

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Sebagai *graphic designer intern*, penulis menerima tugas dari beberapa pihak yang meliputi *Head of Creative, Department Head of Creative, Section Head*, serta senior di departemen terkait. Proses pemberian tugas dilakukan secara langsung, di mana para atasan dan senior memberikan arahan kerja kepada penulis melalui komunikasi personal.

Selain tugas dalam desain grafis, penulis juga bertanggung jawab sebagai *videografer dan fotografer*. Tugas ini meliputi pengambilan gambar, pengeditan *video*, hingga menghasilkan konten visual berkualitas sesuai kebutuhan perusahaan. Dalam perannya, penulis turut mendukung berbagai proyek kreatif yang membutuhkan kombinasi antara keterampilan desain, fotografi, dan *videografi*.

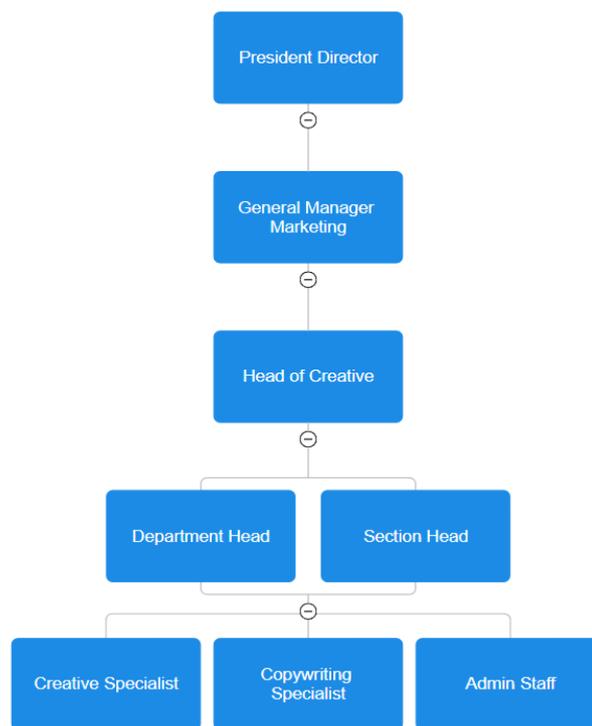
Setelah menerima instruksi, penulis segera melaksanakan tugas yang diberikan dengan penuh tanggung jawab. Apabila pekerjaan telah selesai, hasilnya dikirimkan kepada pihak yang memberikan tugas atau disampaikan ke grup khusus yang beranggotakan para atasan penulis untuk memperoleh evaluasi dan persetujuan lebih lanjut. Proses ini memastikan kualitas hasil kerja penulis selalu sesuai dengan standar dan kebutuhan perusahaan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Sebagai *intern*, kedudukan penulis difokuskan pada pembelajaran dan pengembangan keterampilan praktis yang relevan dengan bidang desain grafis, fotografi, dan *videografi*. Tugas dan tanggung jawab yang diberikan bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung di dunia kerja, membantu penulis memahami alur kerja di departemen kreatif, dan mengaplikasikan pengetahuan teoritis dalam situasi profesional.

Selain mendukung kebutuhan desain visual perusahaan, penulis juga bertanggung jawab dalam produksi konten visual berupa fotografi dan *videografi*. Hal ini mencakup pengambilan gambar, pengeditan *video*, hingga penyempurnaan materi visual agar sesuai dengan standar perusahaan. Penulis bekerja sesuai arahan atasan untuk memastikan hasil karya yang dihasilkan memenuhi kebutuhan *branding* dan komunikasi perusahaan.

Melalui kedudukan ini, penulis memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang standar industri, etika kerja, serta keterampilan teknis yang diperlukan dalam tim kreatif di lingkungan perusahaan, khususnya di bidang desain grafis, fotografi, dan *videografi*.

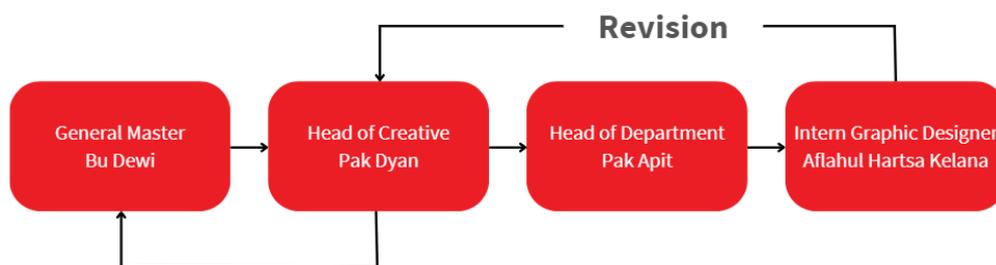


Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Divisi Marketing
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang, penulis menempati posisi sebagai *graphic designer intern* yang bekerja di bawah pengawasan langsung dari *Head of Creative* dan *Department Head of Creative*. Sebagai *intern*, penulis memiliki peran utama

untuk mendukung tim kreatif dalam memenuhi berbagai kebutuhan desain grafis perusahaan. Kedudukan ini memungkinkan penulis untuk berpartisipasi secara aktif dalam proyek-proyek desain yang dikelola oleh departemen kreatif, sehingga dapat berkontribusi pada pembuatan materi visual perusahaan. Selain itu, penulis juga mendapatkan bimbingan langsung dan arahan profesional dari senior serta *Section Head* dalam tim kreatif, yang membantu penulis mengembangkan keterampilan desain sekaligus memastikan hasil kerja yang sesuai dengan standar perusahaan.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani *program* magang sebagai *graphic designer intern* di perusahaan, penulis bertanggung jawab dalam mendukung berbagai kebutuhan desain grafis yang beragam. Tugas-tugas yang dilaksanakan mencakup pembuatan dan pengembangan materi visual yang mendukung kampanye pemasaran, *branding*, serta komunikasi *internal* perusahaan. Melalui pengalaman ini, penulis dapat mengembangkan keterampilan desain grafis yang profesional dan memperkuat pondasi untuk berkarier di bidang ini.

Tabel 3.1 *Detail* Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	10-19 September 2024	1. <i>My Super Trip</i> 2. <i>Super Indo Free Medical Check-Up Dan Nutritalk</i> 3. GDN	Dalam masa penyesuaian diri dan pengenalan di lingkungan kerja penulis melaksanakan berbagai tugas yang diberikan,

		4. <i>Video RTE Chicken Roast Rosemary</i>	seperti <i>resize poster “my super trip”</i> ke dalam <i>format Instagram story dan post</i> , serta membuat konten Instagram untuk ucapan <i>greeting maulid Nabi Muhammad SAW</i> . Penulis juga bertanggung jawab dalam mengedit <i>video recap</i> untuk event <i>super indo free medical check-up dan nutritalk</i> , melakukan <i>resize poster gdn</i> , dan mengerjakan proyek perancangan 4 <i>video rte chicken super indo</i> , yang meliputi pembuatan visual <i>design, sound design</i> , serta pengolahan konten <i>video</i> secara keseluruhan agar sesuai dengan kebutuhan <i>branding</i> perusahaan.
2	19-26 September 2024	1. <i>Video Es Kopi Gula Aren</i> 2. <i>Video RTE Chicken Roast Rosemary</i>	Penulis melaksanakan berbagai tugas yang mencakup perancangan 4 <i>video rte chicken super indo</i> , belanja food and props untuk keperluan <i>shooting</i> , serta melakukan <i>shooting video 01 rte chicken super indo</i> yang diikuti dengan <i>revisi editing video 01</i> dan pengambilan <i>close-up detail shots</i> . Selain itu, penulis turut mengerjakan <i>revisi video 01 rte chicken roast rosemary</i> dan melanjutkan perancangan 4 <i>video rte chicken roast rosemary</i> . Sebagai tambahan,

			penulis juga terlibat dalam <i>shooting video</i> dan foto di super indo graha raya untuk produk minuman kopi gula aren dan kopi es cendol.
3	27 September – 04 Oktober 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Operator Live</i> Instagram 2. <i>Video</i> Es Kopi Gula Aren 3. RTE <i>Chicken Roast Rosemary</i> 	Penulis berperan sebagai operator <i>live</i> Instagram dengan host bu mamat (mba ovie) di toko super indo pejaten, sekaligus melaksanakan berbagai tugas seperti <i>editing video</i> es kopi gula aren, <i>editing video</i> 02 rte <i>chicken roast rosemary</i> , dan <i>final edit video</i> 02. Penulis juga mengerjakan perancangan <i>video</i> 03 rte <i>chicken roast rosemary</i> , melakukan <i>shooting video</i> 03, serta merencanakan <i>video</i> 04 rte <i>chicken roast rosemary</i> sebagai bagian dari rangkaian proyek <i>video</i> tersebut.
4	07-14 September 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Video</i> Es Kopi Gula Aren 2. Ayam Krispi Baru Super Indo 3. <i>Farm Visit</i> 4. <i>Carl Schmidt Sohn Cookware</i> 	Penulis melaksanakan berbagai tugas seperti <i>cropping</i> dan <i>masking supplier assets</i> , <i>cropping</i> dan <i>masking</i> foto pribadi, serta <i>cropping</i> dan <i>masking</i> ayam krispi baru super indo. Selain itu, penulis juga terlibat dalam perancangan dan belanja <i>props</i> untuk <i>shooting</i> ayam, melakukan <i>shooting</i> ayam krispi baru super indo, serta menyusun perancangan edit <i>video farm visit</i> dan mulai mengerjakan nyicil editing

			<p><i>video farm visit</i>. Tugas lain yang dikerjakan meliputi pembuatan <i>motion graphic</i> untuk produk baru <i>carl schmidt sohn Cookware</i>, <i>resize</i> dan kombinasi poster <i>Carl Schmidt Sohn Cookware</i>, serta <i>editing video</i> kopi cendol dan <i>video cendol super indo</i>.</p>
5	15-21 Oktober 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Video Es Kopi Cendol Super Indo</i> 2. <i>Carl Schmidt Sohn Cookware</i> 	<p>Penulis mengerjakan berbagai tugas, termasuk <i>editing video</i> cendol super indo, edit dan revisi <i>video</i> es kopi cendol, serta revisi <i>motion graphic</i> untuk <i>Carl Schmidt Sohn Cookware</i>. Selain itu, penulis melakukan <i>resize</i> poster <i>Carl Schmidt Sohn Cookware</i>, <i>edit</i> dan <i>masking jpeg</i> ayam menjadi <i>png</i>, dan <i>shooting video Carl Schmidt Sohn Cookware</i>. Proyek ini dilanjutkan dengan <i>editing video Carl Schmidt Sohn Cookware</i> serta menambahkan <i>voiceover</i> untuk melengkapi <i>video</i> tersebut.</p>
6	22-28 Oktober 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Carl Schmidt Sohn Cookware</i> 2. Ayam Krispi 3. Super Indo Cipinang 4. Selasa Extra Diskon 5. RTE <i>Rosemary Roasted Chicken 03</i> 6. Selasa Diskon 29 Oktober 	<p>Penulis mengerjakan berbagai tugas seperti <i>editing video Carl Schmidt Sohn Cookware</i>, melengkapi dengan <i>voiceover</i>, serta edit dan <i>masking</i> ayam krispi. Penulis juga membuat <i>motion graphic</i> untuk <i>video</i> selasa <i>extra</i> diskon,</p>

			memberikan <i>brief</i> untuk <i>shooting</i> di toko super indo cipinang, dan melaksanakan <i>shooting</i> pemenang undian di toko tersebut. Selain itu, penulis turut terlibat dalam <i>shooting video rte rosemary roasted chicken 03</i> dan menyelesaikan <i>motion graphic</i> untuk <i>video</i> Selasa Diskon 29 Oktober.
7	29 Oktober – 04 November 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Carl Schmidt Sohn Cookware</i> 2. <i>RTE Rosemary Roasted Chicken Video 03</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edit <i>video</i> tutorial <i>Carl Schmidt Sohn Cookware</i> 2. Edit <i>video</i> <i>rte rosemary roasted chicken 03</i>
8	05-11 November 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Selasa Extra Diskon 1920x1080</i> 2. <i>Carl Schmidt Sohn Cookware Tutorial</i> 3. Pemenang Undian Mobil BYD MYSUPERDREAM 4. <i>RTE Chicken 04</i> 5. <i>Selasa Extra Diskon 12 NOV</i> 6. <i>Towel 365 Super Indo</i> 	Penulis mengerjakan berbagai tugas, termasuk <i>motion graphics</i> <i>Selasa Extra Diskon 1920x1080</i> , editing <i>video Carl Schmidt Sohn Cookware tutorial</i> , serta editing <i>video</i> pemenang undian mobil <i>byd mysuperdream</i> . Selain itu, penulis juga melakukan <i>shooting video rte chicken 04</i> , membuat <i>motion graphic</i> <i>Selasa Extra Diskon 12 November</i> , dan melaksanakan <i>photoshoot towel 365 Super Indo</i> .
9	12-18 November 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Edit and Touch up Photo Towel 365 Super Indo</i> 2. <i>Edit Video Carl Schmidt</i> 	Penulis melaksanakan berbagai tugas, termasuk edit dan <i>touch up</i> foto <i>towel 365</i>

		<i>Sohn Cookware 1290x800 Final</i> 3. <i>Motion Graphic Selasa Extra Diskon 19 NOV</i>	Super Indo, <i>editing video Carl Schmidt Sohn Cookware 1290x800 final</i> , serta membuat <i>motion graphic selasa extra diskon 19 november</i> .
10	19-25 November 2024	1. <i>Edit Video Pemenang BYD MYSUPERDREAM</i> 2. <i>Photoshoot New Years Marketing Team KV</i> 3. <i>Mograp Selasa Extra Diskon 25 Nov</i> 4. <i>Edit Video Rosemary Roasted Chicken Video 04</i>	Penulis mengerjakan beberapa tugas, termasuk <i>editing video pemenang byd mysuperdream</i> , melakukan <i>photoshoot</i> untuk <i>new year's marketing team kv</i> , membuat <i>motion graphic selasa extra diskon 25 november</i> , serta <i>editing video rosemary roasted chicken video 04</i> .
11	26-28 November 2024	1. <i>Edit Video Pemenang Undian BYD MYSUPERDREAM</i> 2. <i>Edit Video Rosemary Roasted Chicken Video 04 – Shooting Stop</i> 3. <i>Motion Carl Schmidt Sohn Tumbler</i>	Penulis melaksanakan berbagai tugas, termasuk <i>editing video pemenang undian byd mysuperdream</i> , <i>editing video rosemary roasted chicken video 04 – shooting stop</i> , dan membuat <i>motion graphic</i> untuk <i>Carl Schmidt Sohn tumblr</i> .

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama masa *internship*, penulis dipercaya untuk menangani berbagai proyek promosi yang beragam dan menantang, di antaranya Proyek Promosi Es Kopi Gula Aren dan Es Kopi Cendol yang berfokus pada pembuatan *video B-Roll* untuk media sosial, Proyek *Motion Graphic* Selasa Extra Diskon Mingguan yang menghadirkan konten visual dinamis, serta Proyek Promosi Produk *Carl Schmidt Sohn Cookware* yang mencakup *video* panduan penggunaan aplikasi My Super

Indo. Berbagai proyek ini memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam mengelola produksi kreatif dari tahap perencanaan hingga penyelesaian akhir.



Gambar 3.3 Bagan Alur Proses Perancangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

1. *Receiving*

Proses ini dimulai dengan menerima *brief* dari *supervisor* atau tim terkait di PT Lion Super Indo. *Brief* memuat informasi tentang tujuan proyek, target audiens, konsep yang diinginkan, media yang digunakan, dan tenggat waktu. Dalam tahap ini, penulis berdiskusi secara mendalam untuk memastikan semua kebutuhan dan ekspektasi klien atau perusahaan telah dipahami dengan jelas. Misalnya, pada proyek promosi Es Kopi Gula Aren, *brief* mencakup pembuatan *video B-Roll* untuk promosi media sosial dengan *visual* yang menggugah selera.

2. *Concepting*

Setelah memahami *brief*, penulis melakukan *brainstorming* untuk mengembangkan ide-ide kreatif yang sesuai dengan arahan. Hasil *brainstorming* dirangkum dalam bentuk *moodboard* atau sketsa awal, dilanjutkan dengan *storyboarding* untuk merancang alur visual proyek. Contohnya, pada proyek Selasa Extra Diskon Mingguan, penulis menciptakan konsep animasi dinamis dengan elemen visual yang sesuai dengan tema promosi mingguan. Semua konsep yang dirancang kemudian dikonsultasikan dan disetujui oleh *supervisor* sebelum masuk ke tahap berikutnya.

3. *Production*

Pada tahap ini, penulis melaksanakan kegiatan produksi sesuai dengan konsep yang telah disetujui. Proses ini meliputi pengambilan gambar, *shooting video*, atau pembuatan elemen visual lainnya. Penulis juga bekerja sama dengan tim untuk memastikan seluruh *footage* atau materi yang dibutuhkan berhasil

direkam. Sebagai contoh, dalam Proyek *Carl Schmidt Sohn Cookware*, proses produksi melibatkan pengambilan *video* panduan penggunaan aplikasi My Super Indo, termasuk pengaturan properti, pencahayaan, dan komposisi gambar.

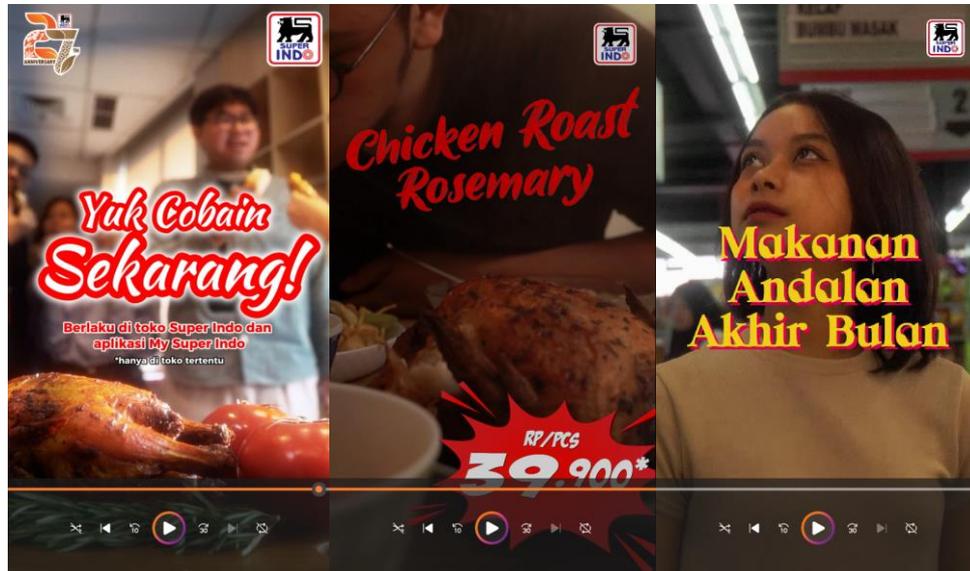
4. *Post-Production*

Setelah produksi selesai, penulis melanjutkan ke tahap post-production, yaitu penyuntingan materi yang telah dihasilkan. Proses ini mencakup editing *video*, penyempurnaan warna, penambahan animasi atau efek visual, serta pembuatan *Final Artwork (FA)* menggunakan software desain seperti Adobe Premiere Pro dan After Effects. Pada proyek Selasa Extra Diskon Mingguan, penulis memberikan sentuhan animasi dan memastikan setiap elemen visual terlihat profesional. Hasil akhir kemudian di-review oleh *supervisor* untuk mendapatkan persetujuan.

5. *Implementation*

Tahap terakhir adalah implementasi, di mana konten yang telah selesai diproduksi dipublikasikan ke media yang telah ditentukan. Misalnya, hasil *video* atau konten grafis diunggah ke *platform* media sosial atau digunakan dalam kampanye promosi lainnya. Penulis memastikan konten dipublikasikan tepat waktu dan memantau kinerja awal untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi visual yang telah dibuat.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

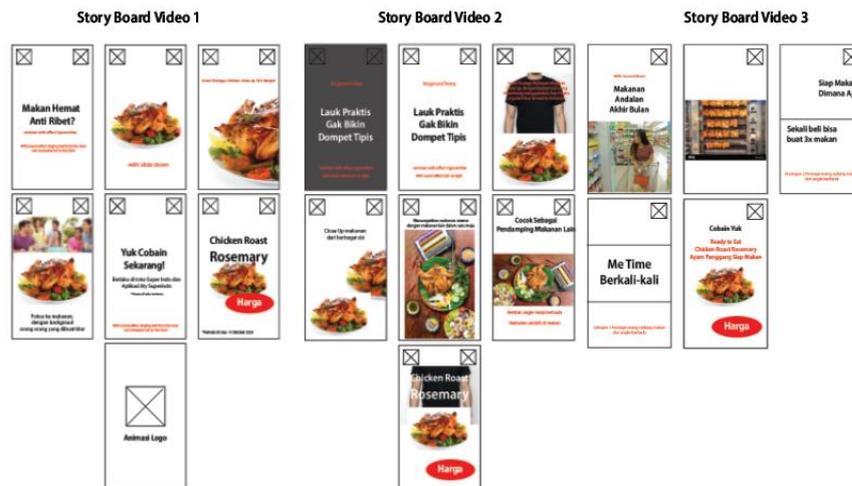


Gambar 3.4 Portrait Caraousel Video Chicken Roast Rosemary 01
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam proyek ini, penulis diberikan tugas utama untuk menghasilkan tiga *video* promosi untuk produk *Chicken Roast Rosemary*. Proyek ini menjadi tantangan menarik karena masing-masing *video* memiliki konsep yang berbeda: *video* pertama menonjolkan ayam panggang sebagai makanan yang cocok dinikmati bersama-sama, *video* kedua memperlihatkan fleksibilitas ayam sebagai lauk pendamping berbagai hidangan, dan *video* ketiga menghadirkan konsep lebih klasik dengan nuansa vintage untuk menunjukkan kepraktisan serta lokasinya di toko.

Proses dimulai dengan penulis menerima *brief* secara langsung dari atasan melalui pertemuan tatap muka. Dalam pertemuan ini, penulis menyiapkan catatan sendiri untuk mencatat setiap *detail* yang disampaikan dalam *brief*. Setelah memahami arahan dan persyaratan dari atasan, penulis langsung mulai mengeksekusi *brief* tersebut menjadi sebuah ide konten. Tahap awal ini sangat penting untuk memastikan bahwa konsep yang dirancang sesuai dengan harapan perusahaan.

Kemudian penulis mulai dengan menyusun *moodboard* dan *storyboard*. Penulis meluangkan waktu sekitar tiga jam untuk merancang visual dari setiap konsep sebelum mendapatkan persetujuan dari *Head of Creative*. Setelah mendapatkan lampu hijau tanpa revisi, penulis langsung memasuki tahap produksi.



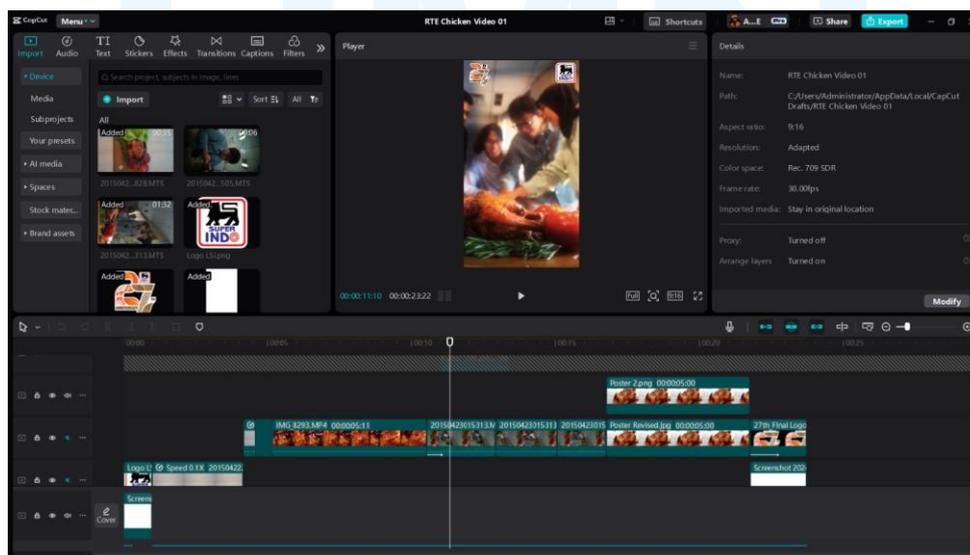
Gambar 3.5 *Storyboard Chicken Roast Rosemary 01, 02, dan 03*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada *video* pertama, yang bertujuan menampilkan ayam panggang sebagai hidangan keluarga, proses pengambilan gambar dilakukan di ruangan kantor yang diatur menyerupai ruang makan. Ayam panggang dihias dengan seledri dan potongan tomat, diletakkan di atas talenan untuk meningkatkan daya tarik visual. Teknik *reverse shot* digunakan pada adegan di mana ayam tampak masuk ke dalam frame, memberikan efek menarik saat diedit. Adegan lainnya melibatkan beberapa rekan kerja yang berpura-pura sedang menikmati hidangan bersama, dengan ayam panggang tetap menjadi fokus utama di latar depan. Kamera diatur dengan *aperture* rendah untuk menciptakan efek blur pada latar belakang, sehingga perhatian penonton tertuju pada ayam panggang tersebut.



Gambar 3.6 Penyusunan Tahap *Shooting Video* 01
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam tahap pengeditan, penulis menyusun klip di *timeline* menggunakan *CapCut Pro*. Setelah melalui proses seleksi ketat, klip yang digunakan dipotong dan dirangkai agar alurnya berjalan lancar. *Color grading* diterapkan untuk menonjolkan warna ayam agar terlihat lebih segar dan menggugah selera. Musik latar dipilih dari stok gratis *CapCut Pro* dengan irama santai yang sesuai tema kebersamaan. Pada bagian akhir *video*, penulis menambahkan *key visual* poster promosi ayam panggang yang sudah disediakan oleh atasan untuk memperkuat pesan *branding*.



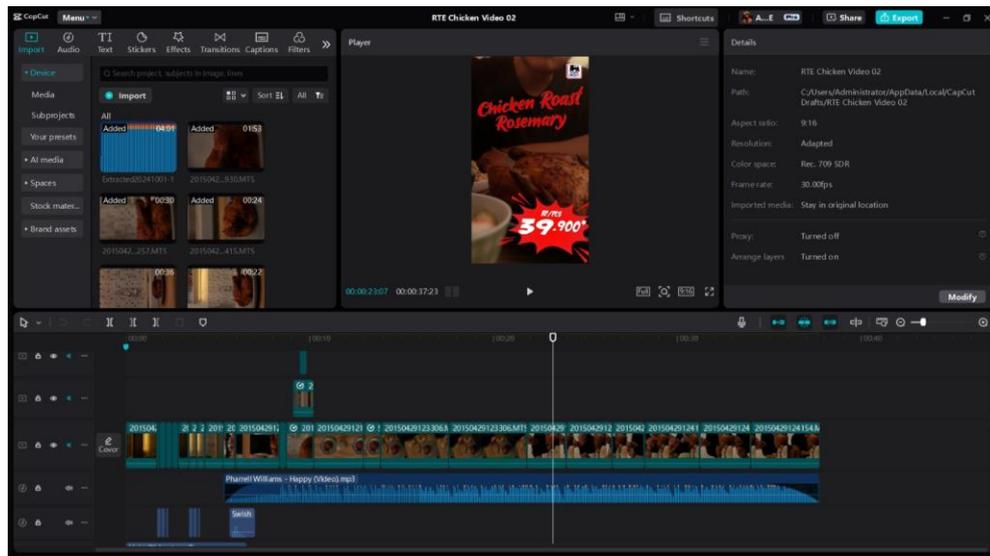
Gambar 3.7 Proses Pengeditan *Video* 01 *Chicken Roast Rosemary*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Video kedua berfokus pada fleksibilitas ayam panggang sebagai lauk pendamping berbagai makanan. Untuk produksinya, penulis membeli hidangan tambahan seperti mi goreng, sup, dan nasi uduk dari warung terdekat. Hidangan-hidangan tersebut disusun di atas meja bersama ayam panggang sebagai pusat perhatian. Penulis sendiri tampil sebagai model dalam *video*, menyuapkan makanan langsung ke kamera untuk memberikan kesan autentik.



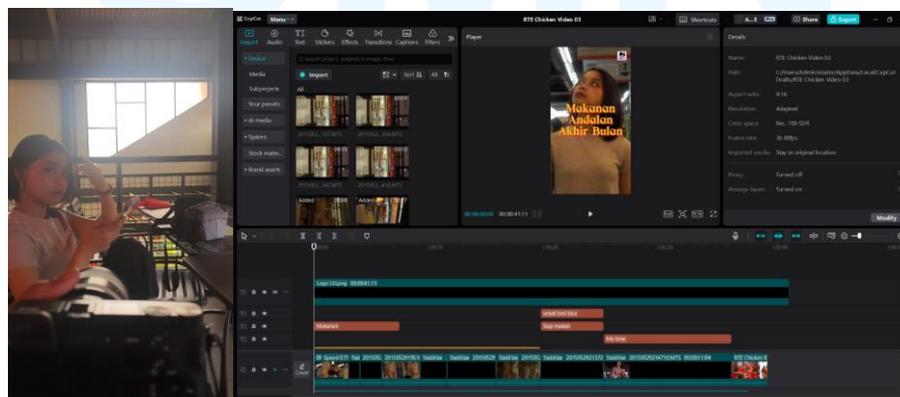
Gambar 3.8 Proses Produksi *Video* 02 Chicken Roast Rosemary
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada proses pengeditan *video* kedua, penulis lebih banyak bermain dengan komposisi klip untuk menunjukkan variasi hidangan secara dinamis. Klip-klip ini dirangkai sedemikian rupa agar menggambarkan ayam panggang sebagai pasangan yang ideal untuk berbagai makanan. *Color grading* diterapkan untuk memberikan tampilan yang segar dan menggugah selera. Musik latar dengan irama yang sedikit lebih cepat dipilih untuk memberikan nuansa energik. Sama seperti *video* pertama, *key visual* poster promosi ayam panggang ditambahkan di akhir *video* untuk menjaga konsistensi *branding*.



Gambar 3.9 Proses Pengeditan Video 02 Chicken Roast Rosemary
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Video ketiga menggunakan konsep *vintage* yang lebih sederhana, menyesuaikan dengan nuansa *branding* Super Indo yang profesional dan dekat dengan konsumen. Produksi dilakukan di toko Super Indo dengan seorang rekan kerja sebagai model. Adegan dimulai dengan model yang berpura-pura berbelanja di area rak produk siap saji, memilih ayam panggang, dan memasukkannya ke dalam keranjang belanja. Penulis memastikan pencahayaan *natural* dari toko memberikan efek lembut yang cocok dengan nuansa *vintage* yang diinginkan. Adegan selanjutnya memperlihatkan model membawa ayam ke meja makan untuk dinikmati, dengan penggunaan warna hangat yang mendukung kesan klasik dan nyaman.



Gambar 3.10 Proses Pengeditan Video 03 Chicken Roast Rosemary
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam tahap pengeditan *video* ketiga, penulis memilih musik latar dengan irama yang lebih tenang dan memiliki sentuhan *nostalgia*, sesuai dengan konsep *vintage* yang dirancang. Klip-klip disusun secara hati-hati agar mencerminkan alur belanja yang sederhana namun efektif. *Color grading* berfokus pada *tone* hangat untuk memberikan kesan klasik namun tetap *modern*. Pada akhir *video*, seperti pada *video* lainnya, *key visual* poster promosi ayam panggang turut ditambahkan untuk memberikan informasi yang jelas dan menguatkan pesan promosi.

Setelah tahap produksi dan pengeditan selesai, *video* yang dihasilkan diajukan untuk proses *approval* kepada *supervisor* melalui grup *WhatsApp*. *Supervisor* memberikan *feedback* dan saran jika diperlukan, yang kemudian diimplementasikan oleh penulis. Setelah mendapatkan persetujuan akhir dari *supervisor*, *video* tersebut dianggap siap dan dipublikasikan ke Instagram Reels milik Super Indo. Proses ini memastikan bahwa konten yang dihasilkan sesuai dengan standar dan ekspektasi perusahaan.



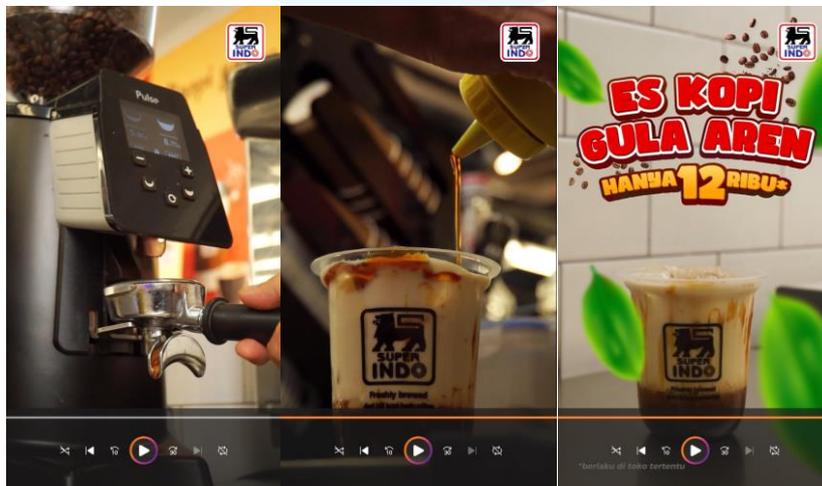
Gambar 3.11 Publikasi *Video* Chicken Roast Rosemary
Sumber: Dokumentasi Pribadi

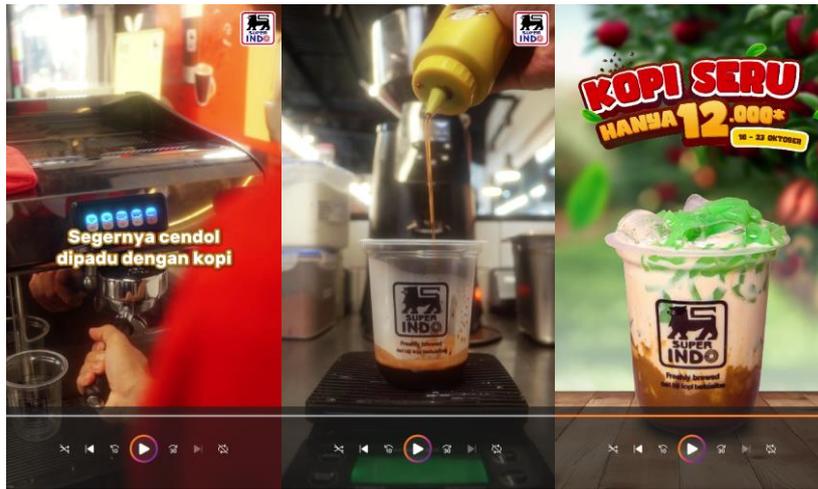
Proyek ini memberikan pengalaman berharga bagi penulis, mulai dari perencanaan hingga produksi dan pengeditan. Ketiga *video* berhasil memenuhi ekspektasi perusahaan, menyampaikan pesan utama dari setiap konsep secara kreatif dan profesional. Selain itu, proyek ini juga memberikan wawasan mendalam tentang pengelolaan proyek berskala besar dan strategi komunikasi visual yang efektif.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain tugas utama yang telah dijelaskan, penulis juga diberi kepercayaan untuk mengerjakan beberapa tugas tambahan selama masa magang di PT Lion Super Indo. Tugas-tugas ini mencakup pembuatan konten untuk kebutuhan *internal* perusahaan, Proses pengerjaannya dimulai dari menerima arahan atau *brief* singkat dari *supervisor*, dilanjutkan dengan diskusi singkat untuk memahami kebutuhan spesifik dari setiap tugas. Setelah *brief* diterima, penulis melakukan riset singkat untuk menentukan pendekatan desain yang sesuai, diikuti oleh tahap produksi seperti desain grafis menggunakan *Adobe Creative Cloud* Setelah *draft* selesai, hasil pekerjaan dikirimkan kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback*. Penulis kemudian merevisi sesuai arahan hingga disetujui untuk digunakan. Melalui tugas tambahan ini, penulis mendapatkan wawasan lebih luas mengenai kebutuhan desain *internal* perusahaan dan pentingnya *detail* dalam komunikasi visual.

3.3.2.1 Proyek Promosi Es Kopi Gula Aren dan Es Kopi Cendol





Gambar 3.12 *Caraousel Video* Promosi Es Kopi Gula Aren dan Es Kopi
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Proyek ini merupakan bagian dari upaya promosi produk minuman Es Kopi Gula Aren dan Es Kopi Cendol di salah satu cabang Super Indo, yaitu Super Indo Fortune Graha Raya. *Video* promosi ini dirancang dalam *format B-Roll* untuk *platform* media sosial seperti *Instagram Reels* dan *TikTok*. Penulis ditugaskan oleh *Head of Creative* untuk menangani seluruh proses produksi, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, penulis mempersiapkan peralatan pribadi, seperti dua set Godox SL60W, satu softbox, dan satu octabox (keduanya merek Godox), untuk kebutuhan pencahayaan. Pada hari Selasa, penulis menuju lokasi dengan membawa peralatan menggunakan mobil dan terlebih dahulu meminta izin kepada Store Manager untuk melakukan proses *shooting*. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis juga berkoordinasi dengan barista dan staf toko untuk membantu menjadi model dalam *video*.

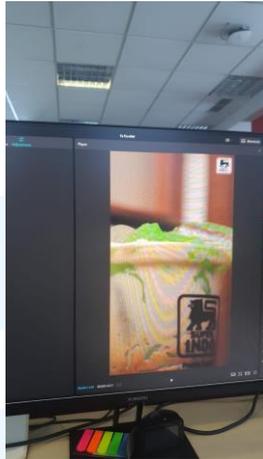
UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 3.13 Proses Produksi Es Kopi Gula Aren dan Es Kopi Cendol
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Proses produksi berlangsung selama tujuh jam, dimulai pukul 11.00 pagi hingga 18.00 sore. Selama pengambilan gambar, penulis menyesuaikan posisi pencahayaan dan memilih sudut pengambilan gambar yang menarik untuk menonjolkan produk. Penulis mengambil berbagai *footage*, mulai dari close-up hingga wide shot, untuk memberikan variasi pada *video*. Setelah selesai, seluruh rekaman diekspor ke perangkat penyimpanan untuk diolah lebih lanjut di kantor.

Pada tahap pasca-produksi, penulis menggunakan software CapCut Pro untuk mengedit *video*. Proses dimulai dengan mengimpor semua klip ke dalam *timeline*, diikuti dengan cropping dan pengaturan klip agar lebih terstruktur. Untuk musik latar, penulis memilih lagu dari stok gratis CapCut berjudul *"Trap, hip hop, dark beat (963369)"* karena memiliki nuansa *upbeat* yang cocok untuk *format video B-Roll*. Selain itu, penulis menambahkan *adjustment layer* untuk meningkatkan kualitas visual dengan menaikkan *brightness* sebesar +35 dan *contrast* sebesar +15, menghasilkan tampilan yang lebih sinematik. Teknik *speed ramping* diterapkan pada beberapa klip untuk memberikan efek transisi yang dinamis dan menjaga *video* tetap menarik tanpa durasi yang terlalu panjang. Logo Super Indo ditambahkan di pojok kanan atas, sementara teks hanya digunakan di bagian akhir *video*, diambil dari *key visual* yang telah disiapkan oleh *Co-Head of Creative*.



Gambar 3.14 Pengeditan Es Kopi Gula Aren dan Es Kopi Cendol
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Video akhirnya diekspor dengan pengaturan resolusi *4K*, *bit rate higher*, *frame rate 30 FPS*, dan *format MP4* untuk menyesuaikan standar *platform Instagram Reels* dan *TikTok*. Proyek ini memberikan hasil visual yang sesuai dengan ekspektasi, dengan penggunaan teknik editing seperti *speed ramping* dan penyesuaian *brightness/contrast* yang mampu meningkatkan kualitas *video* secara keseluruhan. Pengalaman ini memberikan penulis pemahaman mendalam tentang proses produksi *video* promosi, mulai dari koordinasi di lapangan hingga tahap *editing* akhir.

3.3.2.2 Proyek *Motion Graphic* Selasa Extra Diskon Mingguan



Gambar 3.15 Caraousel *Motion Graphic* Selasa Extra Diskon Mingguan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam proyek ini, penulis diberi tanggung jawab untuk membuat *motion graphic* promosi diskon mingguan yang berlaku setiap hari Selasa, yang dikenal sebagai *program Selasa Extra Diskon Mingguan*. Tugas ini diarahkan oleh *Supervisor* bagian *Creative*, yang sebelumnya telah menyiapkan *key visual* dan aset grafis untuk digunakan. Tugas penulis adalah mengolah aset-aset tersebut menjadi sebuah *video motion graphic* yang dinamis, menarik, dan sesuai dengan panduan visual merek Super Indo.

Penulis menerima *brief* secara langsung dari atasan melalui pertemuan tatap muka, di mana penulis mencatat setiap *detail* arahan menggunakan catatan pribadi untuk memastikan pemahaman yang jelas tentang kebutuhan dan harapan perusahaan. Setelah itu, penulis langsung mengembangkan ide konten berdasarkan arahan tersebut. Sebagai langkah awal, penulis menyusun *moodboard* dan *storyboard*, menghabiskan sekitar tiga jam untuk merancang visual setiap konsep. Konsep ini dibuat dengan effect petir supaya dapat menonjolkan kesan yang diangkat dari konten diskon extra. Setelah konsep tersebut disetujui oleh *Head of Creative* tanpa revisi, penulis melanjutkan ke tahap produksi.



Gambar 3.16 *Storyboard Motion Graphic* Selasa Extra Diskon Mingguan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Tahap awal dimulai dengan memeriksa dan meninjau *file* aset visual yang diberikan oleh *supervisor*. *File* tersebut berbentuk dokumen Adobe Illustrator (*AI*) yang berisi elemen-elemen seperti logo, ikon produk, teks promo, dan elemen dekoratif. Untuk memudahkan proses animasi, penulis memisahkan setiap elemen visual ke dalam *artboard* terpisah di Adobe Illustrator. Langkah ini memastikan setiap elemen dapat diekspor secara individual dengan latar belakang transparan (*format PNG*). Proses ini dilakukan secara teliti agar setiap elemen tetap berkualitas tinggi dan siap digunakan dalam *software editing video*.

Setelah semua elemen siap, penulis mulai memasukkan *file PNG* ke dalam *timeline* CapCut Pro, yang merupakan *software editing* utama yang digunakan untuk proyek ini. Proses penyusunan dimulai dengan menempatkan elemen-elemen utama sesuai dengan panduan *key visual*. Misalnya, logo ditempatkan di sudut yang sudah ditentukan, teks promo ditempatkan di tengah sebagai elemen utama, dan elemen dekoratif diatur agar memberikan keseimbangan visual.

Untuk memberikan efek animasi, penulis menambahkan berbagai efek gerakan pada elemen visual. Beberapa elemen diberikan efek *fade in* atau *fade out* untuk transisi yang halus, sementara elemen lain seperti ikon produk dibuat bergerak masuk dari samping atau melompat untuk memberikan kesan dinamis. Transisi antar adegan juga diperhalus dengan efek *slide* dan *zoom*, sesuai dengan konsep promosi yang ceria dan energik.

Selain itu, warna dan gerakan setiap elemen disesuaikan agar sesuai dengan nuansa promosi mingguan. Misalnya, elemen yang menampilkan angka diskon dibuat lebih menonjol dengan efek berdenyut (*pulsing effect*), sementara teks deskripsi dipertegas dengan gerakan *typewriter* agar terlihat menarik namun tetap jelas

Setelah semua elemen tersusun dan diberi animasi, penulis memeriksa ulang seluruh *timeline* untuk memastikan transisi berjalan mulus dan setiap elemen bergerak dengan sinkron. Musik latar dipilih dari stok gratis CapCut Pro dengan nuansa upbeat untuk memberikan suasana yang mendukung tema promosi. Musik ini dipotong dan disesuaikan durasinya agar pas dengan panjang *video*.

Video kemudian diekspor dalam *format* MP4 dengan resolusi Full HD (1080p) dan pengaturan *bitrate* tinggi untuk menjaga kualitas visual terbaik. *video* yang sudah melalui proses *approval* oleh *supervisor*, kemudia siap untuk di publikasikan pada Instagram Reels milik Super Indo.



Gambar 3.17 Publikasi *Video Motion Graphic* Selasa Extra Diskon Mingguan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Proyek ini memberikan pengalaman unik bagi penulis dalam mengelola aset visual yang sudah disediakan dan mengubahnya menjadi *video motion graphic* yang menarik. Meskipun proyek ini tidak memerlukan pengambilan gambar atau klip *video* langsung, tantangannya terletak pada kreativitas dalam menyusun dan menganimasikan elemen yang sudah ada agar tetap terasa segar dan tidak monoton.

Hasil akhir *video* ini diharapkan dapat menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan kesadaran tentang *program Selasa Extra Diskon Mingguan*, sekaligus memperkuat citra Super Indo sebagai merek yang aktif memberikan penawaran menarik kepada pelanggannya.

3.3.2.3 Proyek Promosi Produk Carl Schmidt Sohn Cookware



Gambar 3.18 Portrait Carousel Video Promosi Produk Carl Schmidt Sohn
Sumber: Dokumentasi Pribadi

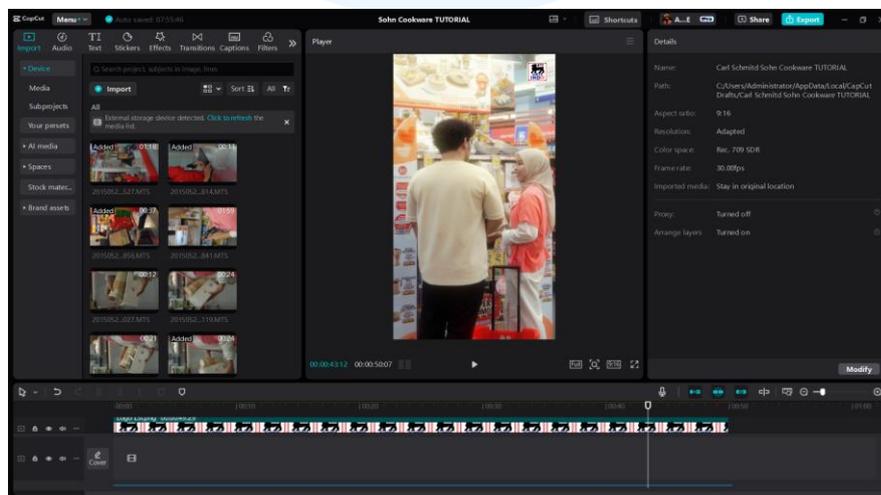
Proyek ini bertujuan untuk mempromosikan produk-produk alat dapur dari brand Carl Schmidt Sohn Cookware sekaligus memberikan panduan kepada pelanggan mengenai cara menggunakan aplikasi My Super Indo untuk mendapatkan diskon saat membeli produk tersebut. Penulis ditugaskan oleh Head of Creative untuk bekerja sama dengan salah satu intern dalam proses produksi video ini. Lokasi shooting dilakukan di toko Super Indo Duren Tiga dengan peralatan minimal, yaitu hanya menggunakan kamera Sony mirrorless dan tripod, tanpa pencahayaan tambahan seperti lighting set maupun lighting flash. Kondisi ini membuat proses shooting cukup menantang, terutama karena kami harus memanfaatkan pencahayaan alami di dalam toko, yang kadang terasa kurang konsisten.

Setelah penulis mendapatkan briefing langsung dari atasan melalui pertemuan tatap muka, di mana penulis mencatat setiap rincian instruksi dengan menggunakan catatan pribadi untuk memastikan pemahaman yang tepat mengenai kebutuhan dan harapan perusahaan. Setelah itu, penulis mulai mengembangkan ide konten berdasarkan arahan tersebut. Sebagai langkah pertama, penulis membuat moodboard dan storyboard. Setelah konsep disetujui oleh Head of Creative tanpa revisi, penulis melanjutkan ke tahap produksi.



Gambar 3.19 *Storyboard Video Promosi Carl Schmidt Sohn Cookware*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam *video* ini, penulis juga berperan sebagai model bersama *intern* tersebut. Karena keterbatasan kru, penggunaan *tripod* menjadi solusi untuk merekam adegan dengan kedua kru sekaligus menjadi model. Konsep yang diminta adalah kedua model tampil seperti pasangan suami istri baru, dengan dress code bebas namun berwarna terang untuk mendukung *key visual* yang sudah dirancang.

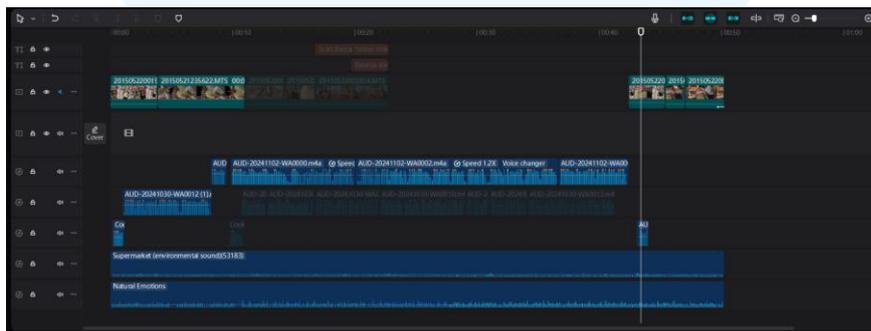


Gambar 3.20 Pengeditan Promosi Produk *Carl Schmidt Sohn Cookware*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Proses pengeditan dimulai dengan mengekspor semua klip dari kamera ke laptop, diikuti dengan proses impor ke *software editing CapCut Pro*. Seluruh klip melalui proses seleksi untuk menentukan mana yang layak digunakan. Dalam tahap ini, penulis harus benar-benar teliti karena ada beberapa klip yang terpotong tidak

sengaja atau terganggu oleh latar belakang suara pelanggan di toko. Setelah klip terpilih dimasukkan ke dalam *timeline*, penulis memulai proses *editing* dengan memotong bagian-bagian klip agar *video* memiliki durasi yang optimal.

Editing dilakukan dengan mengikuti *key visual* yang telah dirancang oleh *Supervisor (Co-Head Creative)*, termasuk penyesuaian *font* dan *color grading* agar sesuai dengan konsep *visual* yang telah ditentukan. *Font* yang digunakan dalam *video* ini adalah *VAGRoundedStd-Bold* dengan modifikasi ketebalan +40 di *CapCut Pro*. Untuk segmen *tutorial* cara mendapatkan diskon melalui aplikasi *My Super Indo*, penulis merekam layar menggunakan fitur *screen recorder* pada *smartphone*. Tantangan pada tahap ini adalah memastikan alur tutorial terlihat jelas dan tidak membingungkan penonton. Hasil rekaman layar tersebut kemudian dimasukkan ke dalam *mockup smartphone* berlisensi gratis yang ditemukan secara online dalam *website* aset grafis gratis.



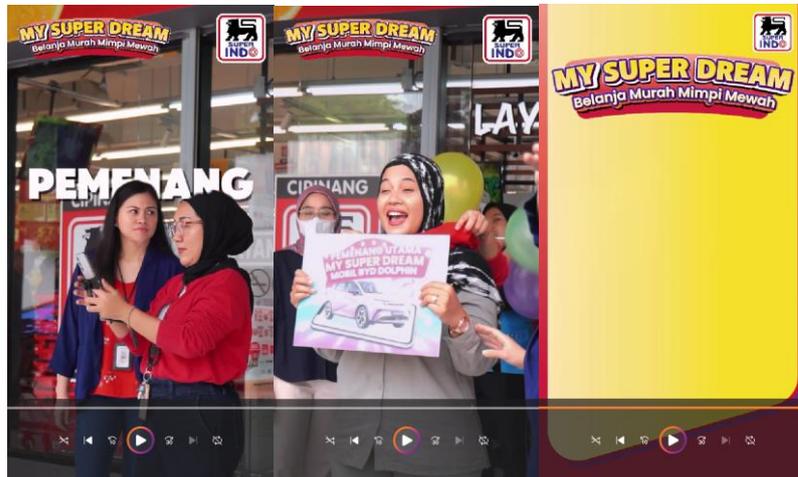
Gambar 3.21 Pengeditan Promosi Produk *Carl Schmidt Sohn Cookware*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Untuk menambah kesan profesional pada *video*, *voice-over* direkam oleh salah satu rekan kerja yang memiliki suara yang jelas dan ramah. Hal ini dilakukan agar penjelasan langkah-langkah *tutorial* lebih mudah dipahami oleh penonton. Selain itu, musik latar yang digunakan adalah lagu "*Natural Emotion*" dari stok gratis *CapCut Pro*, yang memberikan nuansa segar dan natural sesuai tema *video*.

Meskipun proyek ini cukup menantang, terutama karena keterbatasan kru dan peralatan, pengalaman ini memberikan penulis banyak pelajaran berharga dimana penulis belajar untuk lebih fleksibel dalam mengatasi keterbatasan teknis, sekaligus mengasah kemampuan *multitasking* sebagai *model* dan *editor*. Proyek ini tidak hanya menghasilkan *video* promosi yang menarik, tetapi juga memperkaya

pengalaman penulis dalam produksi *video* dengan berbagai situasi dan tantangan di lapangan.

3.3.2.4 Proyek Video Recap Event MYSUPERDREAM



Gambar 3.22 Portrait Caraousel Video Recap Event MYSUPERDREAM
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Proyek ini merupakan dokumentasi berupa *video* recap untuk acara *MySuperDream*, yaitu penyerahan hadiah mobil BYD kepada pemenang undian yang telah diundi sekitar sebulan sebelum hari penyerahan. Penulis mendapatkan tugas ini dari *Head of Creative* dan diberi tanggung jawab untuk mengabadikan momen tersebut dalam bentuk *video* dan foto. Lokasi acara berlangsung di toko Super Indo Cipinang, dan penulis hadir bersama beberapa rekan kerja yang juga memiliki tugas masing-masing. Sebelum acara dimulai, tim kami menerima *briefing* singkat terkait peran dan tanggung jawab masing-masing agar pelaksanaan dokumentasi berjalan lancar.

Pada tahap produksi, penulis terlebih dahulu diminta untuk mengambil beberapa klip *B-Roll* mobil hadiah sebelum acara dimulai. Proses ini dilakukan untuk memastikan stok *video* mencukupi, termasuk klip *detail* eksterior dan interior mobil BYD. Setelah itu, saat acara akan dimulai, penulis diarahkan untuk mengambil posisi strategis untuk merekam ekspresi pemenang undian ketika mobil baru mereka ditampilkan. Ini adalah salah satu momen utama yang sangat ditekankan dalam *briefing*, karena ekspresi spontan ini menjadi daya tarik emosional *video recap*.



Gambar 3.23 Produksi *Video Recap Event MYSUPERDREAM*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain itu, penulis juga mengambil beberapa klip suasana di toko, seperti interaksi antara pelanggan, *staff*, dan pihak penyelenggara acara. Ini dilakukan untuk menangkap kesan keseluruhan suasana event yang meriah dan menyenangkan. Untuk mendukung hasil dokumentasi yang maksimal, penulis berbagi tugas dengan salah satu rekan kerja, di mana kami bergantian mengambil *video* dan foto dari berbagai sudut untuk memberikan variasi pada hasil akhir. Pengambilan gambar dilakukan dengan memanfaatkan kamera Sony *mirrorless* dan *tripod* untuk memastikan hasil yang stabil.

Setelah acara selesai, penulis melanjutkan ke tahap pasca-produksi yang memiliki beberapa perbedaan dengan proyek sebelumnya. Setelah mengeksport semua klip ke laptop, penulis mulai proses *editing* menggunakan *software CapCut Pro*. Klip yang sudah diseleksi disusun dalam *timeline* untuk menciptakan narasi yang runtut, mulai dari suasana awal acara, pengumuman pemenang, hingga momen penyerahan hadiah mobil.



Gambar 3.24 Proses Pengeditan *Video Recap Event MYSUPERDREAM*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Salah satu elemen baru dalam proyek ini adalah penambahan segmen *still image interview*, di mana foto-foto pemenang yang disertai narasi wawancara ditampilkan sebagai bagian dari *video*. Narasi ini ditambahkan dengan teks dan *voice over* untuk memberikan konteks yang lebih jelas kepada penonton. Selain itu, untuk menonjolkan momen penting seperti pengumuman pemenang, penulis menggunakan transisi dan efek visual yang sederhana namun tetap profesional agar tidak mengalihkan perhatian dari inti cerita.

Musik latar dipilih dari stok gratis *CapCut Pro*, dengan nuansa ceria yang sesuai dengan tema kemenangan dan kebahagiaan. Penyesuaian *color grading* juga dilakukan untuk memastikan warna terlihat konsisten dan memberikan kesan hangat. Logo Super Indo dan *branding event MySuperDream* disertakan pada bagian pembuka dan penutup *video* untuk memperkuat identitas visual.

Proyek ini memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam mendokumentasikan momen penting yang melibatkan emosi spontan. Selain itu, tantangan dalam membagi fokus antara *video* dan foto membantu penulis mengasah kemampuan multitasking dan koordinasi tim. Hasil akhir *video recap* ini diharapkan dapat memberikan kesan yang positif kepada audiens sekaligus memperkuat citra Super Indo sebagai penyelenggara acara yang melibatkan komunitas pelanggan secara langsung.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama masa magang, penulis menghadapi berbagai kendala, seperti pengelolaan proyek tanpa alokasi anggaran khusus yang mengharuskan pembiayaan kebutuhan teknis secara mandiri, serta proses *reimbursement* yang memakan waktu lama. Fasilitas kantor yang terbatas untuk mendukung tugas seorang *graphic designer* dan *videographer* juga menjadi tantangan, sehingga penulis harus mengandalkan peralatan pribadi dan mencari solusi kreatif. Untuk mengatasinya, penulis memaksimalkan penggunaan alat yang dimiliki, mengatur jadwal kerja dengan lebih terencana, serta memanfaatkan sumber daya gratis yang tersedia secara online. Meskipun situasi ini tidak mudah, pengalaman tersebut memberikan pelajaran berharga tentang adaptasi, kreativitas, dan pengelolaan sumber daya dalam lingkungan kerja profesional.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

1. Selama magang sebagai *videografer*, tidak ada anggaran atau dana yang disediakan untuk kebutuhan *shooting* proyek. Hal ini menyebabkan beban biaya ditanggung secara pribadi.
2. Fasilitas kantor yang kurang, khususnya tidak adanya koneksi *Wi-Fi*, menyulitkan pekerjaan yang memerlukan akses *internet*, seperti pengiriman *file* dan komunikasi *online*.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

1. Menggunakan peralatan pribadi seperti *lighting*, kamera, lensa, dan aksesoris lainnya untuk menyelesaikan tugas *shooting*.
2. Menggunakan kuota data pribadi untuk melakukan tethering agar dapat mengakses *internet*.