

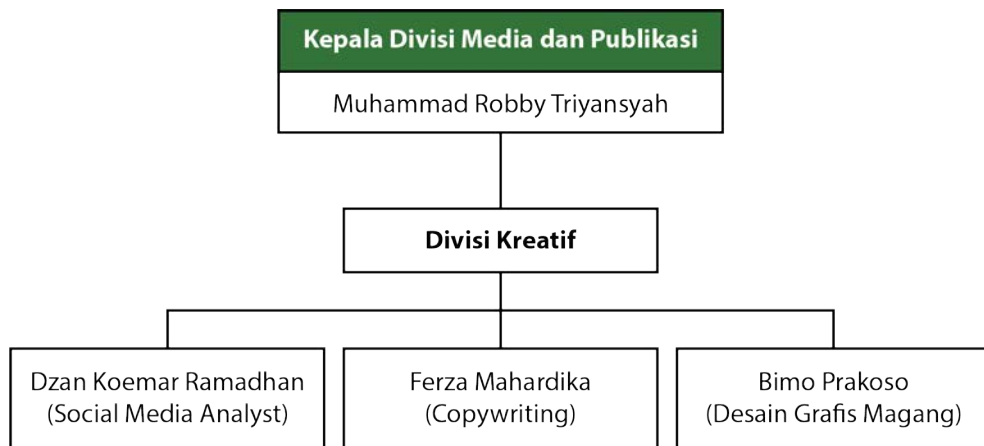
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1. Kedudukan

Kedudukan penulis saat melakukan praktik kerja magang di CV. Garasi Meraki – Nutens yaitu, penulis di tempatkan di divisi Media dan Publikasi sebagai Desainer Grafis magang dibawah bimbingan Muhammad Robby Triyansyah selaku Kepala Divisi Media dan Publikasi. Selama melakukan praktek kerja magang sebagai Desainer Grafis magang, pekerjaan yang penulis lakukan lebih mengarah ke desain konten Instagram dan keperluan promosi lainnya. Tim Divisi Media dan Publikasi terdiri dari beberapa bagian yaitu Kepala Divisi Media dan Publikasi yakni Muhammad Robby Triyansyah, Divisi Kreatif beranggotakan Ferza Mahardika selaku Copywriter, Dzan Koemar Ramadhan selaku Social Media Analyst dan penulis sebagai Desainer Grafis magang.



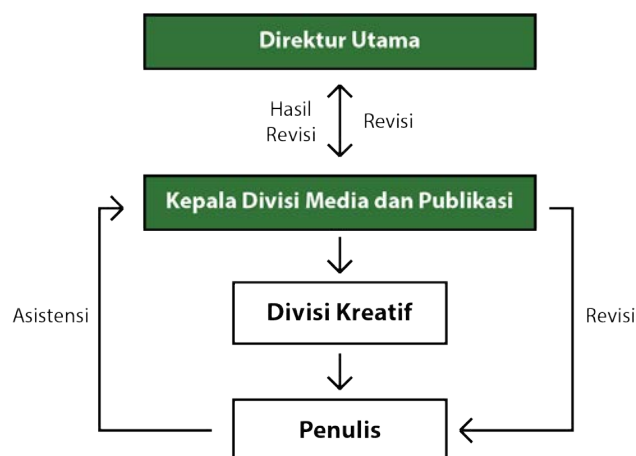
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan Divisi Media dan Publikasi

3.1.2. Koordinasi

Koordinasi yang dilakukan penulis saat melakukan praktek kerja magang di CV. Garasi Meraki - Nutens yaitu koordinasi secara internal (bersama tim Divisi Media dan Publikasi) yang kemudian di rundingkan melalui koordinasi eksternal (bersama Direktur Utama).

3.1.2.1. Koordinasi Eksternal

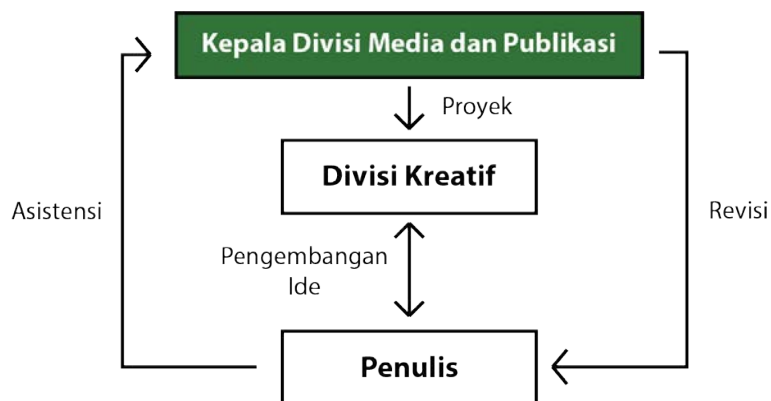
Proses awal sebelum penulis memulai untuk merancang visual, pertama – tama tim internal berdiskusi terlebih dahulu bersama Direktur Utama mengenai kampanye yang akan dilakukan dan mengolah data yang didapat dari media sosial yang digunakan. Direktur Utama menyampaikan kepada tim Kepala Divisi Media dan Publikasi tentang jenis kampanye, tujuan kampanye dan promosi yang akan dilakukan sehingga tim internal dapat mengetahui tema kampanye yang kemudian dapat menentukan kebutuhan promosi dan desain yang akan tim Divisi Kreatif kembangkan, seperti konsep desain yang akan dibuat dan media yang akan digunakan. Desain yang telah selesai dibuat akan di diskusikan kembali oleh tim internal bersama Direktur Utama untuk mengetahui apakah desain yang dibuat sudah sesuai tema dan target pasar yang dituju.



Gambar 3.2 Struktur Koordinasi Eksternal

3.1.2.2. Koordinasi Internal

Koordinasi Internal yang dilakukan penulis yaitu, setelah tim internal Divisi Media dan Publikasi berdiskusi tentang tema kampanye dan promosi yang akan dilakukan, Muhammad Robby Triyansyah selaku kepala Divisi Media dan Publikasi berkoordinasi dengan tim Divisi Kreatif mengenai kampanye dan promosi yang akan dibuat berdasarkan hasil olah data media sosial, setelah melakukan diskusi, Muhammad Robby Triyansyah selaku pembimbing akan memberikan arahan kepada penulis tentang team dan konsep untuk menentukan desain yang akan dibuat. Kemudian penulis akan merancang desain serta berdiskusi dengan pembimbing hingga desain selesai dibuat. Kemudian desain yang telah jadi akan ditunjukkan dan diasesistensikan kepada Direktur Utama untuk disetujui, setelah disetujui maka tim internal dan tim eksternal akan mengadakan rapat kembali untuk membahas desain terkait kampanye dan promosi yang akan diadakan.



Gambar 3.3 Struktur Koordinasi Internal

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan tabel kegiatan yang berisi tugas yang dilakukan penulis selama praktek kerja magang dalam divisi Media dan Publikasi di CV. Garasi Meraki - Nutens, selama periode tiga bulan terhitung dari tanggal 15 Maret 2021 sampai 14 Juni 2021.

