

## BAB 3

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam menjalani program kerja magang, penulis bekerja di dalam divisi kreatif dengan *Ismi Puspita* sebagai *producer* dari keseluruhan Bumi Entertainment. Penulis bekerja sebagai *editor* yang memiliki tugas untuk menyunting konten-konten digital atas permintaan *digital strategist* dan di bawah supervisi *creative director*, serta melakukan revisi terhadap konten tersebut jika terdapat permintaan dari *producer* atau pun *board of director*.

##### 1. Kedudukan

Penulis memiliki kedudukan sebagai *editor* dalam tim Bumi Entertainment. Penulis bekerja sama dengan beberapa beberapa divisi yang setara dalam pengerjaan sebuah konten. *Editor* pada Bumi Entertainment bersifat *supporting* terhadap divisi lainnya, melakukan kerja sama antara *digital strategist*, *program director*, dan juga *creative director* untuk menghasilkan sebuah konten yang diminta oleh mereka. Bukan hanya melakukan eksekusi, tapi penulis juga berperan dalam pemikiran konsep dari konten yang akan dibuat. Dalam sistem ini, penulis belajar tentang *workflow* dari proses pembuatan sebuah konten dan juga belajar untuk melakukan berbagai kerja sama dengan divisi lainnya.

##### 2. Koordinasi

Koordinasi dalam Bumi Entertainment sangat fleksibel, ide dari sebuah konten digital dapat berasal dari mana saja, mungkin *talent* yang di-*manage* oleh Bumi Entertainment, *producer*, *BoD*, *digital strategist*, ataupun *creative director*. Ide awal tersebut lalu didiskusikan lebih lanjut dengan tim yang ada, membicarakan soal teknis, penambahan dalam konsep, dan *timeline* dari konten tersebut. Apakah akan melakukan proses *shooting* atau mengambil dari aset yang sudah ada, bagaimana *treatment* dalam konten digital berupa video tersebut.

Konten yang akan dibuat dianalisis apakah konten tersebut dapat dieksekusi oleh tim inti Bumi Entertainment tanpa adanya pihak luar. Biasanya konten yang menggunakan pihak luar adalah konten-konten yang skala produksinya lebih besar, contohnya adalah *music video*, video dokumenter, dan lain-lain. Konten-konten yang dapat dieksekusi oleh tim inti Bumi Entertainment biasanya konten-konten *supporting* atau lanjutan dari konten yang besar itu, contohnya konten promosi sebuah *music video* yang berupa *lyric video*, *behind the scene*, *interview*, video proses pembuatan lagu, *vlog*, dan lainnya.

Secara struktural, alur produksi dalam tim inti Bumi Entertainment berasal dari *talent*, *producer*, ataupun *BoD*. *Producer* lalu meneruskan ide tersebut kepada timnya seperti *creative director*, *digital strategist*, *program director*, *copywriter*, *editor*, dan juga *designer*. *Creative director* bekerja sama dengan *designer* dan juga *editor* untuk permasalahan visual dan audio serta agar konten promosi ataupun konten terusan dari sebuah produksi besar, dapat terus senada, mulai dari tipografi, warna dan juga *mood*. *Digital strategist* berperan untuk menjadwalkan secara waktu kapan konten-konten tersebut akan diunggah ke media sosial, di platform apa konten tersebut akan diunggah, dan juga menjadwalkan konten apa yang harus naik pertama, kedua, dan setelahnya. Dalam penulisan *storyline*, kata kunci dan narasi dilakukan oleh *copywriter* lalu diterjemahkan dalam bentuk *caption* dalam sebuah unggahan.

Secara khusus dalam sub-department *video editing* terdapat dua *editor*. Penulis berperan sebagai salah satu *editor* dalam divisi ini. Penulis berperan sebagai *offline editor* yang tidak terlalu banyak melibatkan *motion graphic* dalam video yang dibuat. Rekan kerja penulis berperan sebagai *online editor* di mana lebih banyak mengerjakan video yang mengandung *motion graphic*. Dua *editor* dalam divisi ini melakukan kerja sama jika dalam sebuah video terdapat konsep yang membutuhkan *motion graphic*.

Semua bagian ini bekerja secara paralel atau bersamaan dan selesai pada waktu yang sudah ditentukan. Setelah semua bagian selesai, konten tersebut dinaikkan kepada *producer* dan juga *BoD* untuk pengecekan terakhir, apakah ada revisi dari segi audio visual, pengunduran jadwal tayang, penggantian *caption*, dan lain-lain. Jika sudah tidak ada revisi dari *BoD*, konten tersebut dapat dinaikkan ke media sosial.

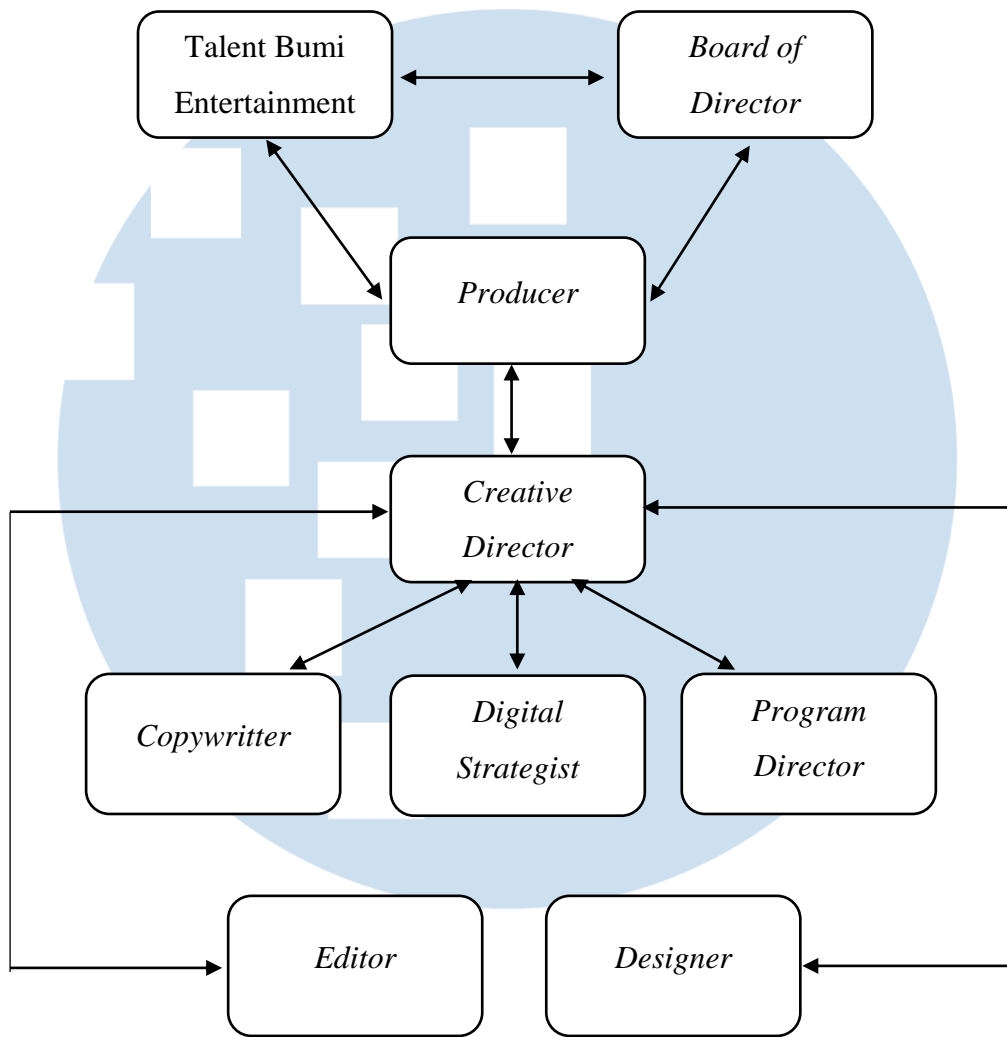
*Feedback* yang diperoleh dari media sosial secara keseluruhan akan diatur oleh *digital strategist*. *Feedback* akan diteruskan ke seluruh tim Bumi Entertainment untuk bahan evaluasi seluruh anggota tim. *Digital strategist* juga berperan dalam membalas *feedback* dari pengikut media sosial Bumi Entertainment sehingga terciptanya interaksi. Adanya interaksi ini dapat membuat para pengikutnya semakin dekat dengan Bumi Entertainment itu sendiri.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam program kerja magang sebagai *editor* terdapat beberapa konten yang sifatnya harian ataupun juga bersifat *template* dari konten-konten yang sebelumnya, seperti konten Instagram Post, Instagram Story, Instagram Reels, TikTok Post, dan lain-lain. Proses pembuatan konten yang bersifat harian memiliki alur kerja yang lebih sederhana, tidak serumit pembuatan konten video lainnya. Karena itu, penulis memilih untuk menguraikan hanya beberapa proyek yang memang dikategorikan mempunyai alur kerja yang sesuai dengan alur koordinasi.

#### 3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tabel pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis selama melakukan program kerja magang di Bumi Entertainment sebagai *editor*.

Tabel 3.1 Tugas yang dilakukan selama magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	14 Juni – 18 Juni 2021	MV The Bakuucakar	<i>Editing</i> tiga konten promo sebelum rilis MV untuk unggahan Instagram.
		Saxx in the Car	<i>Editing</i> konten YouTube Saxx in the Car eps.5
2	21 Juni – 25 Juni 2021	MV The Bakuucakar	<i>Editing</i> konten promo setelah rilis MV untuk unggahan Instagram.
		Saxx in the Car	Revisi konten YouTube Saxx in the Car eps.5
3	28 Juni – 2 Juli 2021	Saxx in the Car	<i>Back up</i> video mentah untuk konten Saxx in the Car eps.6
		Nona – Apa Adanya	<i>Editing</i> konten <i>behind the scene</i> dari rekaman vokal
		Musik Bagus	<i>Editing</i> untuk teaser Instagram dari konten Cover Bagus “Putri Imelda”
4	5 Juli – 9 Juli 2021	MV The Bakuucakar	<i>Editing</i> video proses pembuatan lagu “Bakuucakar” ( <i>Behind the Song</i> )
		Saxx in the Car	<i>Editing</i> konten YouTube Saxx in the Car eps.6
5	12 Juli – 16 Juli 2021	MV The Bakuucakar	Revisi konten <i>Behind the Song</i> dan juga membuat <i>teaser</i> untuk Instagram
		Nona – Apa Adanya	Revisi <i>Behind the Scene</i> dan membuat <i>teaser</i> untuk Instagram
6	19 Juli – 23 Juli 2021	Saxx in the Car	Revisi konten YouTube Saxx in the Car eps.6
		Wanda Omar	<i>Editing</i> konten Instagram untuk <i>post release</i> Rindu.

			Membuat potongan lirik sesuai dengan <i>timecode</i> lagu Rindu.
7	26 Juli – 30 Juli 2021	Musik Bagus	<i>Editing teaser</i> untuk “Mutiara Azka – Butterfly”
		MV The Bakuucakar	<i>Editing</i> untuk <i>teaser behind the scene</i> MV The Bakuucakar
		Tanda Mata	<i>Meeting</i> untuk konsep Tanda Mata
8	2 Agustus – 6 Agustus 2021	The Bakuucakar	<i>Editing</i> dua konten untuk Giveaway
		Nona – Apa Adanya	<i>Editing</i> perbandingan lagu “Apa Adanya” yang dinyanyikan oleh Nona dan ABThree
9	9 Agustus – 13 Agustus 2021	The Bakuucakar	<i>Editing</i> video persuasi untuk membeli <i>merchandise</i> The Bakuucakar <i>Editing</i> video “Rap Challenge” untuk Giveaway
		Musik Bagus	<i>Editing</i> dua konten promosi untuk rilisnya lagu Aldy Maldini – Bahagia Bersamamu
10	16 Agustus – 20 Agustus 2021	Musik Bagus	<i>Editing</i> konten promo <i>instagram</i> untuk MV Berkarya Untuk Negeri
		Mutia Ayu	<i>Editing</i> konten promosi atas rilisnya lagu Mutia Ayu – Selesai <i>Editing</i> potongan lirik sesuai <i>timecode</i> dari lagu “Selesai” untuk <i>official lyric video</i>
11	23 Agustus – 27 Agustus 2021	Mutia Ayu	<i>Editing</i> konten IGTV untuk ulang tahun pernikahan Mutia Ayu & Glenn Fredly
		Wanda Omar	<i>Editing</i> konten puisi berupa tulisan dalam video montase untuk promosi lagu Rindu 2 & 3
12	30 Agustus – 3 September 2021	Mutia Ayu	<i>Editing</i> konten YouTube Mutia Ayu berupa <i>podcast</i> berjudul “Selesai, Belum Berakhir” eps.1 <i>Rough Cut</i> “Selesai, Belum Berakhir” eps. 2 & 3
13	6 September – 10 September 2021	Mutia Ayu	<i>Delivery</i> konten “Selesai, Belum Berakhir” eps. 2 & 3
		Wanda Omar	<i>Editing</i> konten puisi berupa tulisan dalam video montase untuk promosi lagu Rindu eps. 3 & 4
14	13 September – 17 September 2021	Tanda Mata	<i>Back up, sync sound</i> , dan merapihkan hasil interview Arie Kriting, Indro Warkop, Nonaria, The Bakuucakar, Rio Febrian, untuk dokumenter Tanda Mata
15	20 September – 24 September 2021	Glenn Fredly	<i>Editing</i> konten promo untuk lagu “Surga Itu Ada”
		Tanda Mata	<i>Back up, sync sound</i> , dan merapihkan hasil

			<i>interview</i> Harvey Malaiholo untuk dokumenter Tanda Mata
16	27 September – 1 Oktober 2021	Musik Bagus	<i>Editing</i> untuk konten YouTube <i>behind the song</i> dari ABDA – Bring You Back
		Tanda Mata	<i>Editing</i> konten promo Instagram untuk dokumenter Tanda Mata
17	4 Oktober – 8 Oktober 2021	Wanda Omar	<i>Back up, sync sound</i> , dan merapihkan hasil <i>cover</i> lagu untuk konten YouTube Wanda Omar
		Andre Dinuth	<i>Back up, sync sound</i> , dan merapihkan hasil <i>cover</i> lagu untuk konten YouTube Andre Dinuth

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Penulis yang melakukan program kerja magang sebagai *editor* memiliki tanggung jawab untuk mengeksekusi konten-konten yang sudah direncanakan dan dimatangkan oleh beberapa pihak yang bekerja sama, seperti *creative director*, *digital strategist*, *copywriter*, *designer*, *program director*. Komunikasi antar bagian biasanya menggunakan aplikasi Whatsapp. Untuk *brainstorming*, seluruh tim bisa menggunakan rapat secara tatap muka di kantor, ataupun secara daring menggunakan aplikasi Zoom.

Materi untuk *editing* didistribusikan melalui berbagai cara, bisa didistribusikan melalui *harddisk external* ataupun menggunakan Google Drive. Materi ini disimpan ke dalam *folder* yang sudah dinamai sesuai dengan kebutuhannya. Semua bagian dapat mengakses materi tersebut, dan juga mengunggah konten yang sudah jadi ke dalam *folder* tersebut. *Link* dari Google Drive juga disebarakan kepada *producer* dan *BoD* agar tetap bisa dipantau perkembangannya.

*Digital strategist* akan memberikan *brief* secara detail dalam *content plan* melalui Google Sheets. *Brief* tersebut berisi kapan konten tersebut harus naik, teks apa yang akan masuk dalam konten tersebut, di mana lokasi materi *editing*, dan *timecode* dari sebuah audio yang akan terdengar dalam konten tersebut. Tabel *content plan* ini dapat diakses oleh seluruh bagian, terutama *editor* dan *designer* sebagai eksekutor untuk audio visual. Dalam tabel *content plan*, diberikan kode

warna tiap barisnya untuk mengidentifikasi konten tersebut akan dieksekusi oleh siapa. Selain itu, kode warna juga berfungsi untuk mengetahui apakah konten tersebut sudah selesai ataupun ada revisi. Jikalau ada sebuah konten yang mendadak, akan diberikan kode warna juga agar menjadi prioritas pada saat itu.

Konten yang sudah dieksekusi akan diunggah ke *folder* yang sudah ditentukan dalam *content plan*. Untuk sebuah konten yang kecil seperti promosi di *instagram*, biasanya hanya di-*preview* oleh *creative director* dan konten tersebut dapat diunggah ke media sosial. Konten yang lebih besar, akan di-*preview* oleh *producer* dan juga *BoD*. Pendistribusian konten tersebut untuk di-*preview* dapat dilakukan secara tatap muka di kantor ataupun secara daring melalui *link* yang berisi konten tersebut.

Jika terdapat revisi, isi dari *content plan* akan diperbaharui secara mendetail revisi apa yang akan dilakukan. Setelah revisi dilakukan, masuk ke proses *preview* kedua, ketiga, dan seterusnya. Revisi akan terus dilakukan sampai konten tersebut sudah disetujui oleh *BoD*, *talent*, dan juga *producer*. Konten tersebut akan langsung naik ke media sosial sesuai penjadwalan yang ada ataupun penjadwalan yang menyesuaikan dengan *timeline*.

### 3.2.3 Proses Pelaksanaan

#### 1. Video Behind the Scene & Behind the Song MV “Bakuucakar” – The Bakuucakar

The Bakuucakar merupakan *band* yang dibentuk oleh Glenn Fredly sebagai band khusus pengirin Glenn Fredly. Setelah Glenn Fredly meninggal, The Bakuucakar mencoba lepas dari bayang-bayang Glenn Fredly. Langkah pertama yang The Bakuucakar ambil adalah membuat lagu *single* pertamanya yang berjudul “Bakuucakar”. Lagu ini dibuat dalam bentuk musik dan juga musik video. Peran penulis pada MV ini adalah menjadi *editor* dalam konten-konten lanjutannya yang berfungsi sebagai promosi dari lagu ini sendiri.

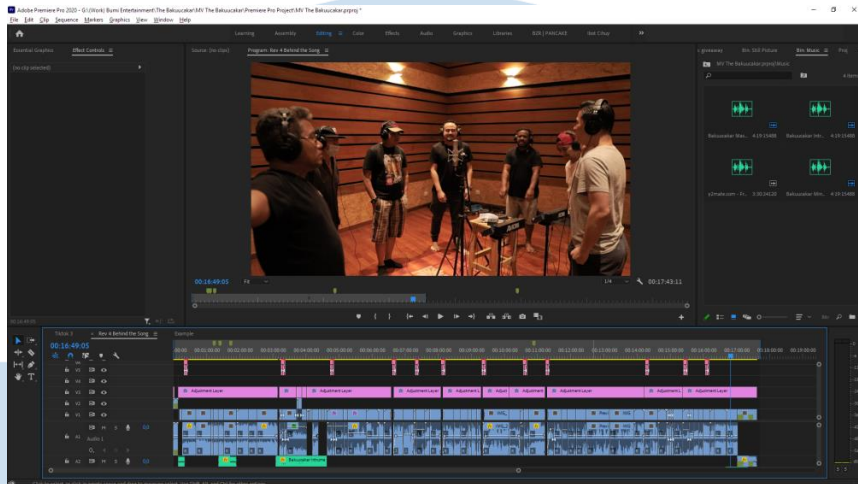
Penulis menerima materi *behind the scene* dari *videographer* *behind the scene* saat *shooting* MV Bakuucakar. Penulis diberikan



kebebasan secara kreatif untuk menyunting materi *behind the scene* tersebut. Dalam video *behind the scene*, penulis yang berperan sebagai *editor*, banyak menggunakan konsep *rhythmic cut*. Pemetongan *shot* sesuai dengan ritme lagu agar menimbulkan sebuah koneksi antara audio dan visual. Selain itu penulis juga mengambil beberapa *shot* yang terkesan seperti *vlog*, sehingga *behind the scene* ini lebih terasa dekat dengan para penonton dan membuat penonton lebih kenal dengan anggota *band* The Bakuucakar.

Selain itu dari pada video *behind the scene*, penulis juga mengerjakan video *behind the song*. Video ini berisi proses pembuatan lagu yang berjudul “Bakuucakar” itu sendiri, mulai dari tahapan *brainstorming* sampai tahap rekaman tiap instrumen. Dalam video ini penulis berperan sebagai *offline editor* yang menyusun *footage* yang ada sehingga alur cerita proses pembuatan lagu ini bisa terlihat. *Online editor* di sini berperan untuk pembuatan *opening* dan *closing* dari video ini. Bukan hanya itu, tapi juga membuat *lower third* untuk tambahan informasi waktu, tempat, dan apa yang sedang dilakukan. *Offline editor* dan *online editor* bekerja secara paralel. Setelah *pic lock*, *opening*, *closing* dan juga *lower third* diberikan kepada *offline editor* untuk digabung menjadi satu dan di-*render*.

Semua hasil *final* dari video sudah melalui supervisi *creative director*. Melalui beberapa *preview* dan juga revisi dari pihak atas, kedua video ini pun tayang di kanal *YouTube* The Bakuucakar. Untuk *thumbnail* dari video tersebut juga dibuat oleh *designer* dari tim Bumi Entertainment.



Gambar 3.2 Timeline Perangkat Lunak untuk *Editing* Video “Behind the Song”



Gambar 3.3 Salah Satu *Shot* dari Video “Behind the Song”



Gambar 3.4 Timeline Perangkat Lunak untuk *Editing* Video “Behind the Scene”

## 2. Video “Saxx in the Car Eps. 5 & 6”

Saxx in the Car merupakan konten YouTube yang berasal dari grup trio pemain *saxophone* yang bernama Saxx in the City. Mengikuti episode sebelumnya, konsep Saxx in the Car adalah 3 anggota Saxx in the City mewawancarai musisi lain dalam perjalanan di satu mobil. Setelah berbincang-bincang, akan ada *jamming session* di mana anggota Saxx in the City bermain musik bersama musisi lain yang diundang.

Kedua episode ini menggunakan konsep *editing* yang sama, yaitu *cut to cut*, karena konsep awalnya yang berupa wawancara dan posisinya di mobil. Materi yang tersedia berasal dari dua kamera yang berbeda dan juga *angle* yang berbeda. Satu kamera mengambil *angle* kursi mobil baris depan, dan satunya lagi mengambil *angle* kursi baris belakang. *Interview* dilakukan secara *one take* dan bagian *jamming* diambil saat *interview* telah selesai.

Dalam perpindahan topik saat wawancara, sesuai dengan usul *creative director*, penulis memasukkan bagian di mana Saxx in the City *jamming* dengan musisi yang diundangnya. Hal ini dilakukan untuk tetap mempertahankan penonton agar tidak bosan dengan hal yang monoton seperti *interview* saja. Konsep *cut to cut* video ini bersilangan antara *interview* topik 1, diselingi dengan *jamming*, *interview* topik 2, diselingi dengan *jamming*, dan begitu seterusnya.



Gambar 3.5 *Timeline* Perangkat Lunak untuk *Editing* Video “Saxx in the Car eps.5”



Gambar 3.6 Salah Satu *Shot* yang Terdapat pada Video “Saxx in the Car eps.5”

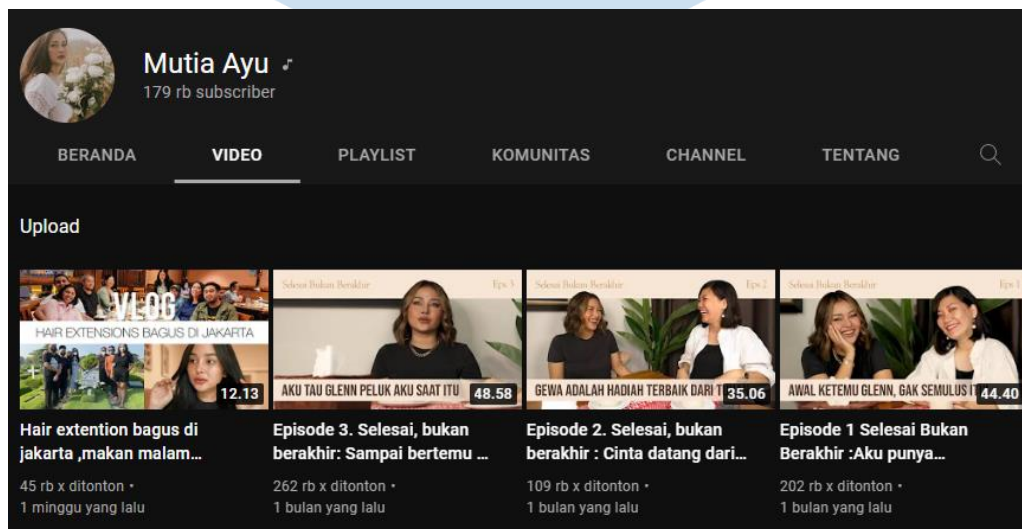
### 3. Video “Selesai, Belum Berakhir”

Konten video YouTube ini merupakan konten istri dari almarhum Glenn Fredly, yaitu Mutia Ayu. Konten video ini berisi cerita tentang bagaimana seorang Mutia Ayu dapat bertemu dengan Glenn Fredly sampai akhirnya mereka dipisahkan oleh maut. Konten video ini merupakan konten lanjutan dari sebuah lagu milik Glenn Fredly yang

berjudul “Selesai” lalu lagu ini dinyanyikan oleh Mutia Ayu. Video ini dikemas dengan konsep seperti *podcast* pada umumnya yang menggunakan teknik *editing cut to cut* dari tiga *angle* kamera yang berbeda.

Pada ide awal konsep, kemungkinan durasi dari video ini adalah 30 menit sampai 45 menit. Tetapi setelah *shooting* ternyata durasinya melebihi batas dan akhirnya diputuskan untuk dibagi menjadi tiga episode. Episode pertama berisi tentang bagaimana Mutia Ayu bertemu dengan Glenn dan akhirnya menikah. Episode kedua berisi tentang buah hati Mutia Ayu dan Glenn Fredly. Episode ketiga berisi tentang perpisahan Mutia Ayu dan Glenn Fredly.

Pada tiap episode diberi judul yang sesuai dengan isi kontennya. Judul yang ditentukan melalui *copywriter* atas supervisi dari *creative director*. Dalam episode satu dan dua, pada akhir video terdapat sedikit cuplikan untuk episode selanjutnya.



Gambar 3.7 Video “Selesai, Bukan Berakhir eps 1 – 3” di Kanal YouTube Mutia Ayu

Sumber: <https://www.youtube.com/c/MutiaAyuwandini/videos>

### 3.2.4 Kendala yang Ditemukan

Penulis menemukan beberapa kendala saat melakukan program kerja magang di Bumi Entertainment, antara lain:

1. Mempunyai waktu kerja yang sangat fleksibel malah membuat penulis kesulitan untuk mengatur jadwal harian.
2. Terdapat beberapa konten yang harus di-*edit* secara dadakan dan membuat beberapa konten lainnya harus mundur secara jadwal unggah.
3. Kurangnya pemahaman teknis dari *creative director* dan juga *digital strategist* sehingga mempersulit penyampaian *brief* melalui teks.
4. Komunikasi yang terbatas karena masih menerapkan sistem kerja *online*, mengakibatkan respon yang lama dari tiap pihak.

### 3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan dari kendala-kendala yang ditemukan oleh penulis dalam melakukan program kerja magang, penulis menemukan solusi dari kendala-kendala yang ditemukan saat melakukan program kerja magang sebagai berikut:

1. Penulis berperan lebih aktif untuk bertanya konten apa yang harus dikerjakan dulu sesuai dengan *timeline* yang ada, dan juga penulis mempunyai *deadline* pribadi sebelum *deadline* yang ditentukan dalam *content plan*.
2. Penulis menyelesaikan pekerjaan yang lain sebelum *deadline* yang ditentukan pada *content plan* agar mempunyai waktu kosong jika terdapat beberapa materi yang harus disunting secara dadakan, sehingga konten yang lain dapat naik ke media sosial sesuai dengan *timeline* yang ada.
3. Penulis melakukan *editing* secara *live*. Bisa secara tatap muka ataupun daring agar *creative director* dan juga *digital strategist* dapat melihat *timeline software editing* dan lebih mudah untuk mengomunikasikan visi visualnya.
4. Penulis lebih aktif bertanya kepada *creative director* dan juga *digital strategist* melalui telepon pada saat jam kerja secara *online*.