

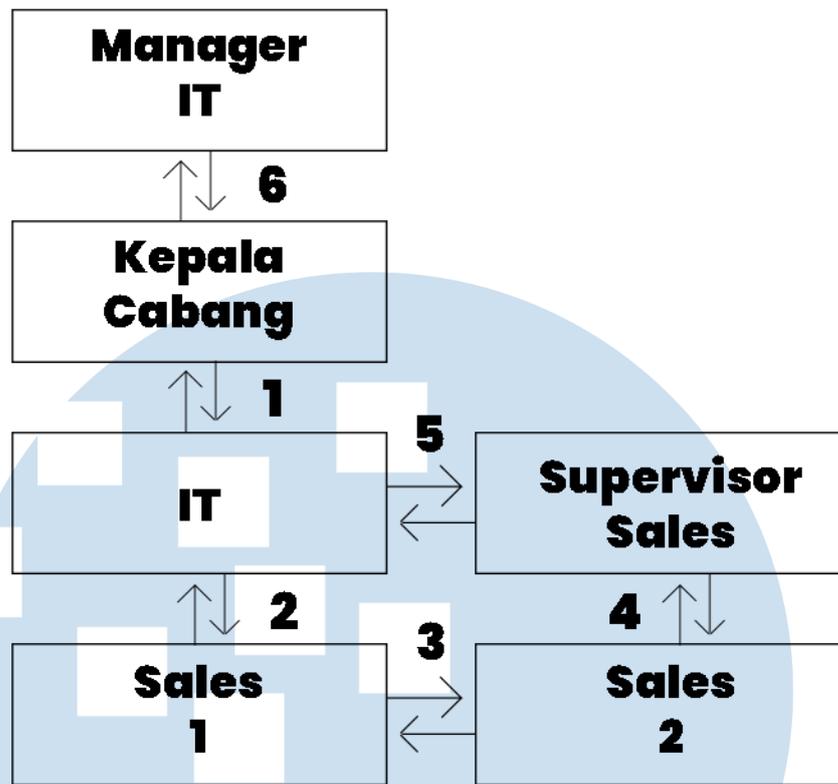
BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada praktek kerja magang ini berlangsung penulis mendapat posisi sebagai IT yang bertanggung jawab dalam pembuatan dan juga penyebaran konten – konten media sosial yang telah dibuat oleh para sales ataupun oleh penulis sendiri, dalam posisi ini penulis memiliki tugas untuk membuat konten tentang mobil – mobil Toyota tertentu setiap harinya dimana konten tersebut harus melalui persetujuan Kepala Cabang sebelum dapat di sebar luaskan di media sosial, juga memberikan sedikit pengetahuan penulis tentang cara menggunakan aplikasi editing video maupun gambar kepada beberapa sales yang di tunjuk oleh kepala cabang sebagai tim baru yang nantinya jika kampanye ini berhasil maka akan dibentuk sebuah tim baru yang bertugas membuat konten – konten promosi agar menarik minat pembeli untuk membeli mobil Toyota di cabang Plaza Toyota Gading Serpong ini. Pada saat penulis menanyakan kepada kepala cabang mengenai posisi penulis sekarang tengah menjalani proses pelatihan untuk menjadi Supervisor jika kampanye pemasaran online ini berhasil mempengaruhi peningkatan penjualan mereka.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.1 Alur skema kordinasi

(Sumber dokumentasi penulis,2021)

Berikut merupakan bagan koordinasi pekerjaan penulis setiap hari.

1. Kepala Cabang akan memberi instruksi untuk konten yang akan dibuat selama 1 minggu, mulai dari mobil yang akan dipromosikan dan isi dari konten yang akan dibuat kepada IT yang dalam hal ini adalah penulis.
2. IT berkordinasi dengan Sales yang dijadikan tim dalam proyek ini dimana sales 1 bertugas mencari referensi dari konten – konten apa saja yang akan dibuat setiap harinya.
3. Sales 1 dan Sales 2 mencari referensi dan ide untuk konten – konten media sosial yang kiranya di inginkan kepala cabang, biasanya dalam hal ini sales 1 bertugas mencari referensi desain, dan sales 2 bertugas mencari isi dari konten tersebut.
4. Sales 2 berkordinasi dengan Supervisor Sales yang menjadi ketua dari proyek ini, biasanya disini merupakan proses validasi informasi apakah benar atau tidak mengenai pembahasan suatu fitur tertentu pada mobil tertentu.

5. Supervisor Sales menghubungi IT, proses ini merupakan pemberian informasi suatu konten yang akan dibuat kepada IT atau penulis, supervisor sales yang menjadi ketua proyek ini akan memberikan gambaran singkat konten yang akan penulis buat kiranya seperti apa.
1. Setelah mendapat gambaran, IT atau penulis memproses atau membuat konten berdasarkan hasil diskusi sebelumnya dan memberikan kepada kepala cabang hasilnya. Jika kepala cabang setuju maka konten tersebut akan di sebar di akun media sosial kantor cabang.
6. Setiap minggu kepala cabang akan berkordinasi dengan Manager IT pusat, yang mana Manager IT pusat ini adalah PIC lapangan penulis, mengenai kinerja penulis selama satu minggu tersebut, mulai dari isi konten kreatifitas dan lainnya.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam kerja magang ini penulis bertugas membuat konten – konten sosial media untuk promosi mobil Toyota mulai dari konten video sinematik mobil Toyota, dimana sinematik ini adalah video singkat yang berdurasi sekitar 60 detik dan memperlihatkan model dan fitur unggulan dari mobil tersebut, video singkat *showroom*, dimana video berisikan kegiatan sales dan kelebihan dari *showroom* Plaza Toyota, foto – foto produk Toyota, atau biasa disebut *beauty shot* ini menampilkan model dari mobil yang akan di promosikan sehingga terlihat menarik, foto – foto *showroom*, kurang lebih sama seperti video *showroom*, hingga video animasi untuk keperluan promosi dimana animasi yang dibuat berupa animasi singkat. Dan untuk membuat itu semua dibentuk sebuah tim untuk proyek ini yang bertugas untuk melakukan promosi secara *online* ini.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

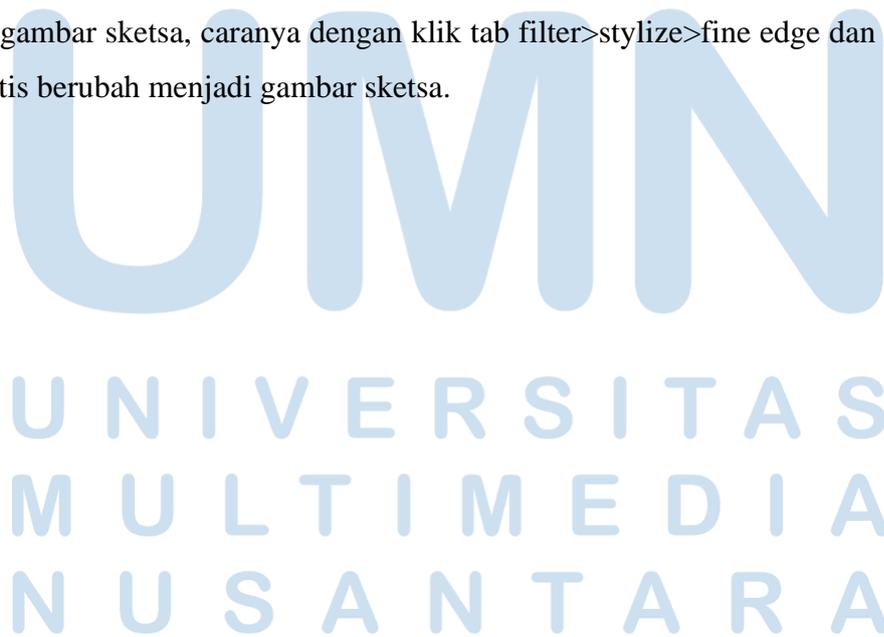
Tabel 3.2 Tugas Mingguan
(Sumber dokumentasi penulis,2021)

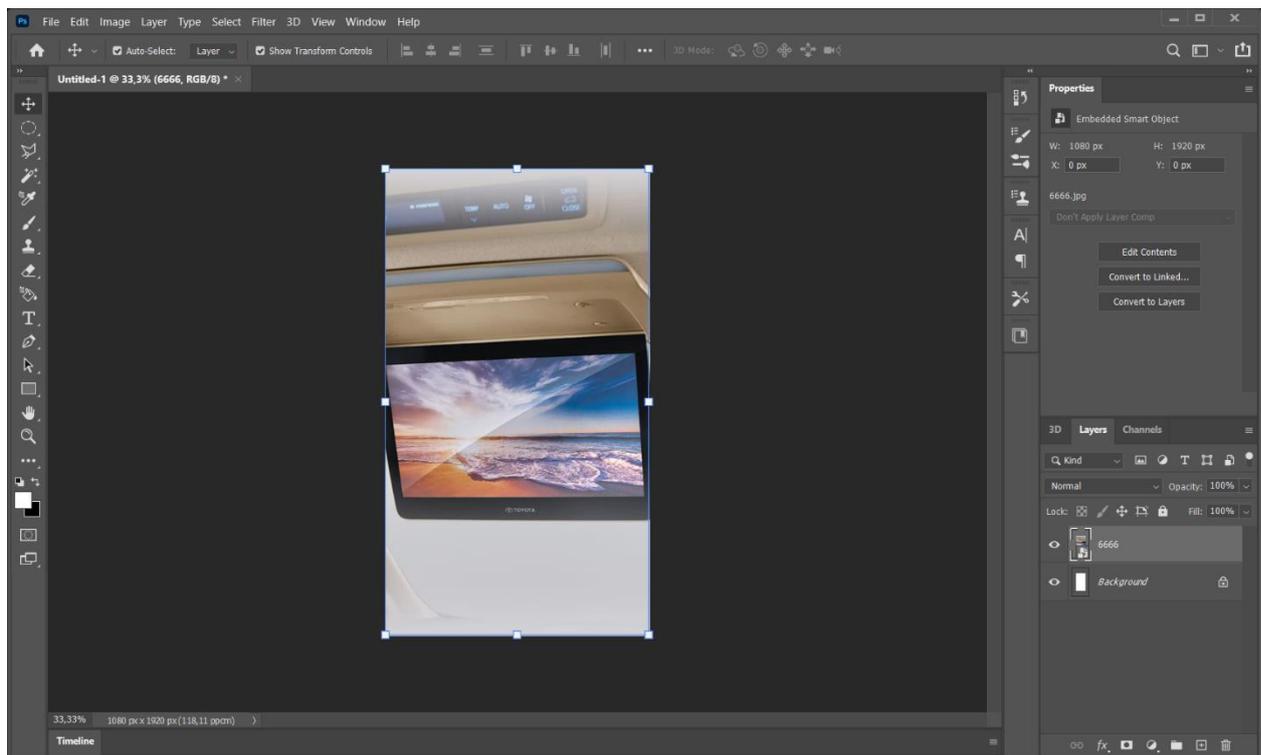
No.	Minggu	Tugas	Keterangan
1	16 – 21 Agustus 2021	Pengenalan kantor dan desain brosur	- Datang ke Plaza Toyota Head Office untuk pengenalan tugas yang akan dikerjakan selama periode magang. - Membuat brosur daftar harga mobil.
2	23 – 28 Agustus 2021	Pembuatan konten mobil untuk keperluan promosi	- Pembuatan konten berupa video fitur dan poster promosi.
3	30 Agustus – 4 September 2021	Pembuatan konten mobil untuk keperluan promosi	- Pembuatan konten berupa video fitur dan poster promosi. -Pembuatan sinematik Toyota Alphard.
4	6 – 10 September 2021	Pembuatan konten mobil untuk keperluan promosi	-Pembuatan konten berupa video fitur dan poster promosi -Memulai pembuatan motiongrafik membahas fitur unggulan
5	13 – 18 September 2021	Pembuatan konten mobil untuk keperluan promosi	- Pembuatan konten berupa video fitur dan poster promosi -Pembuatan sinematik Raize
6	20 – 25 September 2021	Pembuatan konten mobil untuk keperluan promosi	- Pembuatan konten berupa video fitur dan poster promosi

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Proses pembuatan kontennya tidaklah terlalu rumit, pertama – tama hari Senin pagi pemimpin proyek akan memulai rapat perencanaan bersama 1 tim proyek lainnya untuk mendiskusikan konten – konten apa saja yang akan dibuat untuk senin hingga sabtu tersebut yang 1 harinya berisikan 3 konten berupa 2 video dan 1 gambar yang bertujuan untuk mempromosikan mobil Toyota di hari itu, dimana setiap hari nya mobil yang akan di promosikan berbeda tiap harinya. Setelah agenda selesai untuk 1 minggu tersebut maka mulailah penulis mengerjakan apa yang sudah di diskusikan tadi, dan mengemas isi dari konten – konten yang sudah disiapkan agar terlihat menarik, dalam hal ini ada 3 aplikasi yang menjadi kunci utama dalam pembuatan kontennya, 3 aplikasi tersebut adalah Canva, Adobe Photoshop dan After Effect.

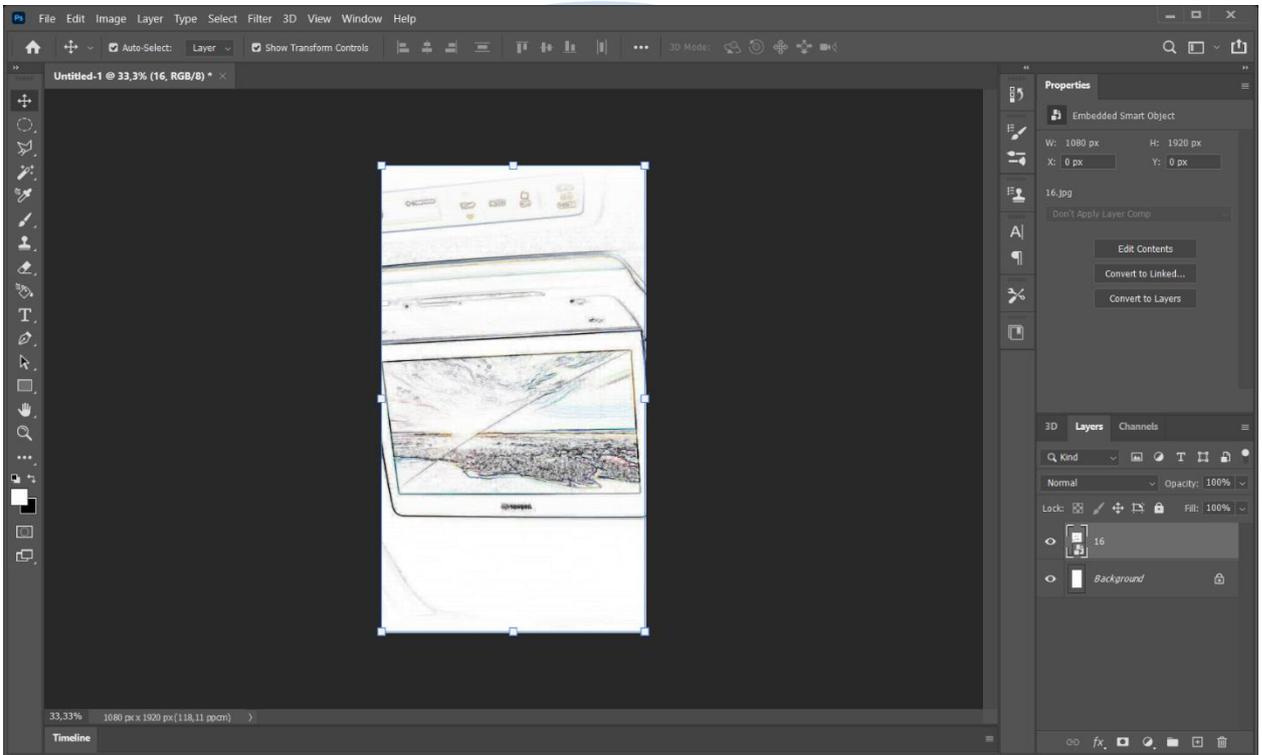
Dalam pembuatan motion graphic untuk keperluan konten pertama siapkan bahan – bahan yang akan digunakan dalam konten, dalam kasus penulis kali ini akan membuat konten yang mendeskripsikan interior dari mobil Toyota Alphard, sehingga gambar – gambar dan keterangan interior dari mobil Toyota Alphard menjadi bahan utama dalam pembuatan konten ini. Setelah bahan terkumpul gambar tersebut akan di olah dalam aplikasi Adobe Photoshop untuk mendapatkan kesan gambar sketsa, caranya dengan klik tab filter>stylize>fine edge dan gambar otomatis berubah menjadi gambar sketsa.





Gambar 3.3 Proses mengubah gambar berwarna menjadi sketsa
(Sumber dokumentasi penulis, 2021)

Dalam pembuatan motion graphic untuk keperluan konten pertama siapkan bahan – bahan yang akan digunakan dalam konten, dalam kasus penulis kali ini akan membuat konten yang mendeskripsikan interior dari mobil Toyota Alphard, sehingga gambar – gambar dan keterangan interior dari mobil Toyota Alphard menjadi bahan utama dalam pembuatan konten ini. Setelah bahan terkumpul gambar tersebut akan di olah dalam aplikasi Adobe Photoshop untuk mendapatkan kesan gambar sketsa, caranya pertama gambar akan di import kedalam aplikasi Adobe Photoshop dan disesuaikan ukurannya sesuai dengan kebutuhan, karena kali ini konten akan dimuat dalam bentuk Reels maka ukuran yang digunakan adalah 1080 x 1920 sehingga nantinya gambar dapat dimuat kedalam Instagram dengan baik tanpa terpotong. Selanjutnya pada menu bar pilih tab filter lalu pilih menu stylize selanjutnya pilih find edge dan tinggal klik.

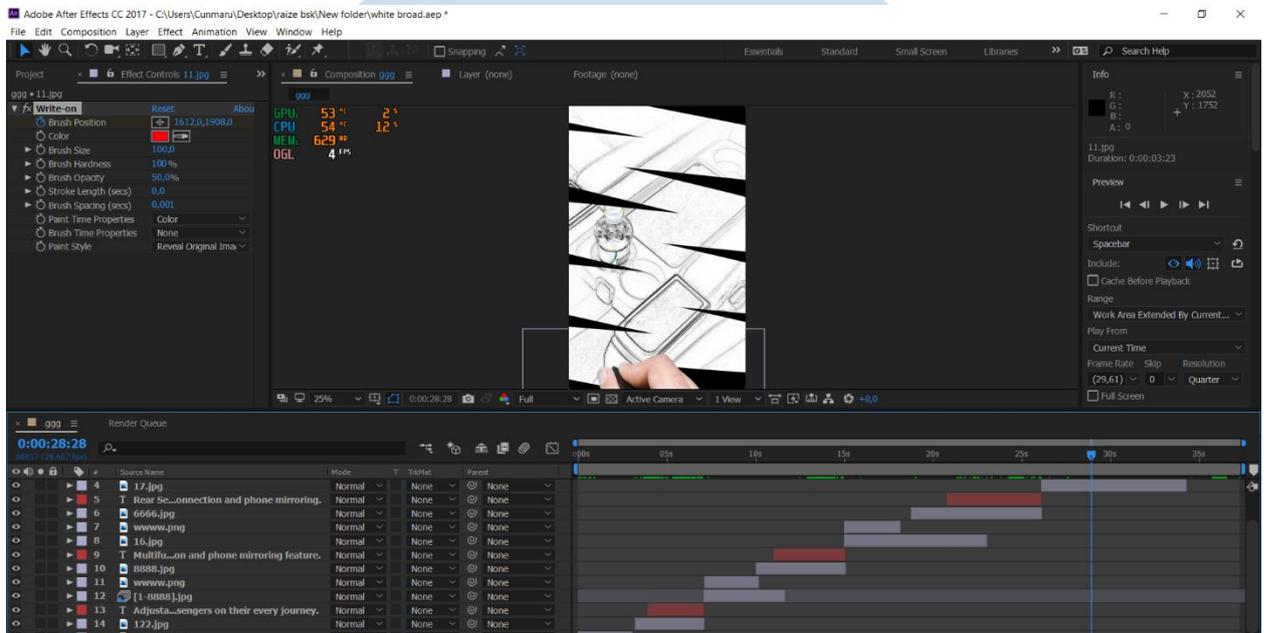


Gambar 3.4 Hasil jadi proses mengubah gambar berwarna menjadi sketsa

(Sumber dokumentasi penulis,2021)

Jika sudah maka hasil jadi akhirnya dapat dilihat pada gambar 3.3 dimana yang tadinya gambar berwarna sudah menjadi hitam putih layaknya sebuah sketsa.

Setelah semua bahan tadi sudah siap maka selanjutnya mulai pembuatan video, pertama buka aplikasi Adobe After Effect lalu pilih menu composition lalu pilih new composition, selanjutnya masukan semua gambar yang tadi sudah di edit dalam aplikasi Photoshop dan juga gambar berwarna aslinya. Masukkan semua gambar kedalam menu timeline yang ada dibawah lalu susun urutan sesuai dengan yang kita inginkan. Sekarang mulai tahap editing untuk menciptakan animasi white board sehingga seolah – olah gambar – gambar yang sudah kita siapkan tadi seperti Digambar oleh seseorang.



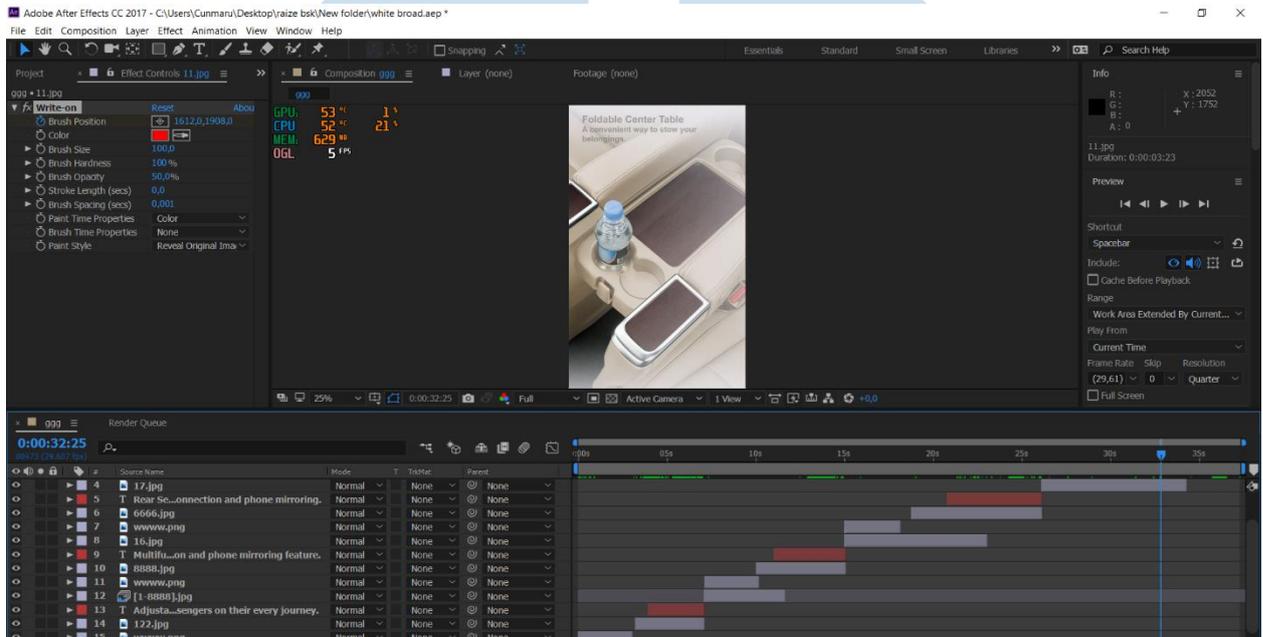
Gambar 3.5 Proses editing video

(Sumber dokumentasi penulis.2021)

Setelah semua gambar sudah diurutkan sesuai dengan keinginan, selanjutnya pilih tab effect lalu pilih generate lalu pilih efek write on. Dalam efek ini terdapat beberapa pengaturan seperti ukuran kuas, warna, dan lainnya, selanjutnya set brush size menjadi 100% dan brush opacity menjadi 50%, hal ini agar alur dari brush menjadi terlihat sehingga efek yang dihasilkan dapat sesuai dengan yang diinginkan. Setelah selesai pengaturan maka selanjutnya klik pada brush position untuk menentukan titik awal efek dimulai, dalam kasus penulis membuat efek coretan sehingga seolah – olah gambar tersebut hasil dari coret – coretan. Setelah pola alur dirasa cukup maka pada menu paint style seperti yang ada dalam gambar pilih Reveal Original Image sehingga gambar akan muncul mengikuti alur dari brush yang sudah dibuat tadi.

Setelah itu penulis juga memainkan tingkat opacity dari tiap gambar untuk menghasilkan efek hasil jadi sebuah gambar yang sudah di beri warna sehingga

gambar asli pun dimasukkan dan di atur kemunculannya agar sesuai dengan efek write on yang sudah dibuat tadi sehingga opacity gambar aslinya pun di atur dari 0 hingga 100 selain itu waktu atau timing juga harus



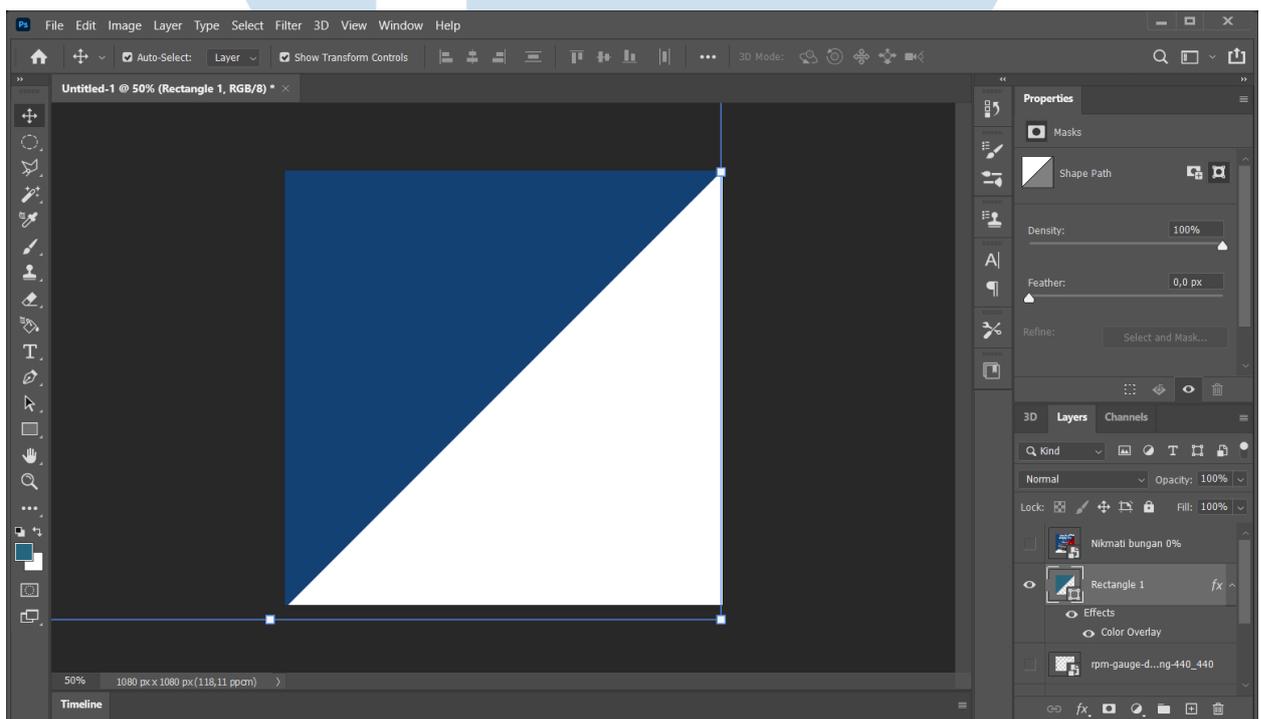
Gambar 3.6 Penambahan gambar berwarna

(Sumber dokumentasi penulis,2021)

Disesuaikan agar gambar yang berwarna tadi tidak menimpa gambar sketsa sehingga animasi yang dihasilkan lebih halus. Jika sudah maka terakhir tinggal diberi tulisan berupa penjelasan dari fitur pada gambar tersebut dengan sedikit memainkan posisi tulisan agar terlihat bergeser sedikit. Hal ini dilakukan berulang sampai semua gambar – gambar tadi menjadi satu kesatuan dan membentuk sebuah video, yang mana selanjutnya tinggal pilih menu composition lalu render composition.

Untuk konten ke 2 aplikasi yang digunakan hanya Adobe Photoshop, hal ini dikarenakan konten ini hanya berupa gambar seperti poster untuk keperluan *hard selling*, dan prosesnya pun tidak berbeda jauh dengan video, pertama – tama semua bahan keperluan dikumpulkan, seperti gambar mobil yang akan dipromosikan dengan format png, latar belakang, dan tulisan untuk isi konten dan tidak ketinggalan logo dari Plaza Toyota Gading Serpong sebagai identitas. Bahan – bahan untuk keperluan promosi ini didapat dari situs website khusus karyawan

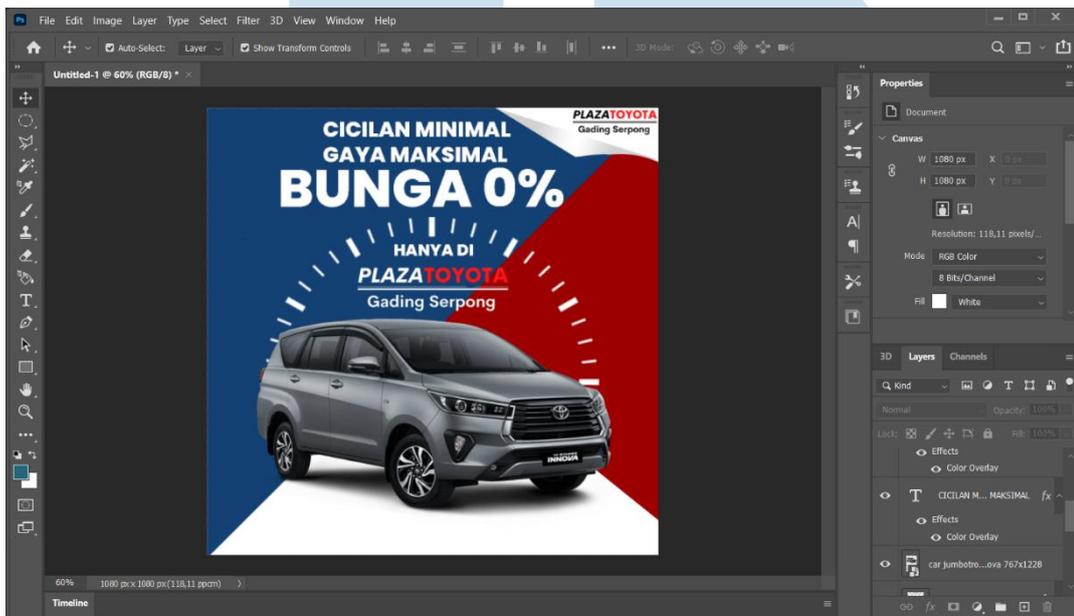
Plaza Toyota, setelah semua bahan yang diperlukan terkumpul mulailah proses perakitan konten, dengan menggunakan aplikasi Adobe Photoshop pertama perancangan bagian latar belakang, pembuatan latar belakang ini tergantung dari isi konten yang akan dibuat ada yang menggunakan gambar ada juga yang hanya permainan warna, biasanya konten yang berisi games atau pengenalan fitur menggunakan gambar, sedangkan konten promosi menggunakan kombinasi warna. Setelah latar dirasa cukup mulailah memasukkan gambar mobil yang akan dipromosikan di hari itu, dalam penempatan gambar mobil ini juga diperhatikan tata letaknya agar tulisan promosi dan lainnya tidak saling tumpang tindih, setelahnya barulah masukkan kata – kata promosi yang sudah disiapkan oleh pemimpin proyek, dan tahap terakhir adalah peletakan frame yang terdapat logo Plaza Toyota Gading Serpong.



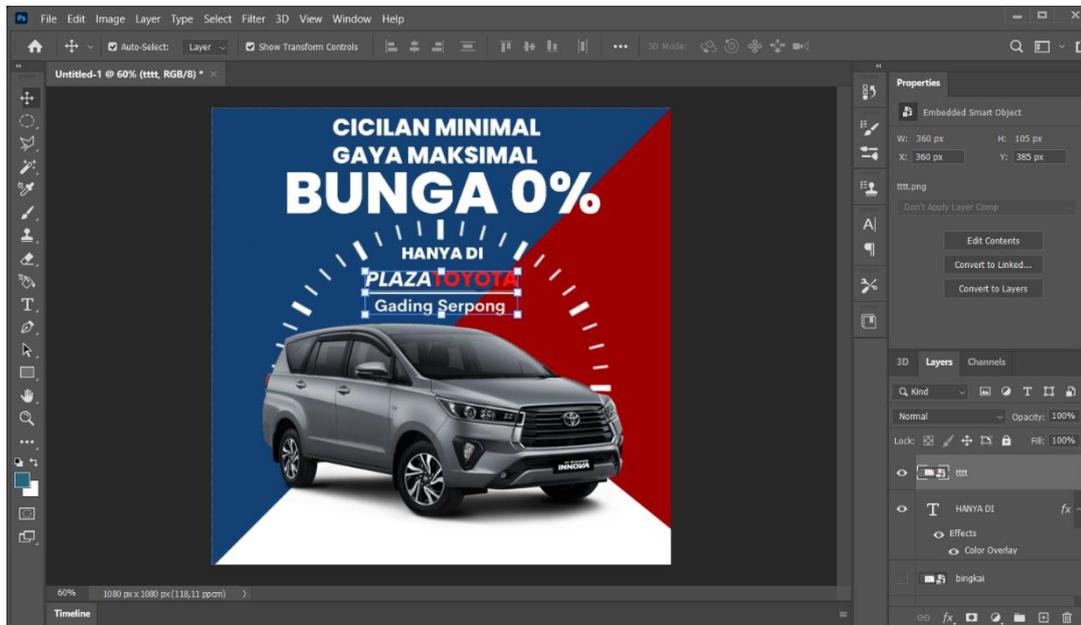
Gambar 3.7 Pembuatan latar belakang untuk keperluan konten *hard selling*
(Sumber dokumentasi penulis,2021)

Adapun langkah – langkah pembuatannya sebagai berikut, pertama ukuran disesuaikan untuk kebutuhan feed Instagram yang berukuran 1080 x 1080 lalu mulai untuk membuat latar belakang sesuai dengan yang diinginkan. Dalam hal ini

biasanya penulis menggunakan gambar free loyalty yang banyak tersedia di internet namun untuk kali ini penulis membuat desain dengan memainkan beberapa warna dan elemen agar terlihat menarik namun tetap tersampaikan isi dari desain tersebut, jika desain tersebut bertujuan untuk menyampaikan suatu promosi.



Gambar 3.8 Penempatan elemen untuk keperluan konten *hard sellin*
(Sumber dokumentasi penulis,2021)



Gambar 3.9 Proses terakhir dengan penambahan frame
(Sumber dokumentasi penulis,2021)

Jika latar belakang dirasa cukup maka mulai memasukkan gambar dan menambahkan elemen untuk kebutuhan promosi seperti pada gambar kali ini penulis sedang membuat desain untuk mempromosikan Toyota Innova sehingga gambar Toyota Innova pun dimasukkan dan ditambahkan tulisan promo agar dapat menarik minat orang – orang.



Gambar 4.0 Hasil jadi konten *hard selling*.

(Sumber dokumentasi penulis,2021)

Berikut penulis lampirkan beberapa hasil jadi dari konten – konten hard selling dan soft selling.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4.1 Contoh konten Hard Selling

(Sumber dokumentasi penulis,2021)



Gambar 4.2 Contoh konten Soft Selling

(Sumber dokumentasi penulis,2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 4.3 Contoh Konten Soft Selling games

(Sumber dokumentasi penulis,2021)

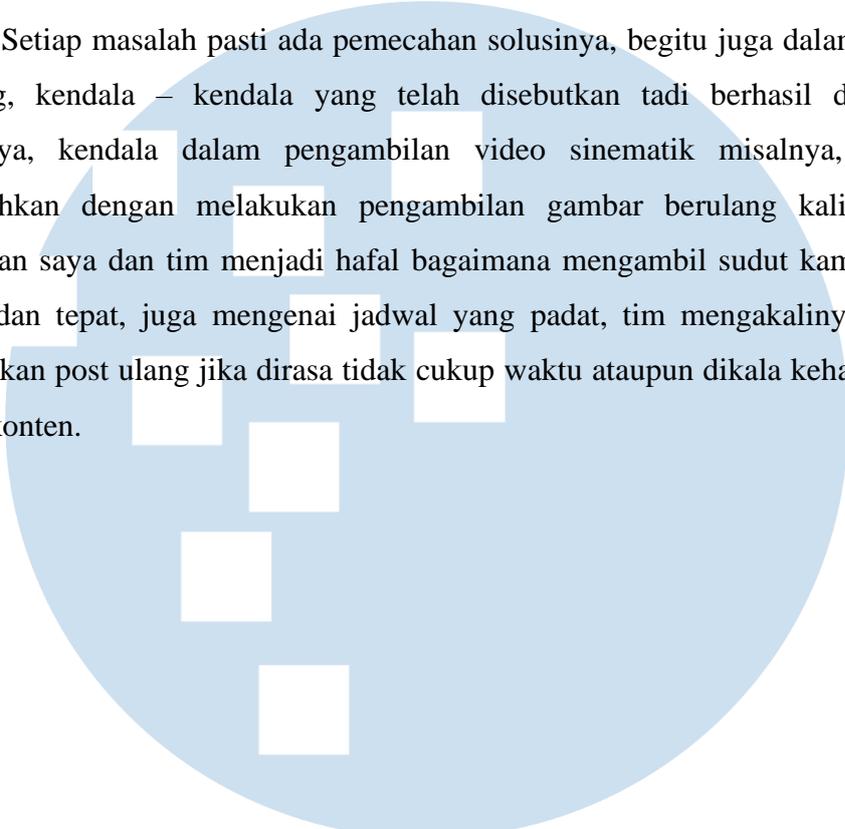
Dari ke 2 langkah pembuatan konten tadi ada, sebelum konten akan disebarakan maka hasil konten tadi akan dikirimkan ke pemimpin proyek, apakah konten sudah sesuai atau tidak dan jika dirasa sudah sesuai konten tersebut dikirimkan kepada kepala cabang untuk mendapatkan persetujuan apakah sudah sesuai atau belum dan jika sudah sesuai maka barulah konten tersebut akan di promosikan di akun sosial media Plaza Toyota Gading Serpong.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam proses kerja magang di Plaza Toyota tidak luput dari adanya kendala atau kesulitan dalam membuat konten media sosial, halangan utama dalam pembuatan konten terdapat pada pembuata sinematik mobil, dikarenakan tempat yang kurang memadai dan kurangnya pengalaman dalam mengambil video menjadi factor utama kesulitan dalam pembuatan sinematik, selain kendala sinematik kendala besar lainnya adalah waktu dan jadwal yang padat sehingga membuat tim proyek kehabisan ide dalam membuat konten. Kedua factor ini yang menjadi kendala selama saya melakukan kerja magang di Plaza Toyota Gading Serpong.

3.2.4 Solusi Kendala yang Ditemukan

Setiap masalah pasti ada pemecahan solusinya, begitu juga dalam praktek magang, kendala – kendala yang telah disebutkan tadi berhasil ditemukan solusinya, kendala dalam pengambilan video sinematik misalnya, berhasil terpecahkan dengan melakukan pengambilan gambar berulang kali lama – kelamaan saya dan tim menjadi hafal bagaimana mengambil sudut kamera yang bagus dan tepat, juga mengenai jadwal yang padat, tim mengkalinya dengan melakukan post ulang jika dirasa tidak cukup waktu ataupun dikala kehabisan ide untuk konten.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized 'U' shape with several white squares inside, resembling a film strip or a grid.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA