

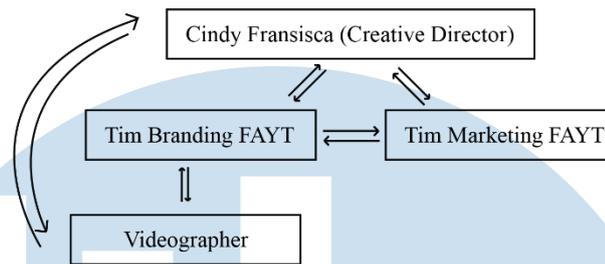
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melaksanakan program magang di FAYT sebagai videografer. Sebagai videografer, penulis ditempatkan di bagian *branding* dari FAYT. Walaupun penulis adalah videographer tapi penulis juga seringkali terlibat di bagian *development* sebuah *campaign*. Penulis seringkali membahas dan berdiskusi mengenai *campaign-campaign* FAYT yang akan datang bersama dengan tim *branding* ini. Alur koordinasi *campaign-campaign* di FAYT adalah sebagai berikut:

1. Bersama dengan tim *branding* penulis akan membahas dan berdiskusi mengenai ide-ide *campaign* FAYT.
2. Setelah mendapat *main goals* dan *objective* yang ingin dicapai, tim *branding* khususnya penulis sebagai *videografer* ditugaskan untuk menggali dan menyempurnakan *main goals* dan *objective campaign* tersebut.
3. Penulis akan melakukan *pitching* kepada *creative director* mengenai konsep *campaign* yang sudah disempurnakan. Jika konsep sudah disetujui oleh *creative director* maka konsep bisa diproduksi, namun jika tidak penulis harus kembali menyusun konsep yang sesuai dengan *goals creative director*.
4. *Campaign* akan diproduksi dengan *shooting* dan *photoshoot*. Pada saat produksi, videografer bertugas untuk merekam *footage* dan men-*direct* aktor dalam *shooting*.
5. Aset-aset *shooting* kemudian masuk ke tahap *editing* dan juga *color grading*.

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



Bagan 3.1 Alur Koordinasi FAYT

3.2 Tugas dan Uraian yang Dilakukan

Sebagai *videografer* di FAYT, penulis terlibat dalam *pre-production*, *production*, dan juga *post-production* tiap *campaign*. Tahap *pre-production* biasa meliputi perencanaan konsep, *location scouting*, *recce*, dan lain-lain. Sebelum tahap *production* penulis juga menyusun *creative brief*, *shotlist*, *photo/storyboard* untuk memudahkan proses *production*.

Tahap *production* di FAYT terbagi menjadi dua, *photoshoot* dan juga *shooting*. Pada saat *photoshoot* penulis biasa merekam beberapa *footage* tanpa model. Kemudian pada saat *shooting*, penulis baru fokus *shooting* untuk keperluan *campaign* dan juga *ads*.

Di tahap *post-production* penulis fokus melakukan editing, grading, dubbing, dan lain-lain sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Penulis juga melakukan asistensi dengan *creative director* serta melakukan beberapa revisi sampai *draft* disetujui oleh *creative director*.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	9 Agustus -31 Agustus	<i>Collaboration</i> FAYT x Claryn	Penulis terlibat dalam tahap produksi dan <i>post-production</i> .
2	10 September - 19 September	FAYT #TeamFAYT Collection	Penulis terlibat dalam tahap <i>pre-production</i> , <i>production</i> dan <i>post-production</i> .

3	20 September - 3 Oktober	<i>Collaboration</i> FAYT x Kronikel	Penulis terlibat dalam tahap produksi dan <i>post-production</i> .
4	4 Oktober - 17 Oktober	<i>Collaboration</i> FAYT x PUYO	Penulis terlibat dalam tahap <i>pre-production</i> , <i>production</i> dan <i>post-production</i> .
5	18 Oktober - 31 Oktober	<i>Collaboration</i> FAYT x Chatime Atealier	Penulis terlibat dalam tahap <i>pre-production</i> , <i>production</i> dan <i>post-production</i> .
6	Mid November	FAYT Qosmik- 311 Collection	Penulis terlibat dalam tahap <i>pre-production</i> , <i>production</i> dan <i>post-production</i> .
7	November	FAYT x Nipplets	Penulis terlibat di tahap <i>production</i> dan <i>post-production</i> .
8	End November	FAYT Tweed Collection	Penulis terlibat dalam tahap <i>pre-production</i> , <i>production</i> dan <i>post-production</i> .
9	December	FAYT Christmas Collection	Penulis terlibat dalam tahap <i>pre-production</i> , <i>production</i> dan <i>post-production</i> .

3.2.1 Proses Pelaksanaan

Penulis melaksanakan program magang pada Agustus 2021 di FAYT. Pada saat itu, FAYT sedang mempersiapkan *campaign* kolaborasi antara FAYT dan Claryn (*clothing*), FAYT dan Kronikel (*footwear*) dan juga beberapa produk reguler FAYT. Biasanya proses yang membutuhkan waktu yang paling lama dalam pembuatan *campaign* adalah bagian *development*. *Development* dari *campaign* sendiri bisa memakan waktu 1-2 bulan, sedangkan proses produksi dan *post-*

production memakan waktu 2-3 minggu. Karena *development campaign* FAYT x Claryn, FAYT x Kronikel, dan beberapa produk regular sudah selesai saat penulis masuk, maka penulis hanya ikut serta dalam tahap produksi dan juga *post-production* saja.

A. FAYT x Claryn

FAYT dan Claryn adalah salah satu *local brand* yang bergerak di *e-commerce* dengan visi yang serupa, yakni *empowerment*. Oleh karena itu, pada kolaborasi kali ini, FAYT dan Claryn mengusung tema *sisterhood*. Tema ini diharapkan mengingatkan perempuan-perempuan Indonesia mengenai pentingnya saling mendukung dan menguatkan satu dengan yang lain. Pada *campaign* kolaborasi kali ini, penulis ditugaskan untuk melaksanakan proses *shooting*, *editing*, dan *color grading*. Proses produksi sampai *post-production* untuk *campaign* FAYT x Kronikel ini adalah dua minggu.

B. FAYT x Kronikel

FAYT dan Kronikel adalah *local brand* dengan produk yang mirip, yaitu *footwear*. FAYT dan Kronikel merupakan *local brand* yang dinaungi oleh PT SANS. Kedua produk ini memiliki pasar dan *brand image* yang berbeda. Dalam produk kolaborasinya, FAYT dan Kronikel mengusung tema *alter ego*. Tema ini diharapkan menjadi *empowerment* untuk para perempuan agar mereka bisa menjadi diri mereka sendiri dimanapun mereka berada. Pada *campaign* kolaborasi FAYT dan Kronikel penulis dipercaya untuk melaksanakan proses *shooting* dan juga *editing*. Selama proses *shooting* penulis berperan sebagai *director of photography*.

C. FAYT x PUYO

Dalam *campaign* kolaborasi FAYT dengan PUYO (brand *silky pudding*) penulis memberikan ide-ide dasar untuk konsep besar yang sesuai dengan produk, *goals*, *objective*, dan juga *brand image* FAYT dan PUYO. Setelah memberikan ide mengenai konsep besar, penulis kemudian menyempurnakan konsep serta membuat *storyline* untuk video *campaign*. Bersama dengan tim *branding* lainnya, penulis juga membuat tokoh-tokoh

karakter untuk kebutuhan *campaign* FAYT dan PUYO. Konsep FAYT x PUYO dibuat lebih playful dengan *goals* menyumbangkan Rp. 100.000.000,- untuk Taman Bacaan Pelangi di Sulawesi. Oleh karena itu, penulis dan tim *branding* dari FAYT membuat cerita yang terjadi di dua dunia (dunia kartun dan dunia nyata). Karena *storyline* terjadi di dua dunia, maka pada tahap produksi, penulis hanya melakukan *shooting* untuk beberapa scene yang terjadi di dunia nyata. Sedangkan untuk dunia kartun tersebut dilakukan oleh *graphic design* dari FAYT berupa ilustrasi komik dan kartun *stop motion* oleh pihak eksternal.



Gambar 3.1 *Campaign* FAYT x PUYO

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Setelah produksi, penulis lanjut ke tahap *post-production*. Penulis melakukan *editing* dan *grading* untuk video *teaser* dan *campaign* FAYT x PUYO. Seluruh *editing* dan *grading* dari video *campaign* diedit dengan *software* Adobe Premiere Pro. Seluruh video *teaser* dan *campaign* menggunakan *ratio* 1:1 karena seluruh video akan diunggah ke Instagram *feeds* @fayt.official.

D. FAYT x Chatime Atealier

Campaign besar lainnya yang dikerjakan oleh penulis adalah kolaborasi antara FAYT dengan Chatime Atealier. *Goals* dari *campaign* FAYT x Chatime Atealier adalah *women empowerment* dan juga *self love*. Oleh karena itu penulis memberikan beberapa ide yakni, *dreams & ambitions*, *self reward*, dan *love language*.

Pada tahap *pre-production* penulis menyempurnakan ide-ide dasar menjadi sebuah konsep dan juga *storyline* untuk video *teaser* dan *campaign*. Setelah melewati beberapa asistensi, akhirnya konsep yang diterima oleh pihak Chatime Atealier adalah *self reward* dan bahasan beberapa *love language*.

Penulis mengembangkan ide dan konsep dasar kemudian membuat konsep dan *storyline* final untuk keseluruhan *campaign*. *Campaign* bercerita tentang perempuan yang jenuh yang butuh *self reward* sesuai dengan *love language*.



Gambar 3.2 Campaign FAYT x Chatime
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Pada tahap *post-production* penulis melakukan *editing* dan *grading* pada *software* Adobe Premiere Pro. Pada tahap *post-production* penulis juga melakukan asistensi kepada *creative director* FAYT. Setelah sudah meendapatkan *final cut*, video akan diunggah ke media Instagram FAYT. Video *campaign* utama sengaja dibuat dengan ratio 16:9 untuk keperluan Instagram *feeds*. Namun untuk keperluan iklan, video dibuat dalam 2 ratio yaitu 1:1 dan 16:9.

3.2.2 Kendala yang Ditemukan

Kendala utama yang pasti dirasakan seluruh industri adalah dampak COVID-19. Pandemi mengakibatkan pekerja sektor *non-essential* harus melakukan *work from home (WFH)*. Kegiatan WFH ini memang memberikan dampak positif di beberapa hal, namun dalam proses produksi seperti *shooting* dan *photoshoot*, WFH ini tidak bisa dilakukan. Pembatasan jumlah kru dan jaga jarak yang dilakukan saat *shooting* dan *photoshoot* membuat proses produksi kurang maksimal. Bukan hanya proses produksi, tahap *development* juga memakan waktu lebih lama dibanding sebelum pandemi COVID-19.

Kendala berikutnya yang dirasakan penulis adalah keterbatasan fasilitas. FAYT adalah salah satu dari enam *brand* yang dinaungi oleh PT. Serikat Anak Nusantara (SANS). Sedangkan PT. SANS hanya memiliki fasilitas dua kamera yang harus digunakan secara bergantian. Hal yang menjadi kendala bukanlah jumlah kamera, melainkan jadwal yang seringkali terjadi miskomunikasi yang menyebabkan dua *brand* melakukan *shooting* di hari yang sama atau berdekatan, sehingga kamera waktu peminjaman kamera sangat singkat dan proses *shooting* tidak bisa maksimal.

3.2.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala COVID-19 adalah keharusan untuk menyesuaikan diri dan persiapan yang lebih matang. Penyesuaian diri sudah sepantasnya dilakukan untuk melindungi diri sendiri dan orang lain selama pandemi COVID-19. Bukan hanya dalam proses produksi, penyesuaian diri ini harus dilakukan dimanapun. Selain penyesuaian diri, persiapan *development* yang lebih matang haruslah dilakukan. *Development* yang lebih matang membuat proses produksi berjalan lancar. Selain itu, *development* yang lebih matang ini juga menjadikan proses produksi lebih teratur dan lebih cepat.

Solusi terkait kendala peminjaman kamera di PT. SANS dengan melakukan *booking* melalui *google sheet* yang diisi oleh fotografer dan videografer. Setelah

adanya form tersebut prosedur peminjaman kamera menjadi lebih mudah dan rapi. Jadwal *shooting* menjadi lebih teratur dan mudah. Bukan hanya *booking* melalui *google sheet*, baru-baru ini PT. SANS juga menambah beberapa fasilitas untuk fotografer dan videografer. Penambahan fasilitas ini sangat membantu penyocokan jadwal *shooting*, *photoshoot* dan juga penggunaan fasilitas.