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1-2	Desain konten Instagram Nutens	Mempelajari semua lini produk Nutens dan membuat konten untuk halaman Instagram Nutens.
2.	3-4	Desain konten & membuat iklan Instagram Nutens	Membuat konten kampanye digital BABANTENS dan konten IGTV edukasi produk.
3.	4-5	Desain konten Instagram Nutens	Membuat konten Instagram Nutens dan membuat video iklan produk.
4.	6-7	Desain konten & membuat iklan Instagram Nutens	Membuat konten kampanye digital BABANTENS dan konten video iklan.
5.	8-10	Desain konten Instagram Nutens	Membuat konten Instagram Nutens dan konten IGTV edukasi produk.
6.	11-12	Desain konten & membuat iklan Instagram Nutens	Membuat konten kampanye digital BABANTENS dan membuat video iklan produk.
7.	13-14	Desain konten Instagram Nutens	Membuat konten Instagram Nutens dan membuat video iklan produk.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama Proses magang berlangsung, jenis pekerjaan yang diterima dan dilakukan oleh penulis lebih condong tentang membuat iklan untuk Facebook Ads dan konten Instagram. Dalam pembuatan desain, penulis melakukan rangkaian proses kreatif bersama pembimbing lapangan yang berupa briefing, kemudian pencarian referensi yang menghasilkan moodboard yang akan direalisasikan, setelah itu penulis dan tim Divisi Kreatif akan melakukan produksi konten foto maupun dan melakukan asistensi serta revisi sehingga menghasilkan suatu konten yang final dan akan disetujui.



Gambar 3.4 Struktur Proses Kreatif

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Selama proses praktik kerja magang di CV. Garasi Meraki – Nutens, project yang diterima dan dikerjakan oleh penulis sebagian besar adalah proyek utama, perancangan yang telah dikerjakan penulis berhubungan dengan promosi dan konten untuk Instagram. Berikut beberapa proyek karya yang telah dikerjakan oleh penulis.

3.3.1.1. Perancangan Konten Digital Instagram

Konten Instagram merupakan proyek utama yang penulis kerjakan selama melakukan praktik kerja magang di CV. Garasi Meraki – Nutens. Konten Instagram merupakan wadah bagi Nutens untuk menyampaikan visinya kepada masyarakat luas, dengan tujuan agar masyarakat menjadi paham bahwa merawat kendaraan itu adalah hal yang penting dan juga bukan hal yang sulit untuk dilakukan. Selama prosesnya, penulis juga selalu diberi pengetahuan dan arahan tentang mudahnya merawat kendaraan. Arahan yang diberikan kepada penulis adalah memberikan edukasi kepada

masyarakat dengan menyajikan konten – konten dengan visual yang menarik.

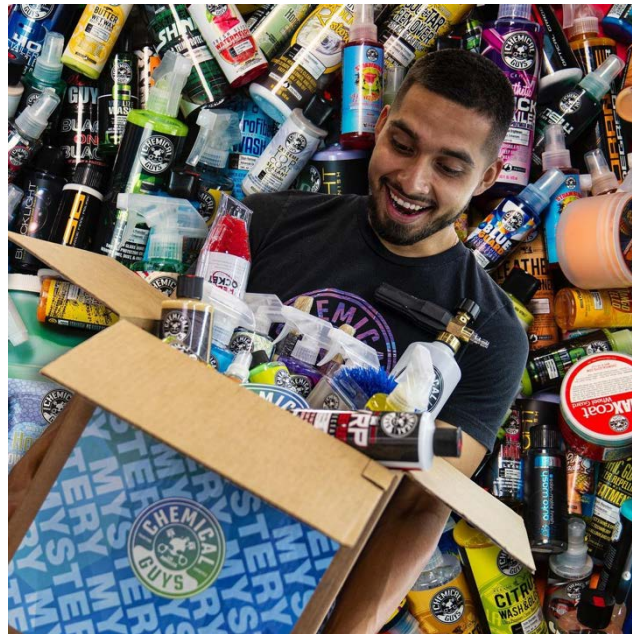
Dalam proyek konten digital ini, penulis diminta untuk membuat konten yang akan dirilis di media sosial adalah konten yang “Eye Catching” di setiap kontennya. Sebelum melakukan produksi, penulis diajak untuk membuat jadwal rilis konten setiap minggunya, setelah itu tim Kreatif dan penulis melakukan produksi konten.

Pada karya konten digital pertama ini, penulis diberikan arahan untuk membuat sebuah konten yang mengajak masyarakat agar senang merawat kendaraannya. Penulis diajak untuk melakukan brainstorming dalam pembuatan konten ini, mulai dari mencari yang sedang trending di ranah otomotif hingga pencarian referensi gambar. Pada saat konten ini diproduksi, Vespa adalah salah satu kendaraan yang banyak dibicarakan di media sosial, maka dari itu Vespa digunakan dalam produksi konten kali ini. Penulis dipercayakan untuk mengambil gambar yang nantinya akan dirilis di media sosial Nutens, berikut proses visualnya:



Gambar 3.5 Referensi Gambar Konten Digital

Penulis pertama mengambil foto diatas sebagai referensi utama karena objek yang digunakan sama – sama menggunakan motor Vespa. Foto tersebut memperlihatkan Vespa yang sedang berjalan, penulis menggunakan referensi tersebut agar konten yang dihasilkan tidak terlihat kaku.



Gambar 3.6 Referensi Gambar Konten Digital 2

Kemudian penulis memilih gambar tersebut sebagai referensi kedua karena pada foto tersebut terlihat terkesan seru dan heboh, cocok dengan pesan yang ingin disampaikan dari konsep yang ingin dibuat, yaitu terlihat senang dan seru karena bertujuan untuk mengajak. Setelah mendapatkan referensi dan mengumpulkannya, penulis bersama tim melakukan produksi konten. Sesuai dengan referensi, properti yang digunakan adalah motor Vespa, model dan beberapa produk Nutens.



Gambar 3.7 Proses Pertama Desain Konten Digital

Penulis mengambil beberapa gambar, dari 38 foto yang diambil, terpilih hanya 2 foto, Foto A dan Foto B. Saat produksi tidak memungkinkan untuk mencontoh referensi foto Vespa berjalan, karena model membawa properti yang cukup banyak dan besar, maka dari itu penulis mengusulkan untuk melakukan manipulasi foto saat proses *editing*, agar seperti terlihat sedang berjalan tetapi dengan menggunakan foto yang tidak bergerak. Setelah melakukan asistensi dengan pembimbing lapangan bernama Muhammad Robby Triyansyah, foto yang terpilih untuk dilanjutkan menuju proses editing adalah Foto B. Foto B dipilih karena ekspresi wajah model yang memegang kemudi Vespa lebih terlihat seperti sedang membawa kendaraan dengan cepat dibanding dengan Foto A yang kurang ekspresif, ditakutkan nantinya tujuan dari konsep konten tidak sampai kepada audiens. Setelah foto terpilih, penulis melakukan perbaikan pada eksposur karena foto terlalu gelap, kemudian penulis melakukan *cropping portrait* pada foto, mengikuti format foto portrait yang sesuai dengan Instagram yaitu maksimal 1080px x 1350px.



Gambar 3.8 Proses Kedua Desain Konten Digital

Pada proses *editing* pertama, penulis menggunakan *software* Adobe Lightroom. Penulis menyesuaikan perubahan eksposur dengan konten – konten Instagram pada halaman Nutens yang sudah ada sebelumnya agar konten yang akan rilis senada dengan konten yang ada pada sebelumnya. Setelah penulis melakukan penyesuaian pada eksposur dan *cropping*, penulis mengajukan asistensi kepada pembimbing lapangan dan pembimbing lapangan menyetujui hasil dari *editing* pertama soal penyesuaian gambar. Kemudian penulis melanjutkan untuk melakukan editing untuk membuat manipulasi foto agar foto terlihat sedang berjalan seperti referensi pertama Vespa berjalan. Penulis menggunakan *software* Adobe Photoshop untuk membuat manipulasi gambar bergerak. Pertama, penulis memisahkan objek utama yaitu Vespa, model, beserta properti dengan latar belakang pada foto, latar belakang akan penulis buat menjadi kabur seperti referensi foto Vespa yang sedang berjalan. Objek utama dipisahkan karena latar belakang akan dibuat menjadi seperti kabur, sementara objek utama tetap dalam fokus.



Gambar 3.9 Proses Ketiga Desain Konten Digital

Setelah penulis memisahkan objek utama dari latar belakang, penulis melakukan *editing* pada latar belakang. Untuk membuat latar belakang seperti sedang tempat yang dilewati saat berjalan, penulis menggunakan fitur efek pada Adobe Photoshop, efek yang digunakan adalah *Motion Blur*. Dengan menggunakan efek *Motion Blur*, gambar yang diinginkan bisa menjadi terlihat kabur dengan penyesuaian yang tepat.



Gambar 3.10 Proses Keempat Desain Konten Digital



Gambar 3.11 Proses Kelima Desain Konten Digital

Setelah menambahkan efek kabur pada latar belakang, penulis melakukan asistensi kepada pembimbing lapangan, pembimbing lapangan mengatakan efek kabur yang dibuat sudah cukup, namun, latar belakang terlihat kurang bagus, karena masih terlihat objek lain yang tidak diperlukan pada latar belakang. Kemudian penulis melakukan sedikit perubahan pada foto dengan Adobe Photoshop, yang penulis lakukan adalah menutupi objek yang tidak diinginkan dengan menggunakan *tool brush* dengan warna hitam agar objek yang tidak diinginkan tertutupi tetapi tidak mengubah mood dari foto.

Kemudian penulis melakukan asistensi kembali kepada pembimbing lapangan tentang latar belakang yang sudah dibuat dengan penyesuaian pada *software* Adobe Photoshop. Pembimbing lapangan menyetujui hasil penyesuaian dan melanjutkan ke tim Kreatif untuk ditambahkan kata – kata yang mendukung foto agar terlihat lebih seru serta sesuai dengan tujuan konten dibuat yaitu mengajak audiens Nutens untuk senang merawat kendaraannya.

Setelah tim Kreatif menemukan kalimat yang cocok untuk ditambahkan dalam foto, penulis melanjutkan untuk menambahkan teks kedalam foto. Kata yang ditambahkan kedalam foto adalah “Udah Dibilangin, Merawat Kendaraan itu Asik”. Penulis melanjutkan proses *editing* dengan menggunakan Adobe Photoshop. Berikut adalah hasil penambahan teks:



Gambar 3.12 Proses Keenam Desain Konten Digital

Kata – kata sudah ditambahkan pada foto, kemudian penulis melanjutkan asistensi kepada pembimbing lapangan apakah gaya penempatan, lokasi dan foto sudah terlihat cukup atau belum. Pembimbing lapangan mengatakan kurang menyukai posisi dan foto terlihat seperti tidak memiliki dimensi, teks terlihat mendominasi tetapi masih belum pas untuk di rilis. Untuk memperbaiki hal tersebut, penulis melakukan beberapa penyesuaian kembali pada foto. Penulis menambahkan bayangan pada teks “Merawat Kendaraan itu Asik” agar posisinya terlihat seperti ada pada bagian paling depan foto sehingga menciptakan kedalaman.

Kemudian penulis memindahkan posisi teks “Udah Dibilangin” menjadi berada di belakang tangan model yang sedang duduk di bangku belakang, sehingga membuat susunan tumpukan pada gambar dan menciptakan dimensi. Semua teks pada gambar, penulis menggunakan warna putih agar terlihat kontras dan terbaca. Berikut hasil penyesuaian:



Gambar 3.13 Desain Final Konten Digital

Setelah melakukan penyesuaian sesuai dengan masalah yang ditemukan, penulis kembali melakukan asistensi kepada pembimbing lapangan untuk disetujui. Kemudian pembimbing lapangan menyetujui hasil karya dari penulis dan mengatakan bahwa foto tersebut sudah final dan akan diajukan kepada Direktur Utama untuk penyetujuan rilis konten. Tim Kreatif kemudian melanjutkan konten tersebut ke Facebook Ads untuk melakukan perilisan terjadwal di Instagram.



Gambar 3.14 Perilisan Konten Digital

Konten tersebut dirilis pada tanggal 26 April 2021 dan disukai oleh 250 pengikut Instagram Nutens. Setelah perilisan, penulis diminta untuk mengunggah hasil karya ke Google Drive yang berisi konten – konten sebelumnya yang telah dirilis.

Konten – konten yang dirilis pada Instagram Nutens menggunakan rasio 4:5 atau 1080px x 1350px agar memberikan ruang untuk memberikan informasi lebih. Perilisan konten digital pada halaman Instagram Nutens dirilis menggunakan fitur penjadwalan rilis dari Facebook Ads agar konten dapat rilis tepat waktu sesuai dengan yang telah ditentukan oleh tim Kreatif. Total waktu yang diperlukan penulis untuk membuat konten tersebut adalah sekitar 4 jam dan foto yang digunakan diambil 1 jam sebelum penulis memulai *editing* foto.

3.3.1.2. Perancangan Kampanye Digital BABANTENS

BABANTENS adalah singkatan dari Bagi Bagi Nutens, konten ini merupakan bagian dari kampanye yang rutin dilakukan oleh Nutens yang bertujuan untuk membagikan produk Nutens secara cuma – cuma bagi

audiens yang mau menjawab pertanyaan yang Nutens ajukan pada setiap kampanyenya. Kampanye ini juga bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi audiens yang mungkin belum pernah mencoba produk Nutens. Seperti konten – konten digital Nutens lainnya, penulis diberikan arahan untuk membuat visual yang “Eye Catching” agar audiens mau melihat konten dan mengikuti BABANTENS.

Pada proyek kedua, penulis diminta untuk membuat konten BABANTENS. Penulis diberikan konsep untuk membuat visual konten kuis yang mencocok – cocokkan gambar dengan beberapa jawaban yang disediakan. Teks yang akan dicantumkan pada konten sudah dibuat oleh tim Kreatif. Sama seperti konten sebelumnya, penulis melakukan brainstorming dan pencarian referensi konten terlebih dahulu.



Gambar 3.15 Referensi Kampanye Digital BABANTENS

Gambar di atas adalah referensi yang digunakan untuk membuat kuis adalah konten dari halaman Instagram Shopee. Penulis menggunakan referensi tersebut karena konsep yang diberikan kepada penulis cocok dengan referensi tersebut dan penulis mencari referensi kuis dari halaman Instagram

marketplace karena marketplace sering mengadakan kuis berhadiah serta kuisnya diikuti oleh banyak audiens. Jadi, penulis memilih konten tersebut sebagai referensi untuk konten BABANTENS pada proyek kali ini. Untuk nuansa konten penulis hanya mencocokkan dengan konten yang ada di halaman Instagram Nutens yang sudah pernah dirilis agar konten halaman terlihat senada.

Pada konten ini, penulis memerlukan 3 foto dengan 3 nama produk yang berbeda serta 3 fungsi produk yang berbeda untuk diacak dan nantinya akan disatukan dalam 1 gambar. Produk yang penulis usulkan kepada pembimbing lapangan adalah 3 produk dengan penjualan terbanyak di Nutens agar audiens familiar dengan gambar yang akan dibagikan di halaman Instagram Nutens. Setelah diskusi, 3 produk yang terpilih adalah 3 produk dengan fungsi yang berbeda – beda, kemudian penulis bersama tim kreatif melakukan produksi konten. Pada proyek kedua ini penulis diminta untuk mengambil gambar yang dibutuhkan untuk konten, dari 57 foto yang penulis ambil, hanya 3 foto per produk yang dipilih oleh pembimbing lapangan. Berikut adalah hasil foto 3 produk dengan 3 fungsi yang berbeda.



Gambar 3.16 Proses Pertama Desain Konten BABANTENS

Proses pengambilan foto tidak berlangsung lama, hanya membutuhkan waktu kurang lebih 40 menit. Setelah foto yang akan digunakan sudah terpilih, penulis melanjutkan ke proses *editing*. Pada kali ini, penulis menggunakan Adobe Lightroom untuk melakukan *editing* warna, warna akan disesuaikan dengan konten yang sudah ada pada konten Instagram Nutens yang sudah dirilis sebelumnya. Sticker produk pada foto sengaja ditutupi tangan agar audiens harus menebak produk berdasarkan warna sticker produk Nutens.



Gambar 3.17 Proses Kedua Desain Konten BABANTENS

Pada penyesuaian warna foto, penulis diminta pembimbing lapangan untuk membuat foto menjadi lebih terang dari sebelumnya, karena sebelumnya banyak detail yang tidak terlihat apabila foto terlalu gelap. Penulis melakukan beberapa penyesuaian eksposur. Setelah melakukan penyesuaian, penulis melakukan asistensi dengan pembimbing lapangan, apakah warna sudah sesuai dengan konten halaman atau belum, pembimbing lapangan menyetujui dan mengatakan bahwa warna sudah sesuai, kemudian penulis melanjutkan ke proses *editing* selanjutnya.

Pada proses selanjutnya, penulis melakukan *editing* di *software* Adobe Illustrator untuk menyatukan gambar serta memberikan teks tambahan yang sudah disediakan oleh tim kreatif sebelumnya. Konten yang bisa dirilis di Instagram, memiliki rasio maksimal hanya 4:5 atau setara 1080px x 1350px untuk portrait, penulis memilih rasio tersebut karena informasi yang akan ditampilkan pada konten kali ini cukup banyak dan juga memiliki ruang yang cukup bagi penulis untuk meletakkan beberapa elemen teks atau grafis yang akan ditampilkan.



Gambar 3.18 Proses Ketiga Desain Konten BABANTENS

Setelah menggabungkan ketiga foto menjadi satu gambar, penulis menunjukkan gambar tersebut kepada pembimbing lapangan untuk diasistensikan, apakah gambar terlihat dengan jelas atau tidak. Pembimbing lapangan menyetujui hal tersebut, lalu penulis melanjutkan kembali *editing* di Adobe Illustrator. Kemudian, penulis mulai menambahkan teks yang akan menjadi pertanyaan kuis BABANTENS.



Gambar 3.19 Proses Keempat Desain Konten BABANTENS

Penulis menambahkan beberapa elemen teks dari teks yang sudah disediakan oleh tim kreatif. Setelah penulis membuat karya tersebut, penulis mengajukan karya pada pembimbing lapangan. Pembimbing lapangan menolak hasil karya penulis, karena desain terlihat seperti kaku, teks terkesan susah dibaca dan tidak enak dipandang, kemudian teks “Bagi Bagi Nutens” terlalu kaku. Setelah melakukan asistensi, penulis kembali melakukan *editing* untuk teks. Berdasarkan hasil asistensi, penulis membuat kembali teks “Bagi Bagi Nutens” tetapi dengan menggunakan fitur *Warp* yang tersedia pada Adobe Illustrator, agar teks terlihat lebih luwes dan tidak kaku, kemudian teks kuis di bagian bawah, penulis ubah agar lebih mudah terbaca dengan menambahkan elemen grafis pada pilihan jawaban kuis dan menambahkan elemen grafis pada angka yang tersedia serta menambahkan bayangan pada teks agar lebih mudah dibaca.



Gambar 3.20 Proses Kelima Desain Konten BABANTENS

Setelah menambahkan beberapa elemen grafis, penambahan bayangan pada teks dan perubahan teks “Bagi Bagi Nutens”, penulis kembali melakukan asistensi kepada pembimbing lapangan. Pada kali ini, pembimbing lapangan sudah menyetujui perubahan teks “Bagi Bagi Nutens”, namun bagian teks pertanyaan dan pilihan jawaban, masih belum mudah terbaca.

Penulis kembali melakukan perbaikan pada karya, yang penulis lakukan adalah menambahkan *layer* tambahan pada gambar, karena pada teks bagian bawah terlihat foto yang cukup terang dan teks berwarna putih yang membuat teks masih sulit terbaca. Penulis menambahkan *layer* yang diletakkan diantara foto dan teks menggunakan penyesuaian dengan *box* dengan warna gradasi. Bagian bawah foto penulis buat menjadi lebih gelap dari bagian atas, karena bagian atas foto sudah cukup pencahayaan.



Gambar 3.21 Desain Final Konten BABANTENS

Penulis kembali melakukan asistensi setelah karya sudah penulis revisi kepada pembimbing lapangan untuk disetujui. Pembimbing lapangan menyetujui hasil revisi dan akan dilanjutkan ke Direktur Utama untuk meminta persetujuan rilis konten Instagram. Setelah disetujui, tim kreatif mengunggah foto ke Facebook Ads untuk melakukan perilisn konten terjadwal di Instagram.



Gambar 3.22 Perilisn Konten BABANTENS

Total waktu yang penulis tempuh untuk menyelesaikan konten tersebut sekitar 4 jam. Konten tersebut dirilis pada tanggal 17 April 2021, disukai oleh 263 pengikut Instagram Nutens dan diikuti oleh 68 audiens. Setelah perilsan, penulis diminta untuk mengunggah hasil karya ke Google Drive yang berisi konten – konten Instagram Nutens sebelumnya yang telah dirilis.

3.3.1.3. Perancangan Video Iklan Produk Nutens Glazes

Nutens Glazes adalah proyek ketiga yang dikerjakan oleh penulis, dimana Nutens Glazes merupakan sebuah produk cairan pelapis kaca anti air yang biasa digunakan pada bagian kaca kendaraan ataupun kaca helm agar pandangan pengemudi tetap jelas walaupun terhalang oleh air, sehingga pengemudi bisa berkendara nyaman dan aman saat hujan.



Gambar 3.23 Kemasan Nutens Glazes



Gambar 3.24 Ilustrasi Kaca Anti Air

Pada proyek ini, penulis diminta untuk membuat sebuah video iklan singkat dari produk pelapis kaca anti air, Nutens Glazes. Pembimbing lapangan bernama Muhammad Robby Triyansyah memberikan arahan untuk mengemas iklan produk Nutens Glazes ini secara unik dan terkesan retro. Tujuan dibuatnya iklan ini adalah untuk menunjukkan kepada masyarakat akan mudahnya cara untuk berkendara aman dan nyaman saat hujan deras dengan Nutens Glazes. Adapun poin - poin yang ingin dituju dari video singkat iklan Nutens Glazes ini adalah mudah, praktis dan efektif. Hal pertama yang penulis lakukan adalah melakukan diskusi bersama tim kreatif untuk menyusun alur video dan membuat *storyboard* dari video iklan singkat ini. Setelah diskusi dengan pembimbing lapangan dan tim kreatif, adapun alur video yang dibutuhkan adalah shot produk, pengaplikasian dan hasil serta video dibuat dengan teknik *burst photo*, yaitu menggunakan kumpulan foto yang nantinya akan dijadikan video seperti konten yang sudah pernah rilis pada konten Instagram Nutens sebelumnya. Dari hasil diskusi tersebut penulis mencoba membuat sketsa kasar yang nantinya akan dijadikan acuan dalam pembuatan video, mulai dari sketsa kasar, realisasi dalam bentuk foto dan *proses editing*.



Gambar 3.25 Sketsa Kasar Pertama Video Iklan

Setelah pembuatan sketsa kasar sebagai acuan dan melakukan asistensi kepada pembimbing lapangan, penulis diminta untuk mengurutkan sketsa sesuai dengan alur yang sudah ditentukan sebelumnya, yakni *shot* produk, pengaplikasian dan hasil dari Nutens Glazes.



Gambar 3.26 Sketsa Kasar Kedua Video Iklan

Kemudian penulis melakukan asistensi dan memastikan kembali bahwa alur yang dibuat akan seperti sketsa gambar untuk dilanjutkan ke realisasi sketsa menggunakan foto. Pembimbing lapangan menyetujui alur sketsa kasar

tersebut, penulis dan tim kreatif memulai membuat realisasi sketsa yang telah dibuat. Penulis dipercayakan untuk mengambil foto dan melakukan *editing* pada proyek kali ini.

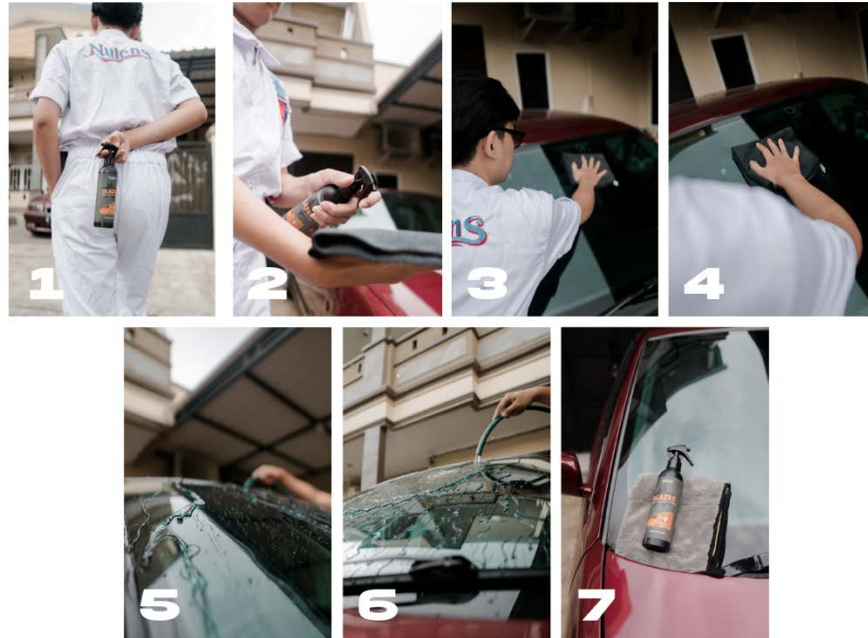


Gambar 3.27 Realisasi Sketsa Video Iklan

Pada pengambilan gambar diatas, penulis mengambil gambar setidaknya sebanyak 468 gambar dan setelah asistensi serta melakukan proses seleksi foto dengan pembimbing lapangan, yang disetujui untuk dilanjutkan dan digunakan untuk video iklan adalah sebanyak 213 gambar yang diwakilkan dengan gambar di atas, penulis juga melakukan pengambilan gambar dengan format RAW agar nantinya ketika memasuki proses *editing* penulis bisa leluasa melakukan pembesaran gambar tanpa khawatir gambar akan pecah.

Kemudian setelah melakukan asistensi dan sudah disetujui untuk memasuki proses *editing*, penulis memilah milah file terlebih dahulu dan dipisahkan sesuai adegan yang sudah diambil. Langkah pertama yang penulis lakukan adalah melakukan *editing* eksposur dan mood foto yang disesuaikan dengan nuansa halaman Instagram Nutens. Penulis

menggunakan *software* Adobe Lightroom dalam melakukan proses *editing* foto yang sudah diambil.

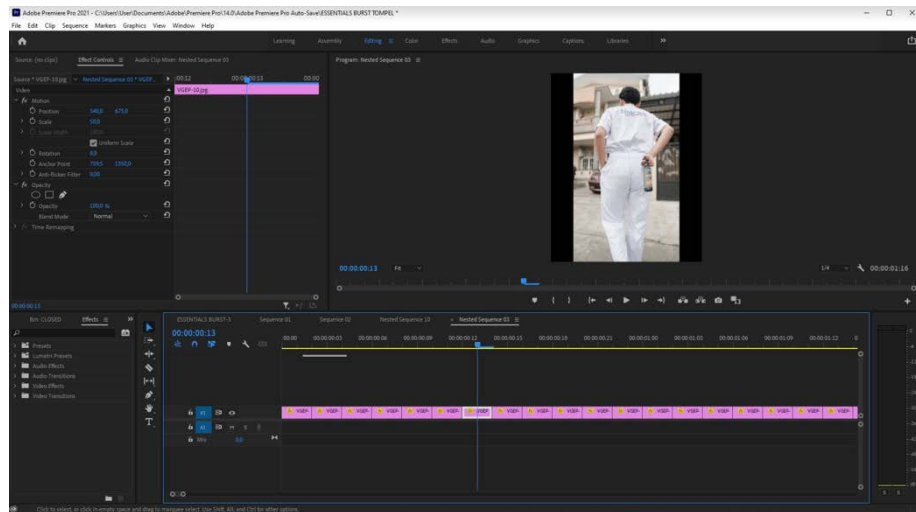


Gambar 3.28 Proses *Editing* Pertama Video Iklan

Penulis melakukan beberapa penyesuaian warna dan *cropping* pada Adobe Lightroom dengan format *portrait* maksimal 4:5 atau setara dengan 1080px x 1350px agar bisa diunggah di halaman Instagram Nutens. Setelah melakukan *editing*, penulis kembali melakukan asistensi kepada pembimbing lapangan bernama Muhammad Robby Triyansyah tentang nuansa pada gambar yang akan digunakan nantinya untuk membuat video. Pembimbing lapangan menyetujuinya dan meminta penulis untuk memproses 213 gambar yang telah disesuaikan warna dan *cropping*-nya untuk dilanjutkan menjadi sebuah video.

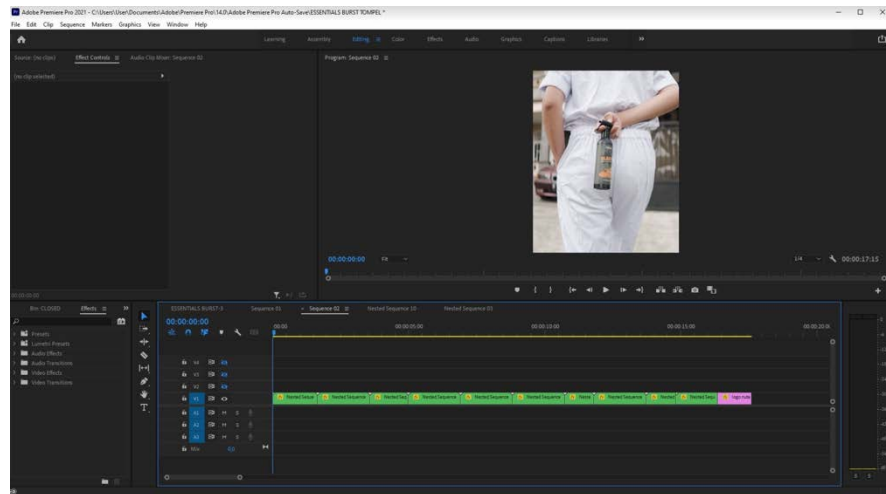
Pada proses pembuatan video dari 213 gambar tersebut, penulis menggunakan *software editing* video Adobe Premiere Pro. Pertama, yang penulis lakukan adalah memisahkan gambar per adegan dalam beberapa file agar ketika melakukan proses *editing* tidak kesusahan mencari file yang

sesuai dengan urutan adegan. Setelah melakukan pengelompokkan file menjadi beberapa adegan, penulis memasukkan semua adegan beserta beberapa adegan tambahan ke dalam *software* Adobe Premiere Pro untuk melakukan *editing*.



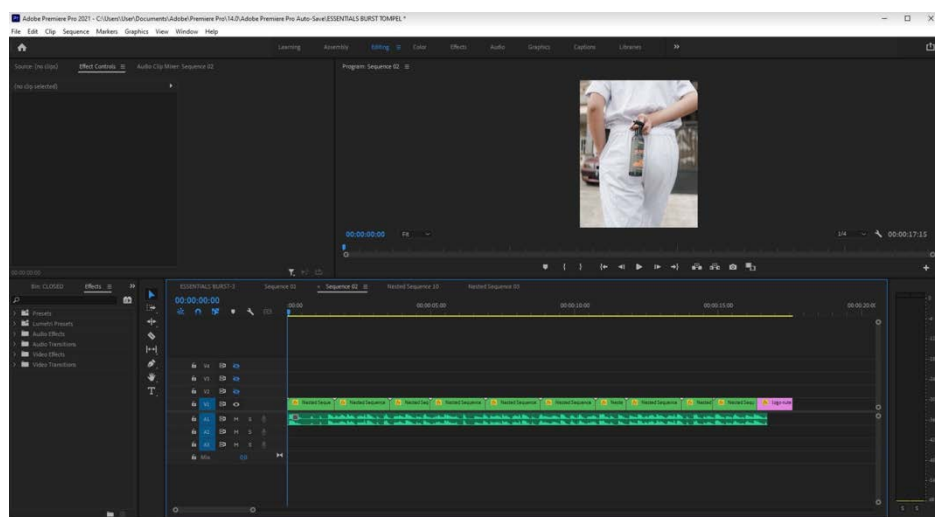
Gambar 3.29 Proses *Editing* Kedua Video Iklan

Penulis memasukkan gambar pada *timeline* di *software* Adobe Premiere Pro satu persatu dan menyesuaikan detik munculnya 1 gambar menjadi 0,2 detik. Untuk 1 adegan, 1 file berisi 17 – 23 foto dan penulis memasukkan semua file dengan cara yang sama ke dalam *timeline* Adobe Premiere Pro. Setelah semua file sudah masuk ke dalam *timeline*, penulis menggunakan fitur Adobe Premiere Pro yaitu *nesting*, penulis melakukan hal tersebut agar file tidak terlihat menumpuk dan terlihat lebih rapih sehingga nantinya *timeline* saat proses *edit* tidak berantakan. Ketika penulis sudah merapihkan *timeline*, penulis melakukan *cropping* dengan rasio 4:5 atau setara 1080px x 1350px agar nantinya bisa diunggah ke halaman Instagram Nutens.



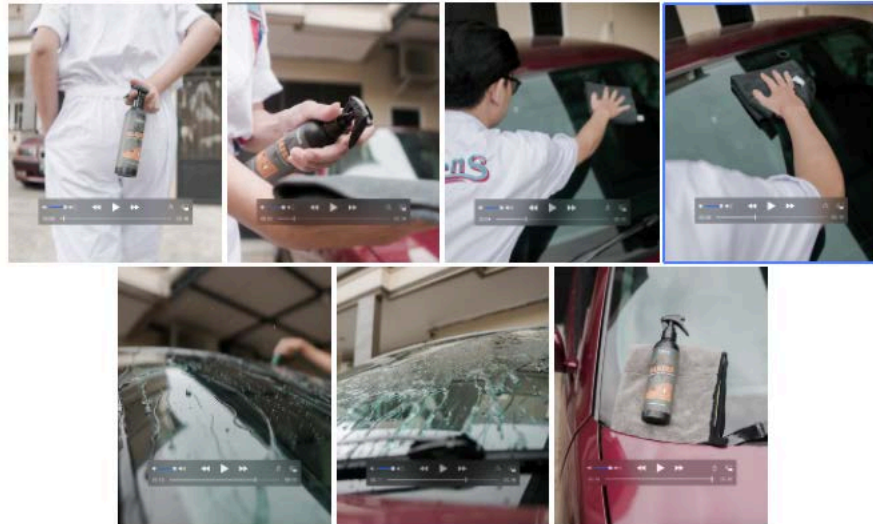
Gambar 3.30 Proses *Editing* Ketiga Video Iklan

Setelah melakukan penyesuaian ukuran gambar dengan halaman Instagram, penulis menambahkan musik pada video. Musik yang digunakan pada video adalah musik tanpa lisensi, jadi video yang diunggah nantinya bisa digunakan untuk beriklan tanpa harus membayar royalti, musiknya berjudul *A Walk Down 7th St.* ciptaan Otis McDonald yang dapat diunduh melalui Facebook Creator Studio. Lagu tersebut sudah dipilih terlebih dahulu oleh tim kreatif sebelum video ini dibuat.



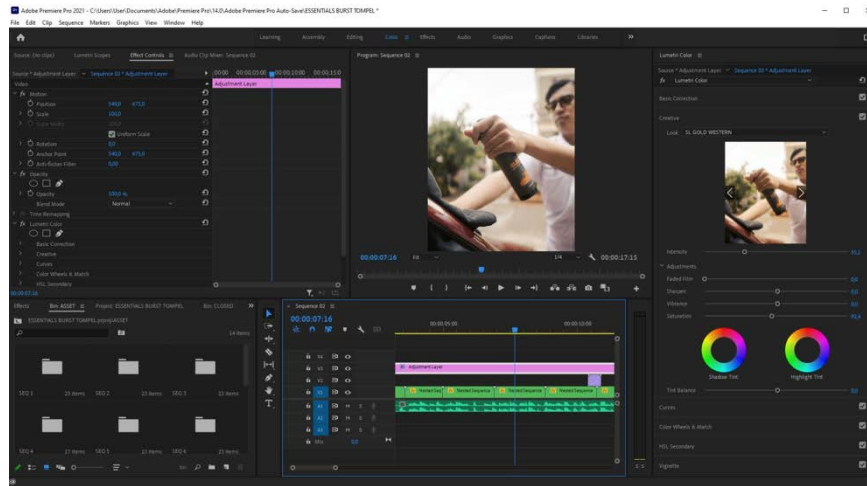
Gambar 3.31 Proses *Editing* Keempat Video Iklan

Sebelum penulis melanjutkan proses *editing*, penulis melakukan *export* terlebih dahulu agar bisa dilihat hasil sementara oleh pembimbing lapangan. Berikut adalah cuplikan gambar yang penulis asistensikan kepada pembimbing lapangan :



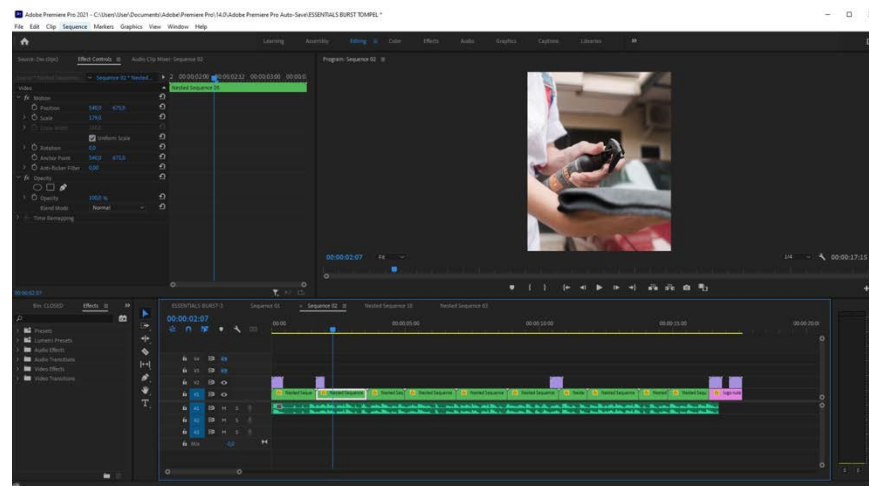
Gambar 3.32 Asistensi Pertama Video Iklan

Setelah melakukan asistensi kepada pembimbing lapangan, pembimbing lapangan mengatakan bahwa video tersebut sudah oke, tetapi warna video masih kurang pas untuk diunggah pada halaman Instagram Nutens, pembimbing meminta untuk sedikit lagi menyesuaikan warna atau mood video dengan konten lainnya pada halaman Instagram Nutens karena konten lain terkesan lebih *warm* sementara video tersebut tidak, pembimbing lapangan juga meminta penulis untuk menambahkan filter efek pada video agar video terlihat lebih menarik dan terkesan lebih retro seperti konsep yang telah dibuat di awal. Penulis melakukan kembali proses *editing* dengan catatan yang telah diberikan oleh pembimbing. Penulis mencari tambahan – tambahan filter efek yang mendukung video agar terlihat lebih retro dan penulis akan menyesuaikan kembali warna video dengan konten yang ada pada halaman Instagram Nutens.



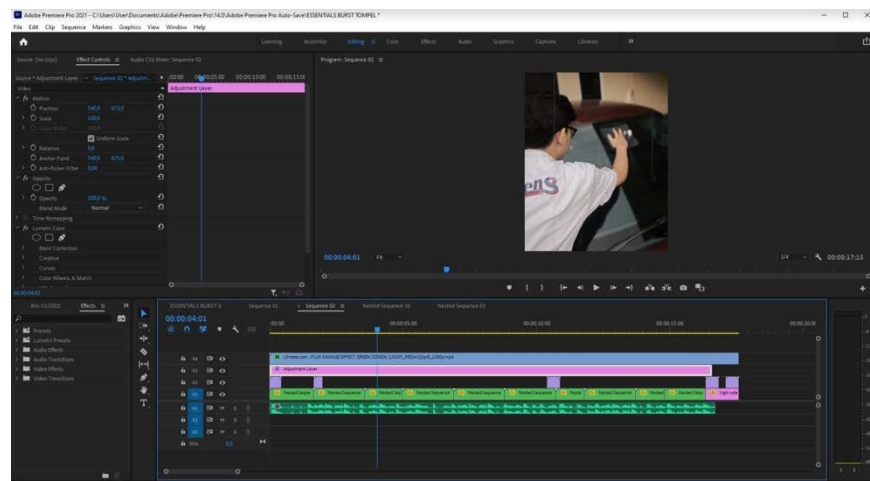
Gambar 3.33 Proses *Editing* Kelima Video Iklan

Penulis melakukan penyesuaian warna kembali dengan menggunakan fitur *Lumetri Color* pada Adobe Premiere Pro dan mengubah temperature warna menjadi lebih kekuningan agar terkesan *warm* seperti permintaan pembimbing lapangan.



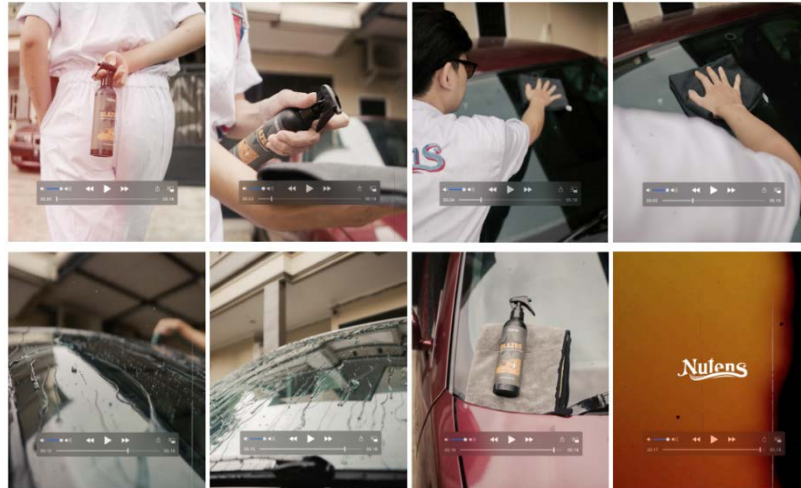
Gambar 3.34 Proses *Editing* Keenam Video Iklan

Sesuai dengan arahan pembimbing lapangan pada asistensi pertama, penulis menambahkan efek *Film Burn* pada video yang ditandai dengan warna ungu pada *timeline* video pada gambar di atas. Penulis menambahkan efek *Film Burn* agar terlihat lebih retro, seperti halnya video direkam menggunakan *roll film* pada jaman dahulu sebelum adanya teknologi digital. Penulis menggunakan efek *Film Burn* sebagai transisi saat pergantian adegan, namun penulis tidak menggunakan efek *Film Burn* terlalu banyak yang ditakutkan saat audiens melihat hasil video risih saat menonton, jadi penulis menggunakan efek tersebut hanya sebagai aksen tambahan, agar menjadi lebih terlihat retro, penulis menggunakan efek tambahan lagi, efek yang digunakan bernama *Film Damage* yang membuat video menjadi terlihat seperti rekaman lama. Efek tersebut penulis dapatkan dari Youtube, karena efek tersebut dibuat dengan latar belakang *green screen*, penulis harus membuat video tersebut menjadi terlihat transparan dengan menggunakan fitur *Ultra Key* pada Adobe Premiere Pro, dengan menggunakan efek *Ultra Key*, video yang tadinya memiliki layar belakang hijau bisa menjadi transparan dengan sedikit penyesuaian. Penulis menyesuaikan efek *Film Damage* dengan menurunkan tingkat transparansi pada efek tersebut sehingga efek tidak terlihat terlalu keras dan tidak mendominasi keseluruhan visual video.



Gambar 3.35 Proses *Editing* Ketujuh Video Iklan

Setelah penulis melakukan revisi yang diberikan oleh pembimbing lapangan, penulis melakukan *export* agar video bisa ditayangkan. Berikut cuplikan gambar dari video yang telah dibuat oleh penulis :



Gambar 3.36 Hasil Final Video Iklan

Penulis melakukan asistensi kembali dengan pembimbing lapangan tentang video tersebut dan akhirnya pembimbing lapangan menyetujui hasil revisi dan video iklan akan dilanjutkan ke Direktur Utama untuk persetujuan video tersebut diunggah ke halaman Instagram Nutens. Setelah disetujui oleh Direktur Utama, video akan diunggah oleh tim kreatif melalui Facebook Ads untuk dirilis terjadwal di halaman Instagram Nutens.



Gambar 3.37 Perilisan Video Iklan Nutens Glazes

Total waktu yang ditempuh penulis untuk membuat video tersebut adalah 7 jam termasuk waktu produksi konten. Konten tersebut dirilis pada tanggal 19 April 2021 dan disukai oleh 136 pengikut Instagram Nutens dengan 4.902 penayangan. Setelah itu penulis diminta untuk mengunggah hasil karya ke Google Drive yang berisi konten Instagram Nutens yang sudah rilis sebelumnya.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan praktik kerja magang di CV. Garasi Meraki – Nutens di bagian Divisi Media dan Publikasi, kendala pertama yang ditemukan oleh penulis adalah terkadang terjadi miss komunikasi antara tim eksternal dan tim internal, sering timbul arahan yang berbeda dari kedua tim sehingga membuat penulis menjadi bingung.

Kendala kedua yang ditemukan penulis yaitu, karena penulis berhadapan dengan file – file yang memiliki kapasitas yang besar, penulis tidak diberikan penyimpanan *offline* ataupun *online*, penulis menggunakan perangkat penyimpanan file pribadi dan menurut penulis hal tersebut cukup menyulitkan penulis karena penulis hanya mempunyai perangkat penyimpanan yang terbatas serta adanya limitasi akses dengan hak yang berkaitan.

Kendala ketiga yang penulis temui lainnya adalah tidak adanya perlengkapan untuk perihal dokumentasi dari perusahaan, saat produksi, penulis menggunakan peralatan pribadi, sedangkan kebanyakan konten dari Nutens adalah sebuah konten yang berdasar pada foto maupun video.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemui penulis perihal miss komunikasi antara tim eksternal dan tim internal ialah, setiap adanya rapat yang membahas tentang perancangan suatu konten ataupun promosi, penulis meminta izin untuk mengikuti rapat tersebut, sehingga penulis dapat membantu mengingat pekerjaan apa yang

akan diberikan, konten – konten apa saja yang akan dibuat sehingga penulis bisa mengerti apa yang diinginkan oleh tim eksternal. Sehingga saat kedepannya terjadi kebingungan dalam tim internal, penulis dapat mengingatkan tim internal terkait konten, tema dan apa saja yang harus dibuat saat berkaitan dengan perancangan.

Solusi untuk kendala kedua yang penulis lakukan adalah memberikan saran kepada pembimbing lapangan untuk mempunyai perangkat penyimpanan *offline* maupun *online* agar masing – masing pihak yang terkait dalam pembuatan perancangan konten dapat mengakses semua file konten yang sudah pernah dibuat.

Solusi atas kendala ketiga yang penulis lakukan sama seperti solusi kedua, yaitu memberikan saran kepada pembimbing lapangan untuk mempunyai setidaknya 1 alat dokumentasi, karena ditakutkan nantinya jika tidak ada perlengkapan dokumentasi, konten tidak berjalan, serta sebagai penyedia bagi pihak yang nantinya berhubungan dengan hal produksi konten, jadi tidak harus bergantung dengan peralatan yang dimiliki oleh pekerja desain grafis nantinya.