

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

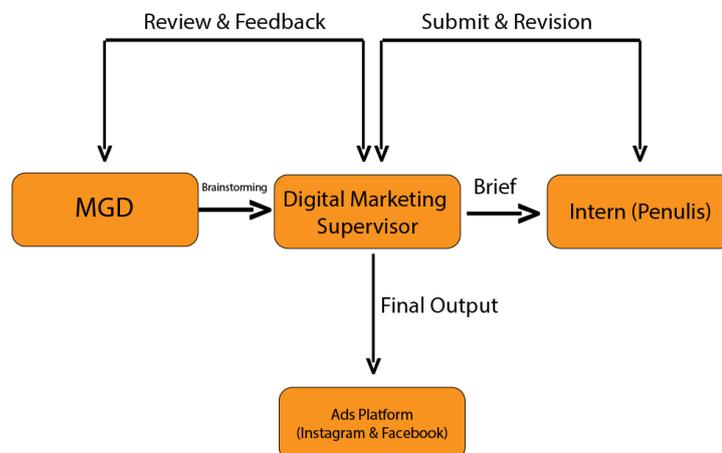
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

- Kedudukan

Penulis memiliki kedudukan sebagai *motion graphic designer* dan *video editor*, dimana penulis mendapat pengarahan dari *supervisor* untuk mengedit video dengan berbagai asset yang telah ada. Titik puncak dimana penulis berkontribusi banyak dalam menjalankan tugas tersebut adalah dimana MELTS sedang menyiapkan hampers untuk Ramadan 2022.

- Koordinasi

Alur pengerjaan iklan hampers Ramadan MELTS dilakukan secara *remote*, diawali dengan pembuatan grup yang berisi *digital marketing supervisor*, *Marketing Communication Manager*, dan penulis. Di grup ini, *digital marketing supervisor* membuat pengarahan produksi video iklan Ramadan melalui sebuah *Google Docs*. Penulis akan melakukan edit video sesuai dengan arahan yang diberikan. Setelah video selesai dibuat, penulis akan mengirimkan *preview* video untuk asistensi di grup, lalu menunggu adanya revisi atau tidak. *Digital marketing supervisor* akan mengirimkan *preview* video ke grup *MGD consultant* untuk direview.



Gambar 3.1 Bagan alur kerja proyek Ads Ramadan 2022 MELTS

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Berikut merupakan tabel uraian yang memuat tugas magang penulis pada masa promosi hampers Ramadan MELTS 2022 (hanya produksi iklan Ramadan):

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	20/03/2022 – 24/03/2022	Briefing konten	Supervisor memberikan pengarahan lewat <i>Google Docs</i> dan juga work flow untuk proyek iklan hampers Ramadan MELTS 2022. Video telah diberikan secara RAW oleh Jasa Foto Jakarta melalui Google Drive.
2	28/04/2022 – 4/04/2022	Produksi Ads 1 dan Ads 2	Pembuatan iklan hampers Ads 1 dan Ads 2 mengenai pengenalan hampers Ramadan 2022, proses pembuatan video menggunakan Procreate untuk pembuatan asset, lalu menggunakan video editor Inshot untuk melakukan edit. Pemilihan aplikasi Inshot dilakukan karena laptop penulis lamban. Setelah mengirimkan preview video, penulis menunggu feedback dari supervisor dan MGD. Dari feedback tersebut, penulis akan menelaah kembali video dan merevisi video sesuai dengan feedback yang diberikan.
3	5/04/2022 –	Produksi Ads 3	Pembuatan iklan ketiga mengenai

	12/04/2022	dan Ads 4	salah satu produk MELTS yaitu Almost Dark Chocolate Spreads dengan memberikan kata-kata persuasi kepada <i>audience</i> dan juga CTA logo link Shopee dan Tokopedia. Iklan keempat mengenai produk hampers Ramadan yang dapat dikirim ke seluruh penjuru nusantara. Setelah dilakukan <i>preview</i> , penulis merevisi beberapa minor seperti posisi text dan juga font yang digunakan.
4	13/04/2022 – 20/04/2022	Produksi Ads 5 dan Ads 6	Memproduksi iklan mengenai katalog hampers Ramadan MELTS beserta dengan harganya dan CTA order ke Shopee dan Tokopedia masing-masing satu output. Ada beberapa revisi yang diberikan seperti kesalahan video, nama, dan juga harga produk.
5	21/04/2022 – 28/04/2022	Produksi Ads 7	Memproduksi iklan mengenai salah satu produk MELTS yaitu With Crunch, dengan memberikan kalimat persuasi dan juga look video yang terlihat menggiurkan. CTA ke e-commerce masing-masing satu output dengan format feeds dan story Instagram. Revisi

			yang diberikan mengenai posisi kalimat.
6	29/04/2022 – 1/05/2022	Produksi Ads 8 dan Ads 9	Produksi iklan 8 mengenai tips sahur dengan produk MELTS dan iklan 9 mengenai collage gabungan dari foto-foto hampers Ramadan MELTS.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan oleh penulis selama masa hampers Ramadan MELTS 2022 bukan hanya mengedit video, namun juga memproduksi konten feeds, organic content untuk story, *copywriting* untuk caption feeds Instagram, dan juga photoshoot catalog Ramadan. Jobdesk tersebut dibantu oleh supervisor penulis dengan memberikan pengarahan dan juga revisi.

Saat mengedit video dan menambahkan asset yang ada, penulis mendapatkan pembelajaran yaitu cara membuat visual yang baik agar *audience* mudah dalam memahami apa pesan yang ingin disampaikan oleh penulis. Dimana penulis harus pandai dalam memosisikan asset, mengurutkan *frame* video, dan juga memberikan audio yang masuk ke video tersebut.

Bukan hanya sebagai *motion graphic designer* dan *video editor*, penulis juga merangkap sebagai *content creator* di bawah *divisi marketing communication*. Tentunya penulis memerlukan berbagai riset, agar konten yang dibuat oleh penulis dapat menjadi sebuah konten interaktif yang menarik banyak *audience* agar *audience* aktif dan juga tertarik untuk membeli produk dari MELTS. Dalam hal ini, konten story Instagram dibuat secara *organic* (video keseharian) dan tidak terlalu *graphic* agar *audience* tidak mudah bosan. Di sini, penulis mendapatkan banyak referensi dan juga pembelajaran dari MELTS dan juga *startup* lainnya seperti Kitschy.

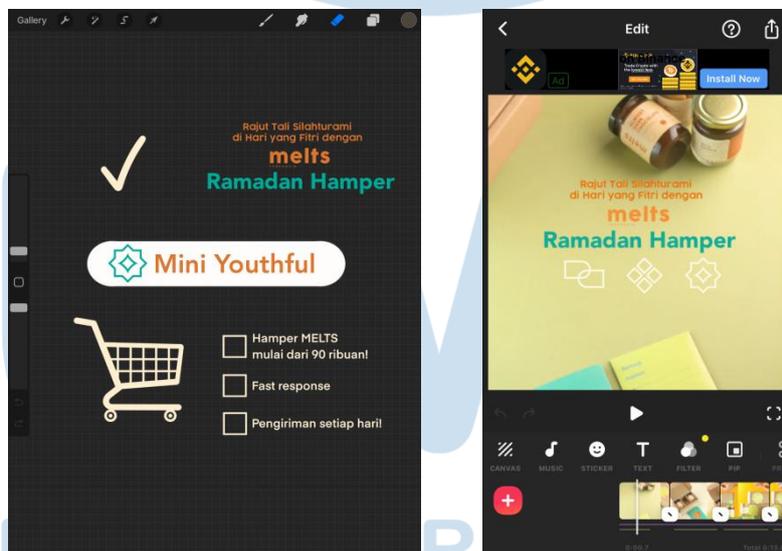
3.2.2 Uraian Kerja Magang

Berikut merupakan uraian pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses kerja magang di proyek *high season* MELTS Ramadan Hampers 2022:

1.2.2.1 Membuat Ads Video

Membuat ads video yang mempromosikan hampers Ramadan MELTS 2022 yang diarahkan oleh *digital marketing supervisor* melalui saran yang diberikan oleh MGD Consultant. Terdapat 9 buah video yang diproduksi, dengan menggunakan aplikasi Procreate dan Inshot. Video yang sudah diproduksi akan ditinjau di grup, lalu ditinjau lagi oleh supervisor dan juga tim MGD untuk diberikan *feedback*. Kebanyakan *feedback* yang diberikan adalah mengenai posisi asset dan juga tipe font yang digunakan.

Video yang sudah fix akan diberikan dalam bentuk format file, lalu tim marketing akan menaruh video tersebut di ads Instagram dan juga ads Facebook. Video yang paling memberikan dampak banyak adalah video mengenai katalog hampers Ramadan 2022, dibandingkan video produk satuan.



3.2 Pembuatan asset dan editing video ads

1.2.2.2 Menyusun Grids Planning Instagram

Dalam menyusun grids, hal yang penulis pelajari adalah bagaimana feeds dapat terlihat cantik dan tidak bentrok satu sama lain. Hal tersebut diberi tahu sejak awal oleh *marketing communication manager*, yang merupakan supervisor penulis. Supervisor mengajarkan cara menyusun grids, dengan metode XOX. X berarti konten yang diperbolehkan sama, atau memiliki warna yang sama. Sedangkan O merupakan konten yang berbeda dari X. Sehingga konten tidak akan bentrok atau bersebelahan dengan yang sama.

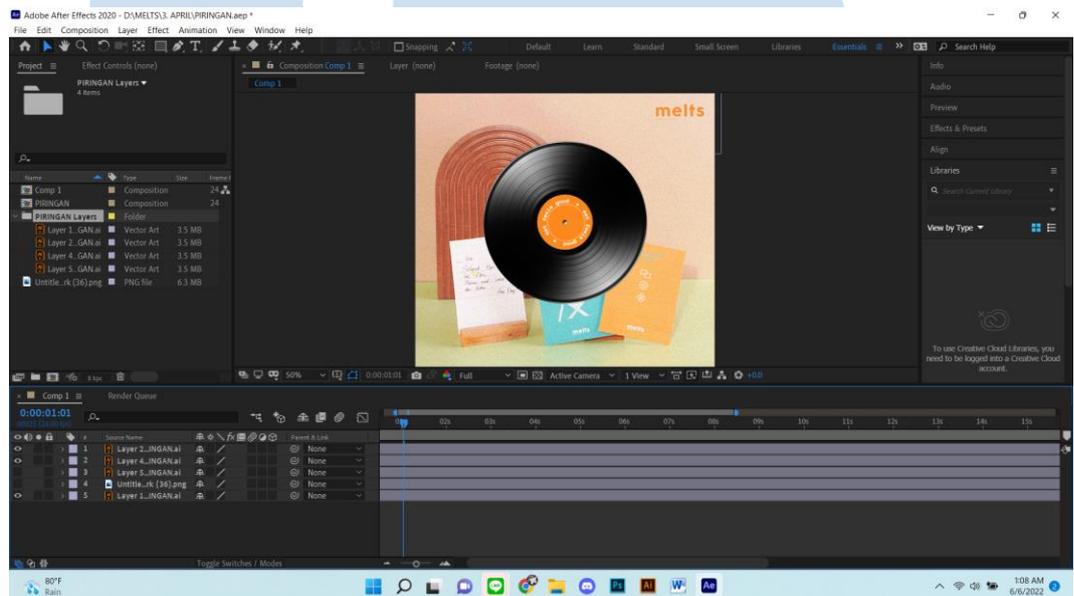


3.3 Grids Planning Instagram saat Ramadan

1.2.2.3 Membuat feeds Instagram

Penulis diberikan kebebasan dalam membuat feeds Instagram. Namun, penulis juga harus memperhatikan bahwa terdapat GMS yang harus diterapkan pada setiap konten. Contohnya seperti font yang harus dipakai agar konten tidak kehilangan jati diri (jadi *audience* langsung tahu bahwa konten tersebut milik MELTS). Salah satu font yang biasa MELTS pakai adalah Cocogoose. Lalu juga *color palette* yang dipakai, harus sesuai dengan MELTS miliki. Selebihnya, penulis diberikan kebebasan untuk mendesain feeds tersebut. Biasanya, penulis

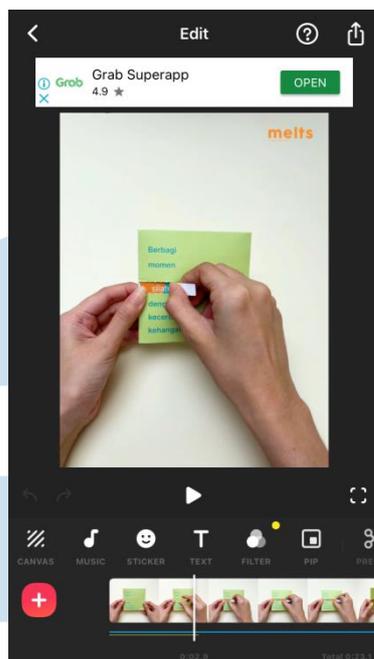
memakai aplikasi Procreate untuk mendesain feeds. Setelah membuat konten feeds tersebut, penulis akan memberikan preview ke supervisor untuk ditinjau. Lalu, supervisor akan memberikan feedback jika ada, dan penulis akan merevisi konten sesuai dengan feedback yang ada. Setelah konten sudah final, penulis akan melakukan *posting* konten tersebut sesuai dengan jadwal. Biasanya MELTS melakukan *posting* Instagram di jam 18.00 WIB.



3.4 Pembuatan *motion graphic* untuk konten feeds Instagram

1.2.2.4 Menjadi Art Crew pada Photoshoot MELTS Ramadan Catalog 2022

Photoshoot bertemakan Ramadan ini diadakan pada tanggal 4 Maret 2022. Penulis berperan sebagai *art crew* dimana penulis bertugas untuk mencari *property* untuk photoshoot pada *pre-production*. *Property* tersebut seperti wallpaper hijau dan cream, vas bunga, gelas, dan lain-lain. Pada saat *production*, penulis bertugas untuk menata catalog hampers dan juga *property* agar terlihat menarik. Tak hanya itu, selama proses photoshoot juga penulis membagi waktu dengan membuat *stop motion* untuk konten Instagram. *Stop motion* yang dibuat adalah *unboxing Ramadan collateral card*. *Stop motion* dibuat menggunakan *iPhone camera burst* dan diedit menggunakan Inshot.



3.5 PNG Sequence Stop Motion

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan pada saat saya menjalani magang adalah sebagai berikut:

1) Kurangnya komunikasi.

Pada saat ingin melakukan *posting* konten ke Instagram, penulis hanya melakukan asistensi ke *personal chat* supervisor. Namun, terkadang konten yang telah diasistensi oleh supervisor juga terdapat kesalahan dalam penulisan atau pun kesalahan informasi yang ditemui oleh divisi lain. Untuk itu, konten harus dihapus, direvisi, dan dilakukan *posting* ulang ke Instagram. Hal ini memberikan dampak kurang konsistennya waktu *posting* konten dan kekeliruan informasi yang diterima oleh audiens.

2) Manajemen waktu yang kurang baik.

Pada saat mengerjakan proyek Ramadan 2022, penulis juga harus dihadapkan dengan permintaan desain dari bagian *partnership* dan juga desain untuk *e-commerce*. Untuk itu, penulis mengalami kesulitan dalam mengatur apa yang harus dikerjakan terlebih dahulu. Akibat dari hal tersebut, desain konten menjadi tidak maksimal dan banyak direvisi sehingga memakan waktu lebih lama.

3) Bekerja secara *remote* dan *slow respond*

Saat bekerja secara daring, *meeting* diadakan secara *online*. Terkadang, penulis kurang paham mengenai proyek yang dijelaskan untuk seminggu ke depan sehingga mengganggu produktivitas dan kreativitas penulis. Penulis juga harus melakukan asistensi melalui pesan surat (*chat*). Namun, apa bila supervisor sedang *slow respond* sehingga penulis harus menunggu beberapa lama untuk memperoleh *feedback* dari supervisor. Begitu pun sebaliknya, terkadang penulis juga sedang *slow respond* sehingga desain yang diminta mengalami keterlambatan.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala-kendala tersebut, terdapat beberapa solusi yang ditemukan yaitu:

- 1) Sikap inisiatif untuk membuat grup revisi desain

Agar tidak terjadi *miss* komunikasi lagi, penulis harus melakukan asistensi tidak hanya melalui *personal chat* ke supervisor. Penulis pun mengambil inisiatif dengan membuat grup asistensi desain dengan berisikan beberapa *staff marketing* lainnya, agar bisa sama-sama melihat dan memberikan *feedback* ke desain. Hal ini dilakukan agar konten yang dibuat bisa mendapatkan *feedback* yang lebih akurat dan lebih teliti sehingga saat dilakukan *posting*, informasi yang diberikan ke audiens tidak keliru.

- 2) Membuat susunan *to do list*

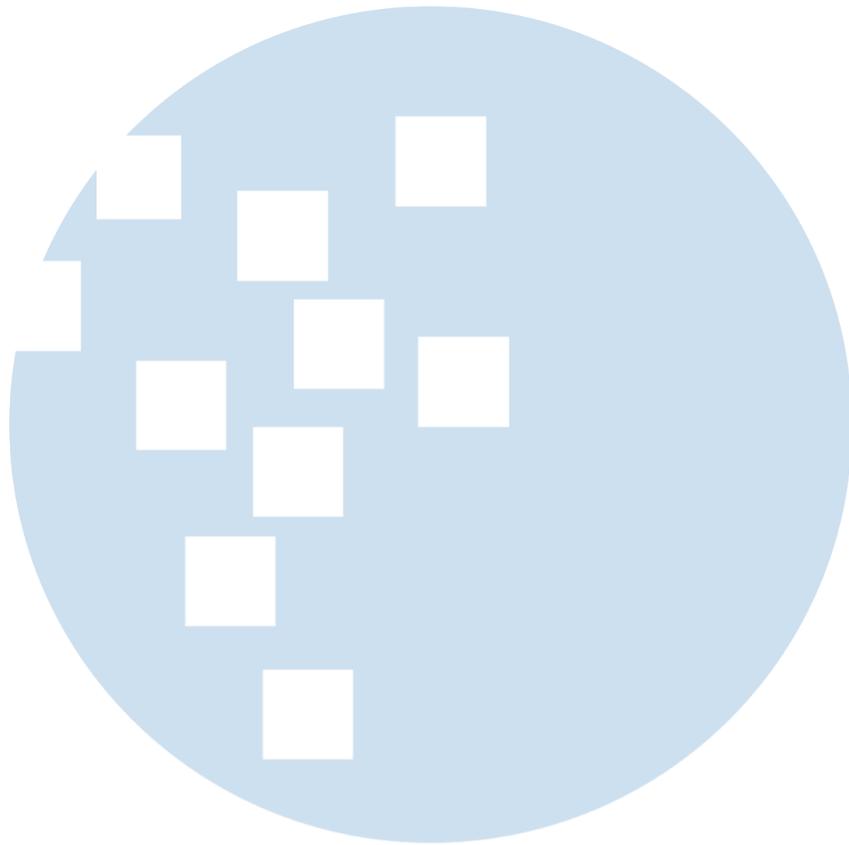
Penulis membuat jadwal atau *to do list* agar penulis mengetahui tugas apa yang harus diprioritaskan dan dibuat terlebih dahulu. Untuk itu, penulis harus mengetahui *deadline* dari setiap tugas yang diberikan. Biasanya, yang paling cepat *deadline*-nya adalah permintaan dari *e-commerce* karena ingin langsung dinaikan ke etalase sehingga penulis lebih memprioritaskan untuk membuat desain *e-commerce* terlebih dahulu. Lalu, prioritas kedua adalah proyek Ramadan, dimana ads harus dinaikan dalam 1-2 hari kemudian. Prioritas terakhir adalah permintaan dari *partnership*, dimana *deadline* biasanya seminggu setelah permintaan diajukan tergantung

dengan persetujuan pihak *partner*. Dengan itu, penulis bisa membuat tugas dengan rapi tanpa adanya bentrok satu sama lain.

3) Melakukan WFO dan panggilan telepon

Agar mendapatkan *fast respond*, penulis melakukan panggilan telepon ke supervisor. Hal ini dilakukan agar tidak memakan waktu untuk menunggu lebih lama lagi dalam hal mendapatkan *feedback*, begitu pun sebaliknya apa bila penulis yang *slow respond*. Penulis pun melakukan *work from office* (WFO) seminggu sekali di hari Rabu untuk membahas proyek seminggu ke depan agar bisa lebih dimengerti.





UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA