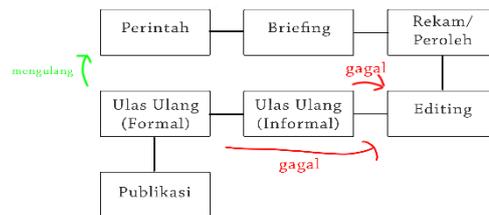


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1.1 Alur Instruksi *Multimedia Editor* di *PT Indorich Expo Utama*
(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Selama menjalankan magang bersama *PT Indorich Expo Utama*, penulis ditugaskan terutama sebagai *Multimedia Editor*. Sebagai *Multimedia Editor*, penulis diharapkan untuk memproduksi *video* sesuai keperluan perusahaan. Sehingga hasil kerja dari penulis merupakan *video-video* pendek dengan tujuan yang sudah ditentukan supervisor, yaitu untuk promosi (umumnya) atau untuk fungsi lainnya seperti contohnya latar belakang panggung. Dengan demikian, penulis akan menjelaskan lebih lanjut tahap-tahap kerja tersebut.

Secara singkat mengenai grafik diatas (3.1.1), penulis diperintahkan dan diberikan *brief* mengenai *video* yang akan dibuat, dari tujuan, materi, referensi, *tone*, dan seterusnya. Penulis kemudian mulai mengumpulkan materi yang diperlukan untuk proses *editing*, yang umumnya melibatkan penulis untuk mencari rekaman yang relevan dari arsip rekaman acara-acara perusahaan sebelumnya. Jika rekaman sudah dikumpulkan, barulah penulis mencari materi tambahan di *Internet* seperti suara, musik, dan *stock footage*. Setelah proses *editing* selesai penulis menyampaikan hasilnya ke *partner* kerja untuk ulas ulang secara informal; menambahkan revisi sesuai masukannya hingga beliau sudah merasa puas dengan hasilnya. Jika hasilnya sudah disetujui oleh *partner* kerja, barulah diajukan ke

supervisor untuk diulas ulang dan direvisi hingga beliau juga sudah merasa puas. Jika hasil akhir sudah disetujuinya barulah *video* tersebut dipublikasikan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama melakukan magang dengan *PT Indorich Expo Utama*, penulis terlibat dalam beberapa proyek dalam berbagai tahap produksi, antara lain:

1. Membuat video yang bertujuan untuk mempromosikan acara atau pameran yang akan dilaksanakan.
2. Membuat video yang diperlukan untuk keperluan lainnya yang bersifat non-promosi.
3. Membantu *partner kerja* dalam berbagai hal, berlaku seolah sebagai seorang asisten.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Mengenai jadwal umum magang dari penulis, berikut adalah tabel yang menggambarkan kegiatan kerja dalam satu minggu standar (tanpa ada perencanaan khusus/meeting lanjutan) pada pelaksanaan magang:

Tabel 3.2.1 Jadwal Magang Standar *PT Indorich Expo Utama*

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
Diskusi / brief preliminar mengenai konten yang ingin diproduksi, diikuti dengan proses pengumpulan	Lanjut proses <i>editing</i> video yang sudah dibahas kemarin hari.	Lanjut menyiapkan draf video pertama untuk memperlihatkan <i>progress</i> kerja kepada <i>partner kerja</i> dan memperoleh masukan yang nanti akan	Mengimplementasi masukan kepada draf <i>video</i> sebelum mencari <i>approval</i> untuk publikasi.	Revisi seperlunya hasil <i>edit</i> kemarin sesuai permintaan supervisor, jika sudah memuaskan barulah <i>video</i> dipublikasikan.

media sebelum proses <i>editing</i> dimulai.		dimasukan.		
--	--	------------	--	--

Mengikuti daftar yang tertera sebelumnya pada bab 3.2, dapat disimpulkan bahwa penulis selama magang bertugas untuk *mengedit video* pendek untuk promosi maupun fungsi lainnya sesuai permintaan maupun membantu *partner kerja* seperlunya jika memang diperlukan. Diantara kedua tugas tersebut, penulis lebih sering menjadi *editor video-video* promosi. Perlu ditekankan lagi bahwa kedua tugas tersebut termasuk kewajiban jabatan penulis sebagai *Multimedia Editor* yang bertugas untuk memproduksi konten yang tujuannya disesuaikan oleh perusahaan, apapun bentuknya.

3.2.2 Uraian Tugas Magang

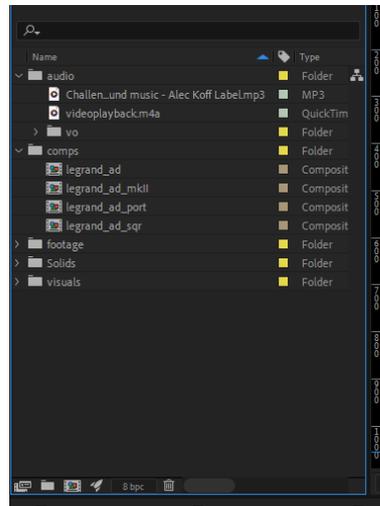


Gambar 3.2.2.1 *Preview After Effects* dari *video* promosi *LeGrandChef*

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Penulis akan mengambil contoh minggu ke-3 dari bulan Maret untuk menguraikan tugas-tugas magang. Umumnya pada tahap pertama, penulis umumnya diberikan brief secara langsung lewat meeting oleh supervisor dengan anggota lainnya, yang memberikan garis besar *video* apakah yang ingin dibuat dengan menjelaskan apakah *video* tersebut untuk fungsi promosi atau bukan. Kemudian, supervisor memberikan referensi *video-video* yang ingin ditiru atau menunjukkan materi lainnya yang dapat diperoleh dan dipakai untuk kreasi *video* nantinya. Namun terkadang brief tersebut disampaikan secara tidak langsung lewat *partner kerja* penulis yang lebih sering berinteraksi dengan supervisor. Dalam konteks minggu tersebut, penulis ditugaskan

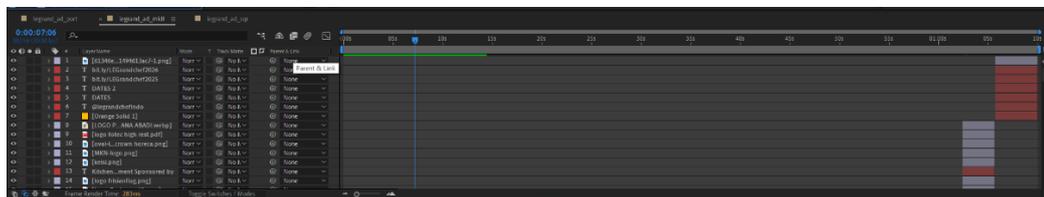
untuk membuat video yang mempromosikan segmen kompetisi antar koki pada *event AllFood 2025* yang dijuluki “*LeGrandChef*”.



Gambar 3.2.2.2 Berbagai *aset After Effects* dari *video* promosi *LeGrandChef*

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Berikutnya ketika *production* berlangsung, penulis akan mulai mengumpulkan mayoritas materi dari internet. Contoh materi yang diambil dari internet berupa gambar (standar maupun *.gif*), *video clip* yang bebas dari lisensi, potongan suara dari berbagai media, ataupun rekaman lainnya yang diperoleh oleh anggota tim sesuai keperluan. Umumnya rekaman yang diperoleh lewat pertolongan anggota lain berupa rekaman *cinematic* ataupun subjek spesifik dari lingkungan yang dibutuhkan keperluan produksi konten. Contohnya ialah rekaman dari berbagai event yang dilaksanakan sebelumnya oleh perusahaan. Namun pada konteks minggu ini, materi yang diperoleh semuanya dari *Internet* dan tidak menggunakan rekaman dari arsip perusahaan.



Gambar 3.2.2.3 *Composition Timeline* dari *After Effects* dari *video* promosi

LeGrandChef

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Berikutnya, penulis mulai membuat *video* yang diinginkan sesuai petunjuk

dan/atau referensi yang diberikan. Proyek tersebut memang dikerjakan sendiri oleh penulis, tetapi penulis akan selalu minta tolong kepada anggota lain jika memang memerlukan pertolongan; terutama jika perlu masukan mengenai kualitas *output* kerja serta masukan mengenai desain grafis. Apapun kendalanya, ketika tahap penyuntingan sudah selesai, hasilnya diberikan kepada Yorel (*partner* kerja) yang memeriksa ulang *video* yang dibuat.

Jika *video* tersebut belum memuaskan, penulis akan melakukan revisi sesuai dengan masukan yang diberikan; jika sudah memuaskan, *video* tersebut diberikan kepada supervisor yang juga memberikan masukan kepada *video* tersebut. Jika supervisor sudah puas dengan hasil kerja, barulah *video* tersebut dipublikasikan atau digunakan sesuai fungsi yang diinginkan. Pada contoh *video* yang disebut tadi, penulis juga harus mengkonversi *video* tersebut kepada resolusi layar yang berbeda, dengan *aspect ratio* seperti 1:1 (bentuk kotak) dan 9:16 (bentuk portret) untuk *Feeds* dan *Story Instagram*, dalam urutan itu.

Di satu sisi lainnya, tidak semua *video* mengandalkan sepenuhnya dengan grafik-grafik yang ekstravagan dan *stock footage*. Berbeda seperti *video LeGrandChef* sebelumnya, beberapa *video* berupa *montage* dari dokumentasi pameran-pameran sebelumnya. Umumnya *video* tersebut dibuat beberapa minggu setelah pameran sebelumnya selesai, sebagai bentuk promosi pertama dari pameran berikutnya yang akan dilaksanakan.



Gambar 3.2.2.4 *Still image* dari *video montage* promosi *Allfood 2025* bertema *packaging*

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Video-video montage seperti contoh diatas memiliki struktur kerja atau

workflow yang sama secara garis besar, namun ketika dilihat secara spesifik fokus dari berbagai hal terlihat beda. Salah satunya adalah pilihan dari *footage*, yang sebelumnya lebih mengandalkan *stock footage* untuk menyampaikan pesan tertentu; *video-video montage* lebih mengandalkan *footage* dokumentasi dari *arsip video perusahaan*. Hal tersebut dilakukan karena video promosi ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada konsumen mengenai apakah *event* ini yang akan dilaksanakan. Perbedaan berikutnya adalah mengenai *software* yang digunakan untuk mengedit *video* tersebut. Dimana membuat *video* yang penuh dengan grafik dan efek spesial memerlukan *After Effects*, membuat *video* yang lebih fokus pada konten dari tiap *footage* tersendiri menggunakan *software Premiere Pro*. Hal tersebut dikarenakan *software* tersebut lebih layak membuat *clip montage* dibanding *After Effects* yang lebih layak untuk membuat *video* penuh dengan grafik dan efek spesial.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan magang dengan *PT Indorich Expo Utama*, kendala yang dihadapi penulis selama kegiatan magang, antara lain:

1. Kendala berkomunikasi, terutama mengenai visi dari sebuah proyek.
2. Kesibukan supervisor yang mengurangi waktu interaksi, terutama mengenai *project approval*.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan magang dengan *PT Indorich Expo Utama*, berikut adalah solusi atas kendala yang dihadapi penulis selama kegiatan magang, antara lain:

1. Atas masukan dari *partner* kerja, penulis berusaha untuk menelaah berbagai referensi *video-video* promosi yang ada di media sosial, baik dari akun internal milik perusahaan maupun external dari perusahaan lainnya. Tujuannya adalah penulis lebih mengerti ide & konsep yang ingin dibuat oleh supervisor dan bagaimana mengaktualisasikan ide & konsep tersebut ke dalam bentuk *video* promosi yang diinginkan.

2. Selain menyerahkan masukan terutama kepada *partner* kerja, penulis juga berusaha menyiapkan beberapa varian dari hasil *edit*, supaya ketika diajukan hasilnya kepada supervisor, diharapkan hasil yang alternatif lebih memuaskan sehingga dapat lebih cepat mengerjakan proyek berikutnya.