

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia modern ini, konten berbasis *online* sudah semakin meningkat dengan luasnya kawasan internet di zaman sekarang, membuat banyak orang memiliki perangkat elektronik yang dapat terhubung ke dalam internet dengan mudah. Selain internet, sosial media dan konten-konten pembelajaran juga semakin banyak ada di internet. Contoh aplikasi media sosial seperti *Instagram*, *Tik Tok*, dan *Youtube shorts*, yang memberikan konten-konten dengan video yang berdurasi pendek membuat sifat para penonton juga menjadi berubah dengan penonton perlu untuk di ajak agar penonton tertarik untuk menonton konten yang berdurasi pendek tersebut. Konten perlu untuk memiliki *hook* yang menarik dan konten memiliki tujuan yang tersampaikan dengan baik, dengan memberikan *caption* atau menampilkan suatu yang jelas pada konten videonya agar penonton bisa mengerti apa yang ingin diberikan dalam video pendek tersebut. *Hook* sendiri adalah suatu hal yang terletak pada awal video untuk menarik perhatian para penonton yang sedang menonton video sampai selesai (Saputra & Ariani, 2024, hlm. 9)

Dalam pembuatan konten-konten tersebut dibutuhkan salah satu *jobdesc* yang perlu dibutuhkan, yaitu *editor*. *Editor* merupakan seseorang yang menggabungkan berbagai macam adegan menjadi satu video yang dapat ditonton dengan nyaman dan dengan durasi video yang pas (Bordwell et al., 2020, hlm 217). Dalam PT Kurnia Ciptamoda Gemilang terdapat divisi yang bernama *Learning & Development*, yang dimana divisi ini tugasnya memproduksi konten pembelajaran *learning* untuk *staff* yang ada di luar kota bisa mempelajari pengetahuan merek-merek yang ada di PT KCG. Selain konten *learning*, Divisi L&D juga membantu produksi konten-konten untuk sosial media *brand* naungan PT KCG dan juga mendokumentasikan acara-acara di PT KCG untuk kebutuhan internal maupun *marketing*. Dari pekerjaan-pekerjaan tersebut, penulis menjadi sangat tertarik untuk masuk ke PT KCG sebagai editor dikarenakan kita bisa belajar banyak hal dan

mengetahui bagaimana cara kerja dan permintaan konten di korporat, khususnya di bidang *fashion* seperti PT KCG.

Dalam penulisan ini, penulis akan berfokus pada peran penulis sebagai editor terhadap proyek video pembelajaran dan juga video *editorial*. Dalam magang penulis sebagai editor di divisi *L&D*, Supervisor membagi menjadi dua konten. Konten pertama adalah konten pembelajaran, yang dimana konten ini akan membicarakan tentang merek-merek yang ada di PT KCG dan video pembelajaran akan digunakan untuk para *staff* mempelajari merek-merek yang ada di PT KCG. Konten kedua adalah konten *editorial*, yang dimana konten ini berbeda dengan konten pembelajaran. Konten ini akan lebih untuk keperluan sosial media, mempromosikan atau memberitahu kegiatan apa saja yang sedang dilakukan kepada orang-orang yang sedang melihat sosial media PT KCG maupun sosial media para merek-merek di PT KCG. Pembahasan akan dimulai dari tahap *offline editing*, *online editing*, dan sampai video selesai diberikan.

Offline editing adalah sebuah tahap di mana seorang editor membuat hasil video menjadi satu video yang dapat ditonton dan dinikmati oleh para penonton. Para penonton yang menonton videonya akan mendapatkan makna dan tujuan dari video tentang apa. Seorang editor, pada tahap *offline editing* ini biasanya akan menggunakan video dengan kualitas yang rendah agar pekerjaannya menjadi lebih ringan dan dapat bekerja lebih cepat (Bowen & Thompson, 2013, hlm. 7). Hal tersebut dikarenakan, pada tahap *offline editing*, seorang editor akan fokus terhadap membuat pembuatan cerita dalam videonya.

Online editing adalah sebuah tahap di mana seorang editor akan membuat hasil video dari tahap *offline editing* menjadi lebih menarik. Hal-hal yang dilakukan untuk membuat video lebih menarik adalah dengan memperbaiki suara, memperbaiki warna dalam video, dan juga mengembalikan kualitas video menjadi paling tinggi (Bowen & Thompson, 2013, hlm. 10). Tahap tersebut perlu dilakukan agar video siap untuk di berikan kepada *client* dan video dapat dinikmati oleh *client* dan para penonton yang akan menonton videonya.

Tahap *offline editing* dan *online editing* ini dapat dijabarkan lebih detail lagi untuk setiap tahapannya. Pada tahap *offline editing* terdapat tahap *acquisition*, yang

di mana pada tahap ini, seorang editor, perlu untuk mendapatkan semua hasil perekaman dan audio yang telah di produksi agar pekerjaan dapat berjalan dengan lancar. Tahap selanjutnya adalah *organize*. *Organize* adalah tahap di mana seorang editor melakukan penamaan dan merapihkan hasil-hasil perekaman dan audio yang didapatkan dan dimasukkan ke dalam satu folder agar mudah untuk ditemukan. Tahap selanjutnya adalah *Review and selection*. Tahap ini adalah tahap dimana seorang *editor* akan menonton hasil perekamannya dan akan memilih hasil perekaman yang paling bagus untuk dapat digunakan untuk menjadi hasil video yang menarik. Kemudian tahap selanjutnya adalah *assembly*. *Assembly* adalah tahap dimana seorang *editor* akan menaruh dan menggabungkan hasil perekaman yang sudah di pilih dengan hasil perekaman lainnya dengan mengikuti panel cerita yang telah diberikan dari *client*. Tahap selanjutnya adalah *rough cut*. *Rough cut* adalah tahap dimana seorang *editor* telah memotong sebagian besar dari hasil tahapan *assembly* menjadi hasil video dengan cerita yang sudah lebih menarik. Tahap berikutnya adalah *fine cut*. *Fine cut* adalah tahapan dimana seorang *editor* telah merapihkan hasil pemotongan dari video satu ke video selanjutnya, dan penceritaan dalam video lebih baik daripada tahap *rough cut*. Setelah dari tahap *fine cut*, masuk ke dalam tahap *picture lock*. Tahapan ini adalah tahap dimana seorang *editor* sudah yakin terhadap hasil video tidak akan ada perubahan dalam pergantian adegan. Setelah melalui tahapan *picture lock*, selanjutnya *editor* dapat masuk ke tahapan *finishing*. Tahapan ini adalah tahap dimana seorang *editor* akan melakukan perbaikan warna dan perbaikan suara pada hasil video yang terakhir. Perbaikan ini digunakan agar video dapat lebu dinikmati oleh *client* dan para penonton yang akan menonton video nantinya. Lalu tahap yang terakhir adalah *mastering and delivery*. Tahap ini adalah tahap dimana seorang *editor* akan memproses hasil pekerjaannya menjadi satu video utuh dan memberikannya kepada *client* dan para penonton yang akan menonton hasil akhir dari videonya untuk dinikmati (Bowen & Thompson, 2013, hlm. 8).

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis dalam memilih dan bekerja di PT KCG, dikarenakan pertama, profil PT KCG jelas dan merek-mereknya pernah di dengar jadi terjamin aman. Kedua, *requirement* sebagai editor dalam *post* instagram PT KCG, sesuai dengan kriteria saya sebagai editor. Ketiga, saat melakukan *interview* dengan HRD dan *User*, terasa nyaman, dijelaskan dengan detail apa divisinya dan apa yang dikerjakan dalam divisi tersebut, dan juga menjelaskan konten-kontennya bagaimana. Keempat, ingin merasakan bekerja di sebuah perusahaan, dan ingin mengetahui bagaimana *workflow* yang dilakukan dalam sebuah perusahaan besar.

Selama magang di PT KCG, yang saya harapkan dalam melakukan magang di PT KCG ini adalah saya berharap mendapatkan pengalaman baru bagaimana *workflow* pembuatan konten-konten di sebuah perusahaan besar, ingin mengetahui tipe-tipe konten yang dibuat di perusahaan PT KCG, ingin mengetahui bagaimana *style* video-video di PT KCG ini.

Kontribusi yang penulis bisa berikan di PT KCG ini sebagai editor adalah penulis bisa membantu agar *workflow* pembuatan konten dapat berjalan dengan lancar dan bisa memberikan hasil konten yang diinginkan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Masa waktu kerja magang yang dilakukan oleh penulis bersama PT KCG adalah enam bulan. Penulis untuk memenuhi kerja magang enam bulan di PT KCG dimulai dengan bekerja pada tanggal 7 Agustus 2024 sampai 6 Februari 2025. Penulis dalam PT KCG bekerja sebagai editor sesuai dengan kesepakatan saat *interview* dengan HRD dan *User*.

Prosedur yang dilakukan penulis saat melamar pekerjaan sebagai editor di PT KCG adalah Penulis menuliskan email ke recruitment@ptkcg.co.id tentang ketertarikannya menjadi editor dan juga memperkenalkan diri, lalu dalam email tersebut juga diberikannya *file* CV, Portofolio, dan juga *linkedin*. Setelah itu mendapatkan undangan untuk *interview* dengan HRD. Setelah selesai *interview*

dengan HRD, dan diberitahu divisi yang cocok dengan kemampuan saya, HRD mempersiapkan tanggal *interview* dengan *User*. Setelah *interview* dengan *User*, kabar diterima di PT KCG berjeda selama satu minggu. Setelah mendapatkan kabar baik diterima, tahap selanjutnya, melakukan tanda tangan kontrak magang dengan PT KCG. Terakhir, penulis bisa melakukan program magang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA