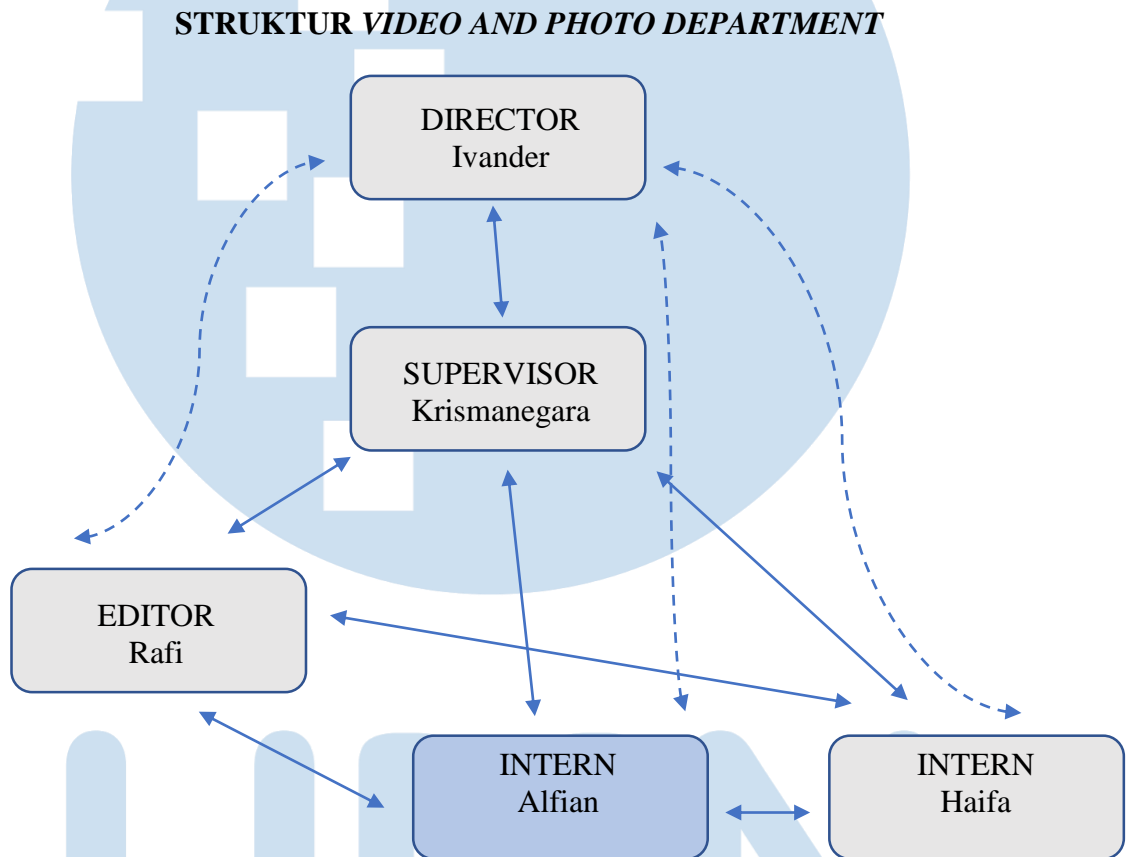


BAB 3
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1. Struktur *video and photo department IGB Media*

IGB Media merupakan sebuah perusahaan penyedia jasa *digital branding, graphic design, website design, video production, photo production* dan lain sebagainya. Di bawah *IGB Media* terdapat anak perusahaan bernama *Watchin360* yang berfokus pada pembuatan video untuk sektor menengah kebawah. *IGB Media* memproduksi video dengan *standart* televisi (*4K 60fps*), sedangkan *Watchin360* memproduksi video dengan *standart* media sosial (*FullHD 30fps*). Selama penulis melakukan kerja magang di perusahaan *IGB Media*, penulis sudah mengerjakan 5

project untuk *IGB Media* dan juga 6 *project* untuk *Watchin360*. Walaupun proses pengerjaan dan koordinasi serupa, tapi ada beberapa hal yang berbeda dalam pengerjaan *project IGB Media* dan *Watchin360*.

Selama proses kerja magang, penulis banyak langsung menerima *project* yang siap untuk disunting. Namun ada juga beberapa *project* di mana penulis ikut serta dalam perencanaan dan juga produksi video. Saat menyunting video *project* untuk *IGB Media*, penulis lebih sering asistensi secara langsung kepada *CEO* utama. Walaupun begitu, tidak jarang penulis meminta saran kepada rekan kerja yang lain dan juga *supervisor* perusahaan. Penyuntingan *project IGB Media* biasanya berlangsung cukup lama, sekitar 2-4 Minggu. Saat menyunting video *project* untuk *Watchin360*, penulis lebih sering berdiskusi dan asistensi kepada *supervisor* perusahaan. Saat sudah memasuki tahap akhir dan penyempurnaan, penulis baru mulai banyak asistensi ke *CEO* utama lagi. Penyuntingan *project IGB Media* biasanya berlangsung lebih singkat, sekitar 1-2 Minggu.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama penulis melakukan kerja magang di *IGB Media*, penulis berfokus dalam proses penyuntingan video. Selain penyuntingan, penulis juga kadang ikut proses rapat dan diskusi. Dalam beberapa *project*, penulis juga ikut dalam proses *shooting*. Peran penulis dalam pembuatan iklan dan video profil ada berbagai jenis. Sampai sekarang, penulis sudah ikut bekerja pada setidaknya 10 *project* video.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama kurang lebih 700 jam kerja, berikut merupakan tugas-tugas yang sudah dilakukan oleh penulis.

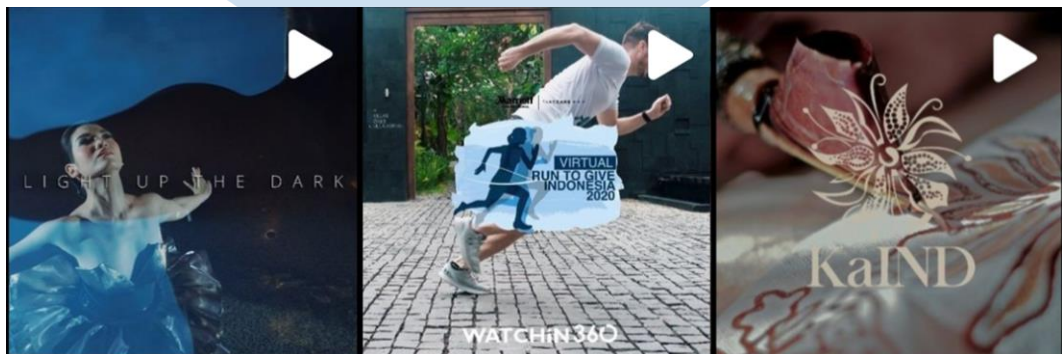
Minggu ke	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1-2 Juli	<i>IGB Media</i>	-Video <i>Helmig's Testimoni (Youtube Series)</i>

		<i>Watchin360</i>	-Video <i>Sheraton Side by Side (Commercial)</i>
2	5-9 Juli	<i>IGB Media</i> <i>Watchin360</i>	-Video <i>Helmig's Testimoni (Youtube Series)</i> -Video <i>Sheraton Side by Side (Commercial)</i>
3	12-16 Juli	<i>IGB Media</i> <i>Watchin360</i> <i>Watchin360</i>	-Video <i>Helmig's Testimoni (Youtube Series)</i> -Video <i>Sheraton Side by Side (Commercial)</i> -Video <i>Bealogyc (Youtube Series)</i>
4	19-23 Juli	<i>IGB Media</i> <i>Watchin360</i>	-Video <i>Helmig's Testimoni (Youtube Series)</i> -Video <i>Bealogyc (Youtube Series)</i>
5	26-30 Juli	<i>IGB Media</i> <i>IGB Media</i>	-Video <i>Helmig's Testimoni (Youtube Series)</i> -Video <i>Syrup Pimtrakol (Commercial)</i>
6	2-6 Agustus	<i>IGB Media</i>	-Video <i>BTS Light Up The Dark (BTS)</i>
7	9-13 Agustus	<i>IGB Media</i>	-Video <i>BTS Light Up The Dark (BTS)</i>
8	16-20 Agustus	<i>IGB Media</i> <i>Watchin360</i>	-Video <i>BTS Light Up The Dark (BTS)</i> -Video <i>Seraphim 17 Agustus (Event Video)</i>
9	23-27 Agustus	<i>IGB Media</i> <i>IGB Media</i>	-Video <i>BTS Light Up The Dark (BTS)</i> -Video <i>KaIND (Company Profile)</i>
10	30-3 September	<i>IGB Media</i>	-Video <i>KaIND (Company Profile)</i>
11	6-10 September	<i>IGB Media</i>	-Video <i>KaIND (Company Profile)</i>
12	13-17 September	<i>IGB Media</i>	-Video <i>KaIND (Company Profile)</i>
13	20-24 September	<i>IGB Media</i> <i>Watchin360</i>	-Video <i>KaIND (Company Profile)</i> -Video <i>Pullman Bandung (Display Video)</i>
14	27-1 Oktober	<i>IGB Media</i> <i>Watchin360</i> <i>Watchin360</i>	-Video <i>KaIND (Company Profile)</i> -Video <i>Pullman Bandung (Display Video)</i> -Video <i>Ibis Bandung (Display Video)</i>
15	4-8 Oktober	<i>Watchin360</i> <i>Watchin360</i>	-Video <i>Pullman Bandung (Display Video)</i> -Video <i>Ibis Bandung (Display Video)</i>
16	11-15 Oktober	<i>Watchin360</i>	-Video <i>Marriott Run to Give (Event Video)</i>
17	18-22 Oktober	<i>Watchin360</i> <i>Watchin360</i> <i>Watchin360</i>	-Video <i>Pullman Bandung (Display Video)</i> -Video <i>Ibis Bandung (Display Video)</i> -Video <i>Marriott Run to Give (Event Video)</i>
18	25-29 Oktober	<i>IGB Media</i>	-Video <i>PT. Athena Tagaya (Company Profile)</i>
19	1-5 November	<i>IGB Media</i>	-Video <i>PT. Athena Tagaya (Company Profile)</i>

Tabel 3.1. Tugas yang dilakukan

Project yang penulis kerjakan ada berbagai macam, mulai *company profile*, *youtube video* hingga *commercial video*. Saat penulis masuk, *project* yang dikerjakan pertama adalah video testimoni untuk perusahaan Helmig's. Pada *project* ini, penulis melanjutkan proses penyuntingan dari anak magang yang lain. Setelah *project* testimoni Helmig's, penulis mengerjakan video iklan untuk program hotel Sheraton. Program hotel Sheraton ini merupakan *Sheraton side by side*. Setelah itu, Penulis menyunting *project YouTube Series* yang bernama *Bealogyc*.

Beaulogyc merupakan *YouTube Series* yang membahas produk kecantikan. *Project* Penulis yang berikutnya merupakan penyuntingan terhadap iklan dari Sirup Pimtrakol. Sirup Pimtrakol merupakan obat batuk yang berpusat di Jawa Timur. Setelah iklan Sirup Pimtrakol, penulis berkesempatan untuk menjadi *director* dan *editor* untuk video *behind the scene* dari video iklan pariwisata berjudul *Light Up The Dark* yang merupakan video tari. Penulis juga ikut menyunting video music untuk *Seraphim Music Studio*. Setelah itu penulis menyunting video *company profile* dari perusahaan KaIND. *Project* berikutnya yang dikerjakan oleh penulis adalah video display fasilitas dari hotel Ibis Bandung dan juga Pullman Bandung. Setelah video Hotel Ibis dan Pullman, penulis menyunting video acara amal *Run to Give* milik hotel Marriott Bali dan juga *project* terakhir yang sedang dikerjakan penulis adalah video *company profile* untuk perusahaan PT. Athena Tagaya yang bergerak di bidang penyedia lapangan kerja bagi buruh, supir, *cleaning service*, *security* dan beberapa bidang lainnya.



