



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Posisi penulis dalam perusahaan adalah sebagai *creative team* yang bergerak pada cabang baru yaitu divisi *moving image*. Penulis berada dibawah bimbingan ECD Friza Reihan yang memiliki tanggung jawab dalam membentuk konsep ide, menyediakan aset visual, membimbing penulis dalam bekerja, dan revisi akhir desain.

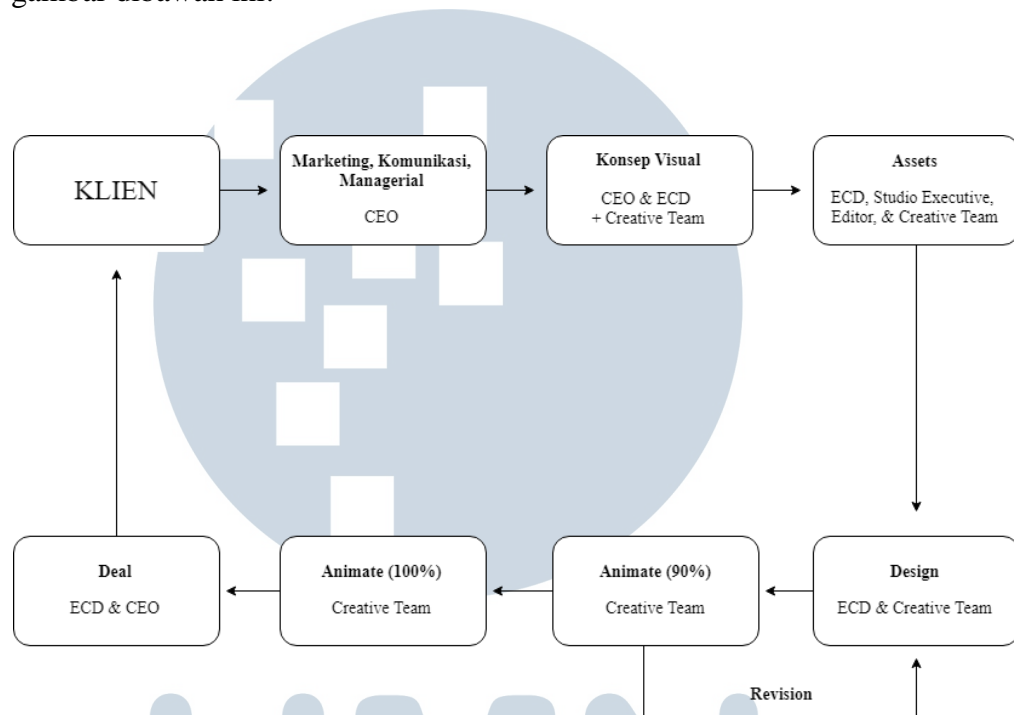
1. Kedudukan

Sebagai *creative team*, penulis memiliki tanggung jawab dalam menyajikan desain visual berupa gambar bergerak. Penulis juga ikut membantu dalam memberikan ide konsep dan visual untuk diberikan kepada klien. Hasil visual yang penulis lakukan selama 2 bulan kerja magang, yaitu *motion graphic*, animasi, *stop motion*, *graphic design*, 3D model, dan *video editing*. Selain itu, penulis memiliki tanggung jawab untuk tidak mengubah konsep dan tetap mempertahankan identitas usaha milik klien.

2. Koordinasi

Alur koordinasi di dalam Hi|Story adalah diawali dengan keinginan klien yang memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan. Klien akan melakukan diskusi dengan CEO Pricillia Djakaria dalam memutuskan jenis jasa yang ingin dibentuk, dan hal-hal lain mengenai *quotation*, *invoice*, dan *deadline*. Kemudian CEO akan menyampaikan maksud dari klien kepada ECD dan *creative team* dan segera membentuk konsep visual yang sesuai. Setelah konsep selesai dibentuk, CEO akan menyerahkan keseluruhan desain kepada para desainer. ECD, *studio executive*, *editor* dan *creative team* akan menyiapkan keseluruhan aset yang dibutuhkan. Setelah aset lengkap dan siap digunakan, maka ECD dan *creative team* akan membentuk *prototype/final look* yang nantinya akan menjadi hasil akhir produk. Setelah *final look* dibuat, maka pekerjaan akan diserahkan pada *creative team* untuk

dianimasikan/digerakkan menjadi sebuah gambar bergerak/*video*. *Video* yang dibuat akan melalui proses revisi balik kepada ECD yang apabila telah disetujui, maka *video* akan lanjut ke hasil akhir yang akan diperlihatkan pada CEO dan ditutup dengan revisi klien. Bagan koordinasi dapat dilihat melalui gambar dibawah ini:



Gambar 3.1. Bagan alur koordinasi
(Dokumentasi Perusahaan)

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah pekerjaan yang penulis lakukan selama 2 bulan praktik kerja:

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 - 3	Sweet Brothers (Food)	<ul style="list-style-type: none">• Membuat rangkaian <i>moving image</i> yang digunakan untuk mempromosikan produk di media sosial instagram (animasi, <i>motion graphic</i>, dan <i>stop motion</i>)• Mendesain 3D <i>cart design</i> untuk penjualan jajanan berjalan
2	2 - 6	Charlotte Kay (Skin Care)	Membuat <i>motion graphic</i> dan <i>video editing</i> untuk instagram post dan youtube
3	4	Si Dola (Healing)	Membuat konsep desain untuk <i>pitching client</i>
4	5	My Label (Fashion)	<i>Video</i> dan <i>motion editing</i> untuk fashion <i>advertising</i>
5	6 - 8	Kopi Inspirasi (Drinks)	Melakukan <i>photo Studio</i> dan membuat <i>motion graphic</i> untuk visual LCD TV dalam restoran

Tabel 3.1 . Detil pekerjaan selama magang

(Dokumentasi Pribadi)

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai *creative team* dalam sebuah studio periklanan, penting bagi penulis untuk memperhatikan beberapa hal sebelum menjalankan pekerjaan. Beberapa hal penting yang harus diperhatikan, antara lain adalah *deadline* yang diberikan oleh klien, bentuk dan *look* yang diinginkan oleh klien, identitas dari bisnis klien, ukuran *video* yang sesuai dengan tujuan *posting*, dan yang terakhir adalah durasi dari *video* yang akan dibuat. Semua hal tersebut harus diperhatikan untuk seluruh karya yang dikerjakan.

Dalam praktik kerja magang yang dijalankan, biasanya penulis mendapatkan detail kerjaan dari ECD Friza Reihan. ECD akan menjelaskan pekerjaan apa yang harus penulis kerjakan pada hari itu. Kemudian ECD akan memberikan penjelasan mengenai keinginan klien, beserta ukuran dan durasi *video* yang harus diaplikasikan kedalam kerjaan. Penulis juga diberikan *website* atau media sosial dari klien untuk dijadikan referensi dalam membentuk *video*.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Berikut adalah uraian pekerjaan beserta klien yang penulis ambil alih selsama praktik kerja magang. Beberapa klien yang telah penulis kerjakan antara lain adalah Sweet Brothers, Charlotte Kay, Si Dola, My Label, dan Kopi Inspirasi.

3.3.1.1. Perancangan Visual Promosi Sweet Brothers

1. Briefing

Sweet Brothers merupakan usaha penjualan makanan yang berupa roti dan kue. Dalam usahanya, Sweet Brothers menemukan bahwa penjualannya banyak berasal dari *online* dan media sosial. Namun, banyak kompetitor lain yang jauh lebih pintar bergerak dalam media sosial. Sweet Brothers merasa membutuhkan solusi agar media sosialnya tidak kalah menarik dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Sweet Brothers memiliki target pasar remaja dan dewasa berusia 20 – 35 tahun. Mereka membutuhkan sebuah media sosial yang terlihat manis dan elegan agar dapat menarik masyarakat pada jenis usia tersebut.



Gambar 3.2. Produk klien Sweetbrothers
(Dokumentasi Perusahaan)

2. Konsep

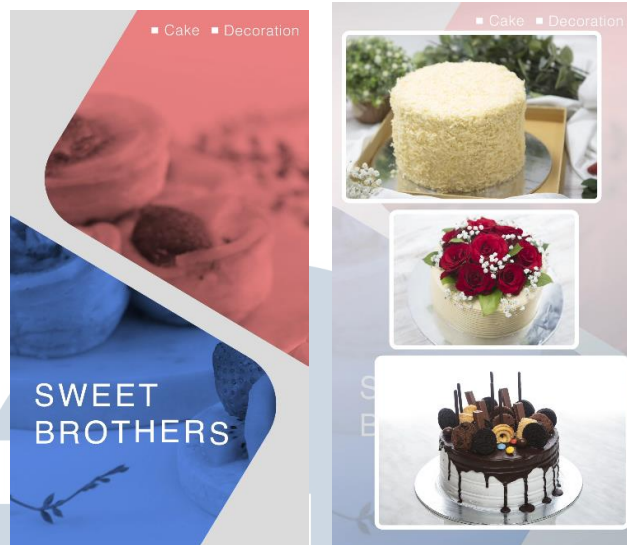
Konsep visual yang ditawarkan oleh divisi *moving image* meliputi animasi, *motion graphic*, dan *stop motion*. *Motion graphic* digunakan untuk konten media instagram *story*, sedangkan animasi dan *motion graphic* digunakan untuk konten media *posting*. Referensi menggunakan *social media content* dari Colettelola dan Ivenoven. Warna yang digunakan dalam pembuatan *moving image* ini adalah warna dari logo Sweet Brothers, yaitu biru, kuning, merah, dan abu-abu. Desain dititik beratkan pada visual produk dan service yang diberikan kepada konsumen.



Gambar 3.3. Referensi Konsep Visual Sweet Brothers
(Dokumentasi Pribadi)

3. Perancangan

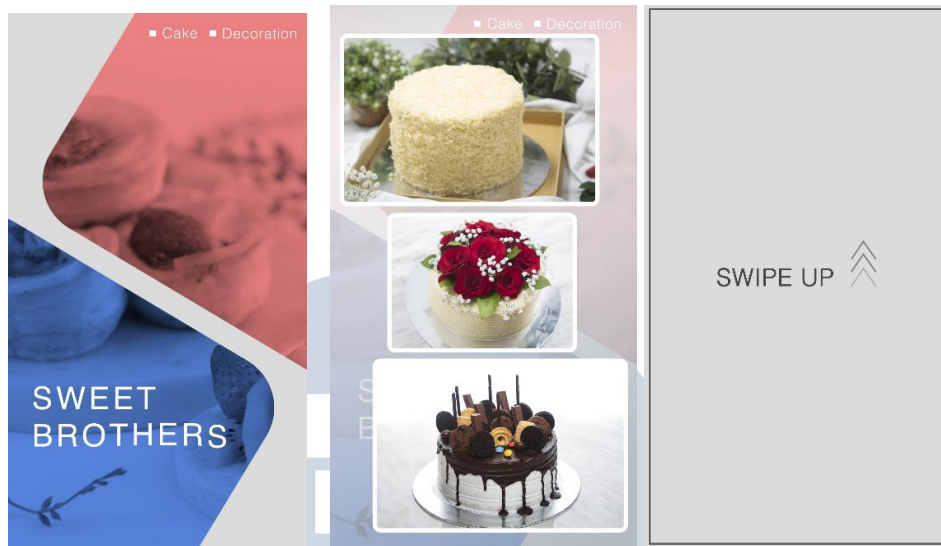
Desain *motion graphic* dibuat dengan menitikberatkan pada jenis-jenis produk yang ditawarkan, beserta info *contact* yang dapat dihubungi. Desain dibuat dengan visual yang manis dan elegan. *Motion graphic* ini dibuat dengan ukuran instagram *story* dan memiliki tujuan untuk memperkenalkan Sweet Brothers kepada masyarakat. Format ukuran dari *video* ini adalah 9:16 dengan durasi minimal 10 detik dan maksimal 60 detik.



Gambar 3.4. *Motion graphic cake* sebelum revisi
(Dokumentasi Pribadi)

Motion graphic diatas dibuat untuk memperlihatkan jenis produk *cake* dari Sweet Brothers. *Cake* dapat dibuat sesuai keinginan klien, dapat dilihat melalui tulisan pada pojok kanan atas *video*. Tulisan Sweet Brothers diletakkan diawal *video* sebagai opening yang kemudian dilanjutkan dengan jenis-jenis produk makanan yang ditawarkan. Pada bagian akhir diberikan sebuah *shortcut* yang bertuliskan *swipe up* untuk memasuki *website* Sweet Brothers.

Revisi diberikan oleh ECD Friza Reihan yang menginginkan sebuah *closing motion graphic* yang rapi, sehingga *video* tidak langsung berakhir begitu saja. Di akhir *video*, kemudian ditambahkan tulisan *swipe up* sebagai tanda bahwa *video* telah berakhir.



Gambar 3.5. *Motion graphic cake* setelah revisi
(Dokumentasi Pribadi)

Kemudian *motion graphic* yang kedua adalah jenis kue karakter yang merupakan *custom cake* dari Sweet Brothers. Dalam *motion graphic* ini, desain harus terlihat lebih anak-anak dan menarik untuk dilihat. Penulis menggunakan *software* After Effect dan Adobe Premiere Pro untuk membuat ini.



Gambar 3.6. *Motion graphic character cake*
(Dokumentasi Pribadi)

Motion graphic diatas diawali dengan munculnya sebuah transisi lingkaran yang perlahan menyelimuti keseluruhan layar. Transisi dibuat dengan konsep ceria. Setelah transisi muncul, kemudian *opacity* layar berubah dan muncul logo Sweet Brothers. Setelah logo keluar, *character cake* dari Sweet Brothers jatuh ke layar dan berbaris membentuk satu garis lurus. Detil info kontak dan media sosial juga ditampilkan setelahnya sebagai info penjualan.

Setelah seluruh konten instagram *story* telah selesai dibuat, dibutuhkan juga sebuah konten untuk instagram *post*. Pada instagram *post* ini, penulis memutuskan untuk menampilkan hal yang baru, yaitu *stop motion*. Format dari *video* ini adalah *square* 1:1 dengan durasi minimal 10 detik dan maksimal 60 detik.



Gambar 3.7. *Stop motion brownies*

(Dokumentasi Pribadi)

Stop motion diawali dengan adanya 3 kotak brownies Sweet Brothers dan perlahan tali pita dari kotak brownies mulai terlepas dan kotak terbuka. Terlihat brownies yang terletak di dalam kotak tersebut. Kemudian brownies mulai berjalan keluar satu persatu (dipotong) dan berdiri menumpuk diatas batu piringan. Kemudian piringan berputar menampilkan brownies dari segala arah. Selama *video* berlangsung, penulis memberikan efek salju di layar untuk mempercantik visual.

Desain yang ketiga adalah animasi. Animasi dibuat untuk mendukung konten instagram *posting* pada saat Ramadhan. *Video* dibuat untuk menyambut kedatangan Ramadhan dan menghargai konsumen yang menganut agama islam. Animasi dibuat agar dapat memberikan sebuah cerita kepada

konsumen bahwa kue dan roti dari Sweet Brothers dapat digunakan sebagai hadiah saat Ramadhan dan dapat dikonsumsi untuk berbuka puasa.



Gambar 3.8. Animasi Mr. Spikoe ramadhan
(Dokumentasi Pribadi)

Karakter yang dianimasikan dalam *video* ini adalah Mr. Spikoe yang merupakan mascot dari bolu jadul Sweet Brothers. Mr. Spikoe merupakan hasil karya *creative team* Hi|Story yang memiliki beberapa jenis tema, salah satunya adalah Mr. Spikoe Ramadhan. Aniamsi diawali dengan adanya sebuah kotak hadiah di tengah layar, kemudian kotak mulai berguncang dan tutup dari kotak tersebut terjatuh. Terlihat Mr. Spikoe yang menmgintip dari kotak tersebut dan mengucapkan salam. Kemudian Mr. Spikoe keluar dan *background* berubah menjadi *Islamic* dengan dekorasi Ramadhan. Disini Mr. Spikoe mengucapkan selamat berbuka puasa. *Video* diakhiri dengan menampilkan bolu-bolu spikoe disertai ucapan Mr. Spikoe untuk berbuka dengan yang manis. Selama *video* berlangsung, logo Sweet Brothers diletakkan pada pojok kanan atas *video* sebagai identitas.

3.3.1.2. Perancangan Visual Promosi *Skin Care* Charlotte Kay

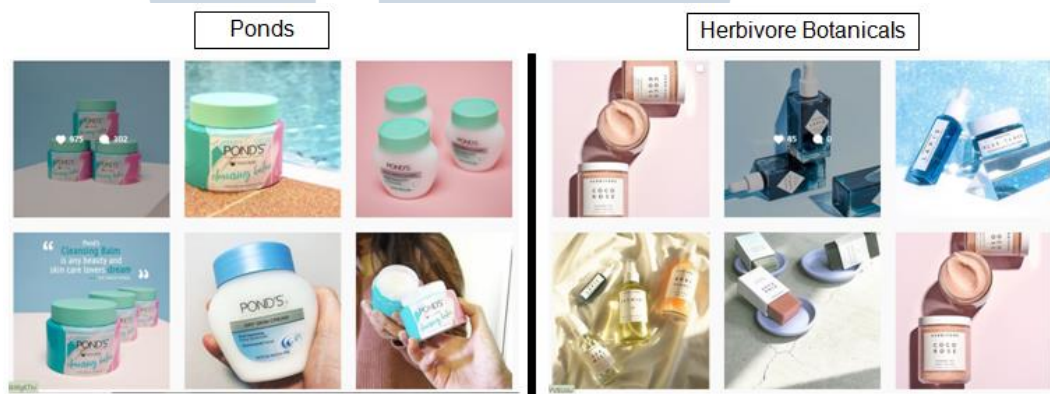
1. *Briefing*

Charlotte Kay merupakan jenis usaha penjualan *Skin Care* yang berupa serum *anti-aging*, *vitamin C*, *translucent glow serum*, dan *firmless serum*. Charlotte Kay dimiliki oleh seorang dokter Indonesia yang telah bekerja lama di New York. Charlotte Kay memiliki konsep visual yang elegan dan glowing. Warna yang dimiliki oleh produk ini adalah putih keemasan. Charlotte Kay memiliki

target pasar remaja hingga orang tua dengan kisaran usia 21 – 65 tahun. Klien menginginkan sebuah hasil karya yang berfokus pada elegansi dan kemewahan untuk mengisi konten media sosialnya.

2. Konsep

Jenis *video* yang penulis gunakan untuk Charlotte Kay ini adalah *motion graphic* elegan yang dapat menunjukkan elegansi dan kemewahan dari sebuah produk. Konsep yang digunakan adalah berkilau dan halus dengan penggunaan warna kulit dan warna emas. Referensi yang penulis gunakan dalam membuat *video* ini adalah Ponds, SK-II, dan Herbivore Botanicals.



Gambar 3.9. Referensi konsep visual Charlotte Kay
(Dokumentasi Pribadi)

3. Perancangan

Motion graphic yang pertama dibuat dengan menitikberatkan pada produk *skin care* dari Charlotte Kay yang terlihat mewah dan berkualitas. *Video* yang pertama ini dibuat sebagai pengenalan atas identitas usaha yang akan dijalani oleh Charlotte Kay. *Video* dibuat dengan ukuran *square* 1:1 dan berdurasi 20 detik.



Gambar 3.10. *Motion graphic* Charlotte Kay sebelum revisi
(Dokumentasi Pribadi)

Motion diawali dengan terlihatnya produk Charlotte Kay yang berdiri sejajar di lantai dengan beberapa mutiara putih disekitarnya. Kemudian muncul bulu/*feather* yang jatuh perlahan ke lantai lalu keluar logo Charlotte Kay diatas layar. Di akhir *video*, penulis memberikan efek *glowing particle* yang muncul secara repetitif.

4. Revisi

Revisi diberikan pada bagian akhir *video*. Walaupun tulisan Charlotte Kay sudah terlihat jelas pada produk yang ditampilkan, *Client* menginginkan logo perusahaannya untuk diperlihatkan kepada pelanggan secara individu. Tampilan seperti ini digunakan agar *brand* dari perusahaan milik klien dapat dikenali oleh para pengguna media sosial.



Gambar 3.11. *Motion graphic* Charlotte Kay setelah revisi
(Dokumentasi Pribadi)

3.3.1.3. Perancangan *Video Fashion Editing Hi|Story*

1. *Briefing*

Hi|Story merupakan studio *advertising* yang pekerjaan utamanya adalah bergerak pada bidang *fashion*. Hi|Story telah banyak menghasilkan portofolio berupa *photoshoot* pakaian dan model untuk *advertising*. Hi|Story membutuhkan sebuah *video* yang dapat menunjukkan hasil karya nya dengan konsep visual yang moderen dan milenial. *Video* ini akan digunakan sebagai *pitching* dan konten media sosial instagram Hi|Story

2. Konsep

Konsep yang digunakan adalah *simple & fashionable*, menunjukkan hasil karya Hi|Story yang menarik untuk dilihat dan diajak kerja sama. Warna yang digunakan adalah putih dan hitam sebagai *motion graphic* dan warna dari *photoshoot* yang telah diambil sebelumnya. *Video* ditampilkan dengan *layout* sederhana dan transisi modis tiap pergantian fotonya.

3. Perancangan

Video dibuat sebagai bentuk *branding* dari jasa *photoshoot* yang disediakan. *Video* ini dibuat dengan menggunakan *software* After Effect dan Adobe Premiere Pro.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.12. *Video editing* Hi|Story
(Dokumentasi Pribadi)

Transisi yang digunakan dalam *video* ini ada 3, yaitu *zoom in*, *split*, dan *slide*. Ketiga transisi ini dipilih untuk memperlihatkan foto yang satu ke foto yang lainnya, dengan terlihat simpel dan moderen. Total foto yang terdapat dalam 1 *video* ada 12 foto. *Video* diawali dengan munculnya foto pertama dengan kamera yang bergerak memperlihatkan keseluruhan foto tersebut. Logo Hi|Story kemudian muncul pada pojok kanan atas *video* disertai dengan 2 garis layout vertikal pada kiri dan kanan *video*. 12 foto kemudian keluar satu persatu dengan transisi ditengahnya. *Video* diakhiri dengan munculnya logo Hi|Story cukup besar yang berada di tengah layar dan *background* putih dibelakangnya.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan saat proses praktik kerja magang yang penulis jalankan selama 2 bulan antara lain:

1. Apa yang penulis pelajari di perkuliahan selama 4 tahun tidak selalu dapat digunakan dalam bekerja
2. Keinginan klien yang rumit dan tidak memahami proses desain
3. Kemustahilan klien yang menginginkan untuk adanya 10 *video* dalam sehari, namun akhirnya tetap dijalankan
4. Sulitnya mempertahankan identitas klien dengan jaman yang terus berubah dan berkembang

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala dan masalah yang penulis temukan, antara lain:

1. Membuka dan menonton banyak iklan di media sosial sebagai referensi
2. Diskusikan hasil desain sementara seperti *pitching* kepada klien sebelum membuat *video*
3. Memperpendek durasi *video* dan menggunakan *motion* yang repetitif agar dapat digunakan berkali-kali dalam setiap *video*
4. Memahami betul sejarah jalannya usaha klien dengan membuka media sosial yang pernah dibuatnya dan *positioning* seperti apa yang mereka miliki di mata masyarakat

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