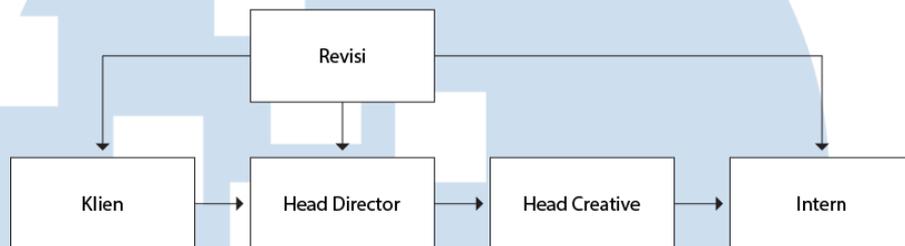


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3. 1 Contoh bagan alur kerja

Sumber : Data Pribadi

Merujuk pada gambar 3.1 struktur tersebut, penulis melaksanakan kerja magang atau *internship* di PT Xander Creative sebagai editor. Pekerjaan penulis setiap harinya adalah mengedit konten video pendek atau *short-form video content* sebanyak 3-4 video per harinya untuk mencapai target sekitar 15 *video* dalam jangka waktu satu minggu. *Raw video* yang direkam oleh *videographer* disediakan oleh *Head Creative*. Sebagai *intern editor*, penulis dipimpin oleh *Head Creative* untuk ide dan konsep pada proses *video editing* yang diperlukan oleh *brand*. Hasil video beserta dengan revisinya akan dicek oleh 3 pihak yaitu klien, *Head Director*, dan *Head Creative*.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Pada bab 3.2.1 dan 3.2.2 mahasiswa selain menguraikan kerja magang yang dilakukan, juga menyertakan faktor-faktor yang berpotensi berkembang menjadi kendala di dalam kerja magang. Potensi kendala ini yang akan dibahas lebih detail pada bab berikutnya.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama masa *internship*, penulis memiliki tugas sebagai seorang video editor untuk menghasilkan konten video pendek atau *short-form video content*. Sebagai video editor, penulis dipandu oleh *Head Creative* dan juga *Head Editor*. Tugas penulis adalah mengedit video untuk konten TikTok kurang lebih 3-4 per harinya. Video yang penulis edit berkisaran sekitar 1 menit hingga 1 menit 30 detik.

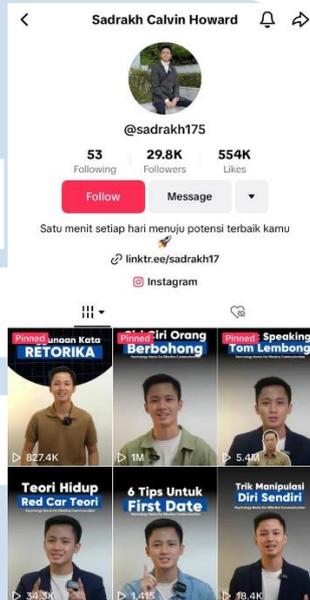
Sebagai editor penulis memiliki tanggung jawab untuk membuat konten video menjadi semenarik mungkin dalam durasi video yang terbatas. Penulis juga memiliki tanggung jawab untuk membentuk sebuah cerita naratif sesuai dengan konsep yang telah disediakan oleh *Head Creative* dan *brand* serta memoles video, seperti *color grading*, *sound editing*, hingga penambahan *subtitles* dan/atau *captions* sambil mempertahankan *branding* dan *visual identity* yang sudah dimiliki oleh setiap *brand* agar setiap konten video yang dihasilkan tetap konsisten.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Pekerjaan yang penulis lakukan setiap hari sebagai *intern* yang diposisikan sebagai editor adalah mengedit video pendek sebanyak 3-4 video per hari. Setiap video yang sudah selesai di edit dengan sekedemian rupa kemudian akan diperiksa oleh beberapa pihak, mulai dari *Head Creative*, *Head Director*, hingga klien atau *brand*.

U M N
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

3.2.2.1 Sadrakh Calvin Howard



Gambar 3. 2 Akun TikTok Sadrakh Calvin Howard

Salah satu klien yang ditangani oleh penulis adalah untuk Sadrakh Calvin Howard yang terlampir pada gambar 3.2 . Beliau adalah seorang *public speaker* yang ingin mengembangkan identitas dan *self brandingnya* melalui platform TikTok. Sebagian besar kontennya memiliki topik berupa psikologi dan *tips* untuk *public speaking*. Untuk mengembangkan akunnya, beliau meminta jasa kepada Xander Creative untuk menghasilkan konten video-nya mulai dari konsep, *script*, pengambilan gambar, hingga *editing*.

Konten video untuk Sadrakh pertama kali di edit oleh *Head Creative* atau *supervisor* penulis. Kemudian, penulis mengikuti metode *editing* tersebut agar konten video akun TikTok Sadrakh terus konsisten. Ada beberapa *guidelines* yang harus diikuti oleh penulis untuk proses *editing*. Pertama, video tidak diperkenankan untuk memiliki jeda atau berhenti sejenak agar ketika di video tersebut, Sadrakh akan terus berbicara. Sehingga, penonton tidak akan merasa bosan dan terus tertarik pada konten yang disampaikan. Kedua, *font* yang digunakan dalam video hanya satu yaitu *Starry*, hal ini bertujuan agar penonton dapat lebih mengerti pesan yang disampaikan dalam video melalui teks yang dimasukan oleh editor sebagai beberapa *highlight* atau *tagline* dari *script*. Ketiga, diharuskan untuk menggunakan

ikon dan gambar untuk membantu penonton agar dapat lebih mengerti konten yang disampaikan, penggunaan ikon dan gambar juga membantu agar video tidak terlihat *monotone* dan ada visual pendamping yang terus berubah. *Timeline* proses *editing* milik penulis menggunakan aplikasi CapCut, dapat dilihat dari gambar 3.3.



Gambar 3. 3 Timeline proses editing untuk TikTok Sadrah

Sumber : Data Pribadi

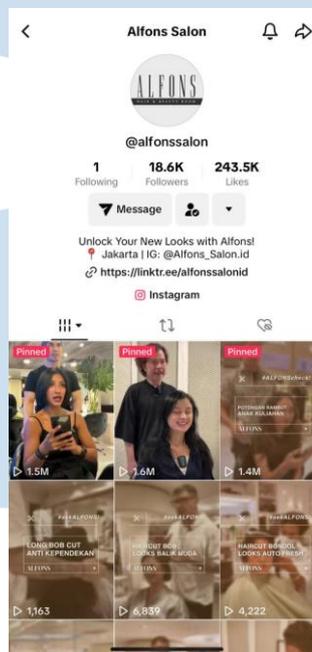
Bahan baku yang diterima oleh penulis sebelum memulai proses *editing* adalah *raw video* yang telah diambil oleh divisi *videographer*. Tempat pengambilan video terdapat di kantor Xander Creative dalam sebuah studio khusus untuk pengambilan video yang dilengkapi oleh *backdrop* hingga peralatan *lighting* yang memadai. Untuk ikon dan gambar yang digunakan diambil dari sejumlah *royalty free website* atau *website* yang menyediakan konten tidak berbayar seperti Flat Icon, Invideo, dan lain-lain. *Hook* yang digunakan untuk konten ini adalah dengan mengatakan secara langsung pesan inti atau judul dari video. Dalam konten ini, *hook* yang digunakan dapat memberitahu penonton tentang isi video tersebut tanpa harus menonton video tersebut secara keseluruhan. Isi dari video akan dijelaskan setelahnya menggunakan poin-poin dan penjelasan yang singkat dan cepat.

Proses produksi dimulai dengan pembuatan cerita atau konsep untuk konten selama satu bulan sebanyak sekitar 15 video oleh *Head Creative*. Setelah cerita atau konsep sudah diterima oleh pihak klien, *talent* akan datang ke kantor Xander Creative untuk melakukan pengambilan video dengan divisi *videographer*. Dalam satu hari, *talent* akan mengambil sekitar 5 video dengan *videographer*. Setelah video selesai diambil, penulis sebagai editor akan mulai proses *editing* sesuai

dengan *guidelines* yang sudah ditentukan oleh pihak *Head Creative* dan klien seperti yang sudah dijelaskan pada paragraf sebelumnya.

Setelah penulis sudah melakukan proses *editing*, hasil video akan diberikan ke pihak *Head Creative* terlebih dahulu untuk dilakukan pengecekan. Kemudian, *Head Creative* akan memberikan hasil video tersebut kembali ke penulis dimana penulis akan memberikan hasil video kepada pihak *Head Director* untuk dilakukan pengecekan kembali serta *quality control* agar hasil video sudah sesuai dengan standar perusahaan. Ketika video sudah selesai di edit dan diperiksa, pihak *Head Creative* akan mengirimkan hasil video yang final kepada klien atau *brand* untuk melakukan pengecekan yang terakhir kali. Bila ada revisi baik dari pihak *Head Creative*, *Head Director*, maupun klien atau *brand*, penulis akan mengedit ulang video tersebut hingga sudah memenuhi kriteria ketiga pihak.

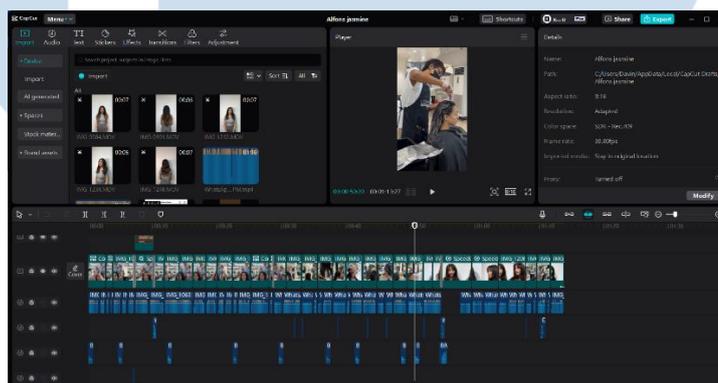
3.2.2.2 Alfons Salon



Gambar 3. 4 Akun TikTok Alfons Salon

Alfons Salon adalah sebuah salon yang berfokus pada *hair styling* untuk perempuan seperti *cutting* hingga *coloring*. Alfons Salon saat ini sudah memiliki

tiga cabang di lokasi yang berbeda-beda, yaitu di Lotte Avenue, Pondok Indah Mall, dan Panglima Polim. Untuk meningkatkan *online presence* dan mengembangkan bisnisnya, klien ingin membuat konten di media sosial berupa video pendek yang di-*upload* di akun TikTok-nya pada gambar 3.4. Sebagian besar konten Alfons Salon berupa percakapan antara *hair stylist* dengan pelanggannya. Mereka melakukan konsultasi terlebih dahulu mengenai keluhan maupun permintaan dari pelanggan. Setelah melakukan konsultasi, video akan berlanjut ke proses *hair styling*. Pada bagian ini, *talent* dari Xander Creative akan melakukan *voice over* mengenai proses *hair styling* yang dilakukan oleh *stylist*. Pada akhir video, hasil *hair styling* ditunjukkan melalui gambar atau video *before and after* dari rambut pelanggan. Berikut adalah gambar tampilan *timeline* proses *editing* milik penulis yang menggunakan aplikasi CapCut untuk konten Alfons Salon.



Gambar 3. 5 Timeline proses editing TikTok Alfons Salon

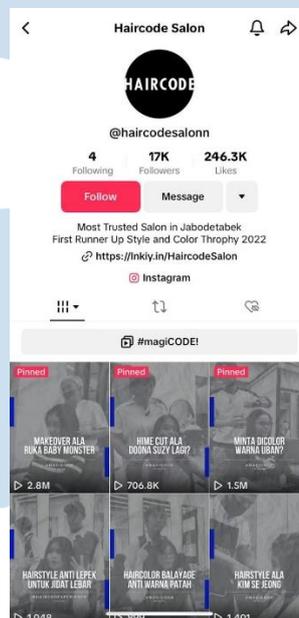
Sumber : Data Pribadi

Tahap awal dari pembuatan konten untuk Alfons Salon adalah untuk mencari *talent* eksternal terlebih dahulu sebanyak 4 – 5 orang sesuai dengan kriteria yang diberikan oleh pihak Alfons Salon. Setelah itu, *talent* akan diajak untuk membuat konten di salah satu lokasi Alfons Salon untuk direkam oleh *videographer*. Setelah konten selesai diambil, video akan diberikan ke divisi *Head Creative* untuk dibuat *storytelling*. Konsep konten dan hasil *raw* video akan diberikan ke editor untuk diedit.

Penulis sebagai editor akan mengedit konten sesuai dengan *flow* atau alur cerita yang sudah ditentukan yaitu tahap konsultasi, tahap *storytelling* dan *styling*,

terakhir tahap hasil atau *before and after*. Proses *editing* berupa penambahan *subtitle* dan *highlight text* untuk membantu penonton agar lebih mengerti dengan konten yang disampaikan. *Timeline editing* dapat dilihat pada gambar 3.5. Warna dan tampilan teks mengikuti *visual guideline* yang sudah diberikan oleh divisi *Head Creative*. *Hook* yang digunakan pada konten ini sama dengan konten Sadrah, yaitu dengan mengatakan terlebih dahulu pesan inti atau judul dari video agar penonton bisa mengetahui terlebih dahulu konten yang akan disampaikan. Dalam konten ini, *hook* yang digunakan adalah judul berupa *hairstyle* yang sedang dilakukan oleh *stylist* pada kliennya. Penulis juga memilih *footage* yang paling menarik sebagai visual untuk penguat *hook*. *Hook* berlangsung selama tiga detik pertama video. Proses revisi sama dengan proses yang sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, dimulai dari *Head Creative*, *Head Director*, kemudian ke pihak klien.

3.2.2.3 Haircode Salon



Gambar 3. 6 Akun TikTok Haircode Salon

Haircode salon adalah sebuah salon yang berfokus pada *hairstyling* untuk perempuan dengan harga yang lebih terjangkau dibanding Alfons Salon yang dimiliki oleh pemilik yang sama. Haircode Salon sudah memiliki banyak outlet

yang tersebar di Jakarta, Tangerang, Bekasi, Depok, dan Bogor. Haircode Salon ingin meningkatkan *online presence* dan mengembangkan bisnisnya dengan membuat *short-form video content* di aplikasi TikTok, akun Haircode bisa dilihat di gambar 3.6. Konten Haircode Salon serupa dengan konten Alfons Salon seperti yang sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya. Hal yang membedakan kedua konten tersebut adalah perbedaan pada *visual guideline*-nya. Selain itu, proses pengambilan, penciptaan *storytelling*, dan proses *editing* sama seperti konten Alfons Salon. *Hook* yang digunakan pada konten ini sama dengan dua proyek sebelumnya, yaitu dengan mengatakan terlebih dahulu pesan inti atau judul dari video agar penonton bisa mengetahui terlebih dahulu konten yang akan disampaikan. Dalam konten ini, *hook* yang digunakan adalah judul berupa *hairstyle* yang sedang dilakukan oleh *stylist* pada kliennya. Penulis juga memilih *footage* yang paling menarik sebagai visual untuk penguat *hook*. *Hook* berlangsung selama tiga detik pertama video. *Timeline* proses *editing* dapat dilihat di gambar 3.7, sebagai salah satu contoh proses penulis mengedit Haircode Salon



Gambar 3. 7 Timeline proses editing TikTok Haircode Salon

Sumber : Data Pribadi

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah beberapa kendala yang penulis temukan selama bekerja sebagai *intern editor* di Perusahaan Xander Creative:

- 1) Dari hal umum seperti tingkat kesulitan dan kualitas video per klien. Terkadang terdapat video yang bagus dan juga video yang hasilnya kurang memuaskan baik dari segi cerita atau konsep, pengambilan video, hingga hasil akhir video.

Namun, klien tetap membayar dengan harga yang telah ditentukan pada kontrak kerja untuk sejumlah konten tersebut. Hal ini bisa dibidang kurang adil bagi pihak yang menerima hasil konten yang kurang memuaskan.

- 2) Menurut penulis, alur kerja proses *editing* dan revisi agak rumit karena harus mendapatkan *approval* dari tiga pihak yang berbeda yaitu *Head Creative*, *Head Director*, dan klien atau *brand*. Menurut penulis, akan lebih baik jika *approval* dilakukan langsung dengan pihak klien atau *brand* agar bisa menyesuaikan dengan apa yang diinginkannya.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah solusi yang penulis dapat sarankan:

- 1) Membuat kontrak kerja yang lebih jelas dan terperinci untuk setiap klien. Setiap klien akan menerima kontrak kerja yang berbeda-beda dan tidak sama dengan *brand* lainnya agar harga jasa dan hasil konten bisa disesuaikan kebutuhan masing-masing *brand*.
- 2) Membentuk proses kerja yang lebih terstruktur dan efektif. Revisi hanya perlu diberikan oleh pihak *Head Creative* dan klien agar tidak ada penyampaian revisi yang berulang-ulang.

