

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis menjalani program magang di PT Wuxian Edukasi Nusantara (Wuxian Institute) selama kurun waktu enam bulan dengan posisi sebagai *Graphic Design Intern*, yang tergabung dalam tim *Digital Marketing*. Posisi ini berada di bawah koordinasi divisi pemasaran, di mana penulis berperan dalam mendukung kebutuhan visual untuk keperluan promosi media sosial, edukasi digital, serta komunikasi visual perusahaan secara umum.

Selama pelaksanaan magang, penulis mendapatkan arahan langsung dari *Head of Marketing* sebagai atasan utama, serta mendapatkan bimbingan harian dari anggota tim produksi lainnya. Selain itu, penulis juga beberapa kali diberikan tugas desain untuk keperluan divisi lainnya seperti desain materi presentasi atau kebutuhan visual lainnya yang masih berhubungan dengan lingkup kerja Wuxian Institute. Penulis menjalankan berbagai tanggung jawab sesuai dengan kebutuhan promosi dan branding perusahaan, yang akan dijabarkan lebih lanjut pada subbab berikut ini.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di PT Wuxian Edukasi Nusantara, penulis berkedudukan sebagai *graphic design intern* yang ditempatkan dalam tim *digital marketing*. Posisi ini memberikan kesempatan berharga untuk terlibat langsung dalam strategi pemasaran perusahaan. Tugas utama penulis adalah membantu dalam pembuatan berbagai materi visual yang mendukung aktivitas promosi dan komunikasi perusahaan secara komprehensif, terutama untuk kebutuhan media sosial dan kampanye *digital* yang dinamis. Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, penulis bekerja di bawah arahan langsung dari *Head of Marketing* yang memberikan visi strategis, dan mendapatkan bimbingan

dari tim produksi yang memberikan panduan teknis serta kreatif dalam setiap pengerjaan desain. Penulis juga beberapa kali diberi kesempatan untuk membantu kebutuhan visual untuk divisi lain yang masih berada dalam lingkup operasional *Wuxian Institute*, menunjukkan fleksibilitas peran dan memperluas pengalaman kerja selama masa magang.

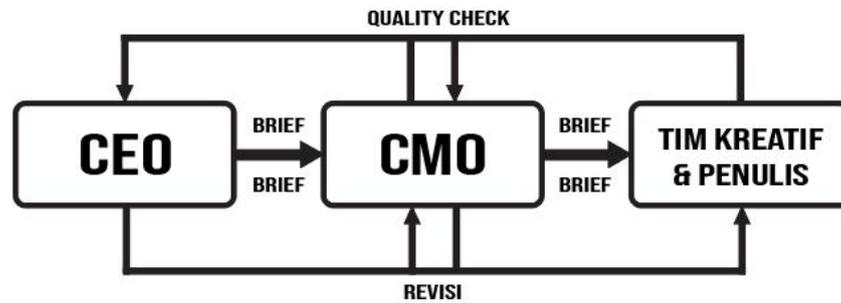
Tanggung jawab utama penulis selama magang di PT Wuxian Edukasi Nusantara sangat beragam dan berfokus pada aspek visual komunikasi *brand*. Tanggung jawab tersebut meliputi mendesain konten harian untuk media sosial, yang menuntut kreativitas dan kecepatan dalam mengikuti tren. Selain itu, penulis juga bertugas membuat *visual* untuk promosi kelas dan *webinar*, memastikan materi promosi menarik dan informatif untuk menjangkau *target audiens* secara efektif. Penulis turut serta mengerjakan *editing video* pendek untuk *reels* media sosial, yang memerlukan pemahaman akan *platform* dan audiensnya, atau *video* panjang seperti *e-course* bahasa Mandarin yang membutuhkan detail dan alur yang terstruktur. Terakhir, penulis juga mendokumentasikan acara internal maupun eksternal jika diperlukan, menguji kemampuan adaptasi dan responsivitas terhadap berbagai kebutuhan perusahaan.

### **3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang**

Dalam melaksanakan tugas yang diberikan selama magang, penulis melakukan koordinasi secara langsung dengan tim kreatif dan *head of marketing*. Penulis menerima arahan dan bimbingan dalam bentuk brief desain yang diberikan baik oleh desainer tetap maupun langsung dari *head of marketing*. Koordinasi brief dilakukan melalui *online* seperti *whatsapp* dan *google meet* dan juga *offline* secara langsung pada lokasi kerja.

Biasanya, proses koordinasi diawali dengan pemberian brief dari chief operating officer kepada head of marketing, lalu kepada tim kreatif. Setelah ide dan arahan tersebut dirumuskan secara tim, tugas-tugas desain akan didistribusikan kepada penulis untuk dieksekusi. Dalam beberapa kesempatan, penulis juga menerima arahan langsung dari chief operating

officer atau owner wuxian, terutama ketika pekerjaan bersifat mendesak atau membutuhkan penyesuaian cepat.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Wuxian

Dalam proses pengerjaan video editing dan desain untuk sosial media, penulis dan tim kreatif akan di brief terlebih dahulu oleh *head of marketing*. Brief tersebut berisikan beberapa hal apa saja yang diperlukan dalam melakukan proses pengerjaan seperti tujuan pembuatan desain, script video, storyboard, referensi, dan juga timeline pengerjaan. Setelah mendapatkan itu detail tersebut, penulis mulai bisa mengerjakan pekerjaan tersebut. Setelah penulis menyelesaikan proses pengerjaan, penulis memberikan hasil preview kepada tim kreatif dan *head of marketing* Wuxian Institute untuk direview. Jika tidak ada revisi dari tahap review, maka hasil video atau desain akan langsung di publish oleh tim publikasi.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani magang di PT. Wuxian Edukasi Nusantara, penulis mengerjakan beberapa proyek desain, yang akan dijelaskan oleh penulis melalui tabel dibawah ini

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	10—15 Februari 2025	Promosi Valentine	Riset konten & ads, content planning, pembuatan desain & script, shooting, editing video

			<i>challenge.</i>
2	17—22 Februari 2025	Konten Sosial Media & Perencanaan Konten	Desain konten Instagram, briefing pamflet & stiker, <i>content planning</i> akhir Februari.
3	24—1 Maret 2025	Konten Sosial Media & Pamflet	Desain konten sosial media, desain pamflet, revisi dan planning awal Maret.
4	3—8 Maret 2025	Konten Sosial Media	Pengerjaan konten sosial media mingguan dan <i>content planning</i> April <i>week 2</i> .
5	10—15 Maret 2025	Riset & Perencanaan <i>Ads Meta Business</i>	Briefing ads, riset Meta Business, desain stiker mobil, revisi company profile
W6	17—22 Maret 2025	Riset <i>Ads</i> & Produksi Video <i>E-Course</i>	Riset lanjutan ads, desain ulang & revisi company profile, meeting e-course, riset video.
7	24—29 Maret 2025	Produksi Video <i>E-Course</i> Bab 1–3	Riset & desain konten e-course, shooting dan editing e-course Bab 1.
8	8 – 12 April 2025	Editing <i>E-Course</i> Bab	Editing Bab 1, bantu desain sosial media, rekaman Bab 2.

		1	
9	14 – 19 April 2025	Editing E-Course Bab 2	Editing Bab 2, meeting content planning, rekaman Bab 3.
10	21 – 26 April 2025	Editing E-Course Bab 3	Editing Bab 3, riset kompetitor, rekaman Bab 4–5, desain konten sosial media.
11	28 – 3 Mei 2025	Editing E-Course Bab 4–5	Editing lanjutan Bab 4–5. desain sosial media, shooting bab 6-7
12	5 – 10 Mei 2025	Editing E-Course Bab 6–7	Editing Bab 6–7, content planning, shooting Bab 8–9.
13	12 – 17 Mei 2025	Editing E-Course Bab 8–9	Editing Bab 8–9, bantu desain sosial media, shooting Bab 10–11.
14	19 – 25 Mei 2025	Editing E-Course Bab 10–11 & desain	Editing lanjutan Bab 10–11, desain konten sosial media, revisi desain katalog.
15	26 – 31 Mei 2025	Perencanaan Konten & Perbaikan Laporan	Content planning, desain Instagram Story, perbaikan laporan Bab 1.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di PT Wuxian Edukasi Nusantara, penulis mengerjakan berbagai tugas yang sangat beragam, meski sebagian besar fokusnya terkait dengan mendukung divisi *digital marketing*. Penulis bertanggung jawab membuat desain konten sosial media entah dalam bentuk foto ataupun video. Selain itu, penulis melakukan pengerjaan editing untuk video e-course bahasa mandarin level 1 yang akan dipublikasikan dan dapat diakses oleh masyarakat. Hasil akhir dari video akan kemudian dikirim ke tim kreatif dan *head of marketing* untuk mendapat persetujuan sebelum dipublikasikan. Meskipun berada di divisi *digital marketing*, penulis beberapa kali membantu divisi lain seperti tim *sales* yang memerlukan *copywriting* dan juga *banner* informatif untuk dikirimkan melalui *whatsapp* kepada calon *customer*.

#### 3.3.1 Video E-Course Wuxian Edukasi Nusantara

Salah satu proyek utama yang dikerjakan penulis selama masa magang di PT Wuxian Edukasi Nusantara adalah pembuatan video *e-course* Mandarin Level 1. Proyek ini secara khusus ditujukan untuk pelajar pemula yang baru memulai perjalanan mereka dalam mempelajari bahasa Mandarin, menyediakan fondasi yang kuat dalam penguasaan dasar-dasar bahasa. *E-course* ini menjadi bagian penting dari strategi pembelajaran daring Wuxian Institute yang mengutamakan pendekatan visual dan interaktif sebagai sarana pembelajaran mandiri bagi para pelajar. Pendekatan ini dipilih untuk mengatasi tantangan umum dalam pembelajaran bahasa asing secara *online*, memastikan materi disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, sehingga siswa dapat belajar sesuai ritme mereka sendiri dengan dukungan visual yang kaya.

Video *e-course* Mandarin level 1 terdiri dari 11 video pembelajaran, dengan masing-masing video dirancang berdurasi antara 3 hingga 10 menit. Durasi yang relatif singkat ini dipilih secara strategis untuk menjaga rentang perhatian pelajar dan memfasilitasi sesi belajar yang terfokus serta mudah

diulang. Materi yang disampaikan mencakup topik-topik dasar yang esensial, seperti pengenalan *Hanzi* (karakter dasar dalam bahasa Mandarin) yang menjadi pondasi visual bahasa, penjelasan detail empat nada dasar yang krusial dalam pelafalan bahasa Mandarin untuk menghindari kesalahpahaman makna, kosakata umum sehari-hari yang langsung dapat diterapkan dalam percakapan, kalimat-kalimat percakapan sederhana untuk membangun kemampuan komunikasi awal, pengenalan struktur kalimat dasar sebagai fondasi tata bahasa, dan lain-lain seperti sapaan, perkenalan diri, serta angka. Urutan penyajian topik dirancang secara strategis untuk membangun pemahaman yang komprehensif.

#### **WUXIAN E-COURSE LEVEL 1**

##### **TUJUAN:**

Mengenalkan dasar-dasar atau fondasi pembelajaran bahasa Mandarin

##### **TARGET:**

Masyarakat yang baru mengenal atau ingin memulai pembelajaran bahasa Mandarin dari 0

**TIMELINE:** 2 BULAN (Maret - Mei)

#### **PERENCANAAN MATERI (TOTAL 11 BAB)**

**BAB 1:** MENGENAL HANZI

**BAB 2:** CARA MENULIS HANZI

**BAB 3:** RADIKAL HANZI

**BAB 4:** PELAFALAN/PENGUCAPAN BAHASA MANDARIN

**BAB 5:** NADA DALAM BAHASA MANDARIN

**BAB 6:** SUBJEK DALAM BAHASA MANDARIN

**BAB 7:** PENGENALAN ANGKA

**BAB 8:** PERKENALAN DIRI

**BAB 9:** PERKENALAN ANGGOTA KELUARGA

**BAB 10:** TUTORIAL MEMBUKA PERCAKAPAN DASAR

**BAB 11:** KOSAKATA UMUM SEHARI-HARI

Gambar 3.2 *Brief* Video *E-Course* pada Google Docs

Pengerjaan video dimulai dengan tahap riset dan pencarian *referensi*, di mana penulis bertanggung jawab untuk mengamati berbagai contoh video *e-course* dari institusi pembelajaran daring lainnya, baik yang beroperasi di kancah lokal maupun internasional. Fokus utama dari riset ini adalah untuk mengidentifikasi gaya visual yang efektif, alur pengajaran yang mudah diikuti, tempo penyampaian materi yang optimal agar tidak membosankan, serta elemen-elemen desain grafis dan *motion* yang umum digunakan dalam video edukatif.

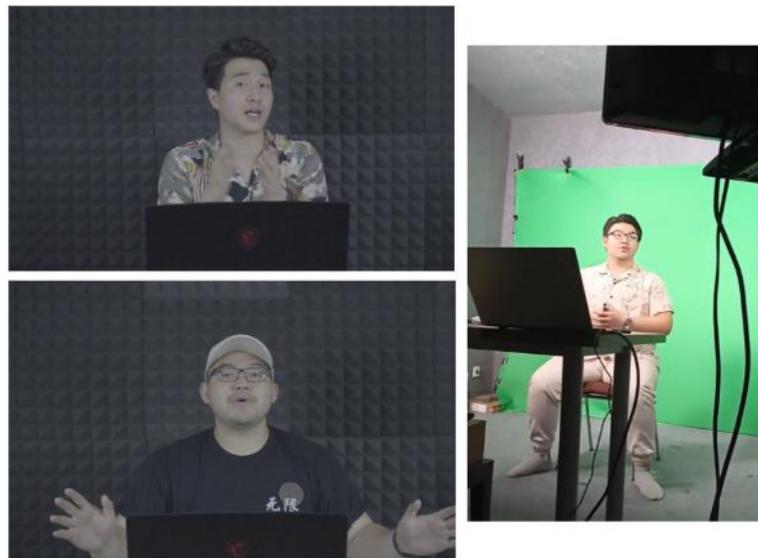
Identifikasi ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai praktik terbaik di industri dan tren terkini dalam produksi video pembelajaran *online*. Salah satu patokan atau *referensi* utama yang menjadi acuan adalah video “*Learn Chinese Characters for Beginners*” yang disediakan oleh *channel* “*ChineseFor.Us*” secara gratis di *platform* media sosial *YouTube*, yang dipilih karena dianggap memiliki kualitas dan pendekatan yang selaras dengan tujuan proyek. Video tersebut memberikan wawasan berharga mengenai bagaimana materi dasar bahasa Mandarin dapat disajikan secara menarik dan interaktif bagi pelajar pemula.



Gambar 3.3 Referensi pembuatan video *e-course*

Setelah tahap riset selesai dilakukan, penulis mengikuti *meeting* bersama tim kreatif, *Head of Marketing*, dan *CEO Wuxian Institute*. Dalam *meeting* ini dibahas hasil riset yang telah dikumpulkan, termasuk analisis *referensi* video yang relevan, serta penentuan arah visual dan format pengajaran yang paling efektif untuk *target audiens* pemula. Diskusi mendalam juga dilakukan untuk menyelaraskan harapan *stakeholder* dengan potensi implementasi teknis dalam produksi. Dari *meeting* tersebut, terbentuk pembagian tugas yang jelas dalam tim produksi, penentuan format visual yang akan digunakan secara spesifik, *list aset visual* yang diperlukan untuk video, dan *timeline* pengerjaan yang realistis.

Setelah *briefing* dan materi selesai disusun, penulis masuk ke tahap produksi video, yang merupakan fase implementasi dari semua perencanaan. Tahapan ini dimulai dengan proses perekaman atau penjelasan materi yang dilakukan oleh pengajar Wuxian. Alur waktu untuk proses perekaman bervariasi disesuaikan dengan ketersediaan jadwal dari para pengajar yang dipilih untuk Wuxian *E-Course* Level 1, memastikan fleksibilitas tanpa mengorbankan kualitas rekaman.



Gambar 3.4 Proses Perekaman Video *E-Course*

Penulis kemudian melanjutkan untuk membuat *storyboard* bersama tim produksi dengan tujuan untuk mempercepat dan mempermudah proses pengeditan video di kemudian hari, sekaligus memperjelas gambaran mengenai kombinasi antara video rekaman pengajar dengan elemen visual yang dianimasikan. Proses pembuatan *storyboard* ini merupakan langkah dasar yang sangat penting dalam pra-produksi, memastikan seluruh tim memiliki pemahaman yang seragam mengenai visi akhir video dan setiap detailnya.

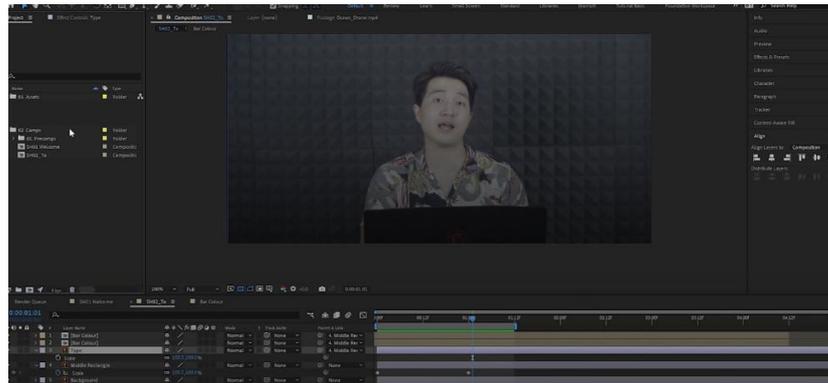
Dalam pembuatan *storyboard*, penulis dan tim menggunakan beberapa poin kunci yang akan dirinci secara sistematis, yaitu *scene* yang menggambarkan setiap adegan, durasi perkiraan untuk setiap segmen,

gambaran visual yang mencakup detail *shot* dan komposisi, narasi atau suara yang akan digunakan, serta catatan spesifik mengenai animasi/*motion graphic* yang dibutuhkan. *Storyboard* ini berfungsi sebagai peta visual yang komprehensif, meminimalkan potensi kesalahan dan revisi di tahap pasca-produksi. Berikut adalah beberapa *storyboard* yang telah dibuat untuk beberapa video *e-course*.

