

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

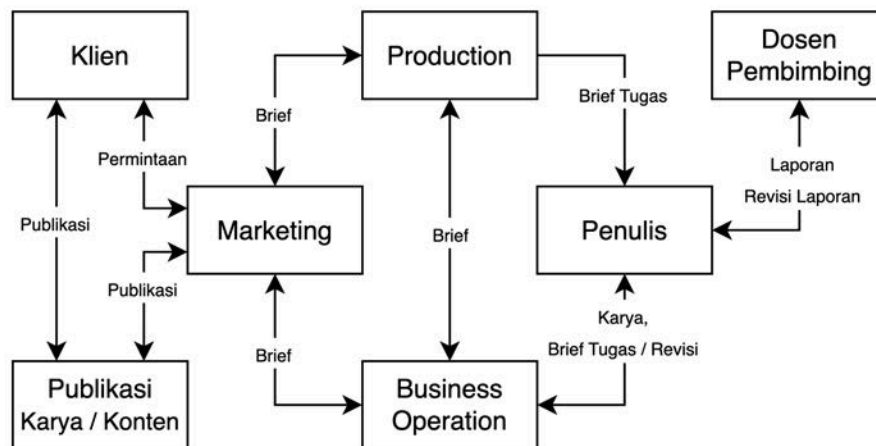
Tentu selama melaksanakan proses magang, penulis memiliki alur dan juga tanggung jawab yang harus dilakukan sebagai anggota dari sebuah perusahaan. Melalui kejelasan peran tersebut, penulis dapat mengetahui dan paham tentang tugas apa yang perlu dilakukan dan memiliki inisiatif untuk melaksanakannya. Dengan demikian, berikut adalah berbagai gambaran yang dilalui oleh penulis selama mengikuti proses magang di EUIS Studio.

3.1.1 Kedudukan

Penulis berperan sebagai fotografer yang melakukan dokumentasi selama proses pembuatan karya oleh EUIS Studio baik untuk estetika maupun karya BTS. Selain itu penulis juga berperan sebagai videografer proses pembuatan video dan juga mengedit karya video serta foto tersebut. Dengan demikian, penulis memiliki tanggung jawab sebagai anggota yang mengabadikan proses pembuatan karya EUIS Studio dan juga menjadi anggota yang bertanggung jawab untuk kebutuhan desain yang diperlukan oleh perusahaan.

3.1.2 Koordinasi

Penulis melakukan koordinasi bersama anggota-anggota dari EUIS Studio lainnya berdasarkan situasi yang sedang berlangsung. Dengan demikian, koordinasi yang dilakukan tetap terstruktur dan dapat menghasilkan karya yang maksimal setelah melalui proses pengerjaan serta revisi. Untuk lebih spesifik, berikut adalah gambaran dari alur koordinasi yang dilakukan oleh penulis saat magang di EUIS Studio.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Alur lengkap koordinasi tersebut dimulai melalui klien yang memiliki permintaan sebuah konten kepada perusahaan dengan tanggapan dari anggota *marketing*. Selanjutnya, anggota *marketing* akan melakukan diskusi bersama anggota lainnya yaitu tim produksi dan juga *business operation*. Setelah melakukan diskusi tersebut, sebuah proyek yang disepakati akan dilaksanakan sesuai perjanjian.

Peran penulis sebagai mahasiswa magang adalah menerima tugas dari tim produksi maupun *business operation*. Selanjutnya, penulis melaksanakan tugas dan dikumpulkan kepada *business operation* sebagai aset konten. Di sisi lain, penulis memiliki komunikasi bersama dosen pembimbing terkait laporan dan revisinya yang sedang dikerjakan sebagai mahasiswa magang.

Selanjutnya, konten yang telah diselesaikan akan kembali ke *marketing* yang melakukan transaksi bersama klien. Setelah itu, baik *marketing* maupun klien akan mempublikasikan konten masing-masing pada media yang mereka pilih. Dengan demikian, alur koordinasi perusahaan tersebut dari awal hingga selesai.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dengan ditempuhnya proses magang, terdapat berbagai pekerjaan yang dilakukan oleh penulis. Pekerjaan tersebut tidak luput dari proses fotografi maupun videografi walaupun terdapat proyek yang tidak berhubungan dengan topik tersebut

yaitu desain. Dengan demikian, berikut adalah tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis selama mengikuti kegiatan magang.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Proyek	Keterangan
1	HITS Records (Agatha Chelsea - Sekali MV)	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografer BTS • Fotografer karya foto • Edit Foto • Videografer BTS • Edit Video
	BRImo CFD	<ul style="list-style-type: none"> • Videografer kamera utama
2	Patrobas	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografer BTS • Fotografer karya foto • Edit Foto
	Pembuatan Company Profile	<ul style="list-style-type: none"> • Desainer Company Profile • <i>Why we do things?</i> • <i>About EUIS Studio</i> • <i>Why EUIS Studio</i> • <i>Our Services</i> • <i>Our client</i> • <i>Our contact</i>
3	KapurFX (Cover Dance)	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografer BTS • Fotografer karya foto • Edit foto
4	HITS Records (Nuca - Perisai MV)	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografer BTS • Fotografer karya foto • Edit foto • Videografer BTS • Edit video
5	KapurFX (Cover Dance)	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografer BTS • Fotografer karya foto • Edit foto

6	Angelion MV	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografer BTS • Fotografer karya foto • Edit foto • Videografer BTS • Edit video
7	Mandiri Volley Team	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografer BTS • Fotografer karya foto • Edit foto BTS dan karya foto
8	Universal Music Indonesia (Ziva - Get Over Him MV)	<ul style="list-style-type: none"> • Videografer utama BTS • Fotografer karya foto • Fotografer koreografi • Fotografer BTS • Editor karya foto • Editor fotografi koreografi • Editor fotografi BTS
	Perancangan Company Profile	<ul style="list-style-type: none"> • Halaman Cover • Halaman Pembuka • Halaman Konten • Halaman Kode QR dan penutup
9	HITS Records (Niki)	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografer BTS • Fotografer karya fotografi • Edit karya fotografi • Edit foto BTS

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama mengikuti program magang, tentunya penulis melakukan berbagai pekerjaan yang telah disesuaikan dengan kesepakatan bersama perusahaan. Oleh karena itu, terdapat berbagai tugas yang perlu dilakukan oleh penulis selama mengikuti magang. Berikut adalah uraian seputar proses pengerjaan tugas magang dan jenis pekerjaan yang telah dilakukan oleh penulis.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama penulis mengikuti pelaksanaan magang, terdapat berbagai tugas yang dilakukan terkait dengan Desain Komunikasi Visual. Berbagai

pekerjaan tersebut terdiri dari fotografi, videografi, dan juga desain yang ditentukan untuk memenuhi standar tiga pilar Desain Komunikasi Visual. Oleh karena itu, perancangan tersebut didukung oleh pernyataan dan proses perancangan Robin Landa (2014) yang menyatakan jika perancangan konten visual dapat digunakan untuk menghubungkan perusahaan dengan pihak luar seperti publik, perusahaan lain, dan pemegang kepentingan untuk menghasilkan keuntungan lebih.

Secara garis besar, *software* yang digunakan oleh penulis adalah Adobe Lightroom Classic, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro, Adobe Illustrator, dan juga Figma. Selain itu, perancangan tersebut juga mengandung tiga pilar DKV yaitu identifikasi, persuasi, dan juga informasi. Dengan demikian, berikut adalah berbagai proyek yang telah dilaksanakan oleh penulis selama mengikuti program magang:

3.3.1.1 Proses Pembuatan Konten Media Sosial Tentang Video Musik Agatha Chelsea Sekali Untuk Portofolio Perusahaan

Agatha Chelsea melakukan perilisan terhadap lagu Sekali pada bulan Februari 2024 sebagai salah satu lagu terbarunya saat itu. Dengan demikian, Agatha Chelsea bekerja sama dengan EUIS Studio yang dipercaya untuk membuat video musik tersebut. Melalui latar tempat berupa panggung dan juga interpretasi yang sesuai dengan musik tersebut.

Sebagai pekerjaan pertama yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa tugas yang perlu dilakukan seperti melakukan perekaman dan juga foto untuk *Behind the Scene* (BTS) dari proses pembuatan video musik Sekali oleh Agatha Chelsea. Selain itu, penulis juga berperan sebagai fotografer untuk kepentingan karya foto yang berkaitan dengan pembuatan video musik tersebut untuk konten media sosial perusahaan.

Tahap awal sebelum penulis melakukan perekaman dan foto di hari pembuatan video, penulis melakukan beberapa persiapan. Persiapan tersebut diperlukan untuk mendukung penulis dalam pembuatan karya seperti yang telah dipelajari dalam perkuliahan melalui kelas *Advanced Photography* dan juga *Digital Media*. Selain itu, terdapat penyesuaian metode perkuliahan dan juga cara perancangan yang digunakan oleh perusahaan.

Pada tahap awal perancangan karya konten videografi dan fotografi, penulis melakukan pencarian ide, referensi, objektivitas, latar, serta kebutuhan lainnya yang didiskusikan dengan perusahaan. Setiap informasi tersebut diperlukan agar penulis tidak tersesat dan siap dalam proses pembuatan konten fotografi tersebut. Dengan demikian, berikut adalah beragam informasi yang telah dikumpulkan oleh penulis berdasarkan diskusi bersama perusahaan.



Gambar 3.2 Gambaran Besar BTS Sekali

Pada bagian tersebut, penulis mengumpulkan berbagai persiapan pembuatan karya melalui gambaran besar dan kata kunci. Persiapan tersebut mencakup lokasi, model, perlengkapan, tugas, skema, dan kepentingan lainnya yang disesuaikan dengan aktivitas pembuatan video serta alurnya. dengan demikian, penulis memiliki

arah dan objektivitas tentang apa yang harus dikerjakan baik sebelum maupun setelah pembuatan video tersebut.

Dengan mengetahui suasana dan juga perlengkapan, penulis dapat memiliki gambaran tentang bagaimana pengambilan konten visual berlangsung. Selain itu, tugas yang diberikan juga menuntun penulis agar dapat melakukan kepentingan tersebut tanpa keluar dari jalur yang diberikan. Selain itu, pembagian sesi juga menjadi gambaran bagi penulis tentang bagaimana suatu konten diabadikan berdasarkan kegiatan pembuatan video yang dilakukan. Oleh karena itu, terdapat beberapa kata kunci sesuai yang telah ditentukan yaitu BTS, fotografi, dan juga videografi.

Selanjutnya, penulis melanjutkan perancangan dengan melakukan pencarian referensi atau gambaran spesifik untuk videografi. Pencarian referensi diperlukan untuk menuntun penulis dalam membuat perancangan dikarenakan minimnya pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Dengan demikian, berikut adalah referensi berdasarkan studi eksisting dan juga studi referensi yang dilakukan oleh penulis.



Gambar 3.3 Studi Eksisting BTS Sekali

Setiap pembuatan video musik sering disertai oleh konten proses pembuatan video tersebut. Dengan demikian, penulis

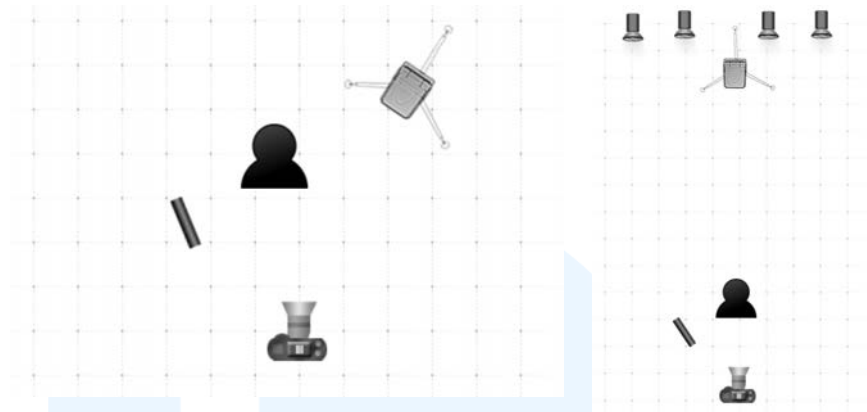
mengambil studi eksisting melalui referensi sebuah konten BTS dari video musik (*not your cup*) of tea. Konten tersebut memiliki banyak bagian yang dapat disederhanakan dan digunakan oleh penulis sebagai referensi utama untuk BTS Agatha Chelsea Sekali.



Gambar 3.4 Studi Referensi BTS Sekali

Untuk membuat daya tarik sendiri, sebuah *short film* berjudul *Old Friend* yang berdurasi satu menit menjadi patokan bagaimana konten dikemas dan memiliki penyampaian pesan serta cerita yang menarik. Melalui komposisi dan pengemasan yang menarik, penulis menggunakan film singkat tersebut sebagai studi referensi karena perbedaan jenis video yang akan dibuat. Oleh karena itu penyesuaian studi eksisting dan studi referensi diperlukan untuk menciptakan daya tarik tersendiri bagi konten media sosial perusahaan.

Selanjutnya, penulis melanjutkan perancangan dengan membuat gambaran yang disesuaikan dengan pembuatan karya fotografi dan videografi. Dengan demikian, penulis membuat diagram foto dan juga *storyboard* video. Berikut adalah tahapan proses karya melalui diagram foto atau diagram pencahayaannya.



Gambar 3.5 Diagram Cahaya BTS Sekali

Diagram foto merupakan rencana gambaran dalam pengambilan foto dengan menempatkan posisi sumber cahaya, model, kamera, dan lainnya. Berdasarkan gambar tersebut, terdapat berbagai letak lampu yang berasal dari belakang yang berfungsi sebagai *rimlight* maupun *backlighting*. Selain itu terdapat lampu panggung dari lokasi pembuatan video dan juga penggunaan *neon light* sebagai sumber cahaya *fill light*.



Secara umum, pembuatan video dan foto menggunakan banyak teknik yang identik, yaitu meletakkan satu lampu dengan cahaya kuat di bagian belakang model dan juga cahaya lainnya untuk menerangi model. Dengan cahaya yang seimbang, hasil fotografi dan videografi dapat memberikan warna serta keseimbangan gelap terang. Karena penulis telah mempelajari teknik cahaya tersebut, maka penulis dapat memahami dan juga mempraktikkan pembuatan konten melalui panduan diagram tersebut.

Setelah melakukan perancangan diagram gambar, penulis melanjutkan proses perancangan dengan membuat *storyboard* video yang telah didiskusikan. *Storyboard* pada video merupakan rangkaian alur konsep video yang divisualisasikan dan dijelaskan melalui sketsa, penjelasan, waktu, serta kebutuhan video lainnya. Dengan demikian, berikut adalah *storyboard* yang dibuat oleh penulis untuk rangkaian

video *behind the scene* perekaman video musik sekali oleh Agatha Chelsea.

Tabel 3.2 *Storyboard* BTS Sekali

Referensi	Deskripsi	Script
	<p><i>Dolly Shot Eye Level / Low Angle</i></p> <p>Melakukan <i>shoot</i> pada seseorang sebagai pembuka dengan <i>backlight</i> dan juga tulisan judul lagu</p>	Intro lagu "Sekali"
	<p><i>High Angle</i></p> <p>Melakukan pembukaan resmi memulai perekaman</p>	(Lagu - Penyanyi) "Agatha Chelsea - Sekali!"
 	<p><i>Orbit / Tracking / Panning / Dolly Shot Eye Level</i></p> <p>Merangkum setiap alur bagian perekaman <i>Behind the Scene</i> dengan berbagai teknik videografi.</p>	Chorus lagu "Sekali"

	<i>Orbit Eye Level</i>	-
	Melakukan penutupan <i>footage</i> dengan <i>background</i> polos dan logo perusahaan	

Secara umum, tampilan video *behind the scene* akan lebih sederhana yang berisi pembukaan, isi BTS, dan juga penutup video sederhana. Bagian awal dibuka dengan persiapan pembuatan video dan juga judul awal. Selanjutnya, bagian pertengahan video dipenuhi oleh konten BTS dengan berbagai teknik videografi. Terakhir, terdapat penutup video yang cukup sederhana dengan penutupan logo perusahaan pada bagian akhir.

Setelah melalui serangkaian persiapan dalam membuat karya, penulis melanjutkan tahapan desain yang disesuaikan untuk pembuatan karya fotografi dan videografi. Tahapan tersebut menjadikan proses pembuatan karya pada aktifitas perekaman dan fotografi serta proses pengolahan karya tersebut. Dengan demikian, penulis melanjutkan tahapan perancangan pada pembuatan karya hingga selesai.

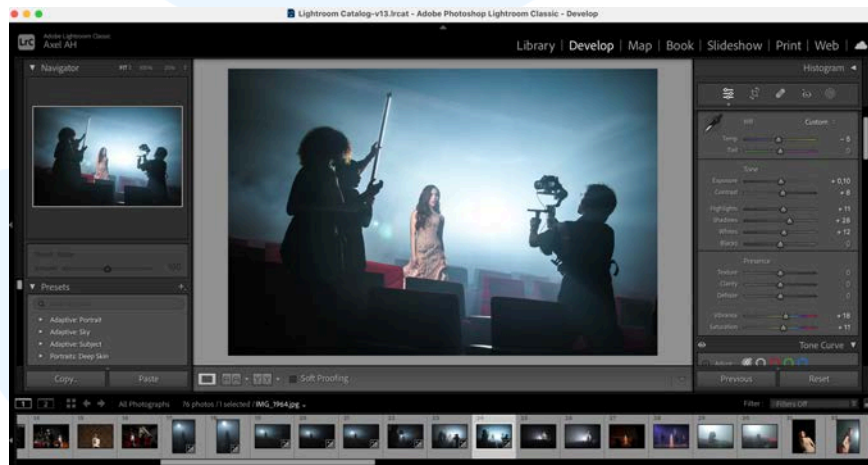
Pada saat pelaksanaan perekaman, penulis melakukan pemotretan foto dokumentasi atau BTS dari pembuatan video musik tersebut. Terdapat sangat banyak foto yang menjelaskan proses pembuatan video tersebut. Oleh karena itu, penulis melakukan penyortiran dan juga pengeditan agar foto tersebut menarik untuk dilihat. Tujuan pengambilan foto tersebut adalah untuk mengenalkan

publik dan meningkatkan promosi EUIS Studio berdasarkan hasil dan proses karya yang pernah mereka kerjakan.



Gambar 3.6 Foto RAW BTS Agatha Chelsea

Setelah memilah foto tersebut, hasil dilanjutkan dengan mengedit foto yang sudah dipilih. Proses pengeditan tersebut dilakukan melalui berbagai tahap mulai dari *color grading*, pengaturan eksposur, *retouch*, dan juga penyesuaian lainnya tergantung foto yang sedang diproses. Berikut adalah proses pengeditan hasil foto BTS melalui Adobe Lightroom.



Gambar 3.7 Proses Pengeditan Foto BTS Agatha Chelsea

Hasil foto akhir didapatkan setelah melalui proses pengeditan. Dengan demikian, foto BTS sebelumnya akan diolah sebagai berikut dengan tetap mengutamakan warna yang sama selama perekaman.



Gambar 3.8 Foto Final BTS Agatha Chelsea

Selain itu, penulis juga melakukan pemotretan karya fotografi dengan mengutamakan estetika maupun cerita yang tidak terkait dengan foto BTS. Karya fotografi tersebut dapat digunakan sebagai profil atau *thumbnail* video musik maupun kepentingan lainnya dalam perusahaan maupun pribadi. Selain itu, hasil karya tersebut juga dilakukan sama seperti pada tahap foto BTS yang dimulai dari penyortiran sebagai berikut.



Gambar 3.9 Foto RAW Karya Agatha Chelsea

Setelah melakukan seleksi, penulis melakukan pengeditan menggunakan Adobe Lightroom dan juga Adobe Photoshop tergantung kebutuhannya. Proses pengeditan yang dilakukan terhadap karya fotografi dapat dilakukan dengan lebih fleksibel dengan memberikan majas hiperbola berdasarkan warna maupun setiap aset visual yang dimiliki. Dengan demikian, berikut adalah proses pengeditan karya foto dari hasil perekaman video musik Sekali oleh Agatha Chelsea.



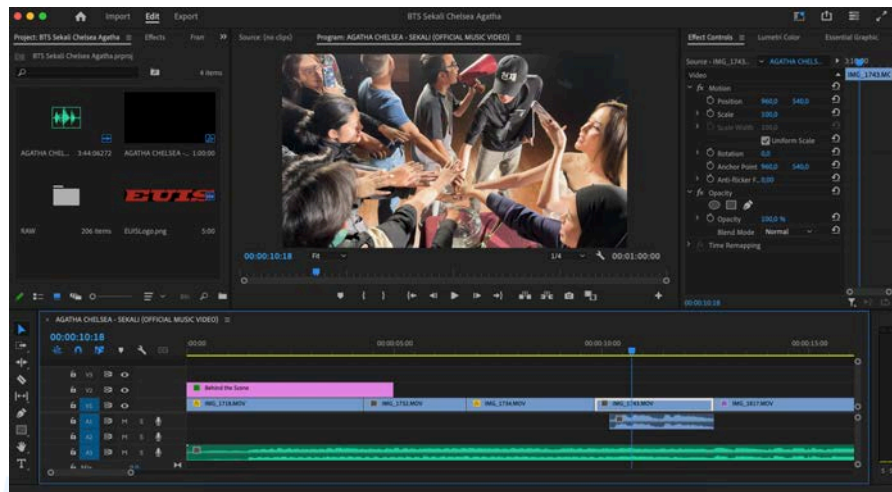
Gambar 3.10 Proses Pengeditan Karya Foto Agatha Chelsea

Tentunya, pengeditan tersebut dilakukan untuk meningkatkan saturasi warna, memperbaiki gelap terang, dan juga mempertegas warna yang keluar dari karya foto. Hal dilakukan karena melalui warna yang kuat, sebuah daya tarik dapat diciptakan. Dengan demikian, berikut adalah hasil karya fotografi tersebut setelah di edit.



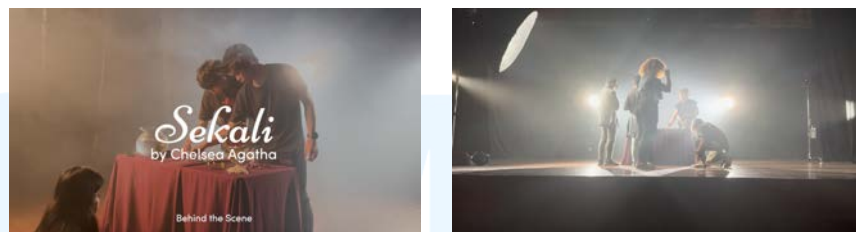
Gambar 3.11 Foto Final Karya Agatha Chelsea

Selain itu, penulis juga melakukan perekaman terhadap proses pembuatan video BTS. Video tersebut juga digunakan oleh perusahaan untuk kepentingan promosi melalui media sosial. Dengan demikian, penulis mengambil banyak *footage* video dan dilanjutkan dengan proses pengeditan sebagai berikut.



Gambar 3.12 Proses Pengeditan Video BTS Agatha Chelsea

Proses pengolahan video tersebut terdiri dari beberapa *scene* utama dengan beberapa *shot* didalamnya. Pada *scene* awal, video tersebut merujuk kepada pembukaan video dengan judul lagu dan juga beberapa *footage* persiapan perekaman. Tujuan dari bagian tersebut tentu untuk menggambarkan suasana proses pembuatan video sebelum proses perekaman.



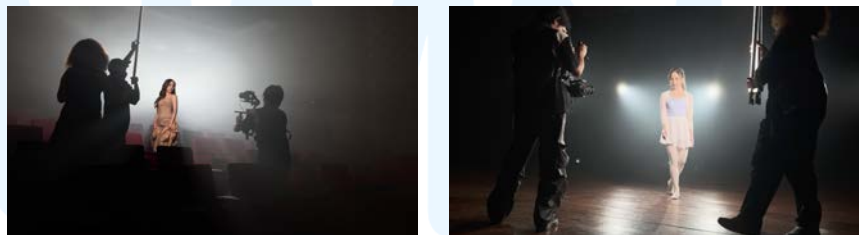
Gambar 3.13 *Footage* Pembuka Video BTS Agatha Chelsea

Selanjutnya, video tersebut beralih ke satu *scene* dengan satu *shot* yaitu pembukaan *shooting* untuk meningkatkan semangat setiap anggota yang berpartisipasi dalam pembuatan video. Pembukaan tersebut menjadi bagian wajib dari video *Behind the Scene* dan wajib hadir sebagai ketentuan yang dipersiapkan perusahaan. Dengan demikian, bagian tersebut juga harus memiliki suara asli yang penting dan tidak dapat digantikan dalam proses perekamannya.



Gambar 3.14 *Footage* Pembuka *Shooting* Video BTS Agatha Chelsea

Setelah pembukaan, video beralih ke proses pembuatan video musik tersebut. Untuk *scene* selama proses pembuatan video terdiri dari berbagai *shot* yang menjelaskan proses pembuatan video pada berbagai latar tempat dan suasana. Dengan demikian, penonton dapat menerima pesan tentang proses apa yang sedang dilakukan oleh anggota perusahaan dan klien. Pada bagian ini pula, terdapat penyesuaian lagu yang bertujuan untuk memberikan daya tarik pada video berdurasi satu menit.



Gambar 3.15 *Footage* Pengambilan Video BTS Agatha Chelsea

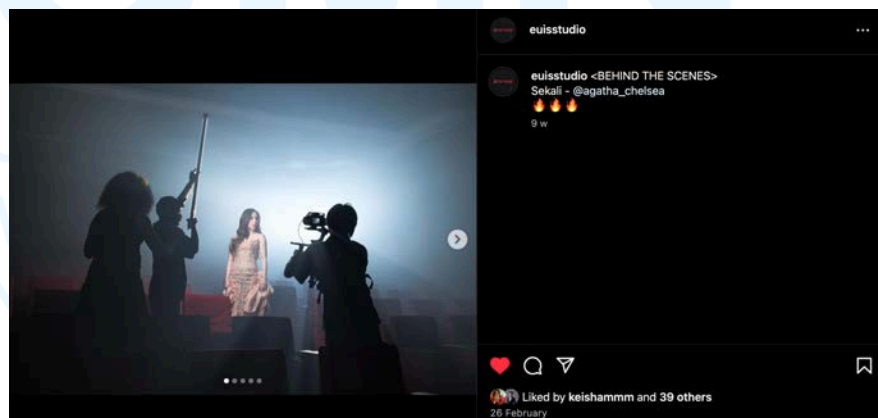
Tentu setelah bagian perekaman, terdapat penutup video yang dibuat dengan satu *scene* dan satu *shot* sederhana. Bagian tersebut merupakan salah satu adegan perekaman yang ditutup dengan logo perusahaan. Dengan demikian, setiap suara lagu yang digunakan dan juga video pada latar belakangnya juga dipergelap untuk mempertegas logo perusahaan tersebut.



Gambar 3.16 *Footage* Penutup Video BTS Agatha Chelsea

Dengan demikian, terdapat tiga *scene* utama dengan total 17 *shot* berbeda pada video tersebut dengan durasi satu menit. Tentunya, video tersebut akan digunakan sebagai sarana komersial perusahaan melalui media sosial mereka. Oleh karena itu, video yang sederhana tetapi terkait dengan video musik tersebut sudah cukup untuk digunakan perusahaan sebagai salah satu sarana komersialnya.

Setelah melalui tahapan desain pada perancangan konten media sosial tersebut, penulis mencantumkan berbagai hal sebagai tahapan terakhir perancangan. Pada tahapan berikut, penulis mencantumkan konten tersebut yang telah dipublikasikan pada media sosial dan juga kegunaan dari konten tersebut. Fungsi implementasi tersebut digunakan pada konten media sosial dan juga *thumbnail* dari video musik sekali oleh *Agatha Chelsea*.



Gambar 3.17 Implementasi Karya Fotografi BTS

Konten tersebut digunakan perusahaan sebagai jenis konten *behind the scene* dan juga *still images* yang sering diunggah oleh perusahaan. Pada konten *behind the scene*, perusahaan tidak menetapkan desain maupun *caption* yang diperlukan karena mereka cukup membutuhkan bukti unggahan tentang proses pembuatan video melalui foto. Oleh karena itu, media promosi konten media sosial perusahaan lebih mengandalkan foto yang menceritakan proses dan juga cuplikan hasil dari karya yang mereka ciptakan.

Selain itu, konten visual tersebut juga digunakan untuk kepentingan promosi video tersebut. Promosi dilakukan melalui *thumbnail* video musik Sekali oleh Agatha Chelsea sebagai salah satu daya tarik dari video tersebut. Hal itu dipertimbangkan karena *thumbnail* dapat memberikan dorongan kepada publik untuk membuka konten video yang dipromosikan.



Gambar 3.18 Implementasi Karya Fotografi Youtube BTS
Sumber: HITS Records (2024)

Dengan demikian, konten tersebut juga mengandung nilai dari tiga pilar DKV. Sebagai catatan, fungsi dari konten tersebut merupakan sarana promosi dan juga informasi. Hal itu dibuktikan melalui penggunaan konten tersebut untuk kepentingan media sosial perusahaan dan juga *thumbnail* video musik yang membuatnya menjadi pesan kepada *audience* sebagai sarana promosi produk, konten, serta juga promosi perusahaan itu sendiri melalui informasi visual yang disampaikan.

3.3.1.2 Pembuatan Konten Media Sosial Berdasarkan Video Produk Komersial Patrobas El Clasico V2 Untuk Perusahaan

Selain melakukan pembuatan video dengan model seseorang sebagai daya tarik utamanya, EUIS Studio juga dipercaya untuk membuat video produk komersial. Dengan demikian, penulis juga berperan dalam pembuatan video produk sepatu lokal Patrobas El Clasico v2 pada bulan Februari 2024. Dengan demikian, penulis kembali berperan sebagai fotografer produk sekaligus mendokumentasikan proses pembuatan video tersebut melalui fotografi.

Selama proses pembuatan video, penulis memiliki peran dalam membuat karya fotografi melalui proses pembuatan video tersebut. Dengan demikian, terdapat beberapa proses pembuatan karya fotografi yang dilakukan penulis. Proses tersebut menyerupai cara pembuatan karya fotografi di kelas fotografi dasar dan *advance photography* yang telah diselesaikan oleh penulis sebelumnya.

Terdapat beberapa persiapan yang dilakukan oleh penulis sebelum pembuatan karya fotografi. Hal itu diperlukan agar penulis memiliki gambaran tentang konsep fotografi yang akan dilakukan bersama perusahaan. Panduan karya tersebut dimulai dari mengumpulkan informasi proyek, pencarian ide, referensi, diagram cahaya, dan dilanjutkan dengan proses pelaksanaan foto serta pengolahan hasil fotografi.

Pada pertemuan pertama untuk membahas proyek, penulis dipersiapkan untuk membuat karya fotografi. Dengan demikian, terdapat beberapa hal yang dipersiapkan berdasarkan persiapan tersebut. Berikut adalah rangkuman persiapan proyek fotografi untuk mengetahui gambaran pengambilan foto yang akan dilakukan.



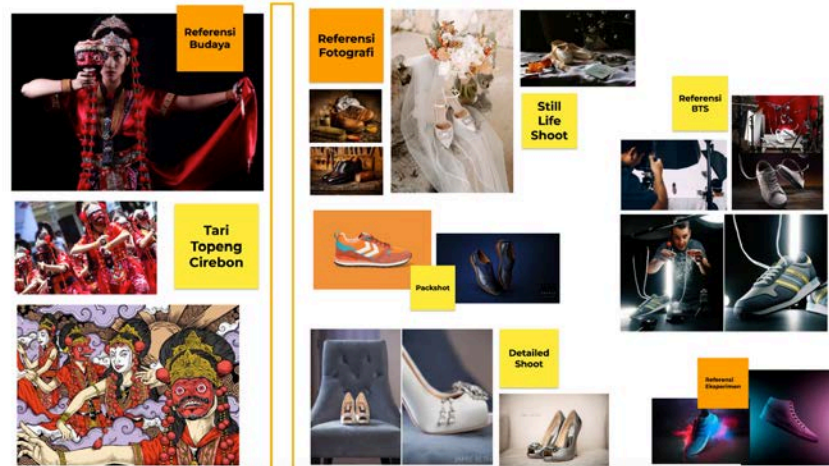
Gambar 3.19 *Big Idea* Perancangan Karya Fotografi Patrobas

Pada kumpulan gambar tersebut, terdapat berbagai informasi yang dimiliki oleh penulis sebagai pembuat konten fotografi untuk melaksanakan tugasnya. Penulis memiliki informasi seputar lokasi sebuah studio, produk yang akan dikomersialisasikan, dan juga informasi penting lainnya. Melalui pencahayaan yang telah diketahui, penulis dapat membuat diagram cahaya dan juga memperkirakan fungsi dari tiap cahaya tersebut.

Selanjutnya, terdapat *note shooting* yaitu objektivitas foto yang harus diprioritaskan. Foto tersebut menyangkut karya fotografi produk yang lengkap dengan detailnya serta foto *Behind the Scene*. Selain itu, terdapat sesi shooting yang terdiri dari bagian penting berupa sesi produk, model, dan juga model bersamaan dengan produknya. Penulis juga membutuhkan referensi terhadap budaya yang diangkat karena minimnya pengetahuan penulis tentang konten fotografi yang akan diambil nantinya.

Selanjutnya, penulis mencari referensi seputar proses pemotretan produk yang akan di foto. Referensi tersebut lebih mencakup foto-foto produk dan juga sedikit seputar *Behind the Scene*. Hal itu dikarenakan tujuan dari foto tersebut adalah pesan komunikasi

yang harus memenuhi beberapa hal. Dengan demikian, berikut adalah rangkuman referensi yang telah dilakukan oleh penulis



Gambar 3.20 Referensi Perancangan Karya Fotografi Patrobas

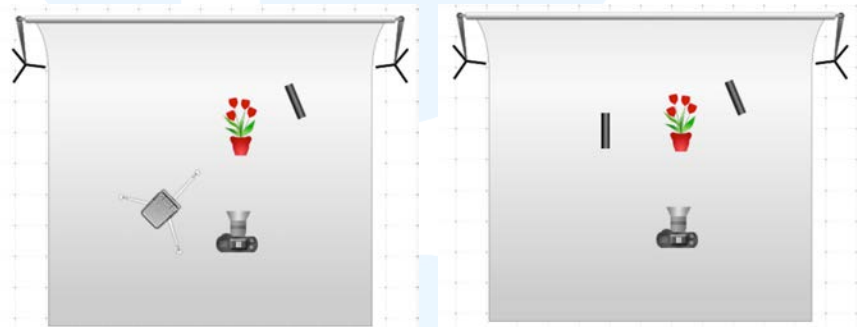
Terdapat cukup banyak referensi fotografi yang dikumpulkan oleh penulis. Referensi tersebut mencakup budaya Cirebon yang terkait dengan model dan produk yang akan dijadikan karya fotografi. Selain itu, penulis juga banyak mencari teknik dan ide fotografi melalui referensi termasuk foto tarian budaya Cirebon dan produk sepatu.

Sepatu Patrobas El Clasico v2 memiliki konsep budaya Cirebon sebagai ciri khas dari seri sepatu Patrobas El Clasico. Dengan demikian, mengetahui beberapa detail seperti tarian, topeng, warna, dan juga motifnya akan mempengaruhi gambaran karya foto yang diciptakan. Selain itu, terdapat model fotografi yang berperan sebagai penari bersamaan dengan sesi foto produk bersama model sebagai bagian dari pesan produknya.

Selanjutnya, penulis mencari berbagai referensi seputar fotografi berupa *still life photography*, *packshot*, dan juga *detailed shoot*. Teknik tersebut umum dilakukan pada fotografi produk karena memiliki pesan yang berbeda pada tiap foto seperti *still life*

menceritakan produk bersama barang pendukungnya, *packshot* untuk memberikan gambaran barang kepada konsumen, dan juga *detailed shoot* untuk menampilkan detail atau keindahan produk dari jarak dekat. Selain itu, penulis juga mencari referensi konten BTS untuk konten perusahaan dan juga ide lainnya seperti penggunaan *rim light* yang ekstrim maupun penggunaan efek dramatis tetapi menggunakan *smoke machine*.

Setelah mengetahui konsep fotografi yang akan dilakukan, penulis kembali menyusun diagram cahaya untuk memandu penulis membuat karya fotografi. Dengan adanya diagram cahaya, gambaran terhadap foto dan eksekusinya tidak akan jauh dari ekspektasi penulis. Selain itu, diagram cahaya juga membuat penulis tidak kehilangan jejak saat mengerjakan karya fotografi.



Gambar 3.21 Diagram Cahaya Fotografi Sepatu Patrobas

Secara umum, terdapat dua teknik pencahayaan yang dapat dipakai selama pengambilan karya foto tersebut. Untuk pembuatan hasil yang dramatis, cahaya utama yang menggunakan Aperture 600w ditembakkan ke produk secara langsung untuk menghasilkan cahaya yang keras dan kuat serta diseimbangkan dengan lampu Nanlite dengan jarak yang lebih dekat. Opsi lain dari penggunaan Aperture 600w adalah sumber cahaya yang ditembakkan ke belakang atau dari belakang untuk menghasilkan karya foto yang *backlighting*.

Selain itu, untuk cahaya yang lebih halus dan merata serta tetap dramatis, lampu yang digunakan adalah dua nanlite. Untuk memperkuat cahaya yang mengenai objek, jarak lampu tersebut dibuat lebih dekat sehingga cahaya tetap halus dan seimbang. Dengan kedua opsi tersebut, pencahayaan sudah cukup fleksibel baik untuk videografi maupun fotografi.

Setelah mempersiapkan keperluan untuk membuat karya fotografi, penulis melaksanakan hari produksi. Dengan demikian, penulis melakukan proses pembuatan karya fotografi berdasarkan panduan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Berikut adalah proses pembuatan karya fotografi yang dimulai dengan karya foto mentah atau RAW.



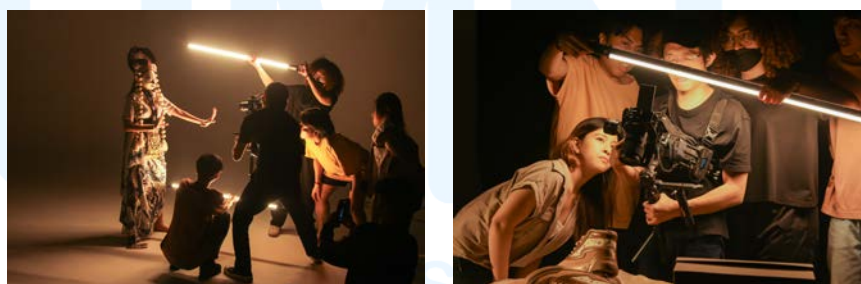
Gambar 3.22 Foto RAW BTS Patrobas

Setelah melakukan proses sortir, penulis memilih 44 dari 736 foto gabungan yang didapatkan. Dengan demikian, penulis melanjutkan proses pengolahan foto tersebut melalui Adobe Lightroom untuk mengatur warna, kontras, gelap terang, dan penyesuaian lainnya agar hasil foto tersebut menarik untuk dilihat. Berikut adalah proses pembuatan foto tersebut.



Gambar 3.23 Proses Pengeditan Foto BTS Patrobas

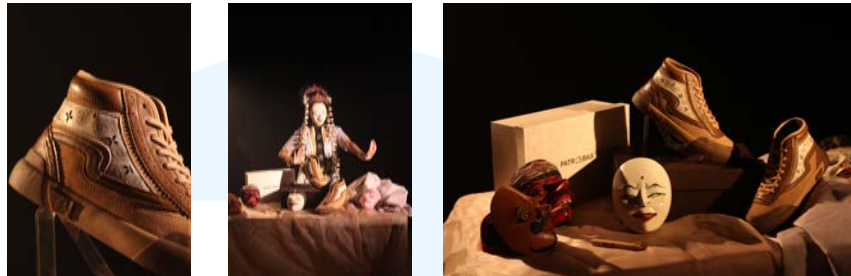
Melalui proses pengeditan, penulis mengunggah hasil foto tersebut ke Google Drive sebagai penyerahan karya ke perusahaan. Dengan demikian, penulis akan menunggu jika terdapat penilaian lebih lanjut terhadap karya foto tersebut untuk diasistensikan atau cukup tanpa asistensi. Secara umum, penyeimbangan *white balance* adalah bagian terpenting pada proses pengeditannya karena warna kuning yang terlalu kuat. Dengan demikian, berikut adalah hasil foto akhir untuk kepentingan dokumentasi pembuatan video.



Gambar 3.24 Foto Final BTS Patrobas

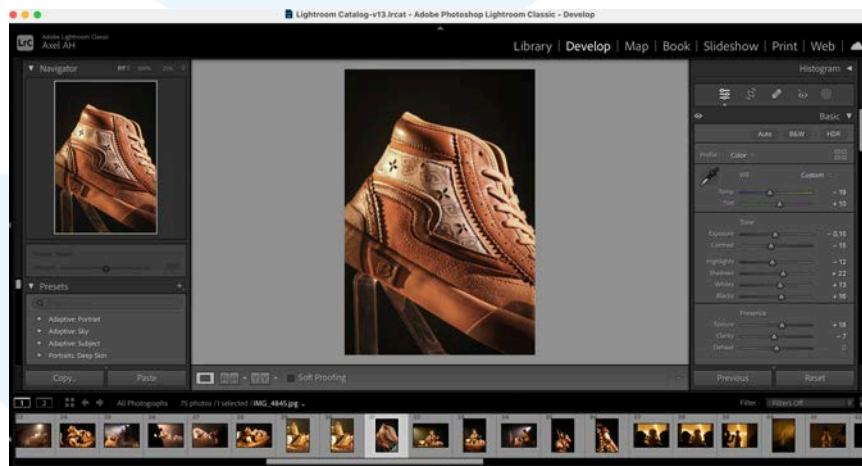
Selain itu, penulis juga berperan sebagai fotografer untuk produk yang dikomersialisasikan. Dalam hal ini, penulis mengambil foto produk sebagai foto komersial yang dapat digunakan oleh klien perusahaan maupun perusahaan itu sendiri. Pada proses pengambilan

foto, berikut adalah beberapa hasil yang sudah didapatkan oleh penulis.



Gambar 3.25 Foto RAW Karya Patrobas

Terdapat 736 foto yang disortir oleh penulis untuk foto BTS dan foto produk komersial. Dengan demikian, terdapat 33 foto produk yang dipilih oleh penulis berdasarkan foto yang sudah didapatkan. Selanjutnya, penulis melakukan proses pengeditan terhadap foto-foto tersebut terutama dalam hal pengaturan gelap terang dan keseimbangan warnanya.



Gambar 3.26 Proses Pengeditan Foto Karya Patrobas

Setelah melakukan berbagai pengeditan terhadap warna dan gelap terang, penulis melakukan *export* foto tersebut agar menjadi karya final. Karya fotografi tersebut terdiri dari foto produk dan juga foto model sebagai metafora dari produk tersebut. Namun, foto

produk menjadi prioritas utama dari penulis saat mengambil foto tersebut.

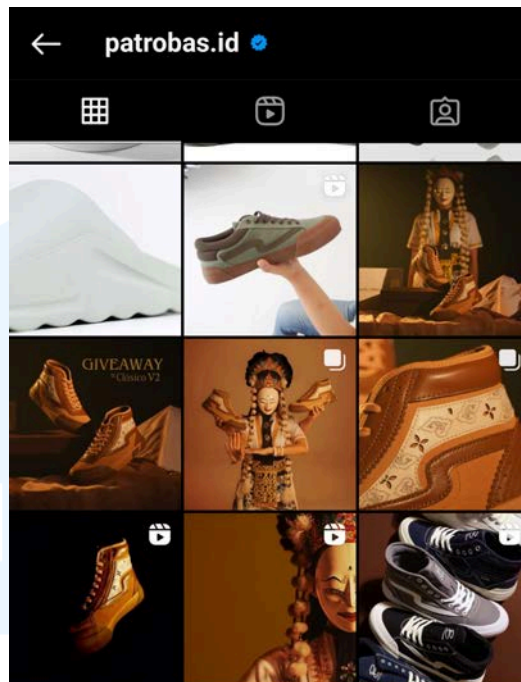


Gambar 3.27 Foto Final Karya Patrobas

Dengan demikian, peran terhadap pembuatan karya fotografi produk sepatu Patrobas hanya sebatas fotografi. Berbeda dengan proyek sebelumnya, penulis melakukan pembuatan konten dalam bentuk fotografi dan videografi. Selain itu, terdapat proyek lainnya yang dilakukan penulis yang membutuhkan fotografi dan videografi maupun salah satu dari bidang tersebut.

Dengan demikian, tentu karya fotografi tersebut perlu dikomersialisasikan agar produk yang dipromosikan dapat mencapai targetnya. Hal tersebut dilakukan oleh Patrobas saat mempromosikan produknya yaitu Patrobas El Clasico v2 yang mereka publikasikan melalui media sosial yaitu Instagram. Dengan demikian, berikut adalah penggunaan karya konten fotografi yang dilakukan pada Patrobas melalui media sosial Instagram.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.28 Implementasi Fotografi Untuk Media Sosial Patrobas
 Sumber: Patrobas (2024)

Selain itu, perusahaan juga menggunakan karya fotografi BTS seperti yang telah didiskusikan. Tujuannya adalah promosi melalui proses pembuatan iklan tersebut. Dengan demikian, berikut adalah implementasi karya fotografi yang digunakan oleh perusahaan pada media sosial mereka.



Gambar 3.29 Implementasi Fotografi Untuk Media Sosial Perusahaan
 Sumber: EUIS Studio (2024)

Tentu, terdapat nilai Desain Komunikasi Visual yang terdapat dalam karya fotografi tersebut. Konten tersebut mengandung nilai persuasi karena karya fotografi tersebut menjelaskan sepatu yang mengandung nilai budaya yang menarik kepada konsumen. Selain itu, terdapat nilai informasi yang terkandung dalam karya fotografi tersebut khususnya bagaimana cara sebuah produk menginterpretasikan nilai budaya melalui pendekatan visual yang diciptakan kepada calon konsumennya.

3.3.1.3 Pembuatan *Company Profile* EUIS Studio

Penulis merupakan mahasiswa DKV yang mengikuti program magang di EUIS Studio. Dengan demikian, penulis juga dipercayakan untuk melakukan pembuatan desain *company profile* baru untuk EUIS Studio. *Company Profile* merupakan sarana komunikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk berhubungan dengan klien melalui sebuah dokumen yang kredibel.

Proyek terhadap *company profile* yang dilakukan oleh penulis dilakukan dalam rentang waktu sekitar dua bulan yaitu mulai dari pertengahan Februari 2024 hingga awal April 2024. Pada proses pembuatannya, penulis diarahkan oleh dua *supervisor* yaitu *supervisor* magang dan *supervisor company profile* tersebut. Dengan demikian, penulis melakukan banyak komunikasi bersama kelompok tersebut selama mengerjakan *company portfolio* baik secara luring maupun daring.

Perancangan *company profile* tentu dilakukan melalui berbagai tahap proses pembuatan desain. Proses tersebut melalui lima tahapan pembuatan karya desain grafis menurut Landa (2014) yaitu *orientation, analysis, conception, design*, dan juga *implementation*. Namun, perancangan tersebut memiliki perbedaan dan diadaptasikan dengan proses perancangan yang digunakan oleh perusahaan.

Pada tahapan *orientation* hingga *conception*, proses tersebut dilakukan oleh penulis bersama perusahaan hingga tahapan *design* yang dilakukan sendiri oleh penulis melalui revisi *supervisor*. Oleh karena itu, tahapan *orientation*, merancang gambaran tentang bagaimana gambaran besar dari *company profile* sebagai berikut.

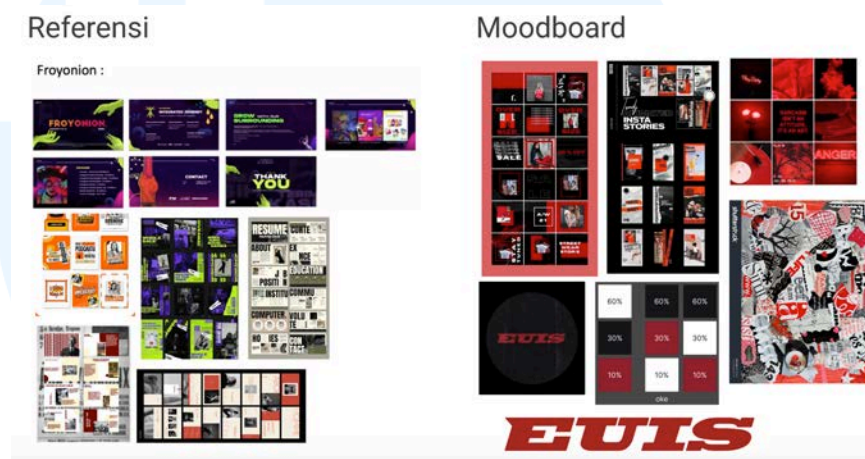


Gambar 3.30 *Big Idea Company Profile*

Big Idea tersebut berisi tentang tahapan dalam merencanakan gambaran besar *company profile*. Dengan demikian, terdapat tiga tahapan utama yang menjadi tujuan dari *company profile* yaitu media, tampilan, dan juga caranya untuk menarik perhatian. Dengan demikian, terdapat tiga aspek lainnya yang menyangkut isi, pikiran, dan juga perasaan terkait *company profile*.

Sebagai media utama, terdapat beberapa opsi yang dapat digunakan. Namun, perusahaan memilih *file* dengan bentuk pdf untuk *company profile* mereka karena sesuai dengan kebutuhan komunikasi mereka dengan pasar sekaligus tidak memakan biaya yang besar. Selain itu, pencarian ide yang memuat tampilan dan daya tarik juga dilakukan berdasarkan keunikan yang dimiliki oleh perusahaan dan penawaran profesional untuk menyelesaikan masalah klien.

Selanjutnya, proses pembuatan desain dilanjutkan pada tahap kedua yaitu *analysis*. Dengan demikian, penulis dan juga *supervisor* memberikan gambaran dari referensi dan *moodboard* yang telah dikumpulkan. Referensi dan *moodboard* tersebut digunakan untuk memberikan gambaran besar lainnya pada penulis tentang seperti apa *company profile* EUIS Studio akan diciptakan.



Gambar 3.31 Referensi dan *Moodboard Company Profile*

Supervisor perusahaan memberikan rekomendasi berupa *company profile* yang dimiliki oleh Fryonion sebagai referensi utamanya. Hal itu dikarenakan bentuk desain yang menarik dan mencerminkan perusahaan tersebut dikemas dengan aset visual yang konsisten. Namun, terdapat pendekatan referensi seperti kertas yang disetujui oleh perusahaan seperti yang terdapat pada referensi lainnya.

Selain itu, *moodboard* dari *company profile* juga cenderung diisi oleh warna hitam, merah, dan juga putih. Hal tersebut disesuaikan dengan warna perusahaan yang memiliki warna utama merah marun sebagai warna daya tariknya. Oleh karena itu, terdapat beberapa *moodboard* yang memiliki gaya serupa dengan visualisasi kertas abstrak serta tulisan yang digunakan sebagai referensi *moodboard*.

Setelah mendapatkan dan mengumpulkan referensi serta *moodboard* bersama, proses pembuatan *company profile* lanjut ketahap berikutnya. Proses pembuatan *company profile* dilanjutkan pada tahap *conception* yang mengandung konten dan detail apa saja yang terdapat di dalam *company profile*. Proses tersebut dilakukan oleh penulis dan supervisor sebelum melaksanakan *meeting* serta menjelaskan pendapat masing-masing setelah melaksanakan rapat tersebut.

Dengan demikian, penulis merangkum beberapa konten berdasarkan referensi sebelumnya. Hal itu juga dilakukan oleh supervisor yang merancang konsep lebih detail. Karena penulis mengumpulkan isi konten hanya berdasarkan tulisan, berikut adalah tabel isi konten yang dikumpulkan oleh penulis.

Tabel 3.3 Konten *Company Profile*

No.	Konten <i>Company Profile</i>		
	Halaman	Penulis	Supervisor Perusahaan
1	Cover Depan	Tampilan visual menarik EUIS Studio	Desain EUIS Studio
2	Hal. 1	Kata-kata / <i>quote</i> sambutan dari EUIS	About EUIS Studio
3	Hal. 2	Tentang perusahaan	VISI & MISI Perusahaan
4	Hal. 3	Layanan yang diberikan perusahaan	Our Services
5	Hal. 4	Logo kerja sama perusahaan	Our Client
6	Hal. 5	Kontak Perusahaan	Our Contact
7.	Cover Belakang	sekaligus penutup	Thank You

Secara umum, isi konten yang ditawarkan penulis dan juga supervisor tersebut cenderung identik karena memiliki referensi yang serupa. Secara struktur, keduanya memiliki kemiripan tentang pesan, layanan, promosi, hingga kontak sampai penutupnya. Oleh karena itu, penulis dan juga supervisor akan mendiskusikan konten masing-masing serta menjadikan isi konten tersebut semakin jelas pada bagian berikutnya.

Konten tersebut didiskusikan bersama supervisor berdasarkan isi konten yang telah mereka rancang. Terdapat naskah sementara dan juga judul seputar konten apa yang ingin dimasukkan ke dalam *company profile* beserta tujuannya. Untuk itu, berikut adalah gambaran dan juga peletakkan aset berdasarkan konsep yang telah didiskusikan.



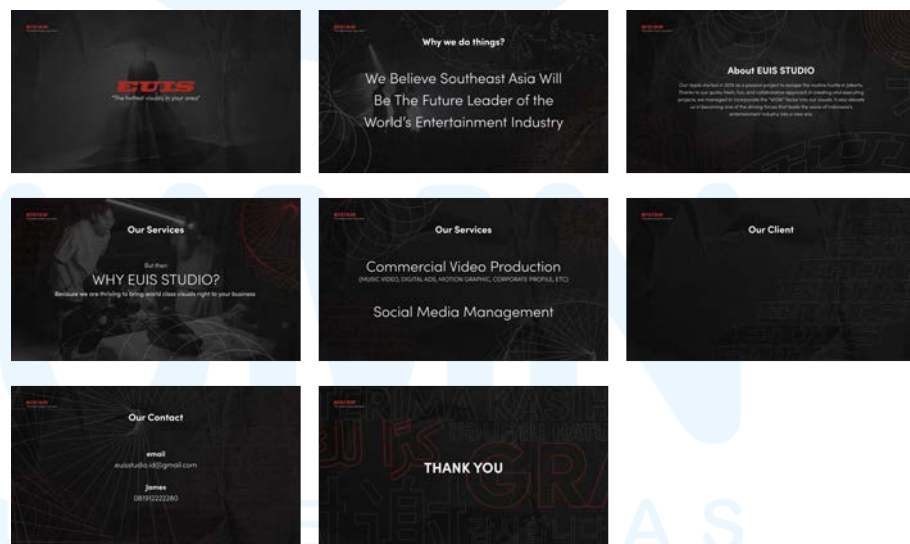
Gambar 3.32 Briefing Company Profile

Company profile terdiri dari beberapa bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada kliennya. Bagian-bagian tersebut terdiri dari sampul pembuka, penjelasan perusahaan yang persuasif, kerja sama perusahaan, kontak perusahaan, dan juga sampul penutup. Dengan demikian, penulis perlu membuat desain dan juga

mengumpulkan perusahaan-perusahaan yang sudah bekerja sama dengan perusahaan berdasarkan daftar yang telah diberikan.

Setelah memiliki gambaran konseptual, penulis melanjutkan proses perancangan *company portfolio* ke tahap berikutnya. Tahap tersebut merupakan proses pembuatan desain untuk *company profile*. Dengan demikian, Berikut adalah proses pembuatan desain *company profile* yang dilakukan oleh penulis.

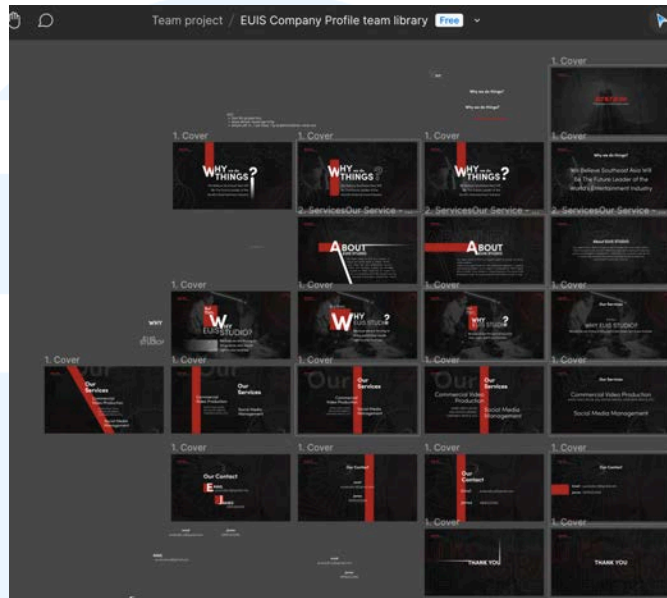
Saat memulai pengerjaan *company profile*, penulis menggunakan Figma sebagai dasar pembuatan desain dan juga Adobe Illustrator untuk membuat aset serta supergrafik. Dengan demikian, penulis memulai pembuatan desain dengan konsep apa adanya berdasarkan briefing awal kepada kelompok. Pembuatan desain tersebut tidak termasuk halaman klien perusahaan karena penulis yang belum menerima daftar perusahaan tersebut.



Gambar 3.33 Desain Awal *Company Profile*

Melalui desain tersebut, terdapat beberapa halaman diterima seperti halaman sampul awal dan juga konsep sampul penutup. Namun, terdapat kesalahpahaman yang diterima oleh penulis. Penulis menerjemahkan panduan desain tersebut sebagai desain akhir yang

akan direalisasikan. Dengan demikian, penulis mendapatkan revisi untuk membuat opsi desain untuk setiap halaman berdasarkan identitas visual perusahaan.



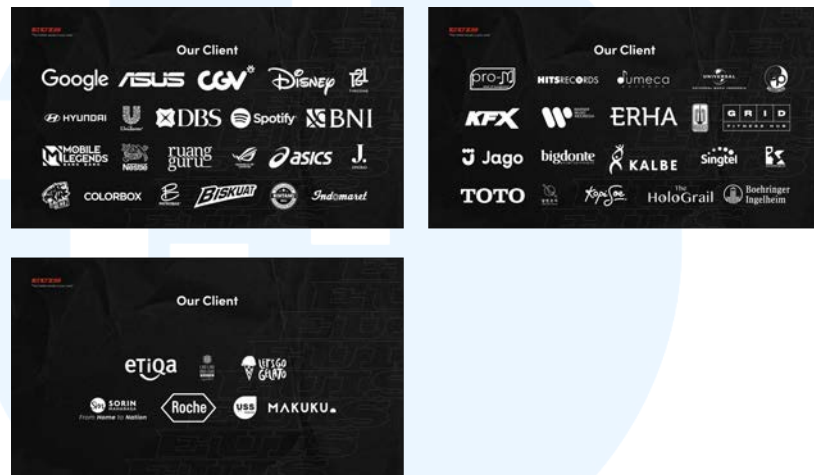
Gambar 3.34 Alternatif Desain *Company Profile*

Terdapat berbagai alternatif desain yang dikerjakan oleh penulis pada setiap bagian halamannya. Harapannya adalah agar penulis menerima opsi desain sehingga tidak memerlukan revisi lebih lanjut. Selain itu, penulis juga melakukan pengumpulan logo perusahaan yang bekerja sama dengan perusahaan yang nantinya akan digunakan untuk halaman *our client*.



Gambar 3.35 Logo-Logo Perusahaan Untuk Halaman *Our Client*

Logo-logo tersebut dikumpulkan penulis berdasarkan tabel yang diberikan oleh perusahaan. Selanjutnya penulis melakukan penyesuaian pada setiap logo tersebut untuk digunakan kedalam *company portfolio*. Penyesuaian tersebut dilakukan dengan mengubah logo tersebut menjadi warna putih dan sederhana.



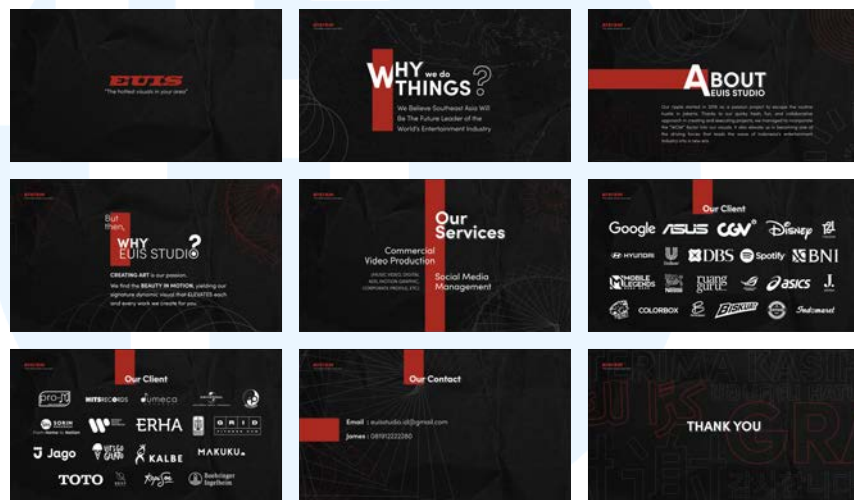
Gambar 3.36 Adaptasi Logo-Logo Perusahaan Untuk Halaman *Our Client*

Penulis juga melakukan penyesuaian ukuran terhadap setiap logo agar dapat digunakan ke dalam *company portfolio*. Namun, penulis kembali mendapatkan masukan untuk mengeluarkan beberapa logo yang sudah dimasukkan. Dengan demikian, berikut adalah desain ketiga *company portfolio* yang sudah melalui pemilihan alternatif desain dan memiliki pilihan logo terbaru didalamnya.



Gambar 3.37 Revisi Ketiga *Company Profile*

Penulis mendapatkan kembali permintaan untuk membuat alternatif desain pada *company portfolio*. Perbedaan desain tersebut awalnya adalah penggunaan foto sebagai aset desain yang digunakan dan juga menghilangkan logo perusahaan sebagai aset latar belakang. Dengan demikian, berikut adalah alternatif desain yang dibuat oleh penulis berdasarkan asistensi yang diterima.



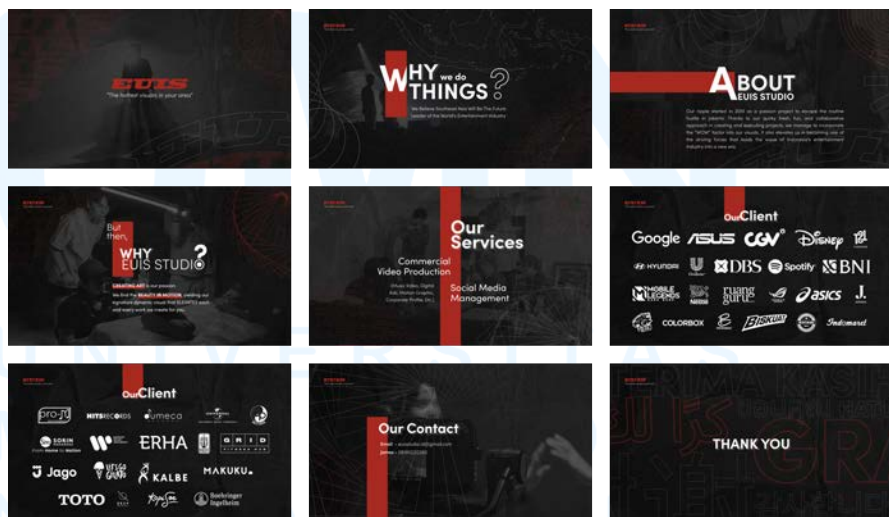
Gambar 3.38 Alternatif Revisi Ketiga *Company Profile*

Setelah melalui beberapa waktu, penulis kembali mendapatkan kabar untuk menggunakan alternatif desain yang menggunakan foto sebagai desain final yang ditentukan perusahaan. Selain itu, penulis juga mendapatkan asistensi terakhir terhadap desain *company profile*. Perubahan tersebut terdapat pada asistensi penulisan yang final, penyesuaian ukuran *font*, dan juga perubahan beberapa desain agar lebih konsisten. Berikut adalah hasil akhir dari desain *company portfolio* yang dikerjakan oleh penulis.



Gambar 3.39 Desain Akhir *Company Profile*

Setelah pengajuan desain akhir dari *company profile* yang telah disetujui, terdapat beberapa perubahan kecil yang ditentukan oleh perusahaan. Perubahan tersebut melibatkan beberapa tulisan pada halaman *About EUIS Studio*, tanda baca pada *Our Contact*, dan juga ukuran *font* pada *Our Services*. Dengan demikian, berikut adalah hasil penulisan terakhir yang telah diasistensikan setelah desain yang tidak berubah jika dibandingkan dengan proses sebelumnya.



Gambar 3.40 Adaptasi Desain Akhir *Company Profile*

Dengan demikian, desain dari *company profile* telah dikerjakan oleh penulis. Walaupun terdapat permasalahan dalam

export file dalam bentuk pdf yang tidak mengakses gambar melalui *software* IOS, tetapi masalah tersebut sudah diselesaikan. Penyelesaian desain dari *company profile* akan dilanjutkan dengan proyek desain *company portfolio* baru.

Selain itu, tahapan terakhir dari perancangan desain Landa merupakan *implementation*. Pada tahap tersebut, supervisor hanya mengungkapkan sistem kerja dan cara penggunaan *company profile*. Proses tersebut dengan memberikan *file* pdf kepada calon klien pada komunikasi yang mereka lakukan.

Tentu, desain tersebut juga mempertimbangkan nilai-nilai dari tiga pilar Desain Komunikasi Visual yang terdapat didalamnya selama proses pembuatannya. Tampilan desain tersebut diharapkan dapat memberikan klien perusahaan sebuah pengenalan lebih lanjut tentang perusahaan tersebut yang mencakup sarana identifikasi dan informasi. Selain itu, sarana identifikasi dan informasi tersebut memiliki tujuan promosi perusahaan secara singkat yang diperkuat dengan proyek selanjutnya yaitu *company portfolio*.

3.3.1.4 Pembuatan *Company Portfolio* EUIS Studio

Company Portfolio merupakan rangkuman karya pilihan yang telah diciptakan oleh EUIS Studio. Dengan demikian, penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat desain *company portfolio* sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan calon klien. Untuk itu, penulis kembali membentuk kelompok bersama supervisor dan anggota perusahaan lainnya.

Perancangan *company portfolio* juga dilakukan melalui beberapa proses pembuatan karya desain. Proses tersebut meliputi teori yang dimiliki oleh Robin Landa dan juga adaptasi yang dilakukan bersama perusahaan. Dengan demikian, tahapan

perancangan *company portfolio* juga meliputi *orientation*, *analysis*, *conception*, *design*, dan juga *implementation* (Landa, 2014).

Pada perancangan *company portfolio*, penulis mengikuti berbagai pertemuan yang diadakan bersama perusahaan sebagai tahapan awal perancangan. Pertemuan tersebut membahas *briefing* awal tentang bentuk rancangan *company portfolio* dan juga konten apa saja yang terdapat didalamnya. Dengan demikian, Konten tersebut meliputi tahapan perancangan desain yang ada yaitu *orientation*, *analysis*, dan juga *conception*.

Pada hasil diskusi awal, perancangan *orientation* ditujukan pada pengerjaan *big idea* yang berfokus pada penjualan karya milik perusahaan. Perancangan tersebut cukup identik dengan *company profile*, tetapi memiliki perbedaan spesifik karena *company portfolio* mengandung lebih banyak informasi karya. Namun, *company portfolio* tetap harus memiliki keunggulan dalam menjangkau klien karena perbedaan sistem konten yang terdapat didalamnya. Dengan demikian, berikut adalah gambaran *big idea* dari *company portfolio* tersebut.



Gambar 3.41 *Big Idea Company Portfolio*

Proses pencarian ide melalui *big idea* dilakukan dengan mengimprovisasi *company profile* yang telah dibuat sebelumnya. Hal

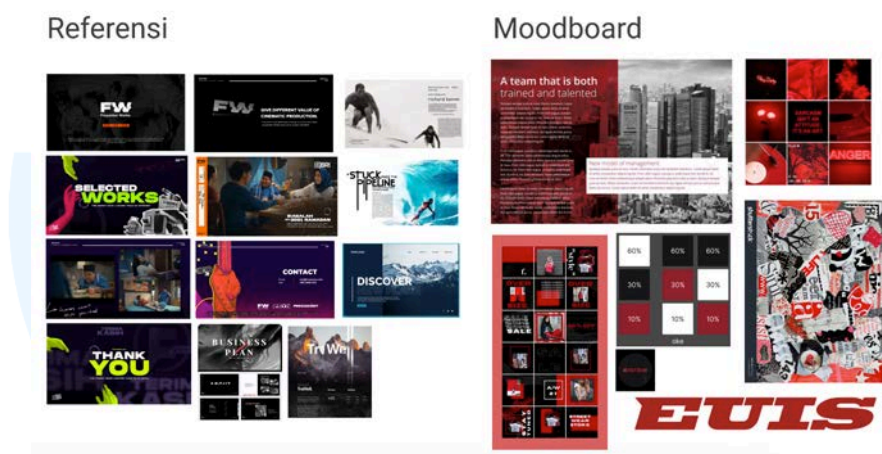
itu dilakukan mengingat banyaknya hal yang identik antara *company profile* dan juga *company portfolio* termasuk tujuan solusi desain yang ditawarkan. Selain itu, *company portfolio* berfungsi sebagai pelengkap *company profile* yang hanya memiliki informasi terbatas tentang karya perusahaan.

Dengan demikian, media yang digunakan oleh perusahaan setelah melalui diskusi ide tersebut adalah tetap menggunakan dokumen *pdf*. Hal itu dikarenakan rencana perusahaan yang akan memberikan promosi kepada klien dengan *company profile* dan *company portfolio* secara bersamaan. Dengan demikian, pencarian ide terhadap *company portfolio* akan memanfaatkan media sosial sebagai pendukung tambahan setelah mempertimbangkan kekurangan dokumen *pdf* yang tidak fleksibel terhadap portofolio perusahaan berupa video.

Selanjutnya, *company portfolio* diharapkan dapat memberikan impresi positif terhadap klien sebagai tujuan utama menarik minat klien kepada perusahaan. Berdasarkan ide yang telah ditentukan, nilai jual melalui kerja sama perusahaan terkenal maupun klien terkenal dapat meningkatkan nilai jual tersebut disertai oleh penjelasan yang menjual. Selain itu, informasi yang lebih lengkap berperan penting dalam memenuhi kekurangan *company profile* yang tidak secara detail menceritakan sebuah karya.

Ketertarikan klien harus dilanjutkan dengan komunikasi lebih lanjut agar memberikan keuntungan kepada perusahaan. Oleh karena itu, terdapat ide menarik dengan memanfaatkan kode QR sebagai aksi kepada klien untuk menghubungi perusahaan sekaligus melihat karya lain perusahaan melalui media sosial mereka. Dengan demikian, alur *company portfolio* memiliki tujuan yang jelas dalam memikat klien lebih lanjut.

Selanjutnya merupakan tahap *analysis* dalam perancangan desain. Tahapan tersebut dilakukan penulis dengan cara mencari referensi dan juga *moodboard* untuk *company portfolio*. Dengan demikian, berikut adalah tampilan dari referensi dan juga *moodboard* yang sudah dibuat oleh penulis.



Gambar 3.42 Referensi dan *Moodboard Company Portfolio*

Sebelum melakukan proses pencarian referensi, supervisor mengarahkan penulis untuk menggunakan referensi portofolio milik Fryonion sebagai referensi utama. Dengan demikian, penulis melanjutkan proses pencarian referensi dengan menggunakan portofolio Fryonion sebagai referensi utama dan referensi lainnya yang menggunakan gambar serta penjelasan sebagai komponen desain utamanya. Hal itu dilakukan karena pendekatan desain yang ingin digunakan oleh penulis adalah dengan memanfaatkan gambar dan penjelasan terhadap karya tersebut.

Selain itu, *moodboard* pada *company portfolio* sangat identik dengan *company profile*. Hal itu dilakukan karena permintaan supervisor untuk menggunakan desain yang konsisten seperti yang telah dikerjakan pada *company profile*. Dengan demikian, penulis hanya menambahkan sebuah bentuk desain yang memanfaatkan foto

dan juga deskripsi dengan warna yang identik untuk memberikan *mood* yang diharapkan dari *company portfolio*.

Setelah membuat gambaran dari perancangan *company portfolio*, penulis melakukan perancangan isi konten sebagai bagian dari tahapan *conception*. Pada tahapan tersebut, penulis merangkum gambaran besar isi konten dari referensi perusahaan berdasarkan referensi yang sudah dikumpulkan sebelumnya. Berikut adalah perancangan gambaran isi konten yang dibuat oleh penulis.

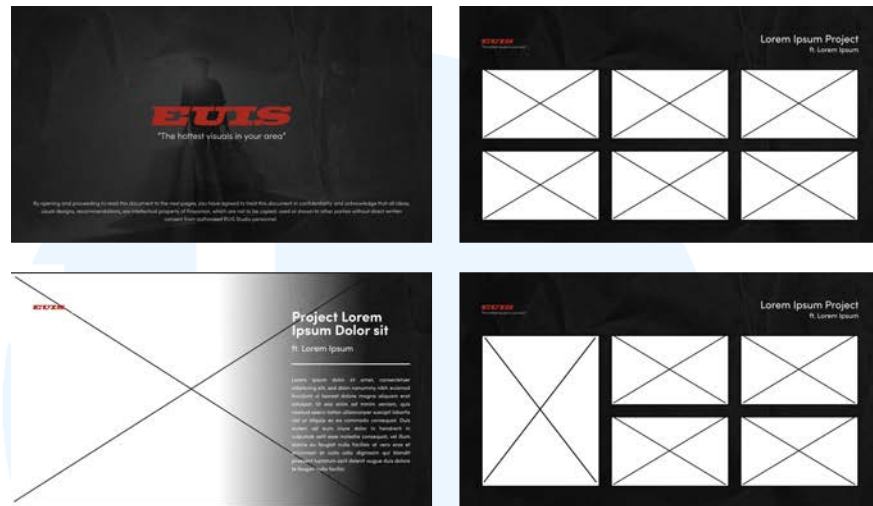
Tabel 3.4 Konten *Company Portfolio*

Halaman	Isi Konten
Cover Depan	Logo EUIS Studio + Company Portfolio
Hal. 1	Tulisan Karya terpilih / Selected Work
Hal. Portofolio berulang	Pilihan berbagai karya dan juga halaman galerinya
Hal. Clickbait	menggunakan QR code atau kontak perusahaan
Penutup	Terima Kasih

Company Portfolio terdiri dari beberapa bagian sederhana yaitu sampul depan, halaman pilihan karya, karya dan penjelasans, dokumentasi karya, halaman situs QR ke Instagram perusahaan, dan juga halaman penutup. Dengan demikian, penulis memulai pembuatan *company portfolio* seperti membuat *low fidelity wireframe*. Tujuannya adalah mengetahui tata letak awal desain *company portfolio* agar dapat dilanjutkan dengan konten yang sedang dipersiapkan.

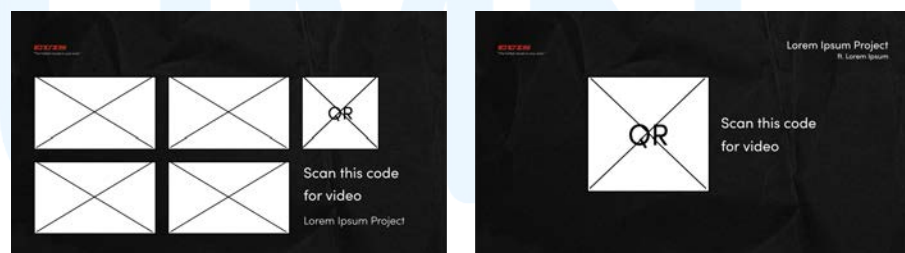
Selanjutnya, penulis melakukan tahapan selanjutnya dalam perancangan *company portfolio* yaitu tahap perancangan atau *design*. Tahapan tersebut dilakukan setelah mengetahui setiap gambaran yang dimiliki oleh penulis. Pada tahapan perancangan tersebut, penulis

membuat tampilan awal terlebih dahulu untuk membuat *layout* yang dapat dinilai oleh perusahaan sebagai berikut.



Gambar 3.43 Desain Tampilan Dasar *Low-Fidelity Company Portfolio*

Pada tampilan dasar tersebut, bagian sampul depan menggunakan desain yang sama seperti *company profile* untuk sementara. Selanjutnya, penulis merancang tampilan pembuka untuk *cover* setiap karya yang disertai oleh judul, klien, dan juga penjelasannya. Selain itu, penulis juga merancang tampilan galeri yang berisi rangkuman foto proses pembuatan karya perusahaan.

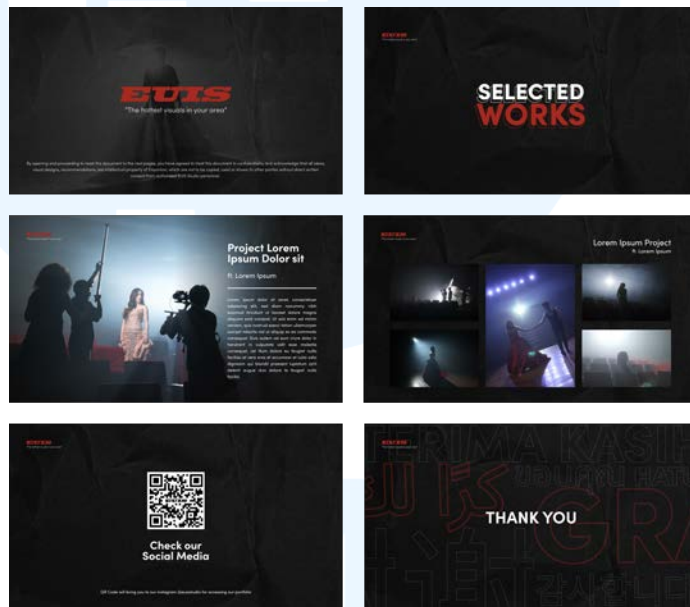


Gambar 3.44 Desain Tampilan Konten *Low-Fidelity Company Portfolio*

Selanjutnya, penulis merancang alternatif terhadap desain galeri. Alternatif tersebut memanfaatkan tampilan kode QR pada tampilan galeri yang merujuk kepada karya akhir tersebut. Selain itu, penulis juga membuat halaman khusus yang hanya menampilkan kode QR pada satu halaman penuh. Berdasarkan asistensi yang dilakukan

bersama kelompok, disepakati jika bagian kode QR hanya digunakan satu kali pada halaman akhir sebagai penutup yang merujuk kepada Instagram perusahaan.

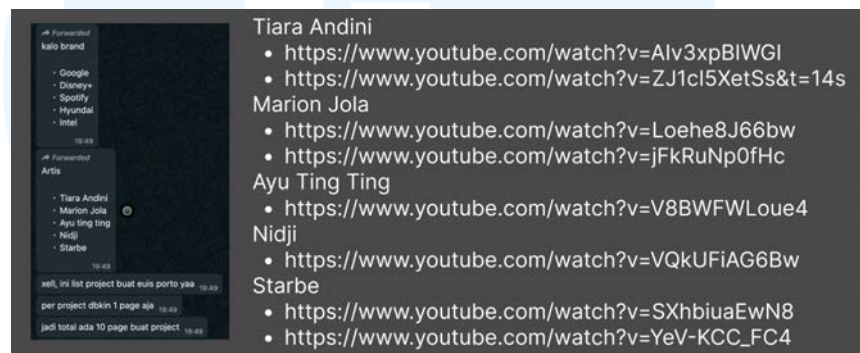
Penulis melanjutkan proyek tersebut ke tahap selanjutnya yaitu membuat tampilan akhir seperti *high-fidelity wireframe*. Tujuan pembuatan desain tersebut adalah mempermudah kelompok dan supervisor untuk menganalisa bagaimana sistem desainnya bekerja. Dengan demikian, penulis merancang desain tahap awal untuk *company portfolio* sebagai berikut.



Gambar 3.45 Tampilan Desain *High-Fidelity Company Portfolio*

Melalui asistensi yang dilakukan, penulis menerima informasi jika desain tersebut cukup aman untuk digunakan. Namun, penulis diberikan ekspektasi jika akan terdapat revisi pada latar belakang halaman, sistem desain, *layout* galeri, dan juga deskripsi yang tidak akan sepanjang desain sementara tersebut. Dengan demikian, penulis kembali melakukan revisi setelah mendapatkan masukan tersebut.

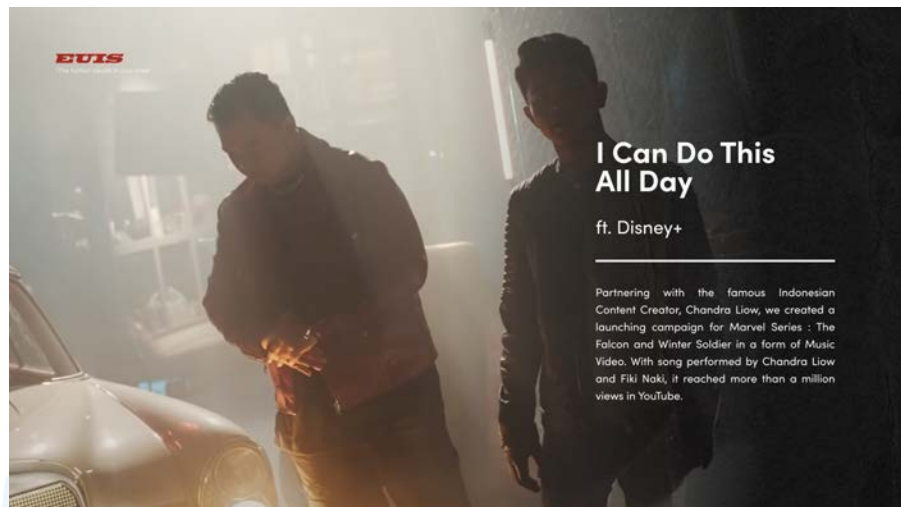
Selanjutnya, penulis menerima informasi lebih lanjut untuk mengerjakan *company portfolio*. Perusahaan memberikan sepuluh judul proyek mereka yang akan digunakan pada *company portfolio* mereka berdasarkan klien dan artisnya. Berbagai klien tersebut diberikan melalui pesan media sosial yang terdiri dari lima proyek perusahaan dan juga lima proyek bersama artis terpilih. Penulis juga merangkum video musik apa saja yang berkaitan dengan EUIS Studio untuk mempermudah pekerjaan.



Gambar 3.46 Briefing Isi *Company Portfolio* Dan Proses Pencariannya

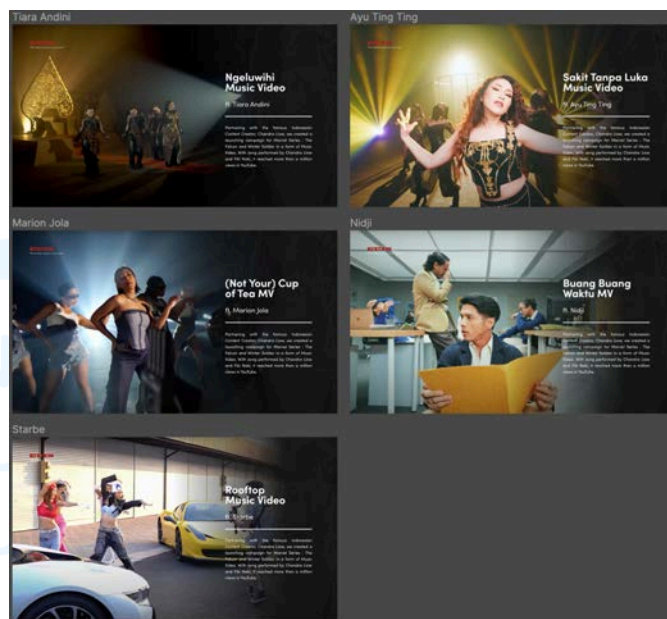
Dengan demikian, penulis melanjutkan pengerjaan *company portfolio* dengan mengumpulkan berbagai proyek perusahaan melalui karya yang sudah dipublikasikan ke media sosial. Selain itu, perusahaan juga memberikan masukan sementara untuk menggunakan satu halaman untuk setiap proyeknya. Selain itu, perusahaan juga memberikan satu contoh *copywriting* pada salah satu proyek sebagai contoh kepada penulis untuk dikerjakan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.47 Contoh Halaman Karya *Portfolio* Lengkap

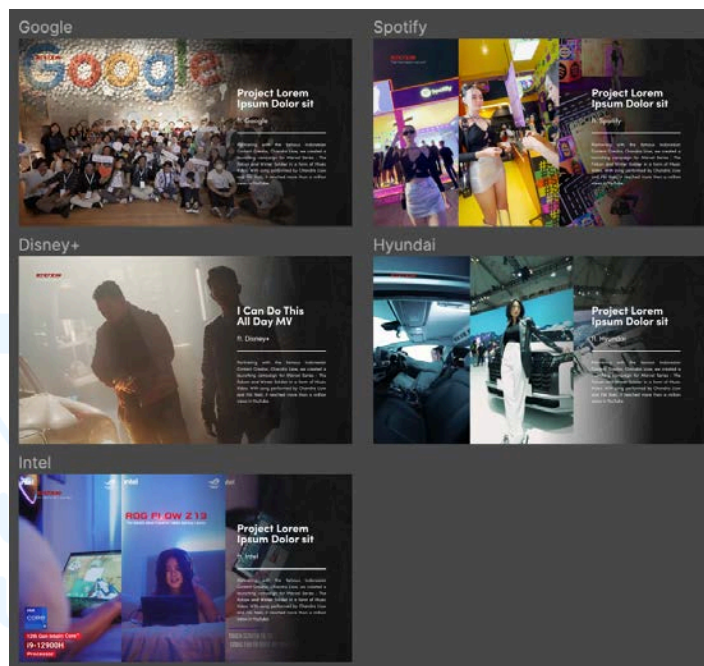
Setelah mengumpulkan dokumentasi setiap proyek perusahaan, penulis mulai menyusun proyek tersebut ke dalam halaman yang telah dipersiapkan. Penulis memasukkan setiap proyek tersebut dan mengubah judul sementara menjadi judul yang sesuai dengan proyek tersebut. Dengan demikian, berikut adalah rangkuman sementara dari setiap karya artis terpilih yang telah dilakukan oleh perusahaan.



Gambar 3.48 Rangkuman Artis Untuk *Company Portfolio*

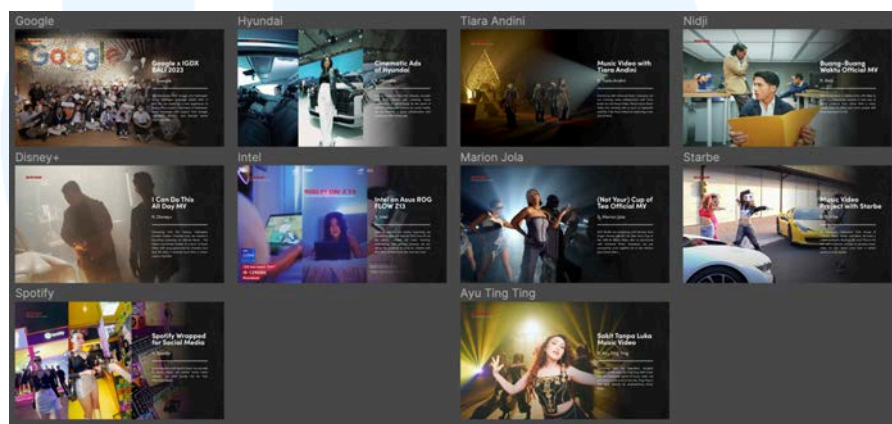
Selama penulis melakukan pencarian proyek berdasarkan daftar yang diberikan perusahaan, terdapat kendala yang dialami oleh penulis. Kendala tersebut terkait dengan pencarian proyek kolaborasi perusahaan bersama Google, Spotify, Hyundai, dan juga Intel. Dengan demikian, penulis kembali melakukan konfirmasi kepada perusahaan agar dapat mengetahui proyek apa saja yang mereka lakukan bersama perusahaan tersebut untuk melanjutkan *company portfolio*.

Setelah mendapatkan informasi berupa setiap proyek yang telah dilakukan bersama perusahaan, penulis kembali mendapatkan foto proyek tersebut dan memasukkannya ke dalam *company portfolio*. Karena beberapa proyek tersebut didokumentasikan dengan *layout portrait*, maka desain yang diarahkan kepada penulis adalah untuk membuat kolase atau gabungan beberapa foto. Dengan demikian, berikut adalah hasil sementara proyek tersebut setelah dimasukkan ke dalam *company portfolio*.



Gambar 3.49 Penambahan Gambar *Company Portfolio*

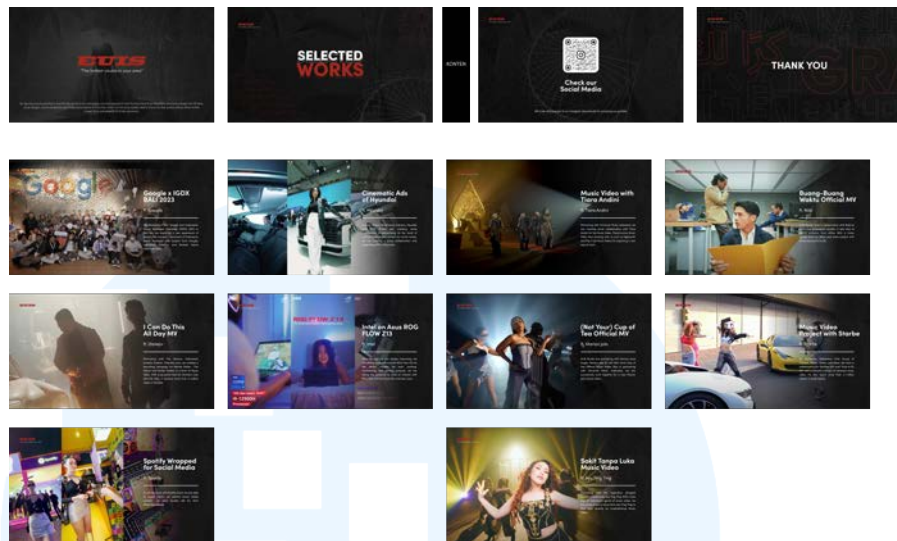
Pada gambar tersebut, setiap konten yang berkaitan dengan perusahaan telah dimasukkan. Proyek tersebut dilakukan perusahaan dengan melakukan kolaborasi dengan proyek lainnya yaitu Google, Spotify, Disney+, Hyundai, dan juga Intel. Melalui gabungan proyek tersebut, penulis dapat melanjutkan proses pengerjaan *company portfolio* dengan memberikan judul dan juga penjelasan kepada setiap proyek yang telah dibuat.



Gambar 3.50 Penambahan Judul dan Deskripsi Karya

Setelah mengumpulkan setiap konten, penulis kembali mencari setiap konten kolaborasi yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuannya adalah untuk menentukan judul proyek video dan juga deskripsi yang terkait dengan perancangan. Setelah menambahkan deskripsi, penulis melakukan finalisasi desain terhadap desain *company portfolio* secara keseluruhan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.51 Penyelesaian *Company Portfolio*

Selanjutnya, halaman karya terdapat pada bagian bawah dengan sepuluh karya pilihan perusahaan dan menghilangkan halaman foto menurut diskusi yang telah dilakukan. Dengan demikian, halaman yang mengandung pilihan foto dihilangkan dan digantikan dengan lebih banyak karya yang ditampilkan. Dengan demikian, penjelasan sebuah karya dituliskan langsung pada halaman awal deskripsi karya tersebut.

Setelah penulis menambahkan penjelasan, penulis juga kembali menambahkan tambahan desain pada halaman awal dan akhir. Penambahan tersebut dilakukan pada halaman *cover* dan *selected work* dengan bahasa desain perusahaan serta penambahan desain grafis pada halaman penutup seperti kode QR. Kode QR tersebut akan mengarahkan audiens pada media sosial yang dapat memperlihatkan karya-karya perusahaan secara langsung.

Dengan demikian, *company portfolio* tetap mengutamakan tiga pilar Desain Komunikasi Visual sebagai indikator penyampaian pesannya kepada klien. Sebagai pelengkap *company profile*, *company portfolio* memiliki lebih banyak informasi seputar kerja sama yang dilakukan oleh perusahaan bersama perusahaan maupun musisi

lainnya. Informasi tersebut menyangkut detail setiap proyek pilihan yang telah dikerjakan untuk memikat klien. Oleh karena itu, *company portfolio* tetap memiliki nilai promosi, informasi yang lebih banyak, dan juga identifikasi terhadap kinerja perusahaan kepada kliennya.

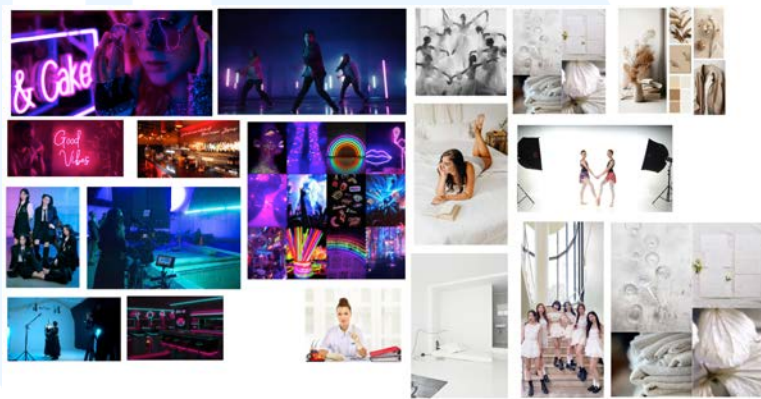
3.3.1.5 Pembuatan Media Sosial Fotografi Dan Videografi BTS Dari Pembuatan Video Musik Get Over Him Oleh Ziva

Pada bulan April 2024, Universal Music Indonesia melakukan pembuatan video musik baru bersama Ziva yang berjudul *Get Over Him*. Dengan demikian, proyek pembuatan video tersebut dilakukan bersama EUIS Studio sebagai *Production House* yang bertanggung jawab untuk berkolaborasi. Selain itu, terdapat permintaan tambahan dari klien berupa konten BTS yang dilakukan langsung bersama perusahaan.

Melalui permintaan tersebut, penulis memiliki peran dan tanggung jawab lebih untuk berkontribusi dalam pembuatan konten media sosial dan juga video BTS. Hal itu dikarenakan klien yang membayar perusahaan dan meminta mereka untuk membuat konten BTS baik dalam bentuk fotografi maupun videografi. Dengan demikian, kebutuhan konten tersebut juga tidak hanya akan digunakan oleh perusahaan tetapi juga oleh klien mereka.

Perancangan konten BTS tersebut diawali oleh beberapa proses perancangan karya fotografi dan videografi yang telah dipelajari oleh penulis dalam perkuliahan. Namun, terdapat adaptasi yang dilakukan berdasarkan sistem perusahaan tersebut. Melalui seriusnya posisi konten yang membawa tanggung jawab terhadap perusahaan dan juga klien, persiapan untuk pembuatan konten fotografi serta video BTS menjadi hal yang harus diperhatikan dengan baik.

Pada tahapan awal perancangan konten, penulis dan perusahaan mengadakan diskusi awal. Diskusi tersebut bertujuan untuk mengetahui gambaran besar seperti yang sudah dirancang pada karya sebelumnya. Dengan demikian, berikut adalah hasil diskusi dari penulis dan perusahaan terhadap proyek pembuatan konten videografi dan fotografi BTS tersebut.

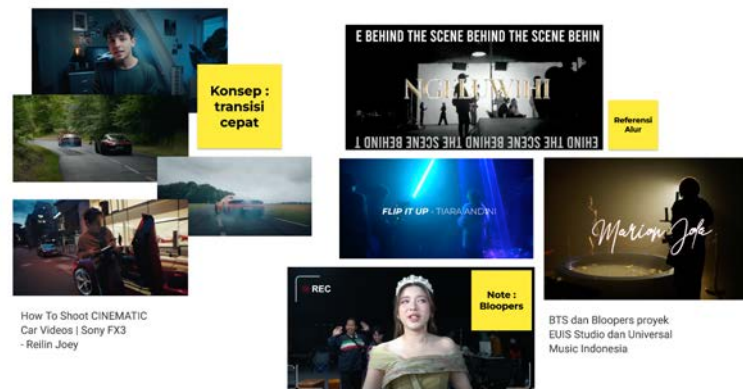


Gambar 3.52 *Moodboard* Perancangan Karya Video dan Fotografi Ziva

Secara umum, terdapat dua *mood* yang ditampilkan pada satu *moodboard* untuk pembuatan video musik *Get Over Him* oleh Ziva. Pertama, suasana tempat dan latarnya akan memiliki kesan neon yang terang dan penuh warna kontras. Selain itu, suasana lainnya yang digunakan untuk pembuatan video musik tersebut adalah putih dan warna krem yang minimalis.

Setelah melalui bahasan tersebut, penulis mengetahui jika terdapat kamera profesional yang akan dipinjamkan kepada penulis. Kamera tersebut adalah Sony A7 mk.IV dan lensa 24-70mm F2.8 GM II akan digunakan untuk membuat video BTS serta juga menabung beberapa foto BTS lainnya. Dengan peran kamera profesional sebagai kamera utama untuk videografi yang menjual layanan kepada klien, kamera penulis digunakan oleh anggota perusahaan sebagai kamera fotografi BTS cadangan.

Selanjutnya, penulis kembali mencari referensi video yang diperlukan untuk membuat video BTS sebagai prioritas. Dengan demikian, terdapat video referensi utama yang memiliki konten serupa seperti yang sudah pernah dibuat oleh klien dan perusahaan sebelumnya. Hal tersebut sudah didiskusikan selama pertemuan dan berikut adalah beberapa referensi video yang telah didiskusikan.



Gambar 3.53 Referensi Perancangan Karya Video BTS Ziva

Referensi yang didiskusikan terdiri menjadi dua bagian yaitu konsep dan juga alur. Pada konsep pengeditan yang digunakan, kelompok dari perusahaan mengusulkan referensi dari video *How To Shoot CINEMATIC Car Videos* oleh Reilin Joey yang memiliki transisi cepat dan agresif. Selain itu, penulis dianjurkan mengambil gambaran besar dan *bloopers* dari video-video BTS terdahulu perusahaan bersama Universal Music Indonesia.

Selain itu, terdapat referensi lainnya yang digunakan untuk kepentingan karya fotografi. Referensi tersebut terbagi menjadi tiga bagian utama yaitu karya fotografi model, fotografi koreografi, dan juga fotografi *behind the scene*. Dengan demikian, berikut adalah ketiga referensi yang digunakan oleh penulis sebagai panduan dalam karya fotografi.



Gambar 3.54 Referensi Perancangan Karya Fotografi Ziva

Referensi utama dari karya fotografi merujuk kepada model yang berada di tempat dengan nuansa putih dan neon serta pengaturan tarian di panggung. Dengan demikian, referensi disesuaikan dengan beberapa referensi yang sesuai dengan *moodboard* agar penulis mendapatkan gambaran foto yang harus diutamakan. Selain itu, terdapat referensi lainnya yang menekankan karya koreografi sebagai daya tarik utama karya fotografi lainnya sebagai prioritas lainnya.




Selanjutnya, terdapat referensi yang mengutamakan adegan BTS untuk kepentingan komersial perusahaan. Karya fotografi BTS tersebut menggunakan tiga komposisi utama yaitu *low-angle*, *eye level*, dan juga *high-angle* yang disesuaikan pada situasi saat pembuatan karya fotografi. Dengan demikian, penulis mengetahui prioritas karya fotografi selain membuat karya videografi BTS sebagai juru kamera.

Setelah melakukan pencarian referensi, penulis dan juga pihak perusahaan yang bertanggungjawab menyiapkan *storyboard* untuk menyelaraskan pikiran. Hal itu dikarenakan pekerjaan tersebut dikategorikan sebagai kerja kelompok dimana penulis berperan sebagai videografer dan anggota dari perusahaan berperan sebagai editornya. Sistem tersebut cenderung identik dengan cara kerja



kelompok selama masa perkuliahan yang diimplementasikan di bidang pekerjaan berkelompok. Dengan demikian, berikut adalah *storyboard* yang telah dipersiapkan oleh penulis.

Tabel 3.5 *Storyboard* Konten Videografi BTS Ziva

Scene	Shot		
	Referensi	Deskripsi	Script
1		<i>Tilt Shot / Orbit</i> <i> High Angle</i> <i>Intro shooting</i> BTS persiapan pembuatan video (Beberapa <i>footage - cinematic</i>)	-
		Tos pembukaan pembuatan video	Tos dari audio RAW nya ("ZIVA - GET OVER HIM")
2		<i>Medium Shot</i> <i>Eye Level</i> Perkenalan model utama dan selipan penjelasan model	Menjelaskan apa yang akan dilakukan dan pesan serta kesan model

3		<p><i>Tilt Shot Low Angle, Eye Level</i></p> <p>Cinematic video BTS dan selipan penjelasan model</p>	<p>Penjelasan kesan model terhadap pembuatan video musiknya</p>
		<p><i>Tilt Shot, Tracking High Angle, Low Angle, Eye Level</i></p> <p>Cinematic pembuatan video (Beberapa footage)</p>	-
3		<p><i>Medium Shot Eye Level</i></p> <p>Pesan dari director</p>	<p>Siapakah anda? Konsep videonya? Impresinya?</p>
		<p><i>Tilt Shot, Panning Shot Eye level, high angle</i></p> <p>Cinematic pembuatan</p>	-

		video (Beberapa footage)	
4		Medium Shot Eye Level Bertanya ke model tentang proses pembuatan video. Perhatikan <i>background</i> tidak polos	Proses, latar suasana, & harapan dari modelnya
5		Medium Shot Eye Level Nanya permasalahan ke salah satu crew EUIS	"masalah yang dihadapi selama pembuatan video musik?"
		Tilt Shot Eye Level Footage yang menjelaskan permasalahan selama pembuatan video	permasalahan selama pembuatan video

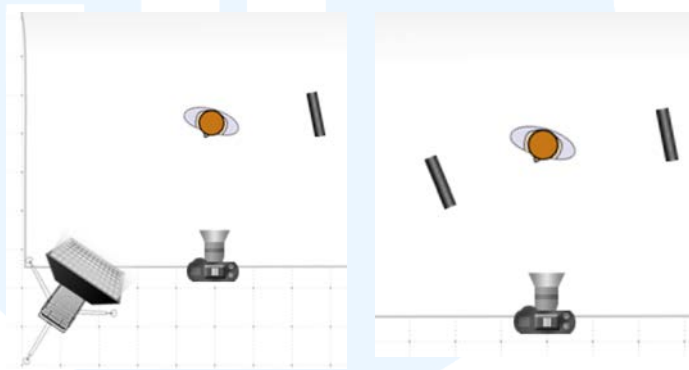
6		<p>Close-up Eye-Level</p> <p>Meminta semua CREW untuk memberikan satu kata untuk proses pembuatan video</p>	<p>satu kata dan <i>cut</i>.</p>
		<p>Tilt Shot / Orbit High-Angle</p> <p>Footage pembuatan video berakhir</p>	<p>"It's a wrap!"</p>

Pada *storyboard* tersebut, penulis merancang alur yang dimulai dari pembukaan pada *scene* awal berupa selebrasi pembukaan proyek pembuatan video. Selanjutnya, terdapat beberapa tampilan suasana dan proses pembuatan video yang dikemas dalam bentuk *cinematic* serta wawancara kepada model dan *director* video tersebut. Pada bagian penutup, terdapat dua opsi berupa satu kata dari setiap anggota pembuatan video atau selebrasi penutupan video yang akan digunakan tergantung dari situasinya.

Dengan demikian, penulis sadar tentang pendekatan, konten, dan teknik apa yang perlu diutamakan dalam pembuatan video tersebut. Hal itu untuk meluruskan *storyboard* penulis dengan gambaran anggota kelompok perusahaan agar memiliki hasil tujuan yang sama. Oleh karena itu, perusahaan menetapkan komunikasi dan

menekan ego anggotanya sebagai aspek penting dalam kerja kelompok untuk pembuatan karya videografi yang maksimal.

Selain itu, karena penulis juga ditugaskan untuk mengambil beberapa karya fotografi dengan kamera yang sama. Karya fotografi tersebut meliputi karya foto BTS dan juga foto model serta koreografi walaupun bukan prioritas utama. Dengan demikian, penulis tetap merancang diagram cahaya berdasarkan diskusi yang telah dilakukan sebelumnya.

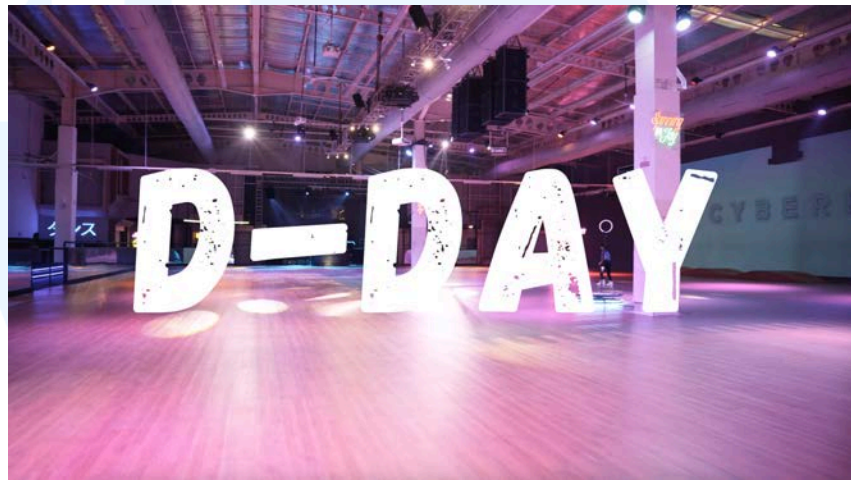


Gambar 3.55 Diagram Cahaya Fotografi Karya Videografi dan Fotografi Ziva

Pada pembuatan karya fotografi dan videografi berikut, diagram cahaya fotografi cenderung menggunakan dua sumber cahaya atau lampu utama. Lampu yang pertama memiliki kekuatan maksimal 600W sebagai *keylight* yang ditembakkan ke bagian depan model. Selain itu, lampu lainnya adalah Nanlite yang secara umum berfungsi sebagai *rim light*.

Selain dari diagram yang pertama, terdapat penggunaan diagram kedua yang menggunakan dua Nanlite sebagai sumber cahaya yaitu *key light* dan *rim light*. Cahaya tersebut digunakan tergantung pada situasi tempat dan situasi model serta konsep pada situasi tersebut. Selain itu, terdapat pencahayaan ruangan dari tempat dilakukan perekaman yang dimanfaatkan untuk menciptakan kesan neon dan tegas.

Selanjutnya, penulis siap untuk melakukan proses perekaman sesuai yang telah didiskusikan. Proses perekaman tersebut dikerjakan sesuai dengan alur *shooting* dan juga *storyboard* yang telah dipersiapkan serta melakukan improvisasi jika diperlukan. Berikut adalah beberapa bagian cuplikan video yang didokumentasikan oleh penulis sebagai juru kamera.



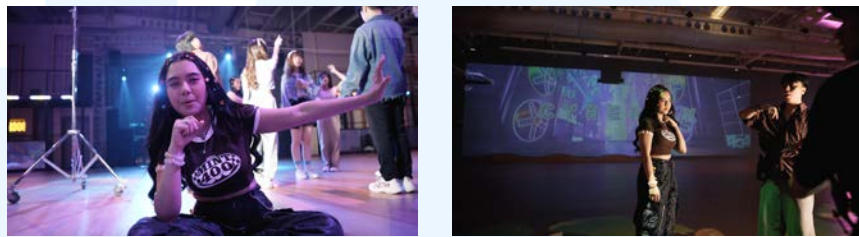
Gambar 3.56 *Footage* Sinematik Awal Video BTS Ziva

Penulis mengambil adegan lokasi dan beberapa adegan sinematik untuk digunakan pada karya video BTS. Pengambilan video tersebut terdiri dari beberapa adegan lokasi dan persiapan pembuatan video oleh anggota lainnya. Selanjutnya, alur video dilanjutkan dengan pembukaan yang didokumentasikan oleh penulis.



Gambar 3.57 *Footage* Pembukaan Pembuatan Video BTS Ziva

Seperti yang sudah direncanakan sebelumnya, penulis mengambil adegan krusial pada pembukaan pembuatan video. Pembukaan tersebut dilakukan bersama oleh setiap anggota pembuatan video yang berkumpul baik klien maupun perusahaan. Pada bagian tersebut, penulis sangat memperhatikan kualitas suara yang didapatkan oleh kamera karena pentingnya bagian tersebut pada setiap video BTS.



Gambar 3.58 *Footage* Wawancara Ziva dan Sinematik Video BTS Ziva

Selanjutnya, penulis mengambil bagian video seputar model yang melakukan wawancara. Pada bagian tersebut, penulis juga sudah menyimpan banyak rekaman yang menjelaskan suasana tempat dan situasi pembuatan video. Dengan demikian, anggota lain yang melakukan proses pengeditan dapat menggabungkan bagian tersebut sesuai yang didiskusikan sebelumnya.



Gambar 3.59 *Footage* Koreografi dan Suasana Video BTS Ziva

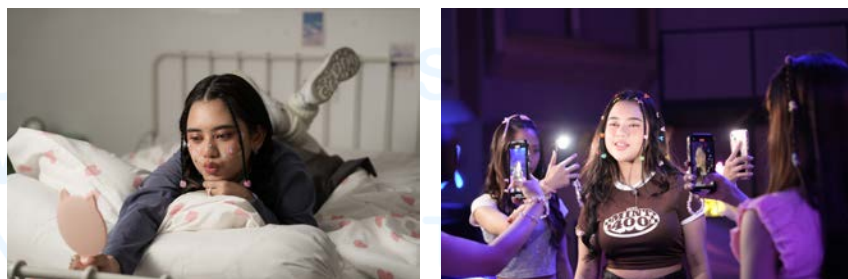
Penulis tentu memperhatikan potensi dari pengambilan rekaman selama pembuatan video. Foto di atas merupakan cuplikan video BTS yang terkait dengan bagian koreografi dan sinematiknyanya. Dengan banyaknya warna dan suasana yang berbeda, penulis harus memperhatikan beberapa hal khususnya pengaturan kamera dalam merekam video.



Gambar 3.60 Footage Wawancara Anggota Pembuatan Video BTS ZIVA

Selain itu, penulis juga melakukan wawancara singkat bersama beberapa anggota pembuatan video musik tersebut. Setiap anggota memiliki kesempatan untuk mengungkapkan bagian-bagian penting mereka seperti pesan maupun kesan, perasaan, konsep, koreografi, perjalanan pembuatan video, dan sinematik yang menjelaskan setiap penjelasan mereka. Selain itu, terdapat cuplikan terhadap setiap anggota yang terlibat dalam pembuatan video memberikan satu kata terhadap proses yang telah mereka lakukan. Perlu diketahui jika rasio gambar tersebut hanya potongan dari bagian video aslinya karena penyesuaian ukuran untuk laporan magang.

Saat melakukan proses perekaman video, penulis juga menyempatkan diri mengambil karya fotografi pada situasi tertentu. Karya fotografi tersebut juga menjadi salah satu permintaan berbayar dari klien. Oleh karena itu, pembuatan karya fotografi sangat memperhatikan arah cahaya seperti yang dipersiapkan pada diagram cahaya. Dengan demikian, berikut adalah karya fotografi pertama berupa karya fotografi model yang diambil oleh penulis.



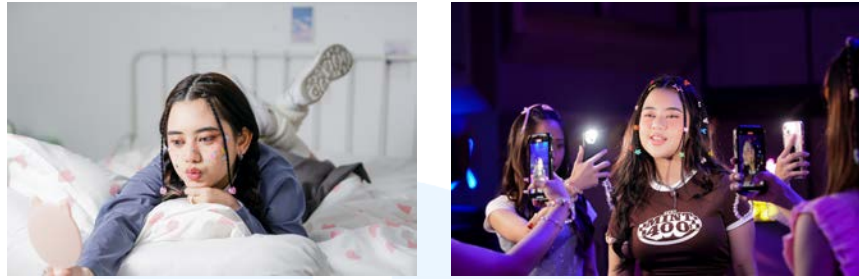
Gambar 3.61 Karya Fotografi RAW Ziva

Setelah melalui seleksi foto, terdapat 81 karya fotografi yang terpilih untuk dilanjutkan pada tahap pengeditan. Karya fotografi tersebut didapatkan selama proses pembuatan video berdasarkan persiapan yang telah dilakukan sebelumnya pada diskusi bersama supervisor. Karya fotografi memiliki fokus pada model utama yaitu Ziva dan juga rekan pembuat videonya untuk kepentingan komersial perusahaan serta klien yang bersangkutan. Selanjutnya, penulis melakukan tahap pengeditan terhadap karya fotografi pilihan tersebut agar dapat mempertegas cerita maupun estetika karya fotografi tersebut.



Gambar 3.62 Pengeditan Karya Fotografi Ziva

Pada tahap pengeditan, penulis memiliki prioritas pada perbaikan warna dan juga komposisi. Perbaikan warna dilakukan dengan melakukan pengaturan *white balance*, *exposure*, dan beberapa *color grading* untuk membangun karya yang memiliki estetika dan tetap memiliki pesan menarik untuk disampaikan. Selain itu, perbaikan komposisi juga dilakukan melalui *cropping* dan juga penyesuaian tata letak agar karya fotografi menjadi lebih rapi serta sederhana untuk diterima penikmat fotografi. Dengan demikian, berikut adalah hasil final pengeditan yang telah dilakukan oleh penulis.



Gambar 3.63 Hasil Karya Fotografi Ziva

Setelah melalui proses pengeditan, penulis mendapatkan hasil yang beragam seputar karya fotografi Ziva. Karya fotografi tersebut didominasi oleh foto model Ziva dengan beragam *mood* yang disesuaikan pada konsep pembuatan videonya. Dengan demikian, beragam karya fotografi model Ziva sudah diselesaikan dan dapat diberikan perusahaan serta pihak yang berkepentingan.

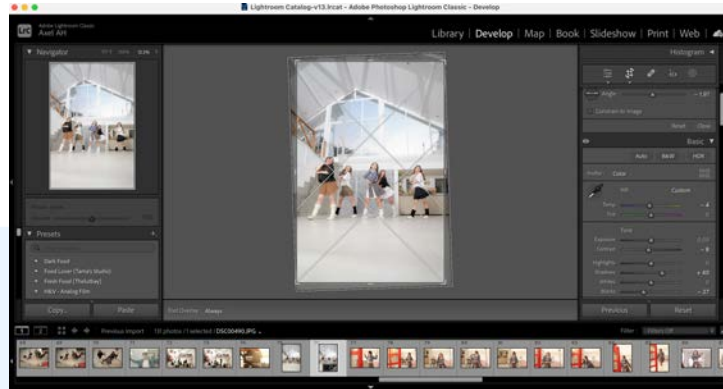
Selanjutnya, tarian selalu identik dengan pembuatan video musik Ziva - *Get Over Him*. Oleh karena itu, karya fotografi yang menyangkut koreografi cenderung lebih sulit diambil karena gerakan modelnya yang tidak tetap walaupun sudah sesuai dengan diagram cahaya yang dipersiapkan. Dengan demikian, berikut adalah hasil karya fotografi untuk koreografi tarian model tersebut.



Gambar 3.64 Karya Fotografi Koreografi RAW Ziva

Foto koreografi juga termasuk ke dalam karya fotografi estetika yang mengutamakan tarian dari anggotanya. Dalam pembuatan video musik, koreografi sangat umum digunakan untuk memberikan daya tarik tersendiri bersamaan dengan musiknya.

Dengan demikian, karya fotografi pada koreografinya juga diperlukan dan dilanjutkan pada tahap pengeditan foto tersebut.



Gambar 3.65 Pengeditan Karya Fotografi Koreografi Ziva

Setelah melakukan pengambilan gambar koreografi, penulis melanjutkan tahap tersebut ke proses pengeditan. Pada tahapan tersebut, penulis kembali memperbaiki komposisi dan pewarnaan agar lebih dramatis dan membangun kesan atraktif melalui penguatan warna yang dilakukan. Dengan memprioritaskan pengeditan pada warna, cerita pada sebuah gambar dapat lebih disampaikan tanpa merusak *Point of Interest* dari sebuah karya fotografi.

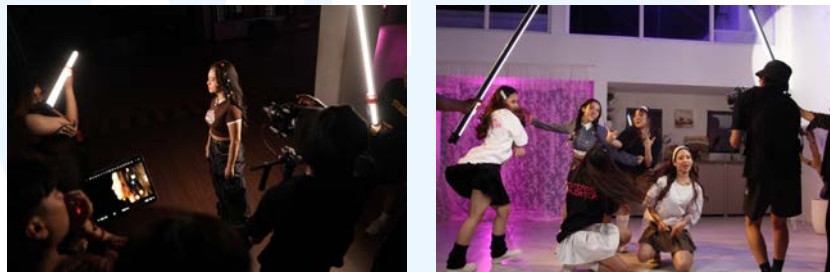


Gambar 3.66 Hasil Karya Fotografi Koreografi Ziva

Setelah melalui proses pengeditan, berikut adalah hasil karya akhir dari fotografi untuk koreografi video musik *Get Over Him* oleh Ziva. Terdapat beberapa nilai penting pada karya fotografi tersebut yaitu mengutamakan momen tertentu dan memberikan impresi menarik kepada pengamatnya. Hal itu sesuai dengan salah satu dari

tiga pilar DKV yaitu persuasi melalui daya tarik tersendiri pada koreografi untuk memikat orang dalam mencari video musik yang bersangkutan.

Tentu, karya fotografi *Behind the Scene* atau BTS tetap harus diperhitungkan sebagai aset perusahaan. Hal itu perlukan untuk kepentingan komersial dari perusahaan dan juga klien jika diperlukan. Oleh karena itu, penulis juga merancang karya fotografi BTS untuk perusahaan sebagai berikut.



Gambar 3.67 Karya Fotografi BTS RAW Ziva

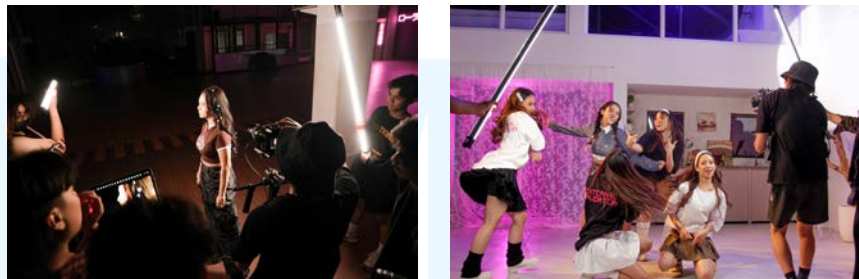
Terdapat 53 karya fotografi BTS yang terpilih untuk dilanjutkan ke tahap pengeditan. Hasil dari foto tersebut lebih menceritakan proses pembuatan video musik pada setiap bagian dan tempat pengambilan gambarnya. Karya fotografi BTS diharuskan untuk menceritakan proses fotografi yang mengedepankan nilai informasi pada salah satu dari tiga pilar DKV sebagai poin utamanya. Selanjutnya, karya fotografi tersebut dilanjutkan ke tahap pengeditan agar tetap dapat memberikan nilai estetika dan mempertegas ceritanya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.68 Pengeditan Karya Fotografi BTS RAW Ziva

Pada tahapan pengeditan karya fotografi BTS, penulis tidak melakukan banyak perubahan pada karya. Hal itu dilakukan karena banyaknya komponen foto yang perlu disampaikan pada sebuah gambar untuk membuat penikmat fotografi dapat menilai cerita foto dari perspektif masing-masing. Namun, pengeditan tetap dilakukan untuk memperbaiki dasar fotografi dari sisi *exposure*, pewarnaan, dan juga komposisi sederhana seperti yang dilakukan pada proses pengeditan sebelumnya.



Gambar 3.69 Hasil Karya Fotografi BTS RAW Ziva

Setelah melalui tahapan pengeditan, karya fotografi BTS dapat diberikan kepada klien dan juga perusahaan. Hasil dari karya fotografi BTS menunjukkan cerita dan juga proses melalui aktivitas, properti, anggota yang berkepentingan, serta implementasi komposisi fotografi didalamnya. Dengan demikian, karya fotografi BTS tetap memiliki nilai estetika dan memiliki pesan yang jelas untuk disampaikan kepada pengamat karya fotografi.

Dengan demikian, proses perjalanan proyek dari Universal Music Indonesia yang melibatkan Ziva, EUIS Studio, dan juga penulis sudah selesai. Setiap tugas yang dikerjakan memiliki keunikan masing-masing, khususnya dalam mempelajari aspek baru terhadap videografi. Harapannya, konten video BTS dan juga karya fotografi tersebut dapat digunakan oleh setiap pihak yang bersangkutan untuk kepentingan komersial dan kepentingan baik lainnya.

Selain itu, konten-konten tersebut juga tetap mengandung nilai dari tiga pilar Desain Komunikasi Visual. Nilai tersebut terkandung dalam bentuk fotografi dan videografi yang dapat digunakan baik oleh perusahaan maupun pihak klien Universal Music Indonesia. Hal itu dikarenakan setiap konten tersebut menceritakan proses pembuatan video musik *Get Over Him* oleh Ziva yang mengandung nilai identifikasi dan informasi melalui cerita, proses pembuatan, proses koreografi, serta anggota-anggota lainnya di balik layar pembuatan video musik tersebut.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama mempelajari dan menempuh pengalaman yang baru, tentunya terdapat berbagai kesulitan yang telah dilalui oleh penulis. Namun, tentu masalah merupakan sebuah kesempatan untuk mempelajari sesuatu yang baru. Dengan demikian, berikut adalah berbagai kendala yang ditemukan selama mengikuti proses magang.

1. Adaptasi jam kerja magang sangat diperlukan untuk mengikuti setiap proyek yang telah direncanakan mengingat waktu yang berantakan akan mempengaruhi kinerja.
2. Bidang videografi yang merupakan dunia baru bagi penulis, sehingga terdapat banyak kesalahan yang pernah dilakukan oleh penulis selama melakukan perekaman.

3. Kesiapan mental terhadap tanggapan dari klien dan anggota perusahaan terhadap kinerja penulis yang merupakan seseorang yang belum berpengalaman.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Melalui kendala yang telah dihadapi, tentu penulis harus menemukan solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut. Hal itu menjadi kesadaran pribadi penulis mengingat masalah merupakan potensi untuk mengembangkan diri lebih lanjut dan belajar untuk menyelesaikan masalah. Untuk itu, berikut adalah beberapa solusi dari penulis terhadap kendala yang telah dilalui.

1. Dengan melakukan manajemen waktu yang baik, penulis dapat mengatur waktu untuk beristirahat, melakukan persiapan, melakukan proses dokumentasi, dan juga mengolah hasil dokumentasi dengan maksimal.
2. Siap untuk mempelajari hal yang baru merupakan solusi untuk mengatasi kekurangan di sebuah bidang yang belum dikuasai seperti videografi. Dengan melakukan pengulangan yang konsisten, belajar dari kesalahan sebelumnya, dan lebih percaya diri dengan proses, maka penulis dapat lebih percaya diri dalam berkarya di bidang baru tersebut.
3. Melalui proses belajar dan juga meminta evaluasi, penulis mendapatkan kepercayaan diri untuk berkarya. Melalui karya yang lebih baik, maka proses belajar dari pengalaman akan membuahkan karya yang lebih baik.