

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Berikut merupakan kedudukan dan koordinasi Perusahaan tempat penulis melakukan praktek kerja magang di PT. Ambico (Mr. Ishii). Kedudukan dan koordinasi berdasarkan pengalaman kerja dan standar kerja Perusahaan.

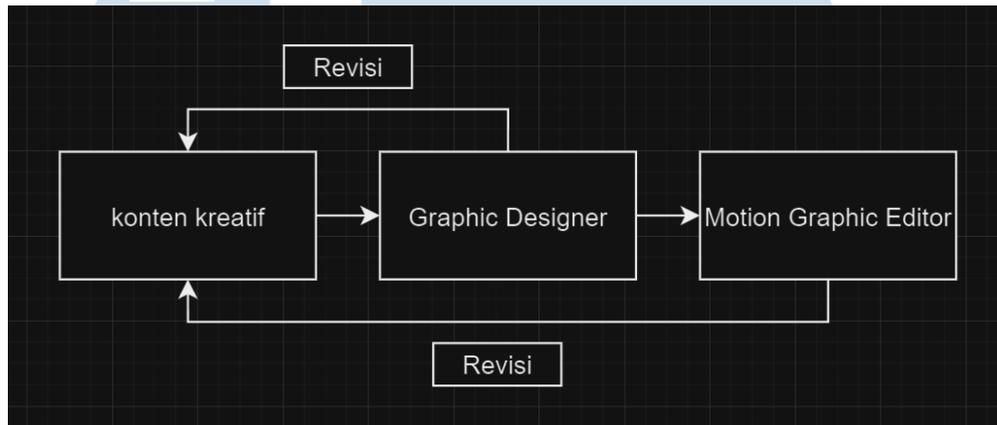
3.1.1 Kedudukan

Di dalam tim marketing komunikasi yang berbasis di Jakarta tempat penulis bekerja, tim marketing komunikasi sendiri hanya terdiri dari tim kreatif. Berdasarkan kedudukan sendiri, atasan penulis yang merupakan *company representative* berada diatas penulis dan anak kreatif lainnya.

3.1.2 Koordinasi

Dalam kesehariannya, tim kreatif bekerjasama dengan atasan dalam membuat sebuah konten. Tim kreatif yang terdiri dari konten kreatif, videografer, editor, desain grafis, dan motion biasanya melakukan eksekusi dari brief yang diberikan oleh konten planner yang dibuat oleh konten kreatif. Pada konten edukasi atau informasi, dimulai dari briefing oleh atasan dan konten kreatif yang akan memberikan tugas kepada desainer grafis untuk membuat aset desain yang diperlukan dalam video pada konten Tiktok, dalam hal ini adalah pembuatan konten video kampanye diet dan pola hidup sehat. Setelah itu brief akan dieksekusi oleh desainer grafis dan desainer grafis akan meminta approval kepada konten kreatif dan atasan untuk dimintai feedback. Kemudian desainer grafis akan berkoordinasi dengan penulis untuk merancang sebuah timeline video bergerak (*motion*). Setelah desain selesai, maka akan diserahkan kepada penulis sebagai motion grafis dan video editor. Disini penulis pun mulai menyelesaikan tanggung jawab penulis sebagai bagian akhir dari progres pembuatan konten kampanye. Setelah itu, penulis yang akan meminta *feedback* jika sekiranya

ada revisi dari atasan dan konten kreatif sebelum konten tersebut di upload. Penulis terkadang juga diminta untuk mengedit video atau mengambil *footage* produk, untuk hal ini biasanya penulis berkoordinasi langsung dengan konten kreatif dan atasan tanpa ada perantara dari desainer grafis.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut penulis lampirkan tabel yang berisikan daftar kewajiban yang penulis kerjakan selama 5 bulan di PT. Ambico (Mr. Ishii).

Tabel 3.1 Tabel Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	17 - 31 Juli	<ul style="list-style-type: none"> Membuat <i>motion</i> untuk youtube Membuat <i>motion</i> untuk konten masak tiktok Membantu desain grafis membuat <i>lookbook</i> dan desain ppt 	<ul style="list-style-type: none"> Membuat banchmark motion untuk <i>opening</i> dan <i>closing</i> video youtube dengan durasi 3 - 5 detik (1920 x 1080) Membuat <i>benchmark motion</i> untuk konten masak tiktok Mr. Ishii, seperti <i>motion opening</i>, resep, nama produk, dan nama makanan. (1080 x 1920) Membantu desainer grafis dalam membuat <i>lookbook</i> (A5) berjumlah total 11 halaman
2	1 - 31 Agustus	<ul style="list-style-type: none"> <i>Take footage</i> produk untuk aset 	<ul style="list-style-type: none"> Mengambil 20 <i>beauty shot</i> semua produk Mr. Ishii

		<ul style="list-style-type: none"> • konten tiktok • Edit <i>footage</i> untuk konten tiktok (informasi) • Membuat <i>motion</i> semua produk Mr. Ishii • Editing dan <i>motion</i> konten tiktok (funfact) • Editing dan <i>motion</i> video masak di tiktok • Melakukan editing video youtube 	<p>dengan teknik panning dan zooming untuk background konten tiktok (informasi) (vertikal)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengedit 20 footage semua produk Mr. Ishii untuk dijadikan <i>background</i> video konten tiktok (informasi) (1080 x 1920) • Membuat motion 5 detik untuk setiap produk Mr. Ishii (1080 x 1920) • Melakukan editing dan motion untuk konten receh (funfact) di tiktok (1080 x 1920) • Editing dan motion video masak tiktok untuk mengupdate resep dan informasi (1080 x 1920) • Editing video youtube dari <i>benchmark</i> yang sudah dibuat (1920 x 1080)
3	1 - 30 September	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Take footage</i> produk untuk aset konten tiktok • Take 10 foto konnyaku untuk aset konten tiktok • Editing <i>footage</i> hasil dari pengambilan video <i>beauty shot</i> • Membuat motion 10 untuk konten tiktok selingan • Editing dan <i>motion</i> 20 konten tiktok masak • Editing video youtube 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Take footage</i> 20 video untuk semua produk Mr. Ishii untuk aset konten tiktok (vertikal) • Mengambil 10 foto konnyaku di sekitaran kantor dengan tempat yang berbeda - beda • Editing <i>footage</i> menjadi 20 konten tiktok untuk <i>background</i> video konten tiktok (1080 x 1920) • Membuat 10 <i>motion</i> yang berisi informasi dan edukasi mengenai produk Mr. Ishii yang rata - rata berdurasi 15 detik ke atas (1080 x 1920) • Editing dan <i>motion</i> 20 konten masak untuk konten tiktok melanjutkan <i>benchmark</i> yang ada dan untuk mengupdate resep dan informasi (1080 x 1920)

			<ul style="list-style-type: none"> • Editing video youtube untuk mengupdate resep dan informasi
4	1-31 Oktober	<ul style="list-style-type: none"> • Editing dan motion 20 konten masak tiktok • Membuat video komersial TVC untuk JFW • Mengikuti <i>event</i> JFW • Mengedit video TVC untuk <i>event</i> OGH • Mengedit video <i>recap event</i> JFW, OGH, dan JDW 	<ul style="list-style-type: none"> • Editing benchmark motion 20 konten masak di tiktok untuk mengupdate resep dan informasi • Membuat dan mengedit video komersial dari produk beras Mr. Ishii berukuran (1920 x 1080) dan berfokus pada pencampuran beras konnyaku dengan beras putih dan merah • Meramaikan booth Mr. Ishii di JFW & melakukan dokumentasi • Mengedit video TVC OGH (1080 x 1920) berupa kumpulan video masak dan informasi dari produk Mr. Ishii) • Mengedit video <i>recap</i> (1080 x 1920) untuk <i>event</i> JFW, OGH, dan JDW berdurasi 30 detik sampai 1 menit
5	1-30 November	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit dna motion 20 konten masak untuk tiktok • Mengedit konten interview dari <i>event</i> JFW untuk konten tiktok 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit dan motion sekitar 20 video masak untuk mengupdate resep dan informasi (1080 x 1920) • Mengedit puluhan konten interview dengan para artis dari <i>event</i> JFW untuk konten tiktok (1080 x 1920)
6	1 - 16 Desember	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit konten interview dari <i>event</i> JFW • Mengedit motion konten masak 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit puluhan konten interview dengan para artis dari <i>event</i> JFW untuk konten tiktok (1080 x 1920) • Mengedit puluhan konten motion berisikan konten masak di Tiktok (1080 x1920)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan uraian pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan selama melakukan praktek di PT. Ambico. Disini penulis menggunakan teori proses desain dari Robin Landa sebagai berikut:

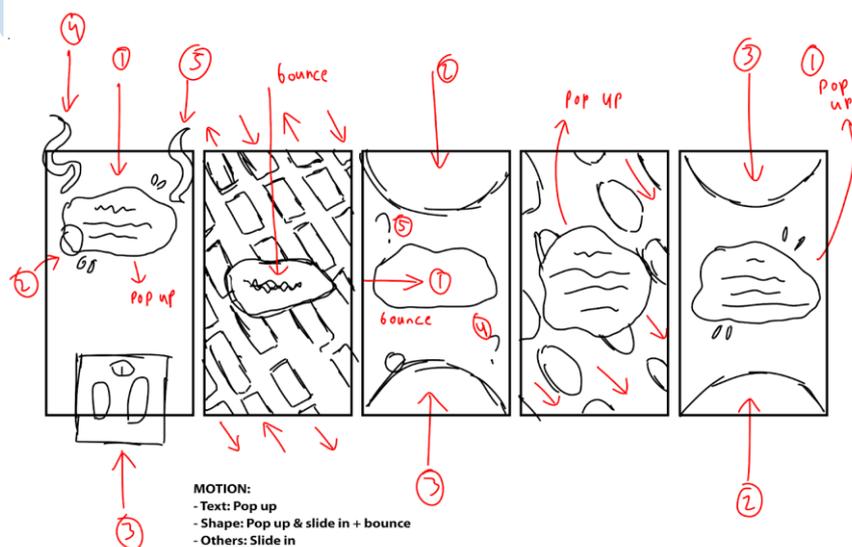
1. *Orientation*: Disini penulis melakukan pemahaman terlebih dahulu terhadap desain brief yang ada. Pemahaman brief ditujukan untuk memberikan gambaran yang jelas akan proses dan hasil yang diinginkan.
2. *Analysis/Ideate*: Dalam tahap ini, penulis melakukan brainstorming dan mengumpulkan ide - ide seperti ide desain, animasi, transisi, dan lain-lain. Ide-ide didapat dari mencari referensi di media sosial dan internet.
3. *Conception*: Setelah melewati tahap ideasi atau analisis, penulis mulai menaruh ide-ide yang sudah didapat pada sebuah sketsa. Pembuatan sketsa ditujukan untuk membantu penulis untuk melihat *preview* secara kasar mengenai hasil dari proyek yang ada.
4. *Design*: Pada tahap ini, penulis mulai melakukan digitalisasi dari sketsa yang sudah dikerjakan. Penulis mulai melakukan motioning atau editing dengan software andalan penulis. Penulis juga menerapkan berbagai teknik, tools, dan efek dalam proses digitalisasi ini.
5. *Implementation*: Di tahap terakhir, hasil proyek penulis kemudian diimplementasikan pada media sosial yaitu Tiktok. Disini hasil yang sudah dibuat penulis diunggah ke media sosial seperti Tiktok dan TVC untuk dinikmati oleh *audience*.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Pada pelaksanaannya, penulis membantu dalam membuat konten untuk kampanye diet dan pola hidup sehat. Kampanye bertujuan memperkenalkan produk konnyaku dan shirataki yang bermanfaat bagi pelaku diet dan konsumen yang ingin hidup sehat.

3.3.1.1 Sehat Bukan Tentang Kurus (Motion Tiktok)

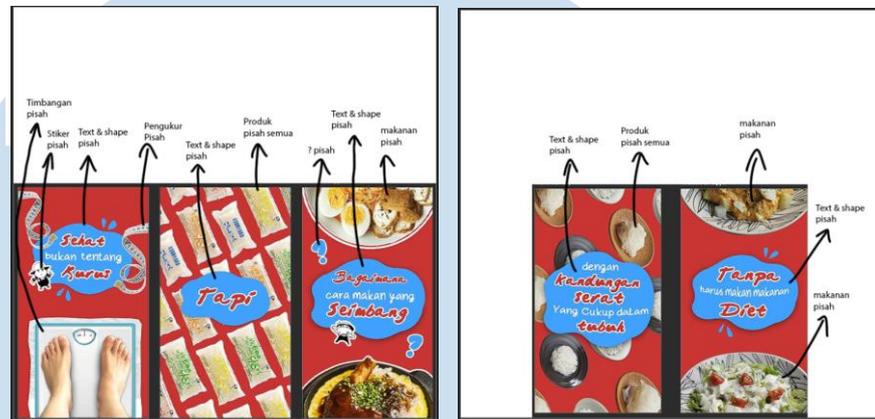
Proyek pertama merupakan konten motion untuk tiktok (1080 x 1920), disini penulis mendapat brief yang diberikan lewat canva. Pada tahap awal, brief berupa membuat media edukasi berupa konten motion dengan tujuan untuk menyampaikan pesan bahwa sehat bukan tentang kurus tetapi harus memiliki porsi yang seimbang dengan serat yang cukup. Desain awal dikerjakan oleh desainer grafis yang juga berkoordinasi dengan penulis, kira-kira desain seperti apa yang cocok untuk dibuat motion. Untuk warna dan bentuk sendiri desainer grafis penulis mengikuti brand guideline yang ada. Untuk proyek kali ini konsep yang ditentukan adalah *fun* dan kartunis agar sesuai dengan *guideline* dari Mr. Ishii.



Gambar 3.2 Sketsa Kasar Brainstorming Motion

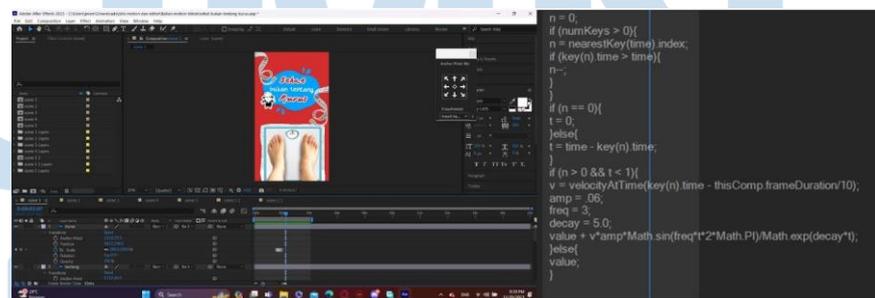
Bisa dilihat dari gambar diatas merupakan *brainstorming* penulis dengan desainer grafis penulis. Disini penulis menentukan *flow* gerakan yang ada pada tiap desain di setiap *scene* nya. Penulis juga menentukan efek - efek apa yang sekiranya akan dipakai oleh penulis dalam membuat *motion* dari video yang akan dibuat.

Penulis kemudian berkoordinasi dengan desainer grafis agar desainer grafis dapat mencocokkan desain yang ada.



Gambar 3.3 Brief Arahan Aset Desain

Setelah desain jadi, penulis memberikan tanda di setiap desain - desain mana saja yang harus dipisahkan atau digabungkan, dan penulis juga menentukan aset apa yang harus dipecah dan aset apa yang digabungkan dengan aset lain. Hal ini penulis lakukan agar penulis lebih mudah dalam mengolah desain *motion* dan membuat penulis dapat lebih fleksibel dalam mengelola aset desain yang ada. Sehingga ketika *file* desain dikirim kepada penulis, file desain tersebut sudah rapi dan sudah dipecah dan dikelompokkan sehingga mudah untuk penulis olah menjadi *motion*.



Gambar 3.4 Gambar Proses Digitalisasi Motion

Penulis disini menggunakan teknik animasi *pop up* dan *bounce*. Jenis teknik animasi tersebut penulis sesuaikan dengan *brand guideline* dari Mr. Ishii yang memiliki kesan kartunis dan

lucu. Penulis membuat *motion* tersebut dengan memanfaatkan software after effect dan juga premiere pro. Penggunaan after effect dikhususkan dalam pembuatan *motion* dan premiere pro dikhususkan dalam *trimming* dan transisi pada video. Transisi yang digunakan penulis berupa preset gratis. Penulis juga menggunakan *expression* untuk mempermudah penulis membuat efek – efek yang sifatnya repetitive atau dipakai berkali-kali di beberapa konten.



Gambar 3.5 Hasil & Implementasi *Motion* konten

Link Hasil:

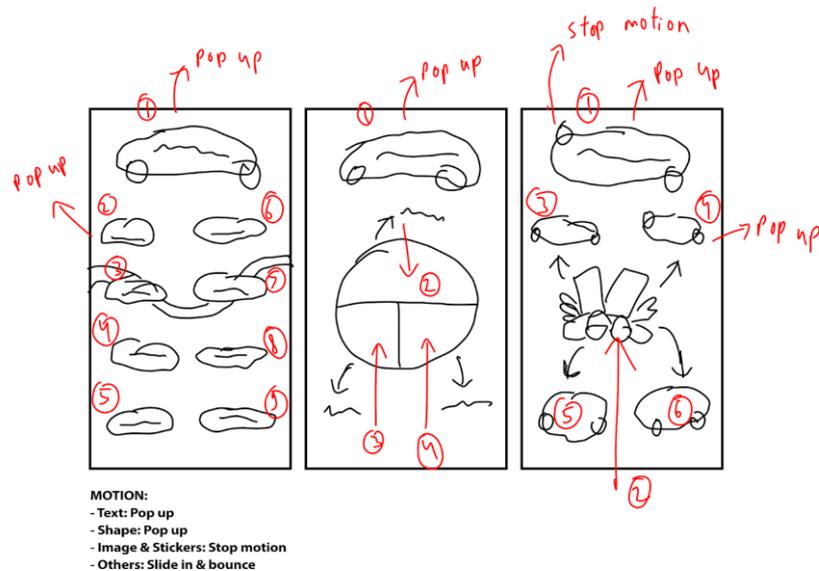
https://drive.google.com/file/d/18PGLa1lwL33o4CT_9voBAsPCZbiZpI-V/view?usp=sharing

Setelah itu hasil video penulis unggah melalui google drive yang kemudian akan dilakukan *review* dan diunggah ke tiktok. Untuk proyek ini penulis tidak menerima revisi dan video langsung diunggah ke Tiktok pada esok harinya.

3.3.1.2 Komplikasi Akibat Obesitas (Motion Tiktok)

Proyek kedua juga merupakan konten motion dimana disini brief juga diberikan oleh konten kreatif. Dalam brief penulis diberikan tugas untuk membuat motion berdurasi 30 detikan berukuran 1080 x 1920. Proyek ini berfokus pada edukasi mengenai bahaya obesitas dan cara pencegahannya, serta tentunya memberi manfaat konnyaku bagi penderita obesitas. Pada proyek

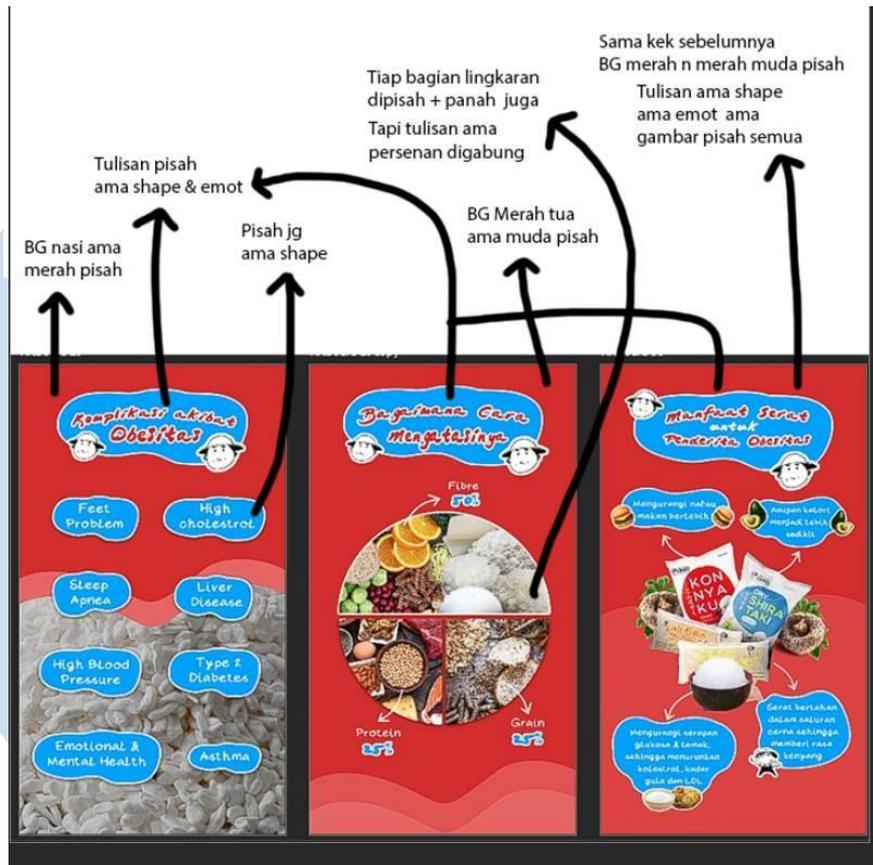
ini, penulis bersama desainer grafis bekerjasama menentukan desain dan peletakan pada aset desain yang ada. Disini penulis masih menggunakan teknik yang sama dengan proyek pertama, yang mengedepankan fun dan kartunis.



Gambar 3.6 Sketsa Kasar Brainstorming Motion

Pada gambar diatas, penulis memulai brainstorming dengan menggunakan sketsa untuk mengira-ngira akan seperti apa gerakan dan *flow motion* yang akan direalisasikan nanti. Disini penulis memberikan *flow* atau alur *motion* agar desain dapat disesuaikan oleh desainer grafis. Penulis disini masih menggunakan gerakan-gerakan dengan pendekatan yang lucu, dengan banyak menggunakan gerakan yang memantul, membal, serta repetitif.

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 3.7 Brief Arahan Aset Desain

Penulis kemudian membagikan semacam arahan kepada desain grafis mengenai aset-aset apa saja yang perlu disatukan dan dipisah agar memudahkan penulis untuk menggerakkan aset tersebut. Disini desainer grafis penulis juga mengelompokkan dan menamai aset agar lebih mudah bagi penulis untuk mengelola aset desain yang ada untuk dilakukan *editing motion*.



Gambar 3.8 Gambar Proses Digitalisasi Motion

Penulis kemudian melakukan digitalisasi dengan mulai memberikan *motion* pada tiap elemen desain yang ada. Disini penulis menggunakan software Adobe After Effects dalam pembuatan *motion*. Setiap elemen sudah dipisah-pisahkan oleh desainer grafis sehingga penulis dapat lebih mudah mengerjakannya. Penulis membuat *motion* dengan *frame per frame*. Beberapa elemen penulis kerjakan dengan bantuan *expression* agar lebih mempercepat waktu penulis dalam mengerjakan, *expression* penulis gunakan pada *motion* yang memang sangat repetitif dan banyak penulis gunakan, contohnya seperti *motion bounce* yang setiap kali penulis gunakan ketika membuat *motion*. Setelah itu penulis menggunakan Adobe Premiere Pro untuk melakukan *trimming* dan membuat transisi video pada *motion* yang sudah diselesaikan.



Gambar 3.9 Hasil & Implementasi *Motion* Konten

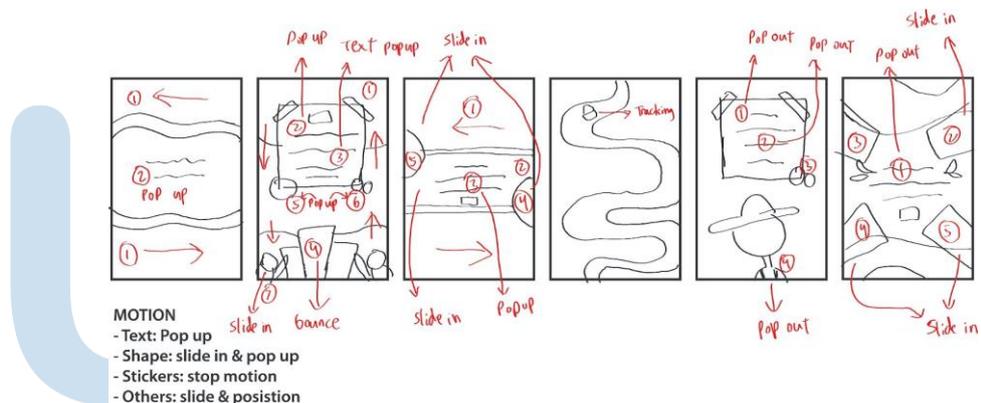
Link Hasil:

<https://drive.google.com/file/d/1OFFWuCGAupG6mkmUHjzRR7ULcaxJdxeh/view?usp=sharing>

Setelah itu hasil final, hasil penulis berikan kepada PIC penulis dan jika tidak ada revisi maka hasil final akan langsung penulis unggah ke *google drive* dan telah di unggah di Tiktok.

3.3.1.3 Diet lebih Mudah dengan Mr. Ishii (Motion Tiktok)

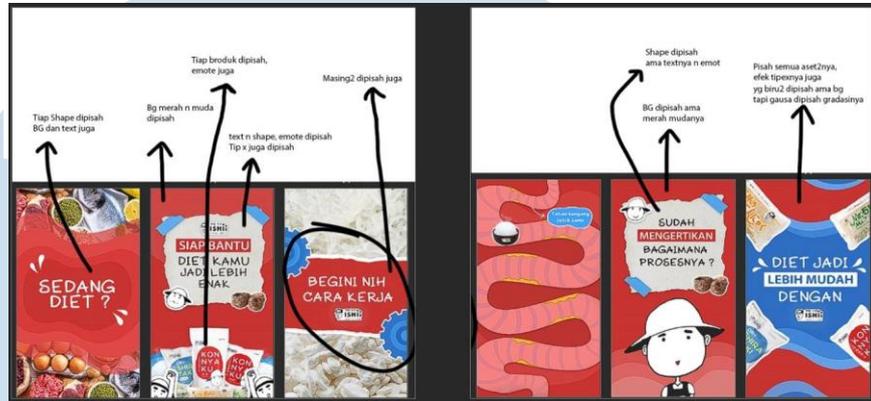
Proyek ketiga tidak jauh berbeda dengan proyek sebelumnya, masih berfokus pada konten kampanye edukasi atau informasi diet sehat dan enak dari produk Mr. Ishii. Disini penulis mendapat brief untuk membuat motion konten tiktok (1080 x 1920) mengenai manfaat diet dengan produk Mr. Ishii bagi pencernaan di dalam tubuh, disini terdapat 6 *layer* atau halaman untuk dianimasikan. Sama seperti sebelumnya, penulis mulai melakukan *brainstorming* dengan desainer grafis penulis mengenai desain dan aset-asetnya, kemudian penulis juga memikirkan konsep agar pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan melalui visual yang baik.



Gambar 3.10 Sketsa kasar Brainstorming Motion

Gambar diatas merupakan sketsa yang penulis buat untuk memperkirakan efek-efek apa yang sekiranya cocok untuk penulis terapkan pada konten tersebut. Pada sketsa tersebut penulis juga menentukan *flow* atau tahapan dari aset-aset mana yang perlu digerakkan terlebih dahulu. Penulis juga menetapkan beberapa

teknik atau cara motioning seperti *pop up*, *bouncing*, *stop motion*, *rotate*, *motion tracking*, dan lain-lain.



Gambar 3.11 Brief Arahan Aset Desain

Penulis kemudian juga memberikan *brief* kepada desainer grafis penulis berkaitan dengan aset apa saja yang perlu disatukan dan dipecah, agar memudahkan penulis untuk mengelolanya. Setelah itu file Photoshop akan di *convert* menjadi file After effects agar dapat diedit oleh penulis.



Gambar 3.12 Gambar Proses Digitalisasi Motion

Tahap selanjutnya merupakan digitalisasi, disini penulis mulai mengeksekusi sketsa dengan menggunakan software Adobe After effects. Semua motion penulis kerjakan *frame by frame*, penulis juga menggunakan *expression* untuk memudahkan penulis membuat efek yang repetitif. Disini penulis juga melakukan *tracking* pada gambar nasi konnyaku agar seakan-akan nasi tersebut menyusuri usus dan membersihkan lemak di usus.

```

n = 0;
if (numKeys > 0){
  n = nearestKey(time).index;
  if (key(n).time > time){
    n--;
  }
}
if (n == 0){
  t = 0;
}else{
  t = time - key(n).time;
}
if (n > 0 && t < 1){
  v = velocityAtTime(key(n).time - thisComp.frameDuration/10);
  amp = .06;
  freq = 3;
  decay = 5.0;
  value + v*amp*Math.sin(freq*t*2*Math.PI)/Math.exp(decay*t);
}else{
  value;
}

```

Gambar 3.13 Gambar *Expression Motion*

Setelah penulis melakukan digitalisasi, hasil digitalisasi penulis kirim ke atasan penulis. Pada konten ini, penulis tidak menerima revisi sehingga hasil langsung penulis unggah melalui *Google Drive* dan akan diupload oleh PIC ke Tiktok. Sejauh ini hasil karya penulis ini belum terpakai atau terimplementasi dikarenakan sedang menunggu antrian di *Google Drive* untuk diupload ke Tiktok.



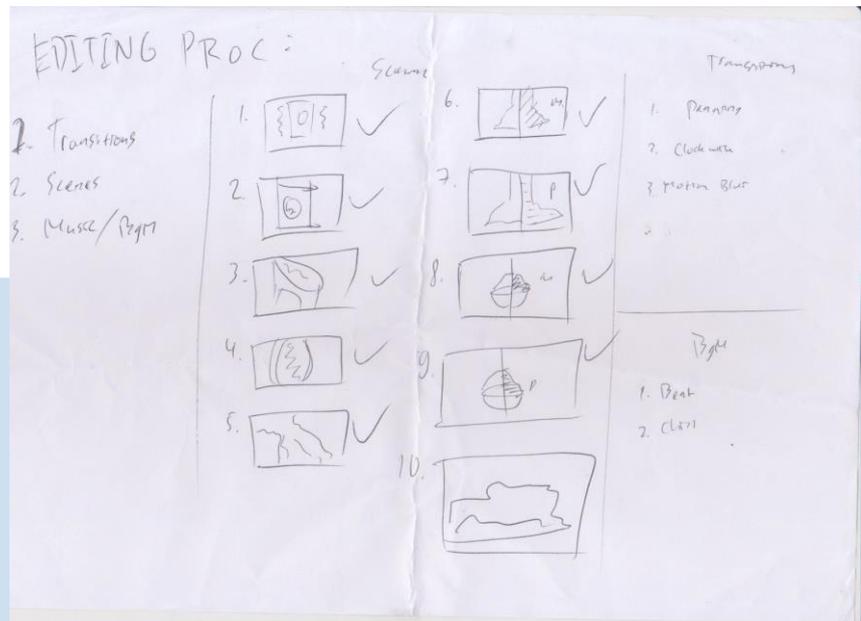
Gambar 3.14 Hasil Motion Konten

Link Hasil:

<https://drive.google.com/file/d/1bu1Res3OtPaksNci1FLIr5EQ8owsQBc8/view?usp=sharing>

3.3.1.4 Video TVC Jakarta Fashion Week

Dalam proyek ketiga, penulis disini memegang peran sebagai asisten videografer dan juga video editor. Disini penulis



Gambar 3.16 Sketsa kasar *preview editing*

Sketsa dimulai dari *brainstorming scene* atau pengambilan video yang akan diambil, dilanjut dengan sketsa *preview editing* untuk melihat gambaran besar transisi dan efek ketika *editing*, dan yang terakhir adalah sketsa *final footage* yang akan diambil. Dalam sketsa, penulis membuat runtutan sebagai berikut, yang pertama berupa *beauty shot* dari produk beras Mr. Ishii, kemudian dilanjut dengan pembukaan *packaging* dari produk beras tersebut, setelah itu berupa proses penuangan produk beras Mr. Ishii dan digabung dengan scene pencampuran beras konnyaku dengan beras putih dan merah. Kemudian dilanjut dengan *showcase* nasi konnyaku, nasi konnyaku dan nasi putih, serta nasi konnyaku dan nasi merah. Diakhiri dengan *beauty shot* dari semua produk konnyaku dan shirataki dari Mr. Ishii.

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

No: 1					TUC JFW				
Scene	Picture	Actions	Dialogue	Time	Scene	Picture	Actions	Dialogue	Time
1		Shot produk dari depan kamera		30mm	4		Tung Kompor Kiri di atas Bianan Kiri Kanan Kiri		30mm
		Shot box konnyaku Scatter effect		30mm	5		Still shot Konnyaku rice Saja		30mm
2		Dada pancingan produk kamera panning		30mm	6		3 shot berbeda Kiri Konnyaku Kanan Panning shot kiri		30mm
		Gradually Clamping like fruit		30mm	7		Still shot gradasi zoom out dari shot Sema produk in hand		30mm
3		Pig hitam Tung kompor Star motion Zoom out		30mm					

Gambar 3.17 Sketsa *final footage*

Tahap berikutnya berupa eksekusi dan *editing*, disini penulis bersama videografer melakukan eksekusi pengambilan video yang sudah direncanakan. Setelah semua *footage* diambil, penulis kemudian mulai melakukan *editing* terhadap *footage - footage* yang ada. Penulis disini lebih banyak bermain dengan *speed ramping* untuk mendapatkan kombinasi antara cepat dan lambat dari sebuah video. Penggunaan *speed ramping* juga bertujuan untuk menciptakan transisi yang cepat agar video terkesan instan dan tidak bertele - tele, seperti banyak yang ada pada video - video komersial masak. Penulis juga bermain dengan *position* pada *scene* penuangan beras agar memiliki kesan bahwa nasi konnyaku dapat dicampur dengan nasi putih dan merah. Pencampuran nasi konnyaku tersebut juga merupakan tujuan dari pembuatan video komersial ini. Kemudian penulis bermain dengan pencahayaan (*lumetri color*) dan *vignette* untuk menghasilkan warna yang sinematik pada video.



Gambar 3.18 Proses dan Hasil Video TVC Produk Mr. Ishii

Setelah selesai, penulis langsung memberikan hasil kepada atasan penulis. Disini atasan penulis memberikan revisi di bagian lighting yang dimana video terlalu gelap dan perlu ditambahkan narasi teks pada video sehingga penulis merevisinya dengan meningkatkan sedikit brightness dan menambahkan teks menggunakan Adobe After Effects dengan menggunakan *preset* animasi teks yang bernama “*blur & fade ini*” dan kemudian ketika hasil sudah fix, maka penulis langsung mengunggah ke google drive. Kemudian hasil video diberikan kepada pihak JFW untuk ditampilkan di TVC. Berikut merupakan hasil akhir penulis yang ditampilkan pada TVC Jakarta Fashion Week. Hasil akhir ditampilkan selama seminggu dan sepanjang *event* JFW.



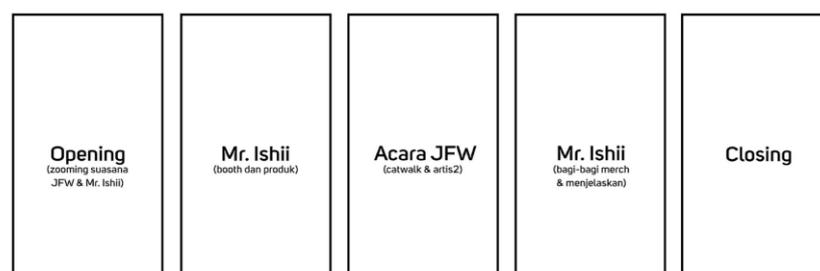
Gambar 3.19 Implementasi TVC Produk Mr. Ishii

Link Hasil:

<https://drive.google.com/file/d/1bE4nBkvE9iuQ7qr6CfyspQ0XS9BvBVgk/view?usp=sharing>

3.3.1.5 Video Recap Mr. Ishii di Jakarta Fashion Week

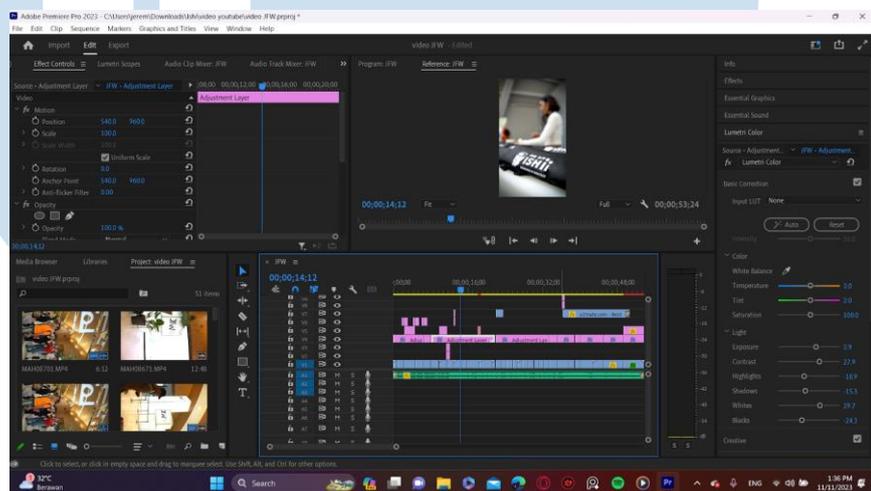
Dalam proyek ke 4 ini, merupakan proyek *editing* untuk membuat video *recap* dari sebuah event besar yaitu Jakarta Fashion Week, disini penulis sebagai video editor mendapat kewajiban untuk membuat video *recap* dari keseruan event yang ada berukuran 1080 x 1920 untuk Tiktok dan berdurasi maksimal 1 menit. Mr. Ishii disini sebagai sponsor utama JFW dan juga merupakan bentuk dari bagian dari Mr. Ishii untuk memperkenalkan konnyaku dan shirataki sebagai makanan diet andalan para model dan artis dalam menjaga berat badannya. Proses ini berawal dari *brainstorming*, disini penulis mulai mencari referensi dan memikirkan timeline video yang akan dibuat. Dalam tahap ini penulis juga mulai memilah - milah dan mengeliminasi video - video yang sekiranya dapat penulis masukkan ke dalam timeline. Tentunya video akan berfokus pada perusahaan tempat penulis bekerja yang mensponsori *event* JFW dan bersamaan dengan keseruan *event* JFW pada saat itu. Sekaligus menunjukkan bahwa konnyaku dan shirataki banyak dipakai oleh para artis dan model untuk pola diet sehat mereka.



Gambar 3.20 Sketsa tahapan *recap* JFW

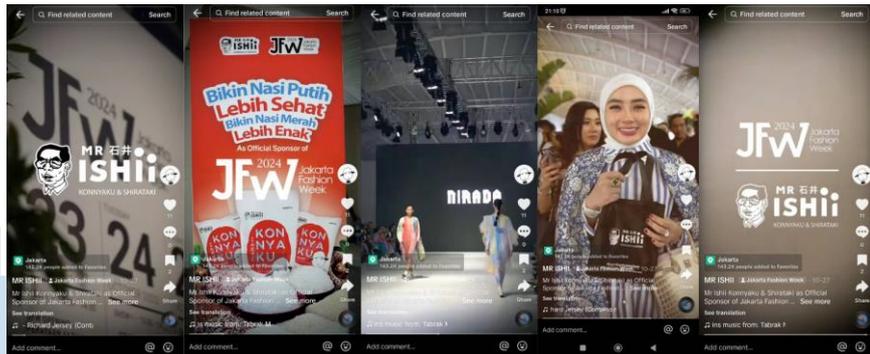
Pada gambar diatas, penulis membuat sebuah sketsa sederhana berupa tahapan dari video yang akan dibuat. Dimulai dari awal yaitu *opening* untuk menampilkan suasana awal JFW yang terlihat elegan dan eksklusif, kemudian penulis mulai memasukkan hal yang berkaitan dengan Mr. Ishii seperti booth dan

produk dari Mr. Ishii untuk menunjukkan Mr. Ishii sebagai sponsor utama dari Jakarta Fashion Week. Setelah itu, penulis memasukkan video yang berkaitan dengan *main event* dari event JFW untuk menunjukkan keseruan dari event JFW. Kemudian penulis kembali memasukkan video mengenai *merchandise* Mr. Ishii yang dibagikan kepada artis-artis di sana untuk menunjukkan kemeriahan Mr. Ishii di JFW. Setelah itu, penulis memasukkan closing sebagai penutup dari *recap event* JFW dengan memasukkan logo Mr. Ishii dan JFW.



Gambar 3.21 Proses Editing Video Recap JFW

Setelah itu penulis mulai melakukan *editing* pada video - video yang sudah dikumpulkan sebelumnya dan membuat sesuai timeline yang sudah dibuat. Dengan memainkan *speed ramping*, penggunaan *overlay*, dan penggunaan lagu yang dipilih, penulis dapat mengemas video agar lebih terlihat eksklusif sebagai sponsor utama dari *event* JFW. Setelah itu hasil video diberikan kepada supervisi melalui *google drive* dan dilakukan pengecekan tanpa adanya revisi, hasil akhir penulis kemudian telah diupload di Tiktok saat itu juga agar tidak ketinggalan *vibes* dari *event* JFW.



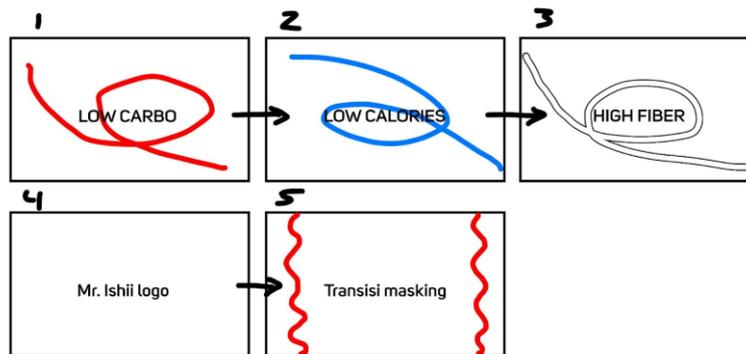
Gambar 3.22 Hasil & Implementasi Video Recap JFW

Link Hasil: https://drive.google.com/file/d/1Bf5n3_-Jxmf4hu4NFTAUysFqndRDPW-A/view?usp=sharing

3.3.1.6 Opening Youtube Mr. Ishii

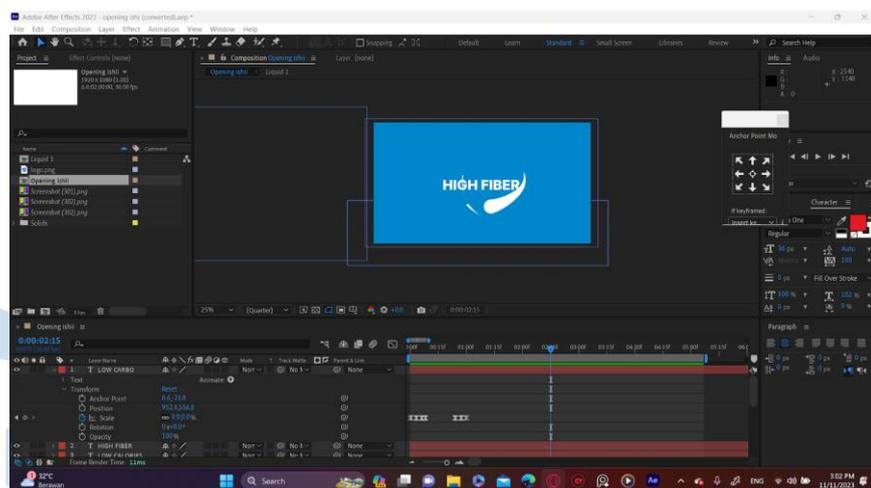
Proyek keempat merupakan motion grafis untuk pembuatan opening dari youtube Mr. Ishii. Disini penulis diberi tugas untuk membuat *opening* dari youtube Mr. Ishii berdurasi 3 sampai 5 detik dan berukuran 1920 x 1080 dengan style yang lucu dan menarik sesuai dengan *moodboard* Mr. Ishii. *Opening* juga harus memberikan pesan manfaat dari produk Mr. Ishii seperti rendah kalori, rendah gula, rendah karbo, dan tinggi serat yang baik untuk pelaku diet sehat. Dalam pembuatan opening ini, penulis awalnya mencari berbagai referensi yang bisa penulis dapatkan, penulis kemudian menemukan referensi yang cocok untuk digunakan, dengan menggunakan *warp shape* dan *liquid shape* agar sesuai dengan *moodboard* dari Mr. Ishii, penggunaan *shape* tersebut juga agar desain *motion* terlihat lebih dinamis dan lucu karena bentuknya yang bermacam-macam serta berubah-ubah.

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 3.23 Sketsa Proses Brainstorming *Opening Youtube*

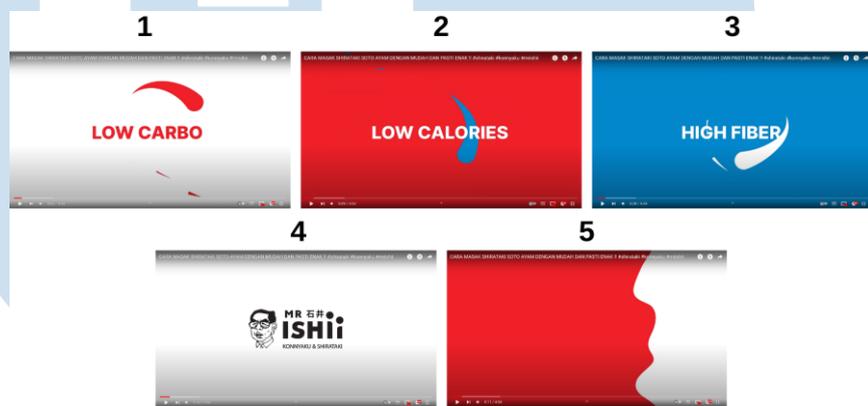
Progres ini diawali dengan pembuatan sketsa kasar dari penulis untuk mempermudah penulis dalam melihat gambaran visual yang ada. Dengan menggunakan warna dari *moodboard* Mr. Ishii yaitu biru, putih, dan merah (DD0A14). Pada *scene* pertama berupa tulisan rendah karbohidrat dengan *background* putih, kemudian tulisan rendah kalori dengan *background* merah, dan tulisan tinggi serat dengan *background* biru. Penggunaan tulisan manfaat produk dan ketiga warna *background* penulis gunakan untuk mempresentasikan merek dari Mr. Ishii itu sendiri.



Gambar 3.24 Digitalisasi *Opening Youtube*

Kemudian penulis mulai mendigitalisasi motion. Digitalisasi menggunakan *software* Adobe After Effects, dengan menggunakan *tracking mask* dan bermain dengan *scale*, *position*,

dan lain-lain. Penulis membagi *frame* menjadi 1 - 1 - 1 - 2 detik, yang berarti ketiga *scene* awal memiliki durasi total 3 detik dan *scene* logo dan transisi memiliki total durasi 2 detik. Setelah proyek selesai, penulis memberikan projek ini kepada PIC penulis, untuk proyek ini penulis tidak mendapat revisi karena dirasa sudah sesuai dengan *brief* dan keinginan PIC. Kemudian video *opening* ini dimasukkan sebagai *opening* youtube dan sudah diterapkan untuk 9 konten youtube sejauh ini.



Gambar 3.25 Hasil & Implementasi Motion Opening Youtube

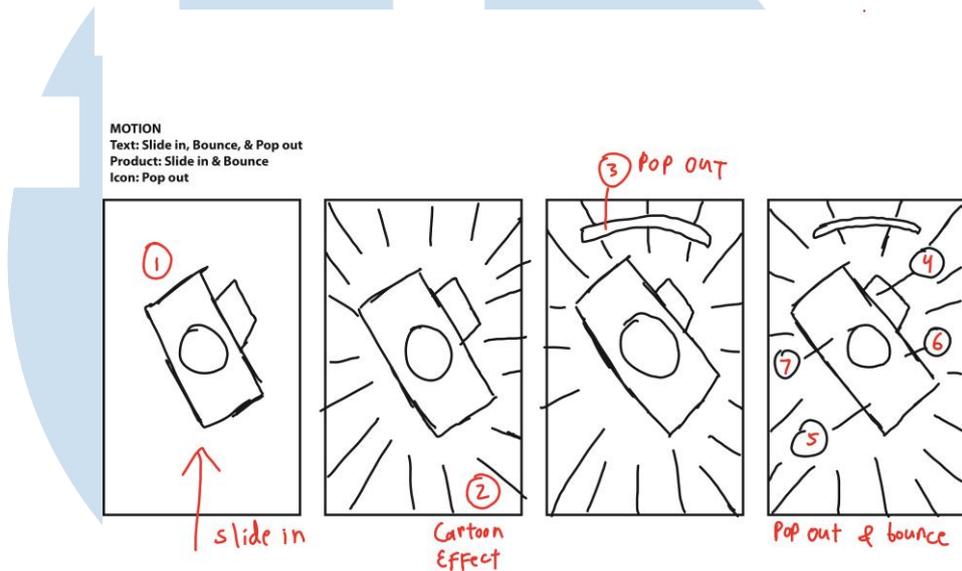
Link Hasil:

<https://drive.google.com/file/d/1Ld4NbfBQ16oQVaovkPgW8YpbO1My-1mQ/view?usp=sharing>

3.3.1.7 Kompilasi Iklan Motion Produk Mr. Ishii

Proyek ke 5 juga merupakan proyek *motion*. Disini penulis juga bekerjasama dengan desainer grafis penulis untuk membuat *motion* dengan *brief* berupa membuat *motion* untuk iklan di tiktok dan *event offline* berukuran 1080 x 1920 dan berdurasi maksimal 5 detik. *Motion* berupa memunculkan produk dan menampilkan manfaat dari produk Mr. Ishii yaitu rendah gula, rendah kalori, rendah karbo, dan tinggi serat yang baik bagi kesehatan dan diet. *Motion* dibuat untuk semua produk yang berarti disini penulis membuat 7 *motion* yang bersifat repetitif. Disini penulis dan desainer grafis kembali melakukan *brainstorming* bersama, penulis

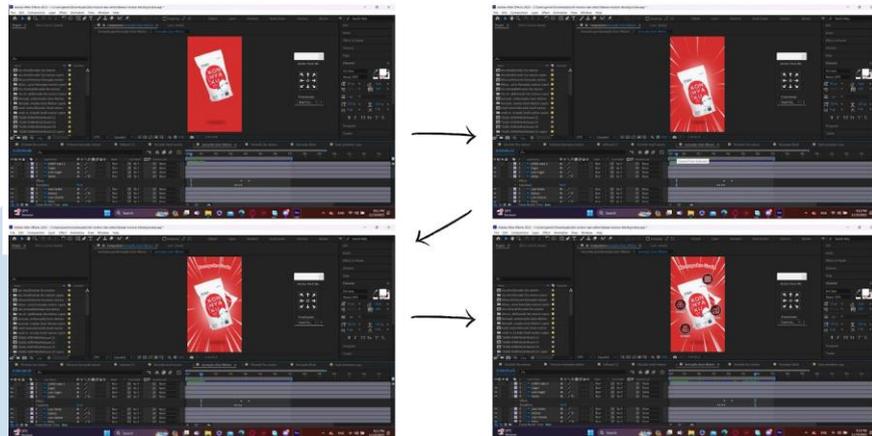
dan desainer grafis menentukan *style* desain dan motion yang akan diaplikasikan ke desain tersebut. Setelah itu penulis dan desainer grafis membuat sketsa penempatan desain dan pergerakan motion untuk mengetahui garis besar dari hasil yang diharapkan.



Gambar 3.26 Sketsa motion produk Mr. Ishii (Background merah)

Pada sketsa yang ada disini penulis dan desainer grafis memutuskan untuk menggunakan 2 warna pada *background*, yaitu warna biru (untuk shirataki) dan merah (untuk konnyaku). Sedangkan untuk warna tulisan dan supergrafis mengikuti warna dari setiap produk Mr. Ishii. Penggunaan *font* juga disesuaikan dengan *font* Mr. Ishii yaitu Helvetica. Untuk perencanaan efek – efek yang akan dipakai sendiri kurang lebih sama dengan efek pada konten edukasi yang mengarah ke style yang fun dan kartunis. Bedanya pada proyek ini dibuat sedikit lebih minimalis dan promosional untuk kebutuhan promosi.

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 3.27 Digitalisasi motion produk Mr. Ishii (Background merah)

Dalam proses digitalisasi motion, penulis menggunakan aplikasi Adobe After Effects. Desain yang sudah didigitalisasi oleh desainer grafis diberikan kepada penulis, kemudian penulis hanya perlu mengekstrak file Adobe Photoshop menjadi file After Effects sehingga penulis dapat langsung mengedit file aslinya dengan mudah. Penggunaan efek *bouncing* dan *pop up* sudah menjadi andalan penulis dalam pembuatan *motion* karena efek inilah yang dibutuhkan dalam *moodboard* Mr. Ishii. Pada prosesnya, dimulai dari tahap pertama, penulis memunculkan produk dari bawah ke atas dengan efek *bouncing*, setelah itu memunculkan manfaat-manfaat dari produk Mr. Ishii dengan efek *pop up* secara bergantian. Setelah selesai, penulis memberikan hasil kepada PIC dan konten kreatif, kemudian tanpa adanya revisi penulis mengupload hasil video ke folder di Google Drive. Untuk saat ini hasil karya kompilasi penulis belum terpakai dan masih sebagai stok aset Perusahaan di Google Drive, hasil akan digunakan ketika ada *event* kedepannya.



Gambar 3.28 Hasil Motion Iklan Motion Produk

Link Hasil: <https://drive.google.com/file/d/1B0No3EzIBAvV7FHi-cgzeHrHYIBMmBt0/view?usp=sharing>

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Berikut merupakan kendala yang penulis alami ketika magang di Mr. Ishii (Home Office), kendala hard skill pada penulis adalah ini kali pertama penulis bekerja sebagai motion grafis dan video editor di suatu perusahaan sehingga ini menjadi tantangan tersendiri bagi penulis, penulis mengambil keputusan tersebut karena penulis ingin memperbesar peluang penulis di masa depan dengan mengembangkan banyak kemampuan yang bisa penulis capai, khususnya Ketika penulis sudah berada di dunia kerja.

Kendala kedua yang penulis alami ketika awal masuk praktik kerja magang adalah standar DKV yang menurut penulis tidak sesuai. Pada awalnya penulis melakukan praktik kerja magang di anak perusahaan PT. Ambico yaitu Mr. Ishii yang berbasis home office di Jakarta Utara dengan jobdesk sebagai videografer dan video editor, akan tetapi penulis mendapati

bahwa standar videografi yang dibutuhkan kantor berbeda dengan jobdesk videografer pada umumnya. Penjelasan jobdesk yang diberikan sebelum penulis masuk kerja juga tampak berbeda ketika penulis terjun ke lapangan sehingga terjadi miskomunikasi. Videografer yang dimaksudkan oleh atasan penulis lebih ke arah membuat konten layaknya konten kreator, contohnya seperti sekedar mengambil video simpel menggunakan hp untuk konten Tiktok dan melakukan editing di aplikasi Tiktok, karena kebetulan sosial media yang lain seperti Instagram masih dipegang oleh agensi lain.

Kendala ketiga yang dialami penulis adalah ketika penulis sudah memiliki peran yang jelas di perusahaan sebagai motion grafis dan video editor, penulis mendapat kesulitan dalam mendapatkan brief dan prosedur kerja yang jelas. Pada saat itu penulis juga tidak memiliki flow kerja yang jelas dan terstruktur dikarenakan belum adanya *content planner*. Brief yang diberikan hanya berupa verbal dari atasan tanpa ada arahan atau catatan tertulis dari supervisi.

Kendala keempat merupakan lingkungan kerja disana yang dirasa kurang nyaman bagi penulis dikarenakan kurang adanya *boundaries* antara karyawan dengan atasan. Banyak pembicaraan – pembicaraan yang seharusnya tidak perlu diketahui oleh karyawan khususnya karyawan baru atau magang. Komunikasi atasan penulis kepada karyawan juga terbilang tidak seperti komunikasi antara atasan dengan karyawan pada umumnya.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk kendala pertama yaitu *hardskill*, penulis banyak sekali belajar melalui *youtube* dikarenakan penulis sebagai tim inti di kantor tersebut, sehingga penulis lebih banyak belajar dari *internet* mengenai teknik-teknik *editing* dan *motioning* dan berdiskusi bersama dengan anak magang lainnya di selama melakukan praktik kerja magang di kantor.

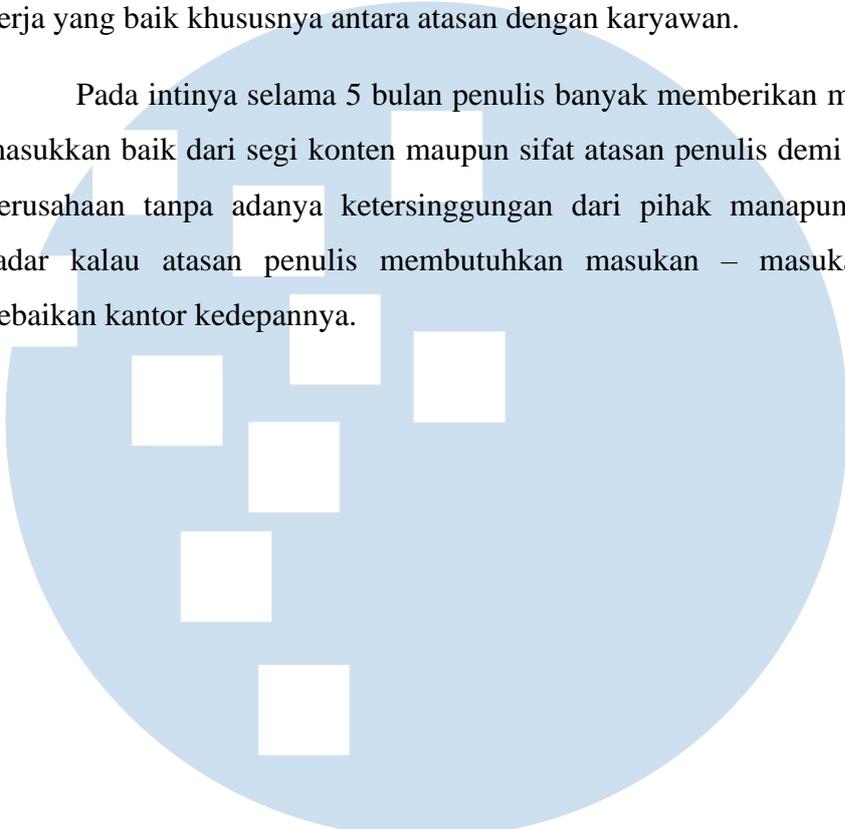
Untuk kendala kedua, pada akhirnya penulis berinisiatif membantu desainer grafis dalam membuat proyek desain untuk laporan *daily task* sementara penulis. Kemudian penulis pun mendiskusikannya kepada koordinator magang dan menghasilkan 2 opsi yaitu melakukan perpindahan tempat magang atau bernegosiasi dengan atasan penulis. Penulis pun akhirnya melakukan negosiasi dengan atasan terlebih dahulu dan menjelaskan tanggung jawab penulis terhadap kampus sehingga ada tuntutan dari kampus yang harus penulis penuhi di semester magang ini. Akhirnya penulis mendapatkan solusi yaitu perpindahan jobdesk, disini penulis direkomendasikan untuk dijadikan sebagai motion grafis dan video editor, akan tetapi atasan juga masih membutuhkan sedikit bantuan videografi dari penulis dan penulis pun menyetujui solusi tersebut.

Untuk kendala ketiga, penulis sempat berdiskusi dengan atasan penulis saat malam hari, dikarenakan penulis menginap selama 4 hari di kantor. Saat itu penulis menjelaskan solusi terbaik untuk mengatasi *brief* dan *flow* kerja yang belum ada di kantor tempat penulis bekerja. Dengan berbekal pengalaman penulis melakukan praktik kerja magang di perusahaan sebelumnya, penulis memberikan contoh *content planning* dan *contoh brief* serta *flow* kerja kepada atasan penulis. Penulis juga menyarankan atasan penulis untuk merekrut konten kreatif sebagai penengah antara tim *creative* dengan atasan dan juga konten kreator sebagai yang bertugas dalam membuat konten sederhana dan simpel sebagaimana yang diinginkan atasan penulis. Sehingga penulis dapat fokus mengerjakan konten yang sesuai dengan jobdesk penulis. Saran penulis ini pun ternyata menjadi pengetahuan baru bagi atasan penulis dan memberikan solusi bagi atasan penulis untuk membuka lowongan bagi konten kreatif.

Pada kendala keempat, menjelang akhir dari magang penulis, penulis memberikan masukan kepada atasan penulis agar atasan atau atasan penulis untuk memberikan *boundaries* kepada karyawan - karyawannya sehingga

satu dengan yang lain dapat saling menghormati serta menjaga etika dan tata kerja yang baik khususnya antara atasan dengan karyawan.

Pada intinya selama 5 bulan penulis banyak memberikan masukan-masukkan baik dari segi konten maupun sifat atasan penulis demi kebaikan perusahaan tanpa adanya ketersinggungan dari pihak manapun. Penulis sadar kalau atasan penulis membutuhkan masukan – masukan untuk kebaikan kantor kedepannya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA