

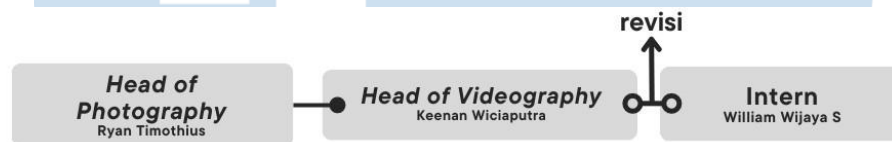
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis akan memaparkan kedudukan dan koordinasi penulis di tempat kerja magang sebagai *content creator* di Halotandaseru.

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis adalah sebagai staff magang di Halotandaseru yang bertugas untuk membuat ide kreatif serta mengeksekusi ide kreatif tersebut kedalam bentuk foto dan video. Berikut bagan kedudukan dan koordinasi kerja penulis.



Gambar 3.1 Kedudukan dan koordinasi kerja penulis

Pada pelaksanaan magang, penulis berkoordinasi dengan Keenan Wiciaputra yang selaku *Head of Videography* atau *Supervisor*. Koordinasi pekerjaan dilakukan secara *online* maupun *offline* kepada penulis. Setelah mendapatkan *brief*, penulis kemudian melakukan brainstorming bersama dengan tim produksi lainnya.

3.2 Mengasah Kreativitas, *Sense Editing* dan Keterampilan Penulis

Proses magang di Halotandaseru merupakan pengalaman yang sangat berharga. Selain mendapatkan pengalaman kerja yang nyata, magang juga dapat membantu mengasah kreativitas dan *sense editing* yang diperlukan dalam industri kreatif. Penulis seringkali mendapatkan kesempatan untuk ikut melakukan brainstorming, *pitching*, hingga proses produksi. Selain itu, proses magang membantu penulis untuk mengembangkan keterampilan lain seperti penggunaan *hardware & software*, pengembangan digital marketing, dan manajemen waktu yang efisien. Dikarenakan dalam dunia industri kreatif yang selalu berubah dan

3.2.1 Proses Produksi Konten

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa saat ini pengguna platform *social media* paling banyak adalah melalui Instagram. Terdapat beberapa fungsi – fungsi Instagram seperti yang dijelaskan oleh Atmoko (2012) dalam bukunya yang berjudul “*Instagram Handbook*” yaitu sebagai media interaksi antar penggunanya, mencari dan berbagi informasi serta ilmu pengetahuan, mendapat rekomendasi tempat liburan, dan sebagai salah satu sarana pemasaran *online*. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Halotandaseru sebagai *creative agency* untuk membuka jasa pengelolaan konten *Instagram*. Halotandaseru mempunyai beberapa klien *social media management* aktif yang perlu dikelola. Berikut diantaranya dapat dilihat dalam tabel 3.1.

<i>Client</i>	<i>Period</i>
Dim Dim sum	2021 – 2023
Hakuna Matata	2021 – 2023
Kanari	2022 – 2023
Broth It	2022 – 2023
Torisan café	2022 – 2023
Arto Café & Gelato	2022 – 2023
Virgin Bakery	2022 – 2023
Euodia	2023
Mahima Hotel	2021 – <i>present</i>
Loenpia Mbak Lien	2021 – <i>present</i>

<i>Client</i>	<i>Period</i>
Solusi Ijin Semarang	2022 – present
Trivet Kitchen	2022 – present
Mlinjo Semarang	2022 – present
Kurogi	2022 – present
Gama Candi BSB	2022 – present
HKita Hotel Semarang	2022 – present
Mitra TACO	2022 – present
Oonica	2022 – present
Cliq+	2022 – present
Bakso Warisan Ibu	2022 – present
Truntum Gama	2022 – present
Koffietori	2023 – present
Anda Florist	2023 – present
Levure Bakehouse	2023 – present

Tabel 3.1 Daftar Client Halotandaseru

Dapat dilihat dalam tabel 3.1, penulis sebagai *content creator* memiliki peran dalam produksi konten *reels*. Konten *reels* yang dihasilkan oleh penulis cukup beragam namun tetap menyesuaikan dengan kebutuhan *client*. Selama proses produksi *reels* tersebut, penulis terlibat mulai dari *development*, *pre-production*, *production*, hingga *post-production*.

3.2.1.1 Tahapan Produksi Konten

Terdapat beberapa tahapan sebelum penulis melakukan produksi konten untuk *Instagram*. Tahap pertama, penulis bersama dengan tim kreatif mempersiapkan ide konten dengan cara *brainstorming*. Pencarian ide bisa melalui diskusi dan referensi konten yang terdapat pada media sosial. Penulis biasanya melakukan proses *brainstorming* secara *offline*, yaitu dengan berkumpul dalam ruangan kantor. Proses *brainstorming* ini tentunya tidak boleh asal mengambil ide atau hanya menduplikasi konten yang sudah ada, hal tersebut untuk menghindari konten plagiasi dan juga menyesuaikan konsep konten dengan konsep perusahaan. Dalam proses ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan kreativitasnya sebagai *content creator*. Berikut contoh referensi konten dan juga penerapannya pada gambar 3.2 dan 3.3.

Sunday, 18 June 2023 	Friday, 16 June 2023 	Wednesday, 14 June 2023
Apa makanan comfort food mu di Milinjo?	Shoot detail : makanan cemilan	shoot ambience : lagi makan indoor
Monday, 12 June 2023 	Saturday, 10 June 2023 	Thursday, 8 June 2023
Shoot people : lagi makan outdoor	Sayur Lodeh merupakan menu khas Indonesia yang memiliki filosofi "tolak bala" https://www.orami.co.id/magazine/makanan-khas-nusantara	shoot detail makanan : pegang gelas di pangku
Tuesday, 6 June 2023	Sunday, 4 June 2023	Friday, 2 June 2023

Gambar 3.2 Contoh content reference hasil brainstorming



Gambar 3.3 Contoh penerapan content reference dalam konten instagram

Setelah itu proses selanjutnya adalah *pre-production* untuk produksi konten. Beberapa hal yang perlu dipersiapkan adalah peralatan *shooting*, model, konsep, dan *schedule*. Biasanya persiapan untuk produksi konten Instagram tidak terlalu memakan waktu karena konten yang akan dibuat adalah konten *casual*, seperti foto produk, *ambience*, dan pengambilan video untuk *reels* Instagram. Alat yang digunakan untuk shooting adalah kamera mirrorless Fujifilm XS-10, dengan lensa XF 23mm f1.4, 7Artisans 55mm f1.4, dan Iphone 12. Berikut contoh konten *Instagram reels* yang telah dibuat pada gambar 3.4.



Gambar 3.2 Contoh konten Instagram reels pada klien

Setelah proses produksi berlangsung, penulis melanjutkan proses tersebut ke dalam proses *post-production* untuk menyatukan hasil produksi sehingga menjadi satu kesatuan dan dapat dinikmati oleh khalayak umum. Proses *editing* berlangsung cukup singkat untuk konten *reels* yang *casual*, karena cenderung berfokus pada *offline editing* dan tidak terlalu membutuhkan banyak efek. Selama proses *editing* penulis menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro 2020 dan Capcut. Untuk *format export* yang digunakan adalah 30 FPS, resolusi 1600x900 (16:9), dengan *bitrate* 10mbps. Penggunaan *bitrate* yang rendah untuk mengurangi ukuran *file* yang besar agar setelah kompresi *upload* melalui Instagram, *file* video tidak terlalu kecil dan kualitas resolusi video tetap terjaga.

Seperti yang disampaikan oleh Chirsitanto (2008) menuliskan bahwa seorang *editor* video memiliki tugas dalam melakukan penyuntingan program, yang melibatkan proses mengumpulkan, memilih, memotong, dan menyusun berbagai gambar dari rekaman hasil shooting. Mereka juga mengatur urutan gambar, suara, musik latar belakang, serta efek suara sesuai dengan naskah yang telah dibuat. Tujuannya adalah menghasilkan video atau film yang berkualitas dan tidak memiliki kesenjangan dalam alur ceritanya.

Proses produksi hingga *editing* tersebut adalah bagian dari pengembangan proses kreatif dan keterampilan penulis. Semakin sering penulis mendapatkan proyek dan pekerjaan, semakin terlatih penulis untuk melakukan proses produksi dan *skill editing*. Meskipun terkadang terdapat beberapa *client* yang perlu *treatment* khusus, seperti pengambilan ulang konten karena bermasalah dengan komunikasi pada saat *brief*, kendala dalam waktu produksi konten yang terkadang sering *overtime*, dan keinginan klien yang tidak bisa dipenuhi dikarenakan satu dan lain hal. Dari kejadian tersebut, penulis belajar pentingnya manajemen ekspektasi, tenaga, persiapan yang matang, dan tentunya penerapan komunikasi yang baik terhadap *client*.

3.2.2 Proses Produksi Konten Campaign Kolaborasi Restoran Lombok Idjo

Selain membuat konten *casual* untuk Instagram, penulis juga membuat konten untuk proyek *campaign*. Salah satu proyek *campaign* yang akan dibahas adalah *collaboration project* antara Digna Thea (*Influencer / ex Masterchef*) dengan sebuah restoran di Semarang Lombok Idjo. Secara garis besar, tujuan *campaign* ini adalah untuk memperkenalkan menu baru yang akan dirilis oleh Lombok Idjo dengan Digna Thea sebagai pencipta menunya.

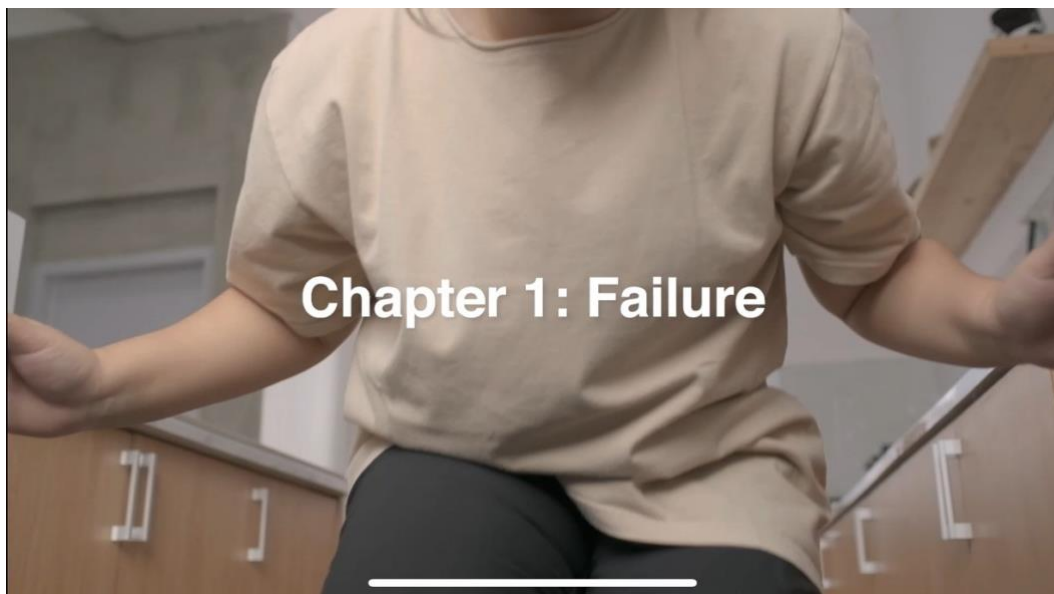
Saat pengerjaan proyek ini, penulis ikut membuat konsep, produksi, hingga proses *editing*. Diawali dengan *brainstorming* konsep dan ide cerita untuk *campaign* ini. *Brainstorming* dilakukan 2 (dua) bulan sebelum *campaign* berlangsung. Dari *brainstorming* yang telah dilakukan, konsep cerita yang ingin disampaikan adalah kegagalan seorang chef untuk mewujudkan cita-citanya sebagai juara *Masterchef* Indonesia, kemudian Ia mempunyai impian baru untuk membahagiakan orang di sekitarnya dengan berkarya melalui masakan.

Setelah mendapatkan *brief* dan konsep yang jelas, tahap selanjutnya adalah persiapan untuk produksi. Pada proses persiapan, penulis menyiapkan *moodboard*, dan *simple shotlist* untuk *campaign*, lalu alat – alat yang akan digunakan untuk *shooting*, seperti kamera, lensa, *lighting*, gimbal, dan sebagainya. Masuk ke dalam proses produksi, *shooting* dilakukan di 2 (dua) tempat, yaitu studio dan restoran Lombok Idjo. *Shooting* dilakukan selama 1 (satu) hari, dari pagi hingga malam untuk menghemat biaya produksi dan efisiensi tenaga kerja. Pengambilan *shot* untuk di studio rata-rata menggunakan *handheld*, sedangkan ketika *shooting* dilakukan di restoran Lombok Idjo beberapa *shot* menggunakan gimbal dan *handheld*.

Menurut Ikatan Penerbit Indonesia/IKAPI (2008) *editing* adalah sebuah proses dalam merangkai beberapa klip hasil *shooting* menjadi sebuah kesatuan video yang dapat dinikmati. Setelah proses produksi selesai dilakukan, masuk ke

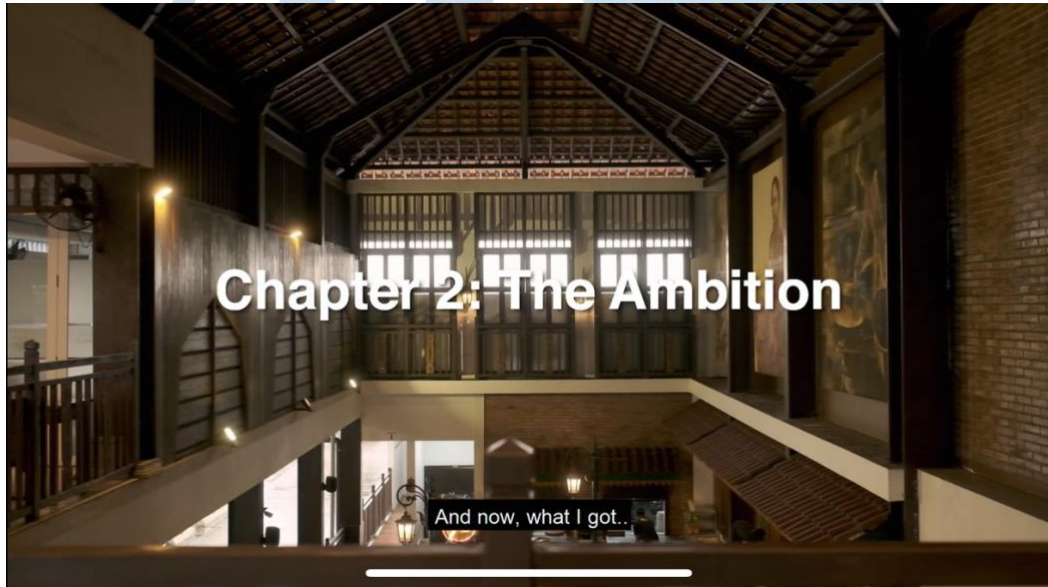
tahap *editing*. Penulis melakukan proses *offline editing* dan *online editing* menggunakan *software Adobe Premiere Pro*. Proses *offline editing* dilakukan selama kurang lebih tiga hari untuk *output* per-videonya, sedangkan untuk jumlah *output* video yang akan diberikan adalah tiga video. Setelah melalui proses *offline editing*, penulis memberikan hasil *offline editing* ke supervisor untuk dikonfirmasi kepada *client*. Setelah melalui proses revisi, penulis melanjutkan proses *editing* kedalam *online editing*.

Dikutip dari studioantelope (2023), *online editing* merupakan langkah penyempurnaan dari proses *offline editing* dengan menambahkan elemen seperti *color grading*, efek *visual*, *motion graphic*, dan *audio mixing*. Proses *online editing* yang dilakukan adalah melakukan *correction angle*, memberikan animasi *keyframe*, dan memberikan teks. Setelah *online editing* dilakukan, masuk ke tahap terakhir untuk *color grading*. Penulis membuat warna *desaturated* dan *low contrast* pada video pertama untuk menunjukkan kesan kesedihan yang didukung dengan adegan kegagalan karakter dalam video. Seperti yang ditampilkan di gambar 3.5 berikut.



Gambar 3.4 Chapter 1 yang menunjukkan *color grading*

Untuk video kedua akan lebih *contrast* untuk menunjukkan kerja keras karakter dalam video. Seperti yang ditunjukkan di gambar 3.6 dan 3.7 berikut.



Gambar 3.6 Title chapter 2



Gambar 3.7 Chapter 2 yang menunjukkan *color grading* yang *contrast*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Sedangkan pada video terakhir, *colorgrading* dibuat lebih *vibrance* untuk memperkenalkan masakan – masakan yang telah dibuat, dan tentunya untuk membuat tampilan masakan tersebut lebih menarik. Berikut hasil *editing* dari *chapter 3* pada gambar 3.8 dan 3.9



Gambar 3.8 Title Chapter 3



Gambar 3.9 Chapter 3 yang menunjukkan color grading yang vibrance

Proses kreatif dan keterampilan penulis sangat teruji dalam proyek tersebut, diawali dari pengembangan ide – ide yang ada, proses persiapan, proses produksi, hingga akhirnya tahap *editing* berlangsung, penulis berusaha melakukan yang terbaik dengan menerapkan ilmu – ilmu yang didapat dari kampus dan pembelajaran dari luar kampus. Meskipun dalam *project* ini terdapat berbagai macam kendala dalam *post production*, seperti revisi yang berulang dan proses *editing* yang memakan waktu hingga melebihi batas *deadline*, penulis belajar untuk mengatasi kendala – kendala tersebut secara *profesional*.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani proses magang sebagai *content creator*, penulis mengalami kendala *miscommunication*. Kendala tersebut terjadi karena seringkali dari rekan kerja tim kurang menjaga dan mengembangkan hubungan dengan *client*, sehingga kurang adanya *chemistry* dari hubungan tim dan *client*. Selain itu kendala seperti penyesuaian selera seni yang terkadang menurut penulis cukup baik, namun tidak bisa diterapkan untuk pembuatan konten karena harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan *client*.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Masalah yang terjadi ketika proses magang berlangsung adalah kurangnya menjaga hubungan dan penyesuaian selera seni. Dalam kasus ini hubungan kerja terjadi hanya untuk formalitas sehingga hal tersebut menimbulkan masalah. Untuk solusi yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki komunikasi dengan pihak yang bersangkutan, melakukan bonding di dalam maupun di luar pekerjaan, menyampaikan apa yang menjadi kendala dalam komunikasi, dan membuat notes untuk saling mengingatkan agar kedepannya tidak terjadi kendala masalah

komunikasi lagi. Dan yang terpenting adalah melakukan maintenance hubungan dengan client sehingga dari pihak client juga merasa diberikan perhatian.

Sedangkan untuk masalah penyesuaian selera seni juga merupakan masalah umum yang sering terjadi di dalam dunia pekerjaan, terutama di dalam industri kreatif di Semarang. Salah satu yang menjadi poin penting adalah kasus ini belum tentu pasti terjadi namun berdasarkan apa yang menjadi pengamatan penulis, *behaviour* pemilik usaha di Semarang adalah orang yang rata – rata berusia 30 tahun keatas dan memiliki kecenderungan untuk egosentris. Egosentris dalam kasus ini adalah keinginan client yang ingin selalu dipahami sehingga seringkali mengutamakan apa yang menjadi keinginannya dan mengesampingkan apa yang menjadi kebutuhannya. Hal yang perlu dipahami adalah penulis bekerja untuk memenuhi ekspektasi *client*, sehingga yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah ini adalah memberikan apa yang terbaik menurut perspektif penulis dan menjelaskan ke *client* alasan – alasan penulis memilih konsep tersebut. Dengan menyesuaikan keinginan dan melihat kebutuhan client, penulis kemudian dapat membantu memberikan keputusan yang terbaik.

3.3 Memperluas Jaringan Kerja Melalui Komunikasi

Pada bagian ini, penulis akan memaparkan pentingnya *skill* komunikasi dalam dunia pekerjaan. Komunikasi merupakan hal yang penting, terutama dalam lingkungan kerja. Salah satu manfaatnya komunikasi adalah dapat memperluas jaringan kerja. Dalam industri kreatif, terutama *creative agency* diperlukan adanya kolaborasi serta hubungan kerja sama.

Komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang mengirimkan pesan melalui media tertentu kepada orang lain, dan setelah menerima pesan tersebut, memberikan tanggapan kepada pengirim pesan (Hardjana, Agus M, 2016). Pernyataan tersebut didukung oleh Devito dalam bukunya yang berjudul *The Interpersonal Communication Book* (1989), Komunikasi *Interpersonal* adalah

penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain yang kemudian memberikan umpan balik yang langsung.

Melalui komunikasi yang efektif dan tentunya yang relevan akan membangun reputasi *professional*. Selama program magang berlangsung, penulis bertemu dengan berbagai macam pemilik usaha dan juga orang – orang yang terjun di industri *creative agency* Semarang. Keuntungan yang didapat dengan berkenalan dan mempunyai jaringan kerja yang luas adalah membuka peluang untuk mengembangkan usaha, membuka peluang untuk menaikkan karier, dan juga bisa saling bertukar peluang pekerjaan. Bahkan dengan melakukan komunikasi yang tepat dapat mengurangi berbagai macam kendala, seperti permasalahan revisi, penyelesaian konflik secara kekeluargaan, dan mempermudah jalannya proses produksi.

Namun selain keuntungan, ada juga risiko mempunyai jaringan kerja yang luas. Salah satunya adalah baik dan buruk pekerjaan kita akan mudah disebarluaskan, sehingga sangat penting untuk memberikan yang terbaik dalam setiap hal yang kita kerjakan. Meskipun hal – hal yang sedang kita kerjakan terlihat sederhana dan pekerjaan yang kecil, namun ketika hal tersebut tidak dilakukan dengan baik akan membuat *client* kecewa. Hal tersebut akan dengan mudah tersebar ke dalam orang – orang yang terjun dalam industri *creative agency* Semarang.

Dalam upaya untuk membina hubungan baik dengan client ataupun dengan orang yang bekerja di industri *creative agency* di Semarang, penulis sering berkumpul dan berbincang tanpa membahas keterikatan pekerjaan untuk menjalin hubungan secara *interpersonal* dan membina hubungan sebagai *client*. Melalui hal tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi merupakan sebuah pondasi dalam setiap kegiatan yang dilakukan manusia dan komunikasi yang tepat penting untuk diterapkan khususnya dalam industri kreatif.