

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Gratefulshop merupakan perusahaan yang menjual aksesoris rohani Kristen melalui berbagai media sosial terutama Instagram. Dalam kegiatan magang ini, penulis memiliki kedudukan sebagai salah satu *content creator* untuk media sosial Instagram yang bertanggung jawab dalam proses seperti pengambilan foto, video, dan juga melakukan *editing* terhadap keduanya. Dalam melakukan pekerjaan, penulis dibimbing dan diarahkan langsung oleh Marcel Roderick selaku pimpinan dari Gratefulshop.

Dalam melakukan pengerjaan tugas, proses koordinasi dimulai dari pimpinan yang memberikan *brief* setiap minggunya mengenai hal-hal yang harus dikerjakan oleh penulis. Kemudian penulis memberitahu hasil dari proses yang telah dikerjakan sesuai dengan *brief* melalui aplikasi untuk meminta asistensi sebelum dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Ketika penulis belum mendapatkan persetujuan untuk menuju ke tahap berikutnya, penulis akan melakukan revisi dan meminta asistensi kembali. Setelah tahap revisi selesai dan telah disetujui oleh pimpinan, penulis melanjutkan pekerjaan ke tahap selanjutnya sampai hasil akhir disetujui oleh pimpinan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis melakukan kegiatan magang di Gratefulshop secara langsung di kantor selama satu atau dua hari dalam satu minggu dan sisanya dilakukan secara WFO dari tanggal 22 Juli 2021 sampai 22 Desember 2021 sebagai *content creator*. Dalam melakukan pekerjaan sebagai *content creator*, penulis bertanggung jawab dalam pengambilan foto dan video terhadap produk dari Gratefulshop serta melakukan editing untuk keperluan media sosial Instagram. Setiap harinya, Instagram Gratefulshop harus mengunggah 4 foto maupun video. Tema atau konsep dari foto produk yang dilakukan berganti setiap bulannya.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

3.2.2.1 Foto Produk

Gratefulshop merupakan suatu perusahaan yang bertumpu pada media sosial. Sehingga foto produk menjadi hal yang penting untuk kebutuhan media sosialnya, terutama Instagram. Dalam satu hari, Gratefulshop harus mengunggah foto produk sebanyak dua unggahan. Yang pertama pukul 11.00 WIB dan yang kedua 18.00 WIB. Hal ini dilakukan dari Senin sampai Sabtu. Setiap unggahan, produk yang difoto harus berbeda.

Pemilihan produk yang akan difoto dilakukan oleh penulis. Penulis akan membuat daftar produk apa saja yang akan difoto untuk keperluan Instagram satu minggu kedepan. Selama seminggu, produk yang akan difoto kurang lebih berjumlah 10 sampai 12 produk. Untuk hari Senin, produk yang difoto merupakan koleksi terbaru dari Gratefulshop. Lalu penulis akan membahas dan meminta persetujuan pimpinan mengenai daftar produk yang akan difoto. Setelah disetujui, penulis kemudian menghubungi bagian pergudangan untuk mengambil produk. Setelah itu, penulis dapat melanjutkan pekerjaan ke tahap pengambilan foto.

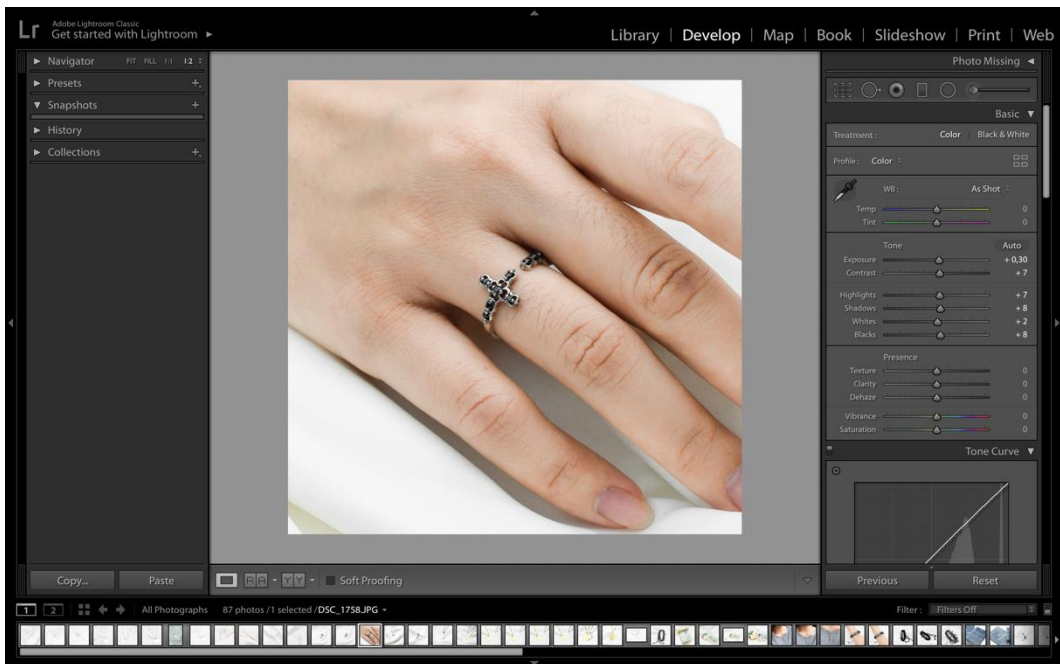


Gambar 3.1 Foto Produk
(Dokumentasi pribadi, 2021)

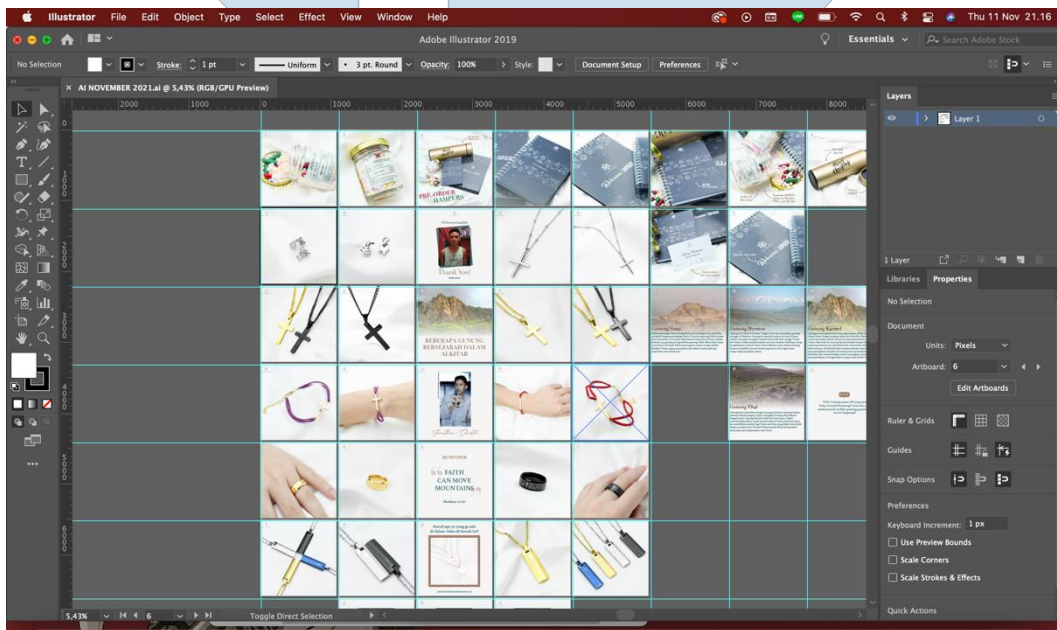
Setiap produk harus memiliki minimal dua foto yang berbeda dalam *angle*, tipe shot, dan komposisi. Terkadang ada beberapa produk yang diminta oleh pimpinan untuk difoto dengan contoh penggunaan produknya, terutama untuk koleksi produk terbaru. Dalam melakukan pengerjaan foto, penulis menggunakan dua jenis kamera. Yang pertama adalah Nikon D7500 dengan lensa 55mm dan Sony A7III dengan lensa 50mm. Kamera Nikon D7500 adalah kamera yang disediakan oleh Gratefulshop. Sehingga hanya digunakan oleh penulis ketika melakukan pengerjaan foto produk di kantor. Sedangkan penggunaan A7III milik penulis digunakan untuk pengerjaan di luar kantor. Dalam melakukan foto produk terutama aksesoris, *lighting* tentu memiliki peran yang sangat penting. Penulis menggunakan dua lampu LED 50 Watt yang dipasangkan pada *softbox* 60x60cm.

Penulis lebih sering mengambil foto produk di kantor daripada di luar kantor. Ketika mengambil foto produk di kantor, penulis menggunakan peralatan fotografi milik sendiri maupun milik Gratefulshop. Penulis biasanya membutuhkan waktu sekitar dua sampai tiga hari untuk mengambil foto produk untuk keperluan unggahan Instagram satu minggu kedepan. Setelah melakukan tahap foto produk, penulis akan menunjukkan foto secara langsung dan meminta asistensi kepada pimpinan. Setelah disetujui, penulis melanjutkan pekerjaan ke tahap editing.

Dalam pengerjaan editing, penulis menggunakan *software* Adobe seperti Adobe Lightroom, Adobe Photoshop, dan Adobe Illustrator. Yang pertama dilakukan oleh penulis adalah memindahkan file dari *sd card* ke *hard disk*, memilih dua foto untuk setiap produk, dan merapikan folder. Kemudian penulis mengedit foto di Adobe Lightroom untuk *grading* warna, pencahayaan, dan komposisi dari foto. Penggunaan Adobe Lightroom memudahkan penulis untuk menyamakan semua *tone* warna dan pencahayaan tiap foto. Selain itu, dikarenakan penggunaan lensa hanya 55mm dan produk yang difoto adalah aksesoris yang terkadang ukurannya kecil, penulis menggunakan Adobe Lightroom untuk melakukan *digital zoom* atau *cropping*. Penulis menggunakan *ratio* 1:1 agar memudahkan mengunggah foto ke Instagram.



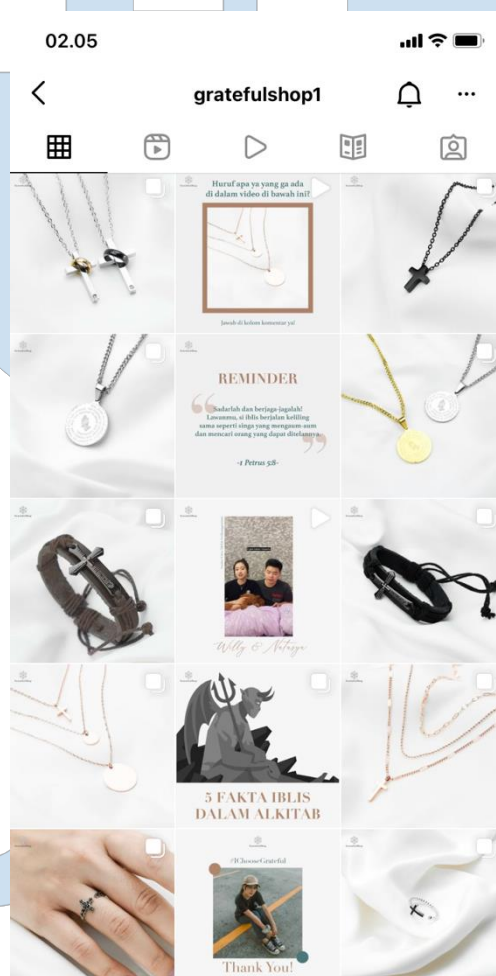
Gambar 3.2 Editing Foto Produk
(Dokumentasi pribadi, 2021)



Gambar 3.3 Editing Foto Produk
(Dokumentasi pribadi, 2021)

Selanjutnya, penulis mengedit tekstur atau warna yang lebih detail menggunakan Adobe Photoshop dan disimpan dalam bentuk jpeg dengan resolusi 1080 x 1080 pixel. Yang terakhir adalah menambahkan logo Grateful pada tiap foto dan desain tambahan seperti teks pada foto menggunakan Adobe Illustrator.

Dibutuhkan waktu sekitar dua sampai tiga hari untuk mengedit kurang lebih 12 sampai 15 foto. Setelah tahap editing, penulis akan meminta asistensi kepada pimpinan melalui aplikasi chat Whatsapp karena penulis melakukan tahap editing secara *work from home* (WFH). Setelah mendapat persetujuan, penulis dapat melanjutkan tahap terakhir yaitu mengunggah setiap fotonya melalui website *content creator* yang dapat menjadwalkan unggahan ke Instagram secara otomatis. Kemudian penulis akan menghubungi *copywriter* untuk keperluan penulisan *caption* di Instagram.



Gambar 3.4 Foto Produk di Instagram (Instagram Gratefulshop, 2021)

3.2.2.2 Video Produk

Selain foto produk, terkadang penulis juga menggunakan video untuk diunggah ke Instagram. Terdapat tiga jenis video yang diproduksi oleh penulis. Yang pertama adalah video stop-motion. Video stop motion yang diproduksi oleh penulis merupakan video sederhana dan singkat dengan durasi 5-10 detik. Video ini diproduksi agar memberikan kesan baru pada *feeds* Instagram sehingga pengikut Instagram Gratefulshop tidak hanya melihat gambar yang diam. Penulis memproduksi video ini dengan menggunakan kamera yang sama, yaitu Nikon D7500 dengan tambahan tripod agar kamera tetap stabil. Tidak ada proses *praproduksi* sebelum produksi video stop *motion*. Karena penulis biasanya secara langsung memproduksi video ini ketika sedang melakukan foto produk.

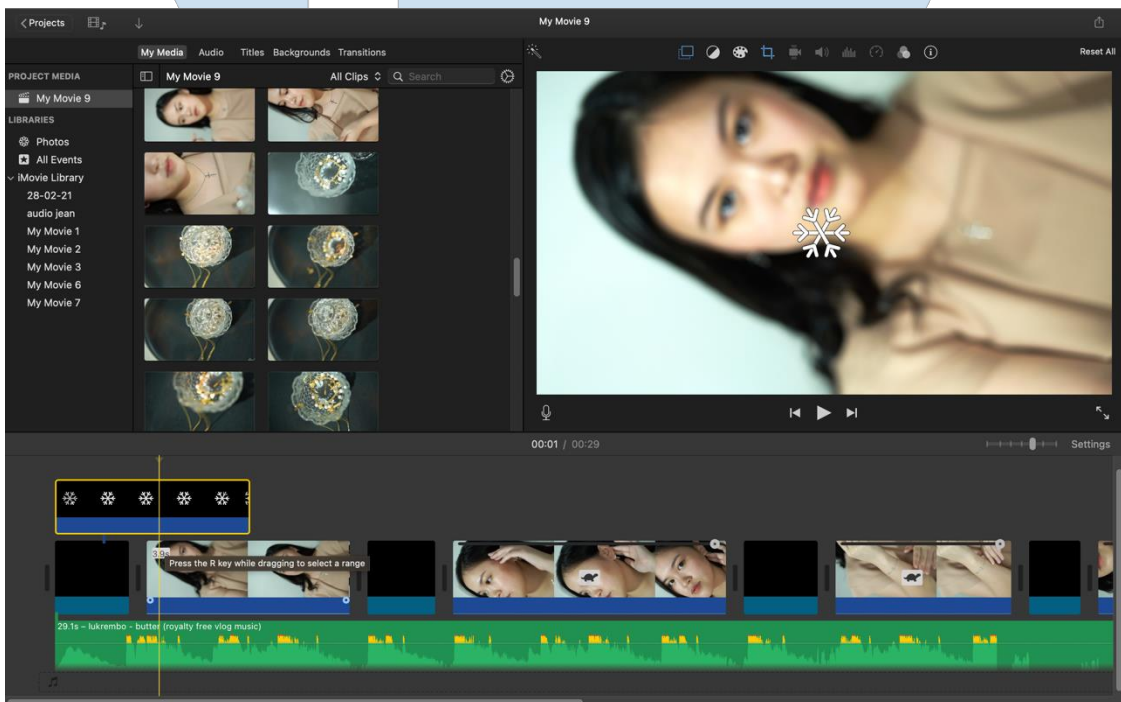
Jenis video selanjutnya yang diproduksi oleh penulis merupakan video promosi untuk produk khusus yang ditawarkan oleh Gratefulshop dalam rangka memperingati hari-hari tertentu, seperti hari kemerdekaan atau natal. Contohnya adalah baju dengan konsep desain kemerdekaan dan paket bingkisan untuk natal. Kedua hal tersebut bukanlah aksesoris yang ditawarkan Gratefulshop seperti biasanya. Pada tahap *pre-production*, penulis melakukan perencanaan biaya dan jadwal, menentukan dan mempersiapkan tempat untuk produksi, menentukan konsep, serta mempersiapkan *talent* ketika dibutuhkan.

Setelah itu, penulis lanjut ke tahap selanjutnya, yaitu produksi. Penulis meminta bantuan kepada teman-teman di luar Gratefulshop untuk membantu proses produksi seperti mengatur *lighting*, *make-up*, dan *wardrobe*. Kemudian, penulis melakukan tahap selanjutnya, yaitu *post-production*. Penulis melakukan editing untuk video promosi dengan menggunakan *software* iMovie ataupun Adobe Premiere Pro. Penulis kemudian menunjukkan *fine cut* kepada pimpinan, setelah disetujui, penulis dapat masuk ke tahap *final edit* dan melanjutkannya ke *online editing* untuk melakukan *color grading*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.5 Produksi Video Produk
(dokumentasi pribadi, 2021)



Gambar 3.6 Editing Video Produk
(dokumentasi pribadi, 2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Hal yang sama juga dilakukan oleh penulis untuk jenis video ketiga, yaitu video yang akan diunggah ke Reels atau Story Instagram. Namun yang menjadi perbedaannya adalah durasi dari video. Video promosi biasanya memiliki durasi yang lebih lama daripada video untuk Reels Instagram yang hanya berdurasi 15 sampai 30 detik saja. Perbedaan *ratio* terhadap video juga berbeda. Video promosi biasanya menggunakan *ratio* 16:9 (horizontal) dan video untuk Reels Instagram menggunakan *ratio* 9:16 (vertikal). Karena keduanya untuk keperluan media sosial Instagram, penulis biasanya melakukan *export file* dengan resolusi 1080p atau *full HD*.



Gambar 3.7 Produksi Video Produk
(dokumentasi pribadi, 2021)

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

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani praktek kerja magang di Gratefulshop, penulis juga mengalami kesulitan dan memiliki berbagai kendala. Kendala yang pertama dihadapi adalah kesulitan penulis dalam beradaptasi dengan dunia kerja. Penulis harus menyesuaikan kecepatan bekerja sesuai dengan *deadline* yang ada. Sehingga penulis terkadang harus bekerja di luar jam kerja agar dapat menyelesaikan pekerjaan sebelum *deadline*. Selain itu, penulis juga mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan proses kerja yang ada.

Selama masa perkuliahan, penulis belajar menciptakan suatu karya dengan cara bekerjasama atau berkelompok. Sedangkan, ketika melakukan praktek kerja magang, penulis diharuskan beradaptasi dengan kondisi bekerja dan bertanggung jawab sendiri atas berbagai departemen dalam memproduksi sesuatu, terutama video. Karena hal tersebut, penulis cukup mengalami kesulitan dalam melakukan pekerjaan yang kurang sesuai dengan kemampuan dan pengalaman penulis. Contohnya seperti mengelola atau mengatur jadwal produksi. Kesulitan juga dihadapi penulis karena harus mengembangkan ide sendiri dan melakukan proses produksi sendiri. Kendala ini dapat terjadi karena salah satu *content creator* yang seharusnya bekerjasama dengan penulis mengundurkan diri dari perusahaan.

Kendala selanjutnya adalah penggunaan *software*. Untuk *software editing*, yaitu Adobe Photoshop dan Adobe Premiere Pro, terkadang penulis mengalami kesulitan karena sering terjadinya *crash* pada kedua *software* tersebut. Hal ini membuat penulis membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menyelesaikan pekerjaannya dan membuat jadwal yang sebelumnya telah ditentukan menjadi tidak sesuai dengan rencana.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis melakukan berbagai solusi untuk mengatasinya. Mengenai kendala waktu dunia kerja, penulis berusaha untuk membiasakan diri dengan pekerjaan yang ada dan mencari cara yang lebih efektif dalam melakukan pekerjaan dengan meminta saran kepada

content creator yang pernah bekerja di Gratefulshop. Penulis juga membuat catatan seperti daftar atau jadwal pekerjaan yang harus diselesaikan, serta mengurutkannya sesuai dengan tingkat kepentingan juga waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan yang ada.

Solusi untuk kendala proses kerja adalah penulis meminta saran dan banyak bertanya kepada teman untuk bertukar ide ketika dalam proses pengembangan ide dan meminta bantuan teman saat proses produksi video. Sedangkan solusi untuk kendala *software*, penulis mencoba untuk menggunakan *software* lain agar tidak menghambat waktu kerja sekaligus menjadi ilmu dan eksplorasi baru untuk penulis.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA