

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1. Kedudukan dan Koordinasi**

Berdasarkan bagan struktur yang sudah ada di (gambar 2.5.), posisi penulis adalah merupakan bagian dari *Motion Designer Intern*. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis mendapatkan brief dari *Creative Director* sesuai dengan yang telah di diskusikan dengan klien maupun *project* yang ditujukan untuk artis artis yang di bawah naungan YWMF, hal yang dilakukan dalam proses mendapatkan *output* yang diinginkan sesuai dengan *brief* yang dituju adalah dengan melakukan *brainstorming* dengan *Creative Director* beserta kru kreatif lainnya untuk mendapatkan sebuah tema dan konsep agar penulis mampu lakukan dalam menghasilkan suatu *output* yang telah terkonsep dengan benar.

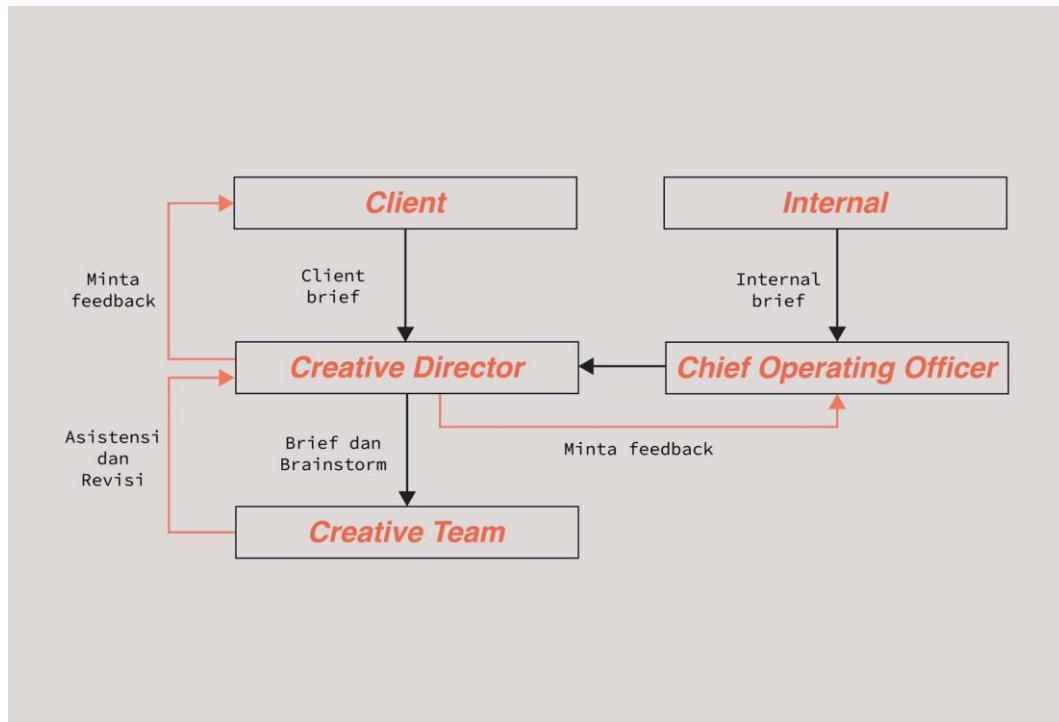
#### **1. Kedudukan**

Penulis memiliki kedudukan di YWMF sebagai *Intern Motion Designer* yang berada di tim kreatif, yang berada di bawah naungan Ario Wibowo sebagai *Creative Director* yang bisa di lihat dalam susunan struktur di YWMF 2.5 dan Bayu Kristiamoko sebagai *Senior Creative Development*. Dalam hal ini *Creative Director* membantu dan mengawasi *Intern Motion Design*. Juga menerima pekerjaan yang di brief oleh atasan di YWMF dan memberikan *brief* kepada divisi kreatif.

#### **2. Koordinasi**

Untuk sistem yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang adalah mengerjakan motion untuk promosi dan beberapa kepentingan lainnya yang merupakan brief dari *Creative Director*. Setelah brief diberikan dilakukanlah proses *brainstorming* untuk menyatukan ide bersama dan mencari ide yang relevan. Penulis dalam hal ini diawasi oleh *Creative Director* dan *Senior Creative Development* yang memberikan arahan dan masukan atas apa yang sudah penulis kerjakan. Apabila saran yang diberikan biasanya penulis melakukan proses revisi yang berkala agar mendapatkan hasil yang diinginkan,

yang kemudian di serahkan kepada klien yang dituju dan kepada *CFO* yang ada di internal YWMF.



Gambar 3.1. Struktur Kerja di YWMF

Berdasarkan proses penerimaan suatu project dari kedua sumber yang ada pada gambar 3.1. *Creative Director* mendapatkan *briefing* dari *CFO* terkait project yang di dapat dari internal dan juga akan memberikan masukan kepada visual yang sudah dirancang oleh tim kreatif. Sedangkan untuk sumber kedua yaitu project dari *client*, *Creative Director* akan melakukan pertemuan dengan sumber agar mendapatkan Project Brief baik dari *external* maupun *internal*. Setelah itu, *Creative Director* akan membagikan tugas kepada tim kreatif untuk melakukan tahap eksekusi dalam pembuatan suatu *visual*.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang di YWMF:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	Perkenalan Kantor	Sistem kerja workflow, perkenalan anggota kantor
		Motion logo kahitna, yovie & nuno dan 5 romeo	Konsep motion logo
2	2	Konser “ Dari Cerita Rasa dan diam diamnya arti” <i>animation</i>	<i>Concepting, brainstorming</i> untuk animasi konser
		<i>Scene 1 animation motion</i>	Menganimasi scene 1 dari animasi
		<i>Scene 1 test adjustment effects</i>	Mengaplikasikan treatment efek yang akan di berikan ke dalam video
3	3	<i>Bumper</i> acara konser	Membuat bumper yang dibutuhkan untuk <i>opening</i> konser
		<i>Countdown</i> acara konser	Countdown yang dibutuhkan untuk <i>opening</i> juga
		<i>Credit scene</i>	Credit scene untuk crew yang berperan dalam kegiatan acara ini
4	4	Motion poster untuk acara animasi konser	<i>Motion poster</i> yang digunakan untuk di sosial media
			<i>Finishing poster</i> dengan efek yang sesuai dengan animasi

5	5	<i>Lower Third</i> the kotak	Untuk animasi tentang sponsor teh kotak
		<i>Superimpose</i>	Untuk sponsor teh kotak
6	6	Compile animasi yang telah dibuat di satukan menjadi satu	Menggabungkan animasi yang telah di buat
		Melakukan proses revisi bumper	Revisi beberapa alternatif untuk bumper
		Finishing Credit Scene	Melakukan <i>treatment</i> yang digunakan agar seluruh kesatuan bersambung
7	7	<i>Editing</i> hari musik untuk yovie & nuno	Hari musik
		Suar hari musik <i>post</i>	Berupa <i>igfeeds</i> untuk hari musik
8	8	Belajar <i>editing</i> menggunakan <i>premiere pro</i>	<i>Editing</i> menggunakan <i>premiere pro</i>
9	9	Hari islamiraj postingan	Demi memperingati hari isla miraj
10	10	Shooting BTS “Elma”	Shooting untuk MV elma
11	11	Editing BTS “Elma”	BTS dari <i>scene music video</i>
		Design postingan jumat agung& Paskah	Design dan motion untuk postingan hari raya
12	12	Posting <i>igfeeds</i> hari nyepi Yovie & Nuno dan Suar	Design and Motion untuk hari raya
		<i>Shooting BTS</i> Arsy Tiara	<i>Shooting BTS</i> Arsy Tiara
13	13	<i>Shooting BTS</i> Sajadah Panjang Yovie & Nuno	<i>Shooting BTS</i> dokumenter Sajadah Panjang
14	14	<i>Motion Lyric Video</i> Sajadah Panjang <i>Maxstream</i>	<i>Editing Music Lyric Video</i> Sajadah panajang Yovie & Nuno

### **3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Selama melakukan kegiatan kerja magang penulis membuat banyak perancangan media promosi dalam bentuk motion graphic untuk di *Instagram*. Dalam hal ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengerjakan video animasi untuk konten konser, belajar *shooting Behind The Scene* dan juga membuat *lyric video*. Berikut adalah proyek yang dikerjakan oleh penulis:

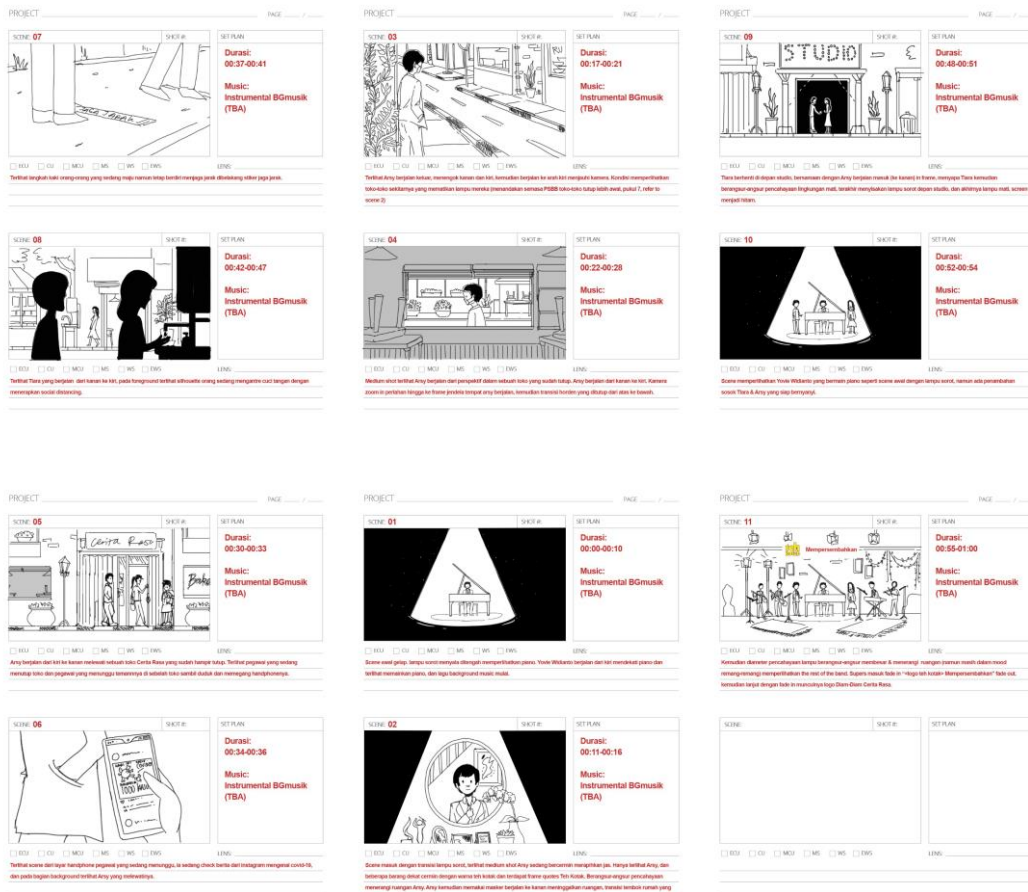
#### **3.3.1. Animasi video “ Dari Cerita Rasa dan Diam Diamnya Arti”**

Merupakan sebuah konser *online* yang diselenggarakan dan disponsori oleh teh kotak, dalam konser ini merupakan sebuah projek internal YWMF yang dimana artis yang ada di YWMF berkolaborasi dengan Tiara Andini. Artis yang berada di YWMF yang ikut dalam acara ini adalah Arsy Widiyanto. Dimana projek ini ditangani oleh internal YWMF dan penulis diberikan kesempatan untuk ikut serta dalam pembuatan konser ini.

##### **1. Briefing**

Untuk brief penulis mendapatkan brief langsung oleh Creative Director. Dalam brief ini penulis diberi kesempatan dalam mengerjakan video animasi dimana video ini akan di tampilkan di awal sebagai pembuka acara. Untuk beberapa hal yang dibutuhkan seperti *countdown bumper*, *motion poster*, *bumper opening*, dan juga *credit scene* juga dikerjakan oleh penulis dibantu dengan *full time graphic designer*.

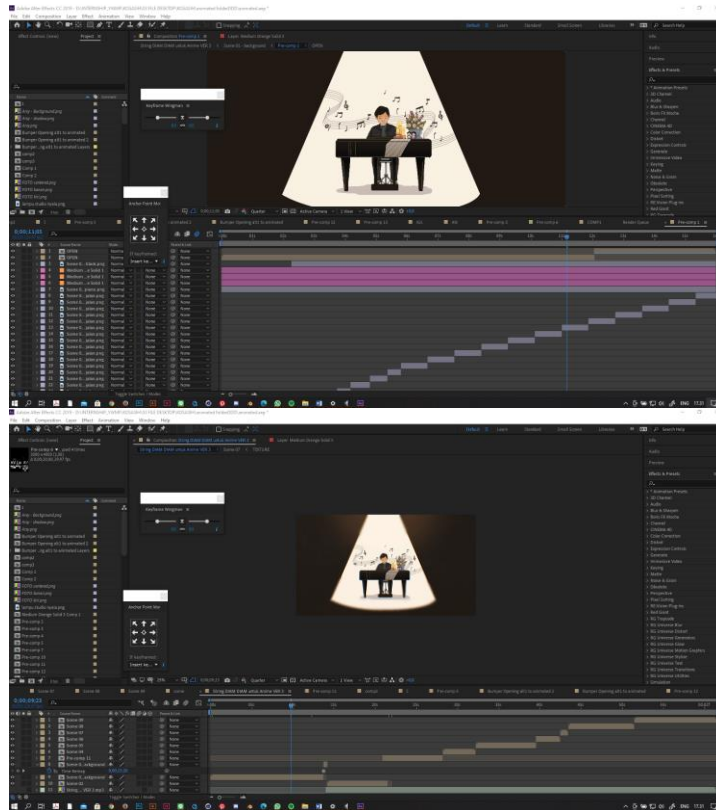
## 2. Storyboard



Gambar 3.2. Konsep Storyboard Animasi Konser

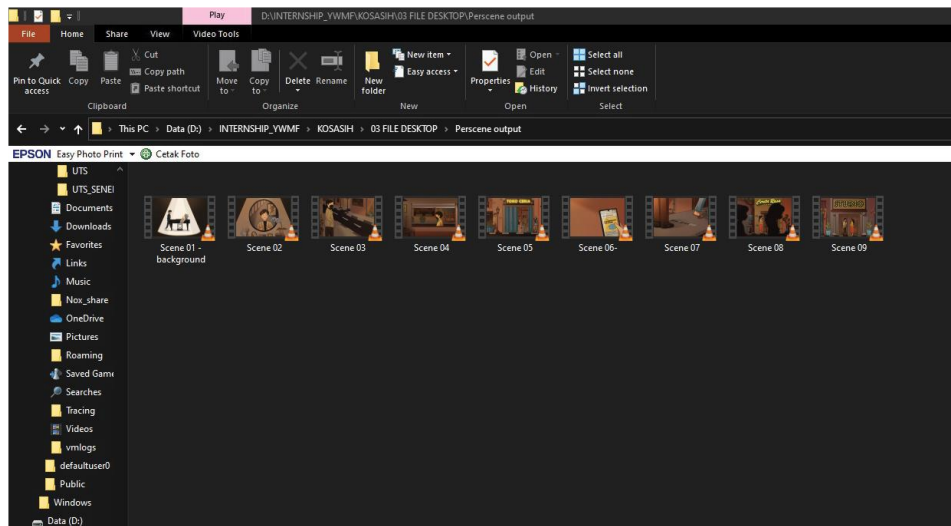
Setelah melewati proses *briefing* penulis mendapatkan *brief* dari *Creative Director* dimana *storyboard* ini didiskusikan tentang hal hal teknis yang dapat mendukung penulis dalam pengerjaan video animasi dimana alur ceritanya adalah seperti seorang pria yang ingin datang ke konser tersebut dan bertemu dengan pasangannya untuk menonton bersama. Proses pengerjaan *video animasi* ini hanya diberikan waktu selama 7 hari saja. Untuk bagian *finishing* penulis diberikan kesempatan untuk mengeksplor agar hasil akhir dari si video agar menarik.

### 3. Proses Desain



Gambar 3.3. Proses merancang Animasi motion

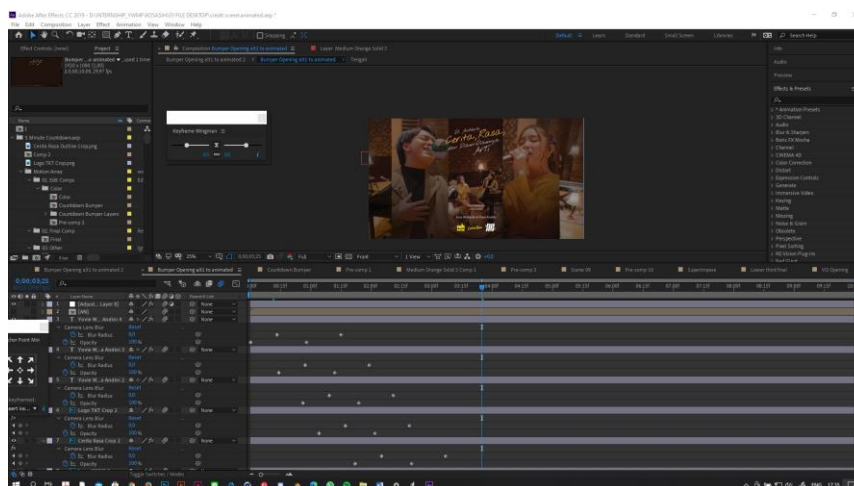
Proses awal dilakukan dengan cara memisahkan dan mensortir asset-asset yang hendak dikerjakan sehingga dapat memantu penulis agar lebih leluasa dalam membuat animasi yang diinginkan. Tahap ini juga dilakukan agar total *scene* yang ada di dalam animasi ini sesuai dengan jumlah yang telah ditentukan, yaitu 9 *scene* dimana susunannya kurang lebih ada seperti gambar 3.3. yang ada diatas. Konsep yang akan dieksekusi ada *style stopmotion*.



Gambar 3.4. Proses pemisahan *scene* sebelum di *compile*

#### a. *Bumper Opening*

*Bumper Opening* berisikan foto yang akan digunakan seperti halnya judul acara dan konten-konten yang sekiranya dapat membantu dalam memberikan informasi sebelum acara dimulai. Tidak lupa, penulis tetap harus menyantumkan logo sponsor dan logo perusahaan sebagai salah satu elemen yang harus ada di dalam bumper acara ini.



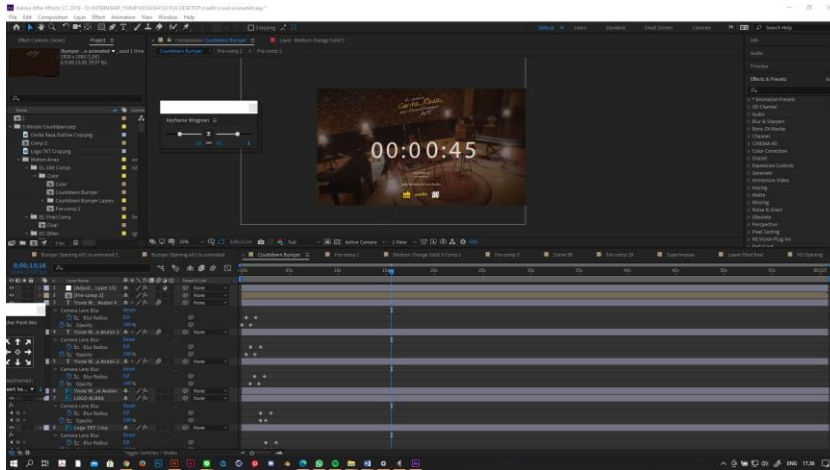
Gambar 3.5. Proses perancangan *Bumper Opening*

Setelah melakukan proses perancangan, penulis melakukan asistensi kepada Creative Director agar dapat sesuai dengan apa yang telah direncanakan.



### b. Countdown

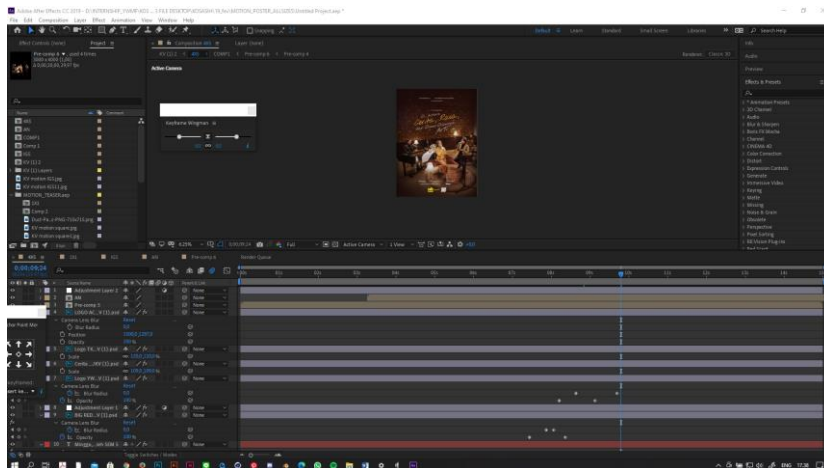
Perancangan *countdown* untuk acara selama 1 menit. *Style* dan *treatment visual* yang dipilih telah disesuaikan dengan keseluruhan *treatment* yang telah dibuat pada *visual* sebelumnya agar lebih terlihat sebagai satu kesatuan.



Gambar 3.6. Proses merancang *countdown video*

### c. Motion Poster acara

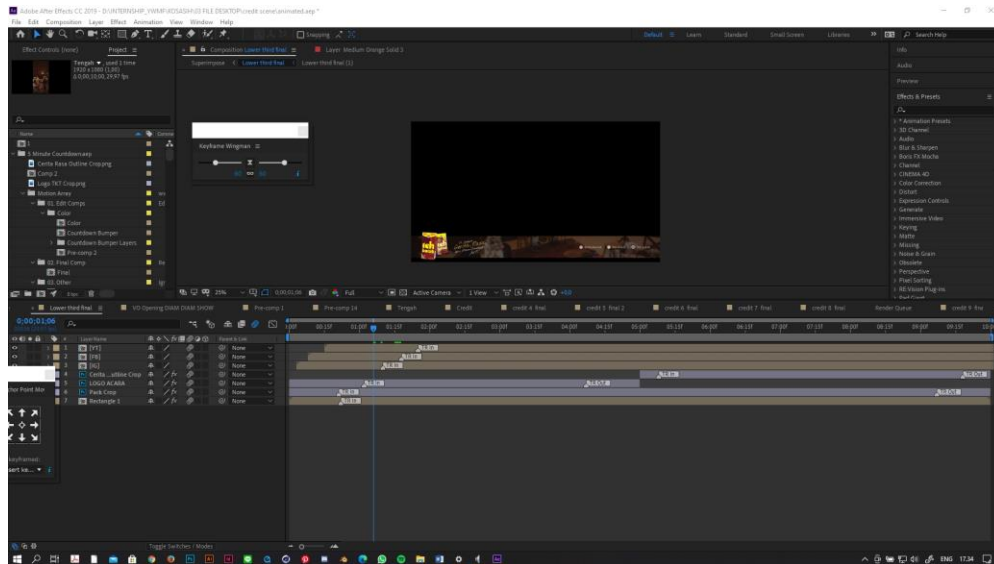
*Motion poster* yang dirancang untuk sosial media terbagi ke dalam 3 bentuk ukuran yang berupa 1x1, 4x5 dan *format Instagram story*. *Motion poster* ini kelak digunakan untuk mempromosikan acara tersebut agar dapat diketahui oleh target yang dituju.



Gambar 3.7. Proses merancang *Motion Poster*

#### d. Merancang *superimpose* Teh Kotak

Merancang *superimpose* yang bertujuan untuk *hardselling* saat acara dimulai, dengan ditampilkan pada bagian bawah layar beserta logo *sponsor* saat acara akan dimulai.



Gambar 3.8. Proses Desain *Superimpose*

#### 4. Revisi

Pada proses revisi, penulis tidak diberikan banyak revisi. Beberapa di antaranya, hanya berupa revisi tempo pada *motion* dan penempatan *logo* sponsor. Revisinya adalah seperti penempatan logo yang awalnya ada di kanan di pindahkan ke bagian kiri dari si banner. Revisi yang di berikan semata mata hanya untuk agar logo dari sponsor teh kotak terlihat dan enak dilihat oleh mata penonton jenis iklan pada projek ini adalah iklan *hard selling* dimana logo produk harus terlihat besar dan lebih terlihat diantara yang lainnya.

## 5. Hasil Desain Akhir

Berikut merupakan hasil akhir *output* visual yang telah dirancang:



Gambar 3.14. Hasil Desain Animasi *Motion Graphics*



Gambar 3.15. Hasil *Motion Bumper Opening*



Gambar 3.16. Hasil *Countdown*



Gambar 3.17. Hasil *Motion Poster*

## 6. Kendala dan Solusi

Kendala dalam proyek ini penulis tidak menemukan kendala apa selain deadline yang cukup ketat dan besarnya file sehingga proses pengerjaan lebih memakan waktu dari pada biasanya. Solusinya untuk hal ini adalah dengan mempersiapkan apa saja yang ingin dibuat dan sudah di eksekusi jauh jauh hari agar mendapat jam kerja yang lebih efektif.

### 3.3.2. Perancangan Video Behind The Scene Music Video “ Elma ”

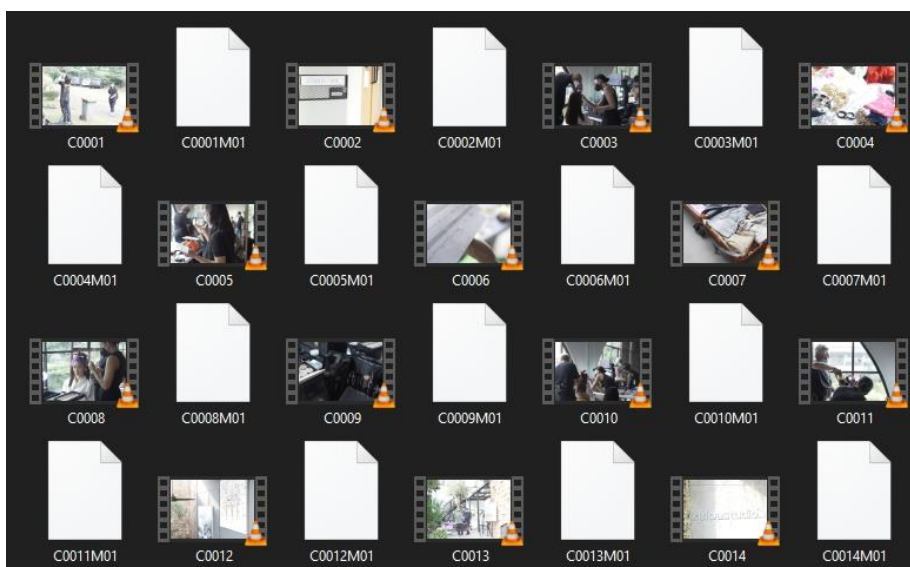
Merancang *video* tentang keseruan di balik *shooting music video* yang diperankan oleh Elma. Di sini penulis diberikan kesempatan pertama belajar dalam *shooting BTS scene* yang ditujukan untuk bagian promosional.

#### 1. Briefing

*Brief* diberikan langsung kepada *Creative Director*, dimana *brief* harus memiliki rangkaian cerita dalam perancangan *Behind The Scene* dari *music video*, dan tentunya juga harus dipresentasikan melalui eksekusi yang menarik.

#### 2. Proses Desain

Hal pertama yang dilakukan adalah dengan mensortir *footage* yang akan digunakan. Perspektif yang digunakan digabung menjadi satu dan terdiri atas 3 kamera utama. Proses utama dari pengambilan video ini lebih kepada ekspresi dari keseruan shootingnya di wajah artis utamanya. Penulis juga diajarkan teknis cara menggabungkan rangkaian klip adegan menjadi sebuah video yang menarik.



Gambar 3.18. Gambaran Footage

#### 3. Revisi

Revisi yang dilakukan lebih berfokus pada pelaksanaan teknis. Hal ini dikarenakan penulis yang belum memiliki pengalaman dan kerap kurang teliti



dalam penempatan *footage*. Untuk revisi lebih kearah *slowmotion video* dan *cutting footage* yang kurang dianggap cocok dengan alur cerita yang ingin di rangkai dalam pembuatan video *behind the scene ini* dan tidak lupa untuk *color grading* dan *warp stabilizer* yang berguna agar footage yang diambil tidak terlalu goyang dan tetap stabil.

#### 4. Hasil Desain *Management Kit*

Berikut merupakan hasil akhir *output visual* yang telah dirancang:



Gambar 3.19. Hasil Editing BTS “Elma”

#### 5. Kendala dan Solusi

Kendala yang dihadapi ialah kurangnya pengalaman penulis dalam *video-shooting*, sehingga output yang dihasilkan masih kurang sempurna. Solusinya adalah dengan belajar lebih banyak akan hal-hal yang baru sehingga mampu mendapatkan hasil yang maksimal.

### 3.3.3. Perancangan *Lyric Video* “Sajadah Panjang” Yovie & Nuno

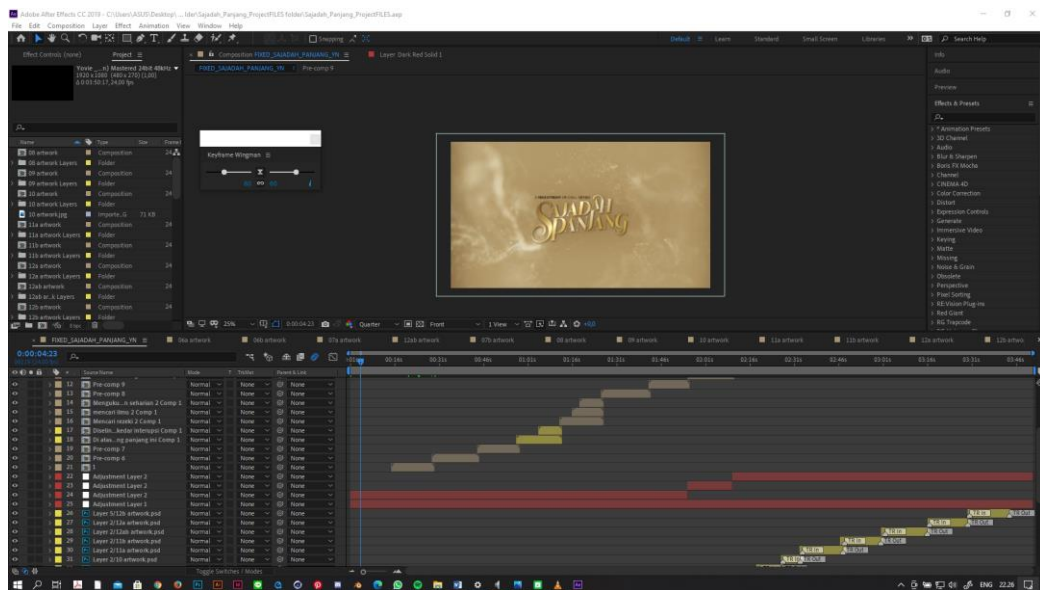
Perancangan Music *Lyric Video* yang berjudul “Sajadah Panjang” oleh Yovie & Nuno sebagai lagu yang terbilang sangat populer untuk diputar saat lebaran. Lagu ini sering dinyanyikan ulang oleh beberapa musisi. Lagu berjudul “Sajadah Panjang” ini awalnya dipopulerkan oleh Bimbo, yakni sebuah *band* asal bandung (1967).

#### 1. Briefing

Brief yang diberikan langsung oleh *Creative Director*; berupa pengambilan cuplikan pada film, yang disusun dengan rapi agar penulis lebih efektif dan mampu memperoleh gambaran akan bentuk eksekusi yang hendak dilakukan. Terkait hal teknis dibutuhkan *file simple motion* agar pesan dan lirik mudah untuk dibaca.

#### 2. Proses Desain

Proses yang dilakukan adalah dengan cara merapikan *footage* yang akan dipakai dan diberi perwarnaan pada layer, dikarenakan *timeline* video yang harus memenuhi durasi selama kurang lebih 3 menit.



Gambar 3.20. Proses merancang *Lyric Video*

### 3. Revisi

Revisi yang diberikan tidak terlalu banyak karena sudah diberikan *brief* yang jelas. Untuk hal yang direvisi, yaitu pemenggalan kata copywriting dan tempo atau jeda dari si lagu.

### 4. Hasil Desain *Our Story Page*

Berikut merupakan hasil akhir *output* visual yang telah dirancang:



Gambar 3.21. Hasil Akhir Lyric Video “Sajadah Panjang”

Visual ini dirancang menggunakan *color pallete* yang telah disesuaikan dengan warna pada *film* yang berjudul sajadah Panjang. *Lyric video* akan diunggah di *platform* Maxstream.



#### **3.3.4. Kendala**

Dalam melakukan pelaksanaan magang di perusahaan YWMF, penulis juga mengalami sedikit permasalahan, yaitu pada tahap pembuatan animasi untuk pembuka konser “Dari Cerita Rasa dan Diam Diamnya Arti” yang disponsori oleh Teh Kotak. Proses yang dilakukan berdurasi selama kurang lebih sekitar 7 hari dari tenggat waktu yang ditentukan. Kendala yang dialami adalah jumlah *layer* dari *project files* yang banyak sehingga cukup kewalahan saat mengerjakan; ditambah *deadline* video animasi yang cukup singkat. Selain itu, dalam melakukan proses *shooting BTS* video dari *music video* yang dilakukan, penulis mengalami kendala akibat kurangnya pengalaman dalam bidang *video-shooting*. Tak lupa, situasi pandemi yang membuat penulis merasa harus lebih menjaga jarak terhadap crew yang ada disana sehingga produksi *video* menjadi kurang efektif.

#### **3.3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Solusi dari kendala yang penulis temukan ialah agar tetap melakukan segala sesuatu secara maksimal, yaitu dengan cepat beradaptasi terhadap lingkungan kerja yang ada di industri sekarang ini. Penulis mampu belajar menghafal *shortcut* yang dibutuhkan dalam suatu pekerjaan dan *extension* tambahan untuk mempercepat durasi pembuatan *video* animasi. Terkait bidang *video-shooting*, penulis harus belajar lebih giat akan dunia perfilman. Pertimbangan lainnya karena peliputsn video dianggap memiliki kaitan dengan *motion design* guna mendapatkan hasil yang lebih efektif dan tidak membosankan. Selain itu, bisa adaptasi juga dapat dilakukan dengan cara mengatur serta membagi waktu secara efektif agar dapat melakukan kegiatan lain yang berhubungan dengan keperluan kampus.