Gambar 3.2. *Project Light Up The Dark, Marriott Run to Give, dan KaIND*

3.2.2 Uraian Kerja Magang

3.2.2.1 Uraian Secara Umum

Penulis melakukan berbagai kegiatan selama melakukan proses kerja magang. Sebagai *editor*, penulis kebanyakan bekerja di bagian *post production*. Meskipun banyak bekerja di bagian *post production*, penulis juga sering mengikuti rapat untuk memberikan ide dan ikut berdiskusi dalam masa *pre production*. Penulis juga beberapa kali mengikuti proses *shooting* sebagai *editor on set*.

Pada masa *pre production*, Penulis ikut berdiskusi bersama dengan *Director* dan *Cinematographer*. Alasan mengapa posisi *editor* juga penting dalam persiapan shooting adalah bagaimana sebuah video yang diproduksi harus dipahami oleh setiap *crew*. Saat *director* memiliki ide, *editor* bisa memberikan masukan cara pengambilan gambar. Dengan ini, proses penyuntingan bisa berjalan sesuai rencana. Bila hal ini tidak didiskusikan terlebih dahulu, ada kemungkinan *footage* yang ditempel tidak sesuai dengan apa yang ada di bayangan *director*.

Penulis juga beberapa kali ikut dalam proses *shooting* sebagai *editor on set*. Penulis hanya ikut proses *shooting* saat *project* yang dikerjakan berpaku pada music (*music video/dance video*). Tugas penulis saat berada di lokasi *shooting* adalah memasukkan hasil rekaman dan memastikan bahwa video tersebut sudah sinkron dengan music yang ada.

Pada masa *post production*, penulis bertugas untuk mengawali penyuntingan dengan mem-*proxy* video. Setelah itu penulis akan memilah-milah *footage* mana saja yang akan dipakai. Setelah semua *footage* sudah terpilih, penulis mulai melakukan proses penyuntingan. Dalam proses penyuntingan tentu ada berbagai masukan dari *director* dan *client*. Setelah semua pihak setuju dengan hasil akhir video, penulis akan memasuki fase *color grading*. Saat video sudah siap, penulis akan mengirimkan hasil penyuntingan kepada *director* sebelum akhirnya dikirimkan kepada *client*.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

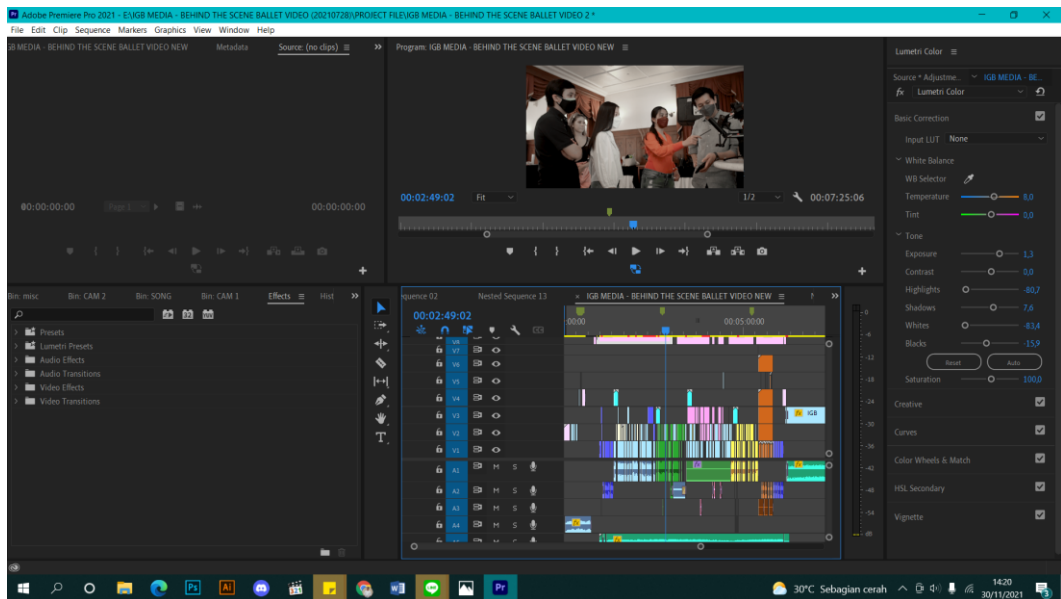


Gambar 3.3. Foto penulis saat sedang menjalani magang

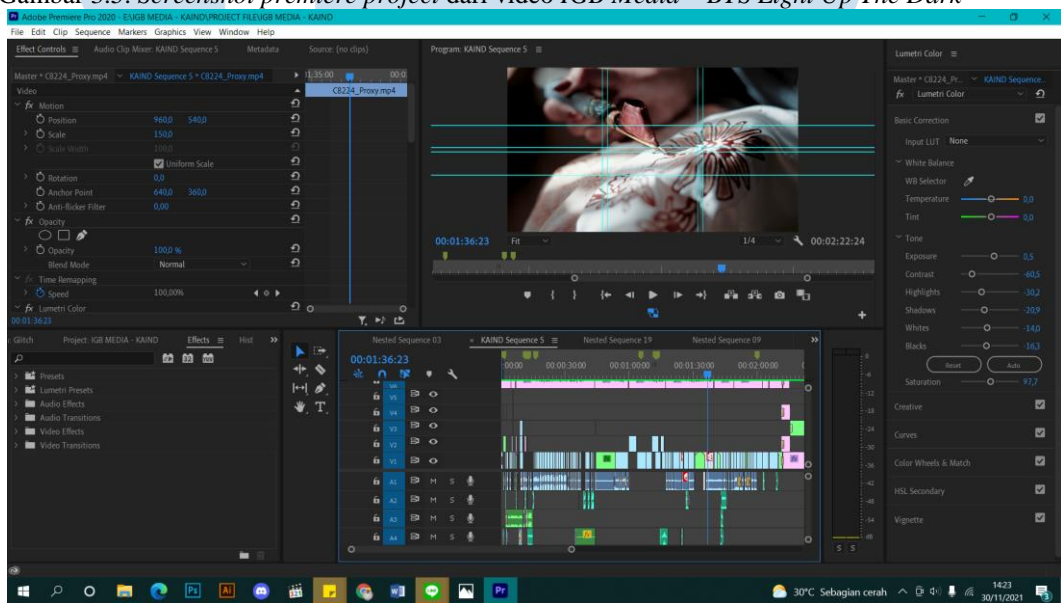


Gambar 3.4. Foto suasana kantor tempat penulis menjalani magang

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

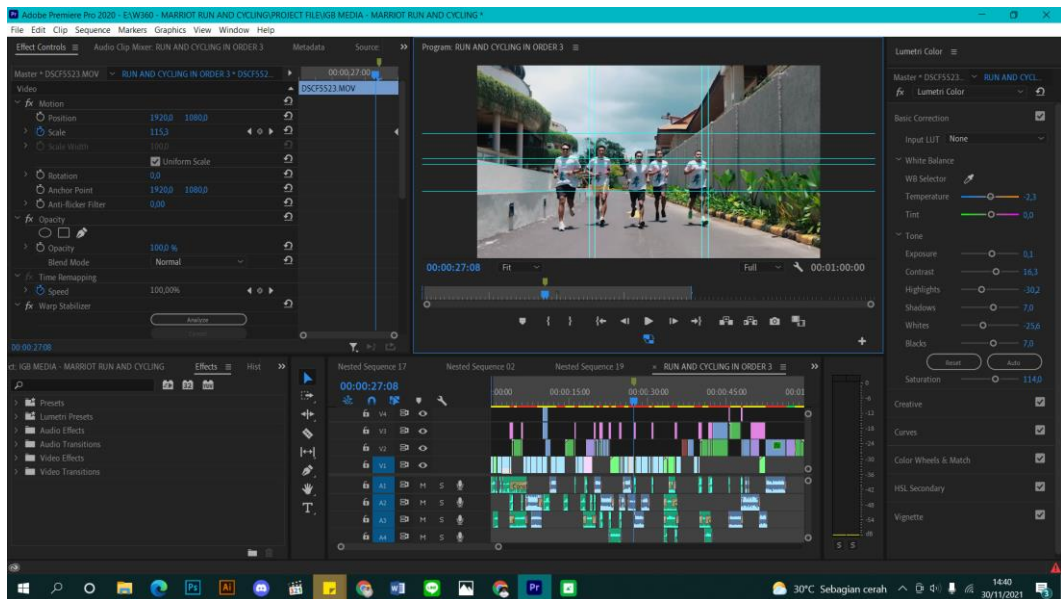


Gambar 3.5. Screenshot premiere project dari video IGB Media – BTS Light Up The Dark



Gambar 3.6. Screenshot premiere project dari video IGB Media – KaIND

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.7. Screenshot premiere project dari video Watchin360 – Marriott Run to Give

3.2.2.2 Uraian Secara Detail

Commercial

Video *commercial* merupakan video iklan yang ditujukan untuk meningkatnya penjualan produk atau penggunaan jasa tertentu. Cara penyuntingan video iklan memiliki ciri khas khusus. Saat menyunting video komersial, penulis berfokus pada pemilihan *footage* yang baik dan keren. Penyuntingan juga harus berlangsung sesuai dengan konsep, biasanya video komersial disunting secara rapi dan memfokuskan mata penonton pada produk atau jasa yang diiklankan.

Company Profile

Video *company profil* merupakan sebuah video yang berfokus pada pembentukan atau peningkatan *image* dari sebuah brand tertentu. Bila video komersial bertujuan untuk meningkatkan penjualan, video profil perusahaan berusaha untuk membangun *trust*. Bagaimanapun, video profil perusahaan juga bisa menjadi media iklan yang tepat. Pada jaman sekarang, orang lebih ingin menggunakan jasa/barang khusus secara terus-menerus, maka dari itu pembentukan *trust* juga sangat berpengaruh pada penjualan. Penyuntingan video profil perusahaan biasanya tergantung dari perusahaan apakah yang sedang dikerjakan. Kebanyakan dari profil perusahaan sekarang suka menggunakan tehnik

penyuntingan *fast cut*, di mana hasil video akan terlihat lebih modern dan lebih cocok bagi orang-orang berusia muda

Youtube Series

Youtube series bentuknya sangat banyak, mulai dari serial drama, *talkshow*, *podcast*, video informative dan lain sebagainya. Tujuan pembuatan *Youtube series* biasanya adalah untuk berkomunikasi lebih dekat dengan penonton. Ada yang hanya ingin menghibur, ada juga yang ingin berbagi informasi, ada juga yang bertujuan untuk menjual barang/jasa. Pada video serial *Youtube* yang disunting oleh penulis, ada yang berfokus pada membagi informasi dan ada juga yang berfokus untuk media promosi. Teknik penyuntingan yang digunakan kebanyakan adalah *slow phase* dan diiringi sebuah lagu *upbeat* untuk menjaga fokus penonton terhadap informasi yang sedang disampaikan. Informasi yang dibagikan tidak boleh kalah oleh kerennya video, karena tujuan dari video itu sendiri adalah informasinya.

BTS

Video *Behind The Scene* merupakan video yang dibuat untuk menunjang objek (bisa foto, video, film, buku, tarian, teater dan lain sebagainya) utama yang sudah/sedang/akan dibuat. BTS bisa banyak bentuknya, mulai dalam bentuk buku, foto, dan yang paling sering digunakan sekarang adalah video. Dari video BTS yang sudah disunting oleh penulis, tujuan utamanya adalah menyampaikan informasi dari video iklan pariwisata secara jelas. Dari video BTS itu akan diungkap bagaimana pemikiran di balik video dan harapan dari video tersebut. Video BTS biasanya disunting sesuai dengan objek utama yang dibuat. Misal bila film komedi, maka BTS-nya juga bersifat komedi. Bagaimanapun, biasanya BTS terkesan jauh lebih santai dari apapun objek utamanya.

Event Video

Event video merupakan sebuah video yang dibuat untuk memperingati sebuah *event* tertentu atau untuk dokumentasi dari sebuah *event* yang ada. Kegunaan dari *event video* adalah memperingati sesuatu, mendokumentasikan sesuatu dan kadang juga menggunakan *traffic* yang sedang naik sebagai media promosi. *Event video* dibuat dan disunting seperti video BTS dimana gayanya mengikuti dari *event*-nya sendiri. Misal saat *Halloween*, Maka *event video*-nya berbentuk *horror*. Dari *event*

video yang penulis sudah sunting, satunya merupakan peringatan pada hari kemerdekaan dan satu lagi merupakan dokumentasi/*invitation* untuk acara *run to give* (donasi yang dilakukan dengan cara marathon/bersepeda). Gaya editing yang digunakan pada kedua video ini cukup mirip, yaitu *fast cut*. *Fast cut* bisa digunakan pada kedua video tersebut karena dua-duanya adalah video yang menunjukkan rasa semangat.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Kebiasaan

Ada beberapa kendala yang ditemui penulis saat memulai magang di *IGB Media*. Sistem yang digunakan dalam proses penyuntingan di perusahaan *IGB Media* cukup berbeda dengan yang penulis gunakan saat kuliah. Saat kuliah, penulis terfokus pada produksi film pendek di mana perencanaan *shot* dan penyusunan *file* sangat berbeda dengan produksi video iklan dan profil perusahaan. Perencanaan *shot* dari perusahaan *IGB Media* tidak terlalu detail dan terstruktur seperti film pendek. Dalam hal ini, sangat banyak eksplorasi dan juga improvisasi yang dilakukan oleh *director*. Dengan ini, *editor* harus bisa menggunakan banyaknya *footage* yang baru untuk disusun dengan kreativitasnya agar bisa mencapai hasil yang sesuai.

Fisik

Sistem duduk di kantor juga sangat melelahkan bagi penulis. Selama kuliah, penulis bekerja pada jam-jam tertentu dan biasanya dalam waktu singkat. Saat melakukan proses magang, penulis sering merasa kelelahan dengan duduk dalam waktu yang lama. Walaupun kursi yang disediakan sudah cukup nyaman, namun tubuh penulis yang cukup besar juga membuatnya sering merasa tidak nyaman. Saat selesai bekerja dalam 1 hari, penulis sering merasakan kesakitan pada bagian atas kaki dan punggung.

Perangkat

Perangkat yang penulis gunakan selama kerja magang adalah sebuah laptop dengan prosesor yang cukup baik dan *graphic card* yang cukup baik pula. Namun saat sudah mulai menyunting video, aplikasi *editing* penulis sering kali *crash* dan *lagging*. Karna gangguan ini, penulis tidak bisa bekerja dengan baik dan cepat. Bahkan tidak jarang, *progress* yang sudah cukup jauh hilang begitu saja.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Kebiasaan

Dalam mengatasi sistem yang berebeda antara proses penyuntingan di kantor dan juga kampus, penulis harus bisa beradaptasi. Proses adaptasi yang dilakukan adalah dengan bertanya sesering mungkin kepada *director* dan juga *supervisor editor*. Penulis banyak belajar mengenai sudut pandang baru dalam proses penyuntingan sebuah *project*. Selain pola pikir dalam menentukan *shot* dan menyusun *file*, penulis juga mendapatkan banyak ilmu baru dalam melakukan proses penyuntingan.

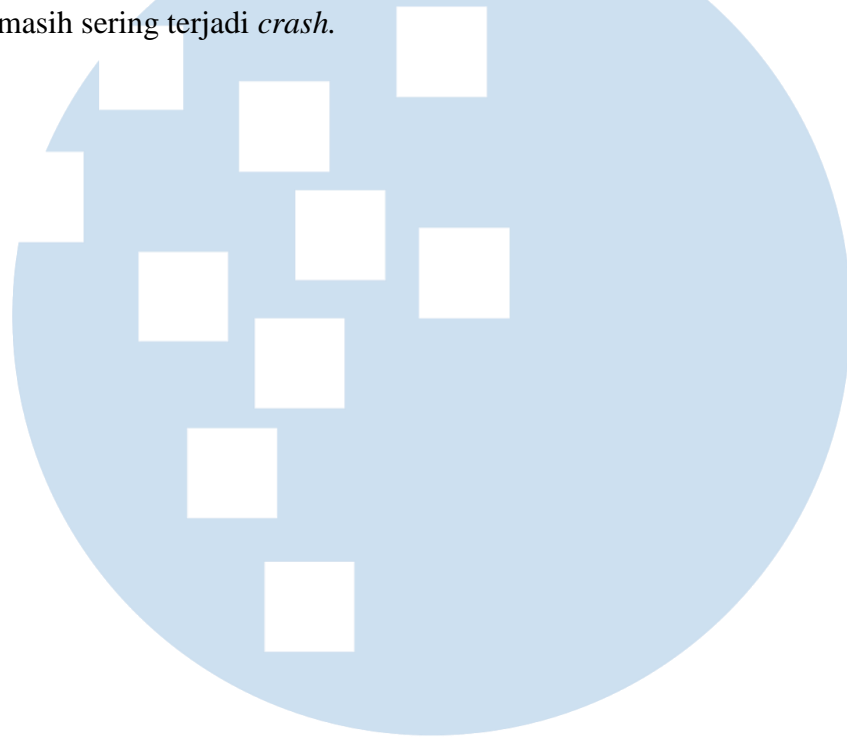
Fisik

Kelelahan yang berlebihan sangat menyulitkan bagi penulis, terutama saat tidak ada WFH dalam 1 minggu. Terkadang saat WFH, penulis bisa beristirahat dengan berbaring selama 15 menit sebelum kemudian kembali bekerja. Untuk mengatasi masalah ini, penulis sering berdiri dan berjalan kecil di dalam kantor saat punggung dan kaki bagian atas sudah mulai sakit. Selain itu, penulis biasanya menggunakan waktu di hari Sabtu dan Minggu untuk beristirahat sebanyak mungkin. Penulis sering menghabiskan waktu untuk melakukan tidur panjang di hari Sabtu dan Minggu.

Perangkat

Editor Supervisor yang melihat perangkat penulis bekerja sangat lambat mencari cara agar proses *editing* tidak terhambat. Dimulai dari *proxy*, penyuntingan mulai bisa berjalan dengan cepat. *Proxy* adalah proses pengkompresan *file* untuk disunting sebelum akhirnya dikembalikan ke *file* asli sebelum di-*export*. Namun *Proxy* saja tidak cukup, laptop penulis masih sering *crash* saat format video yang

dikerjakan merupakan video 4K. Akhirnya *editor supervisor* mencoba *download* aplikasi di laptop penulis untuk memaksimalkan kerja *graphic card* dari aplikasi penulis. Akhirnya sekarang laptop penulis sudah bekerja jauh lebih baik walau masih sering terjadi *crash*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA