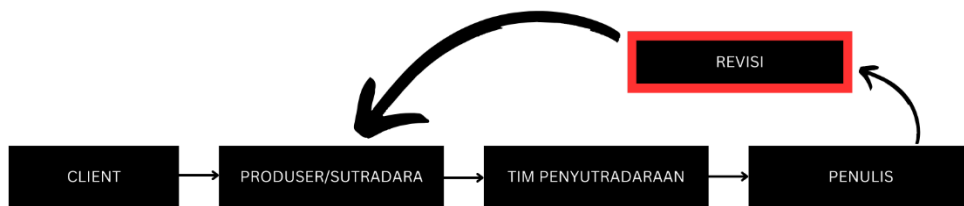


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis di Wokcop Studio adalah *all round editor*. Saat pre produksi, koordinasi mengenai pekerjaan didapatkan langsung tim penyutradaraan. Selesai *brainstorming*, tim penyutradaraan langsung memberi ide konsep kepada penulis. Penulis membantu mewujudkan ide konsep dengan menjelaskan *treatment editing* yang dibutuhkan. Sebagai editor, penulis bisa *request* untuk menyiapkan sesuatu yang sifatnya kebutuhan *editing*, contohnya *green screen*, *marking point* dan lain lain. *Request* tersebutnya membantu penulis menjalani proses *editing* lebih singkat.

Pada saat pasca produksi, penulis akan menerima file hasil syuting dan bisa memulai proses *editing*, Penulis akan melewati 3 tahap *editing* yaitu *offline editing*, *color grading*, dan *online editing*. Setiap melewati dari 1 tahap *editing*, penulis wajib lapor ke sutradara dan menunjukkan hasilnya. Hasil *editing* langsung dikirim ke klien jika sudah disetujui sutradara. Penulis bisa langsung mengerjakan tahap *editing* selanjutnya jika tidak ada revisi dari klien maupun sutradara. Proses melapor ke klien dan sutradara ini akan terjadi di setiap tahap *editing*. Setelah semua tahap *editing* dilewati dengan persetujuan klien dan sutradara, penulis bisa langsung melakukan proses *delivery*.



Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Editor bekerja sama dengan sutradara dalam menciptakan kesinambungan visual dan audio untuk menciptakan penekanan dramatis (Dancyger, 2010). Editor melakukan penggabungan semua hasil gambar yang sudah diambil. Proses penggabungan dan penjahitan ini akan menjadi sebuah kesatuan video yang memberi sebuah pesan. Di Wokcop Studio, penulis menjabat sebagai editor iklan di sektor pasca produksi.

Penulis bertanggung jawab atas penggabungan gambar gambar yang sudah diambil pada hari syuting, menjadi sebuah video iklan yang berdurasi. Penulis juga bertanggung jawab atas manajemen dan penyimpanan file agar tetap terjaga. Penulis juga harus menerapkan visi visi sutradara mulai dari pemilihan dan seleksi gambar, lalu peningkatan kualitas gambar seperti warna, tekstur dan lain lain. Sebagai editor, penulis juga di tuntutan untuk memahami unit selling product dari produk yang di iklan kan, agar hasil editing penulis menonjol kan keunikan produk dan beda dari yang lain.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

NO	NAMA PROJEK	JOBDESK	DURASI PENGERJAAN	NOTES
1	Herborist Juice For Skin Digital Ads	Offline dan Online Editor	20 Hari	
2	Gogomall Evolaser TVC	Offline dan Online Editor	18 Hari	
3	Bango Hitam Gurih	Offline editor	4 Hari	Online Editing di Post House
4	Nuface Calendula Tiktok Ads	Offline dan Online Editor	14 Hari	
5	Miranda : For Him Tiktok Ads	Offline dan Online Editor	12 Hari	
6	SuperB Digital Ads	Offline dan Online Editor	11 Hari	
7	Miranda Keratin Tiktok Ads	Offline dan Online Editor	18 Hari	
8	CBD Hairend Digital Ads	Offline dan Online Editor	10 Hari	
9	CBD Hairend Digital Ads	Offline dan Online Editor	11 Hari	

Sebagai editor di Wokcop Studio, penulis mengikuti 4 tahap dalam pembuatan iklan. 4 tahap tersebut adalah *development*, pre produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada saat *development*, penulis dituntut mencari referensi dan ide visual yang bisa diaplikasikan kepada konsep saat tahap pasca produksi.

Sebuah contoh saat Wokcop Studio sedang melakukan *development* untuk iklan produk *beauty*. Penulis harus mencari referensi gaya *cut to cut editing* iklan *beauty*, dan warna *skin tone* iklan *beauty*. Penulis juga dituntut mencari referensi seberapa halus *skin* di iklan *beauty*, agar menjadi patokan saat proses *touch up* pada *online editing*. Referensi yang dicari bisa sebuah iklan ataupun film. Referensi yang dikumpulkan penulis akan diberikan kepada *Assistant-to-Director* untuk menjadi bahan diskusi tim penyutradaraan bersama dengan sang sutradara.

Pada saat proses pra produksi, penulis tidak ada kepentingan dalam proses persiapan syuting, namun ada kasus di mana penulis perlu melakukan *workshop*. *Workshop* biasanya berupa tes *editing*, dan *color grading*. *Workshop* ini berguna untuk pembuktian apakah referensi yang sudah dipilih saat *development* bisa direalisasikan oleh penulis. Contoh kasus di mana terdapat *treatment color grading* iklan yang memakai transisi *mood* visual dari *cold blue* menjadi *warm*. Tim penyutradaraan membantu *take* video dengan alat seadanya, lalu hasilnya diberikan ke penulis. Penulis akan mencoba mengaplikasikan *treatment* transisi *mood* tersebut semirip mungkin dengan referensi. Setelah *workshop* selesai, sutradara akan melihat bagaimana hasilnya, dan menentukan apakah *treatment* tersebut bisa

dipakai. Editor juga bisa bekerja sama dengan *DoP* dan *Art Director* jika ada *treatment* khusus yang mempengaruhi *treatment 2* divisi tersebut.

Saat produksi, penulis biasanya ikut syuting dan memantau hasil gambar di monitor. Penulis mengecek apakah semua kebutuhan gambar untuk *editing* sudah terpenuhi. Penulis juga menjadi *loader* yang bertugas memindahkan hasil syuting dari kamera ke dalam *disk* penyimpanan. Selesai *loading*, penulis langsung merapikan manajemen dan penyimpanan file agar memudahkan penulis saat proses *editing* nanti. Dalam kondisi tertentu, sutradara bisa melakukan *request* agar penulis langsung melakukan *color grading* di saat sedang syuting. Hal ini demi melihat apakah gambar yang diambil *moodnya* sudah sesuai dengan konsep.

Saat penulis memasuki tahap pasca produksi, penulis akan melakukan perannya secara maksimal. Dengan semua file yang sudah dirapikan penulis saat syuting, penulis bisa memasuki tahap *offline editing*. Penulis menyatukan gambar gambar yang sudah diambil dan menjadikannya sebagai satu kesatuan video. Penulis juga dibimbing sutradara bagaimana cara menjahit sebuah iklan naratif. Berbeda dari film, video iklan dituntut untuk bisa menjual dan menarik penonton dalam sepersekian detik. Teknik *editing* gambarnya pun harus efektif, dan tidak bertele-tele. Setiap gambar yang ditampilkan dalam waktu singkat harus bisa memberi *impact* kepada penonton.

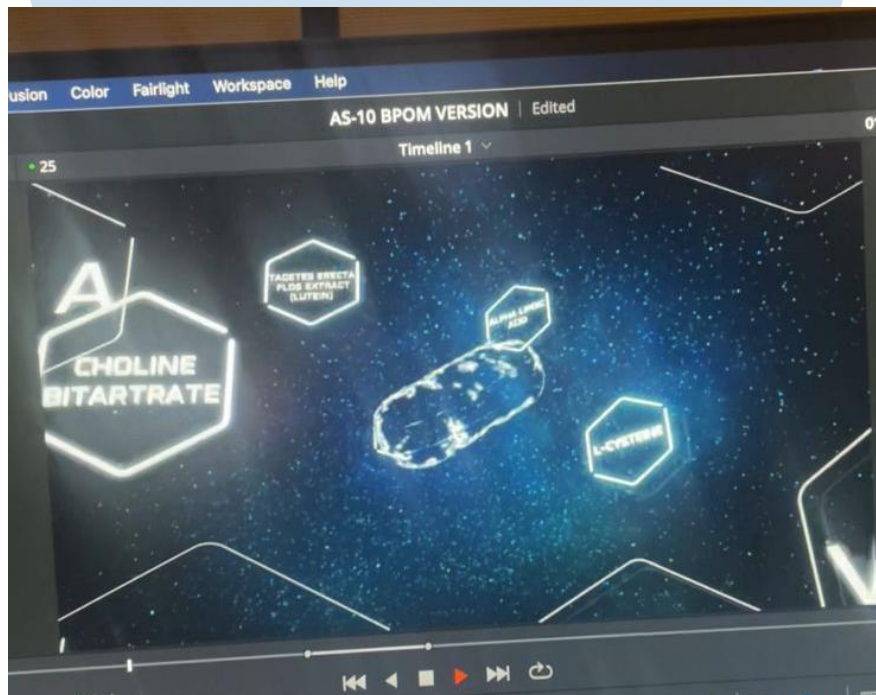


Gambar 3.2.2.1 Proses *offline editing*

Setelah proses penggabungan gambar selesai, penulis memasuki proses *color grading*. Penulis dituntut mengatur *mood* warna agar sesuai dengan konsep. Jika iklannya produk *beauty*, maka warna harus terlihat indah dan cantik di mata. Jika iklannya produk laki laki, maka warna harus memberi dampak kejantanan dan maskulinitas. Permainan warna sangat penting di dunia iklan, karena dapat membentuk *mood* yang kuat yang bisa disampaikan ke penonton dalam sekejap mata.

Proses terakhir yaitu *online editing* di mana penulis memperindah sebuah gambar. Di tahap ini, penulis juga bisa menghilangkan kecacatan dalam sebuah gambar. Jika iklannya produk *beauty face*, maka penulis dituntut untuk membuat

kulit wajah aktor terlihat bersih tanpa ada kotoran jerawat dan lain lain. Penulis harus membuat wajah aktor terlihat mulus. *Online editing* juga berguna untuk memperkuat konsep pada *treatment* tertentu. Contoh kasus yaitu penggunaan *green screen*. *Treatment* visual yang dibutuhkan yaitu aktor sedang berada di luar angkasa. Saat syuting, aktor akan *take* video dengan *background green screen*. Saat di tahap *online editing*, penulis akan mengganti *background green screen* tersebut menjadi luar angkasa. Online editing merupakan tahap penambahan aset grafis ke dalam video sesuai dengan konsep.



Gambar 3.2.2.2 Proses penambahan aset grafis

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Sebagai mahasiswa yang baru masuk dunia professional, penulis mengalami kendala dari segi teknis dan juga *workflow*.

1. Permasalahan durasi dan isi konten iklan. Selesai syuting, penulis mendapatkan gambar hasil syuting dan juga *audio "voice over"* hasil rekaman. *Voice over* berisi rekaman suara *talent* yang mendeskripsikan dan mengiklankan sebuah produk. Kalimat-kalimat yang direkam berisi manfaat produk, dan kandungan produk. Gaya pembacaan kalimatnya dibuat lebih ekspresif sesuai dengan konsep produk, dan menjual. Sebagai editor, penulis harus menyatukan gambar dan *audio* menjadi kesatuan dengan durasi yang sudah ditentukan.

Kendala yang ditemukan adalah konten *audio voice over* tidak semua bisa dimasukkan ke dalam rangkaian *editing* karena durasi. Durasi sudah ditentukan 30 detik, namun durasi akan melebihi 30 detik jika seluruh konten *audio voice over* dimasukkan ke dalam rangkaian *editing*. Klien tidak menyetujui jika beberapa konten *voice over* harus dikurangi demi kepentingan durasi. Kurangnya konten *audio voice over* akan melemahkan penyampaian *Unit Selling Point* produk. Hal ini menjadi kendala penulis dalam proses *offline editing*.

2. Saat proses syuting *outdoor* di area umum, tentunya tim produksi akan menyewa dan mengosongkan tempat untuk keberlangsungan syuting. Saat hari syuting berlangsung, hal-hal di luar dugaan terjadi karena kelalaian tim produksi mengakibatkan aktifitas umum masuk ke dalam *frame*. Contoh di sebuah adegan taman, tepat di belakang aktor dari kejauhan, motor lewat.

Hal ini terjadi karena ketidak-telitian tim produksi. Masalah ini akan menjadi kendala untuk penulis sebagai editor.

3. Klien yang tidak mengerti konsep sehingga terjadi proses revisi yang berulang melebihi batas *timeline*. Terkadang penulis mendapatkan klien yang selalu memberi revisi tidak pasti. Revisi tidak pasti ini bentuknya lebih ke klien yang masih belum mengetahui tujuannya apa, dan klien bereksperimen dengan memakai jasa-penulis tanpa melihat batas *timeline* yang sudah disetujui. Contoh kecil merupakan peletakkan posisi aset grafis. Sebagai editor, penulis sudah meletakkan posisi aset sesuai permintaan klien, namun klien kurang suka sehingga minta di pindahkan di lokasi lain. Penulis mengikuti permintaan klien namun terlihat respon klien yang tidak puas. Klien secara mendadak meminta untuk menggantikan aset grafis menjadi yang lain. Hal ini bisa terus menerus terjadi hingga melewati *timeline* kerja, dan klien masih belum puas. Ini menjadi kendala penulis karena penulis juga mempunyai proyek lain dengan *timeline* tersendiri. Menabraknya *timeline* proyek satu dengan lainnya akan membuat kerja penulis kurang fokus dan maksimal.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan proses magang, solusi atas kendala kendala yang dialami pun mulai muncul. Solusi bisa muncul dari pengalaman penulis membaca situasi, dan juga pengajaran dari tempat magang.

1. Solusi dari kendala konten *audio voice over* yang melebihi durasi ini akhirnya dengan menggantikan beberapa konten *voice over* menjadi teks visual/*supers* atau aset grafis. Contoh kecil untuk *voice over* penyebutan kandungan produk bisa diganti dengan visualiasi teks *supers* dan aset grafis pada gambar. Solusi ini membuat informasi *Unit Selling Point* produk tidak berkurang.
2. Solusi dari aktifitas umum yang tidak sengaja masuk dalam *framing* gambar dilakukan di tahap *online editing*. Saat produksi, tim kamera itu wajib mengambil gambar *set* dan *background* secara statis, tanpa pergerakan kamera. *Angle* pengambilan gambarnya pun identik dengan *shot list*, namun bedanya tanpa aktor. *Shot* ini biasa di sebut "*plate*". *Plate* akan menjadi aset gambar yang bisa di *touch up* dan dibersihkan saat *online editing*. Jika kru atau aktifitas umum seperti mobil lewat itu tidak sengaja masuk dalam *frame*, penulis bisa menggantikan *background* tersebut dengan *background plate* yang sudah di *touch up*. Warna, pencahayaan, dan komposisi *background plate* tentunya akan disesuaikan semirip mungkin dengan klip *background* yang ada aktornya.
3. Sebelum penulis mengirim hasil revisi permintaan klien, dianjurkan penulis membuat beberapa opsi lain agar klien juga bayangan lain selain visinya. Penulis bisa melakukan *render* pada klip itu saja atau melakukan *screenshot*, dan mengirim ke klien opsi-opsi tersebut. Solusi ini akan membuat klien bisa membayangkan opsi opsi lain di luar dugaannya, dan meyakinkan visinya tanpa harus melakukan revisi tidak pasti.