teks ‘Halo Sobat Atourin!’ diaplikasi efek *pop-up* dan *reveal* menggunakan fitur *position*, *scale*, dan *offset*. Aset visual pesawat menggunakan *position* dengan *speed graph easy ease*. Aset visual Ririn bergerak seperti berpikir dengan menggunakan *rotation* pada poros sendinya. Pada *scene* pertama, divisi *social media specialist* memberikan keterangan untuk menambahkan visual foto Kokonut & Curtains, The Forest by Wyl’s, dan Nyiur Resto. Oleh karena itu, penulis menampilkan ketiga foto tempat tersebut dalam bentuk *shape rounded rectangle* yang diaplikasikan 3D *layer*. Ketiga foto tersebut diberikan efek *pop-up* dari bawah yang berputar dengan poros Y *rotation*. *Scene* 1 ditutup dengan pergerakan Ririn yang kedipkan mata dan *pop-up* judul video Jakarta Rasa Bali. Keseluruhan pergerakan pada *scene* pertama didasarkan pada *brand personality* Atourin agar dapat bergerak dengan sederhana dan menyenangkan.



Gambar 3.18. Proses Komposisi Scene Pertama Jakarta Rasa Bali
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penulis melanjutkan pada penyusunan *scene* kedua yang memaparkan deskripsi singkat Kokonut and Curtains. Aset visual seperti bunga-bunga dan dedaunan digunakan sebagai *frame* dari video. Setiap aset visual digerakkan menggunakan *rotation* dengan *expression*

LoopOut(“pingpong”) agar pergerakan repetitif. Teks ‘Kokonut and Curtains’ menggunakan efek *reveal* dengan mengaplikasikan *position* dan *offset*. Teks ‘Kokonut &’ muncul dari arah atas dan teks ‘Curtains’ muncul dari arah bawah. Agar teks ‘Curtains’ tidak menutup teks ‘Kokonut &’, penulis menggunakan fitur *mask* pada teks ‘Curtains’. Shape *rounded rectangle* pada teks ‘Kokonut and Curtains’ juga menggunakan efek *reveal* dengan memanfaatkan fitur *position* dan *opacity*. Aset visual ikon navigasi memiliki pergerakan mendarat yang lentur dengan berpedoman pada pergerakan *bounce*. Hasil pergerakan mendarat yang lentur dicapai dengan memanfaatkan fitur *position*, *scale*, dan *opacity*. Pada saat ikon navigasi mendarat, teks alamat Kokonut & Curtains bergerak *reveal* ke arah kanan dengan menggunakan fitur *position* dan *mask*. Pergerakan scene kedua juga berdasarkan *brand personality* Atourin yang sederhana dan menyenangkan. Visual foto Kokonut & Curtains ditampilkan sebagai latar belakang dengan pergerakan bergeser dari kiri ke kanan atau sebaliknya. Hal ini diaplikasikan agar konten berbentuk seperti konten rekreasi yang direkam menggunakan *smartphone*. Scene ketiga yang memaparkan deskripsi singkat The Forest by Wyl’s dan scene keempat yang memaparkan deskripsi singkat Nyiur Resto juga menggunakan format penyusunan dan *motion graphic* yang sama dengan scene kedua menyesuaikan dengan isi konten masing-masing.



Gambar 3.19. Proses Komposisi Scene Kedua Jakarta Rasa Bali

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penulis mendapatkan *feedback* dari *Creative Design & Multimedia Manager*. Menurut *Creative Design & Multimedia Manager*, peletakkan teks sumber foto kurang proporsional dan mengganggu visual keseluruhan video Tiktok. Selain itu, teks sumber foto dan ‘Jakarta Rasa Bali’ terlalu kecil sehingga tidak dapat terbaca dan kurang ramah pada mata penonton (*nonreadability*). Oleh karena itu, disarankan untuk memperbesar ukuran teks ‘Jakarta Rasa Bali’ dan memindahkan teks sumber foto ke bawah teks ‘Jakarta Rasa Bali’ dengan *align* di tengah. *Creative Design & Multimedia Manager* juga meminta untuk menambahkan *scene closing* dengan logo Atourin dan teks ‘#BEYONDTRAVELING’. Pada *scene closing*, penulis mengaplikasikan efek mendarat yang lentur (*bounce*) dan *reveal* pada logo Atourin. Kemudian dilanjutkan dengan gerakan *zoom out* menggunakan *tool* kamera. Hal ini agar *scene closing* dapat bergerak bersesuaian dengan *brand personality* Atourin. Terakhir, penulis menambahkan *sound effect* meliputi suara *swoosh*, *pop-up*, dan *twinkle* menggunakan *Adobe Premiere Pro*.



Gambar 3.20. Hasil Akhir Video Tiktok Jakarta Rasa Bali
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Pada pelaksanaan kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala yang menghambat proses pengerjaan konten kreatif Atourin. Kendala pertama terletak pada kapabilitas perangkat lunak *Adobe After Effect*. Perangkat lunak *Adobe After*

Effect penulis tidak dapat memproses komposisi *motion graphic* secara maksimal, terutama pada saat *motion graphic* dikomposisi secara kompleks. Penulis kesulitan dalam melihat hasil *motion graphic* yang telah dikomposisi karena proses *preview* menghabiskan waktu yang lama. Selain itu, *Adobe After Effect* akan mengalami *lagging* jika perangkat lunak tersebut mengalami kesulitan dalam memproses komposisi. Penulis telah melakukan upaya menurunkan kualitas *preview* menjadi *quarter* namun *Adobe After Effect* tetap kesulitan dalam memproses komposisi. Oleh karena itu, proses pengerjaan penulis terhambat dan tidak efektif.

Kendala kedua terdapat pada kurang adanya pedoman khusus untuk konten kreatif berbentuk *motion graphic* pada *brand guideline* Atourin. Penulis kesulitan untuk menentukan pergerakan *motion graphic* yang tepat pada konten kreatif Atourin karena tidak ada batasan lingkup yang berbentuk pedoman. Selain itu dikhawatirkan konten kreatif tidak konsisten dalam pencitraan *brand* Atourin dan berdampak pada kredibilitas perusahaan. Oleh karena itu, penulis juga kurang mendapatkan wawasan tambahan mengenai teknis *motion graphic* pada konten kreatif Atourin. Namun sisi positifnya adalah penulis mendapatkan wawasan yang luas mengenai proses *layouting* dan *grid* pada konten kreatif Atourin dan dibantu dengan *insight* dari masukan yang diberikan oleh *Creative Design & Multimedia Manager*. Hal ini berlanjut pada kendala penulis yang ketiga, yaitu kurangnya wawasan secara teori dan praktek penulis dalam proses *layout* dan *grid* pada konten kreatif. Penulis kesulitan dalam menyusun *layout* dan *grid* pada konten kreatif Atourin seperti poster, *banner*, sertifikat, dan lainnya. Kesulitan ini dikarenakan penulis terfokus pada video dan animasi namun kurang mendalami wawasan mengenai *layout* dan *grid*. Oleh karena itu, penulis mendapatkan beberapa *feedback* dan revisi pada konten kreatif seperti poster, *banner*, sertifikat, dan lainnya.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang didapatkan penulis pada pelaksanaan kerja magang, penulis mengatasinya dengan beberapa solusi sesuai dengan kendala yang

dialami. Pada kendala pertama, penulis menggunakan fitur *dependencies* pada *Adobe After Effect*. Fitur *dependencies* diaplikasikan untuk memisahkan komposisi-komposisi pada satu file *project after effect* (.aep) menjadi beberapa file *project after effect* (.aep) yang berisi satu komposisi *motion graphic* yang spesifik. Hal ini dilakukan agar mengurangi beban *Adobe After Effect* dalam memproses beberapa komposisi dan menghindari *lagging* yang dapat terjadi. Penulis juga menjaga kapasitas *storage* dan mengurangi perangkat lunak yang diproses pada laptop pribadi penulis. Hal ini dilakukan guna menjaga performa RAM agar tetap stabil dan mendukung *Adobe After Effect* dalam memproses komposisi. Dengan solusi yang diterapkan oleh penulis, pengerjaan konten kreatif yang dilakukan oleh penulis dapat lebih efektif.

Pada kendala kedua, penulis melakukan *research* secara mandiri pada konten kreatif *motion graphic* Atourin sebelumnya kemudian dilanjutkan dengan *research* mandiri pada referensi *motion graphic*. Penulis juga menggunakan *brand personality* Atourin sebagai pedoman dalam membentuk pergerakan *motion graphic* pada konten kreatif Atourin. Hal ini dilakukan guna membantu penulis mengimprovisasi konten kreatif *motion graphic* Atourin namun tetap konsisten dalam pencitraan *brand* Atourin. Pada kendala ketiga, penulis juga melakukan *research* mandiri pada konten kreatif seperti poster, *banner*, sertifikat, dan lainnya. Penulis mengunduh konten kreatif yang dikerjakan oleh teman-teman divisi *creative design & multimedia* agar dapat dipelajari lebih lanjut. Penulis juga menelusuri referensi konten kreatif serupa guna menambah kepekaan penulis pada proses *layouting*. Selain itu, penulis juga mencatat *feedback* dan masukan dari *Creative Design & Multimedia Manager*. Hal ini dilakukan agar penulis dapat mengimprovisasi diri dan beradaptasi pada konten kreatif yang akan dikerjakan berikutnya.