BAB 1 MENGENAL HANZI					BAB 2 CARA MENULIS HANZI				
Scene	Durasi	Visual	Narasi / Suara	Animasi / Catatan	Scene	Durasi	Visual	Narasi / Suara	Animasi / Catatan
1	00:00 – 00:10	Kamera fokus ke instruktur, latar putih bersih	"Halo teman-teman, selamat datang di pelajaran pertama."	Teks judul "BAB 1: Mengenal Hanzi" muncul di bawah (lower third), fade-in pelan	1	00:00 – 00:10	Kamera fokus ke instruktur, latar putih bersih	"Halo lagi teman-teman, ketemu lagi di pelajaran kedua ya."	Teks judul "BAB 2: Cara Menulis Hanzi" muncul di bawah (lower third), fade-in pelan
2	00:10 – 00:30	Instruktur bicara sambil memberi gestur tangan	"Di video ini kita akan bahas apa itu Hanzi..."	Muncul kata kunci "Hanzi" + karakter China + pinyin di samping instruktur	2	00:10 – 00:40	Instruktur bicara sambil menunjukkan pena	"Di video ini kita bakal belajar gimana sih cara nulis Hanzi yang benar..."	Muncul kata kunci: "Cara menulis Hanzi", ditambah ilustrasi tangan menulis
3	00:30 – 00:50	Slide penuh layar yang menjelaskan struktur Hanzi	Menjelaskan bahwa Hanzi adalah huruf China yang digunakan dalam penulisan	Animasi: karakter Hanzi dibongkar jadi bagian-bagian (radikal, goresan)	3	00:40 – 01:30	Slide tampilan alat tulis yang dibutuhkan	"Pertama-tama, kita perlu alat tulis yang nyaman, misalnya kayak gini..."	Slide gambar pena, kertas, dan grid Hanzi, animasi masuk satu per satu
4	00:50 – 01:10	Kembali ke instruktur di layar	"Hanzi beda banget sama alfabet..."	Perbandingan animasi: huruf A, B, C vs karakter Hanzi	4	01:30 – 02:30	Slide tampilan urutan goresan dasar	"Nah, dalam Hanzi ada urutan nulis yang harus dilakukin. Ini penting banget..."	Animasikan urutan stroke: atas ke bawah, kiri ke kanan, garis melintang, dsb.
5	01:10 – 01:30	Slide tampilan contoh Hanzi (人, 口, 日)	Menjelaskan arti dari karakter-karakter tersebut	Animasi: karakter muncul satu-satu, disertai makna dalam teks kecil	5	02:30 – 03:30	Slide tampilan contoh Hanzi (一, 二, 三, 口, 中)	"Yuk kita lihat contoh karakter. Misalnya yang ini ya..."	Animasi karakter muncul satu per satu sesuai stroke-nya, sambil dibacakan
6	01:30 – 01:50	Instruktur beri tips belajar Hanzi	"Blar bisa hafal Hanzi, kita harus sering latihan nulis..."	Animasi goresan: karakter 人, muncul satu per satu sesuai urutan tulisannya	6	03:30 – 05:00	Instruktur memberi tips sambil menulis Hanzi	"Pas latihan, usahakan tulis pelan-pelan dan pertahankan urutan goresan..."	Split-screen: instruktur menulis + animasi stroke dan grid Hanzi
7	01:50 – Akhir	Instruktur menutup pelajaran	"Makasih udah nonton, sampai ketemu di video selanjutnya!"	Layar outro: teks "Lanjut ke BAB 2", musik pelan masuk, fade out	7	05:00 – 07:00	Slide tunjukkan kesalahan umum + tips memperbaiki	"Kadang kita suka salah urutan atau posisi. Tapi tenang, semua bisa dilatih..."	Tampilkan perbandingan: contoh salah vs benar (dengan tanda silang dan centang)
					8	07:00 – 08:25	Instruktur merangkul dan beri semangat	"Intinya, makin sering latihan makin bagus. Semangat terus ya!"	Outro muncul: "Lanjut ke BAB 3...", musik pelan, teks masuk fade-out

Gambar 3.5 *Storyboard* Bab 1 dan Bab 2 Video *E-Course*

Selanjutnya, penulis melanjutkan ke tahap penyuntingan awal terhadap hasil rekaman video dengan menggunakan software *Adobe After Effects*. Pada tahap ini, penulis melakukan pemotongan terhadap bagian-bagian footage yang dianggap tidak relevan atau kurang mendukung isi materi. Selain itu, dilakukan pula penyelarasan antara audio dan visual agar penyampaian materi terasa lebih jelas dan nyaman untuk ditonton. Penulis memilih dan menyusun footage terbaik yang sesuai dengan alur yang telah disusun pada *storyboard*, tetapi juga memiliki kualitas gambar optimal dan ekspresi pengajar yang paling representatif untuk setiap segmen pembelajaran. Proses ini esensial untuk menghasilkan video yang profesional dan mudah dicerna oleh pelajar.



Gambar 3.6 Proses Penyuntingan pada *Adobe After Effects*

Tahap berikutnya adalah penerapan motion graphic pada materi powerpoint, sebuah proses krusial untuk mengubah presentasi statis menjadi konten dinamis. Pada tahap ini, penulis mengonversi materi pembelajaran dalam bentuk powerpoint menjadi bentuk animasi yang menarik, dengan setiap elemen slide diolah agar bergerak secara teratur dan informatif. Penulis juga menambahkan elemen visual seperti teks yang dianimasikan untuk menekankan poin penting, gambar pendukung yang relevan, serta animasi transisi antar slide untuk memperkuat ritme dan menjaga perhatian penonton agar tetap fokus sepanjang video. Setelah proses animasi selesai, materi pembelajaran dari powerpoint tersebut kemudian digabungkan dengan hasil rekaman pengajar melalui proses compositing yang cermat. Gabungan antara kedua elemen ini menjadi satu kesatuan video pembelajaran yang utuh, dengan alur penjelasan yang jelas dan pendukung visual yang menarik, menciptakan pengalaman belajar yang lebih imersif dan efektif.



Gambar 3.7 Proses Animasi pada Materi *PowerPoint*

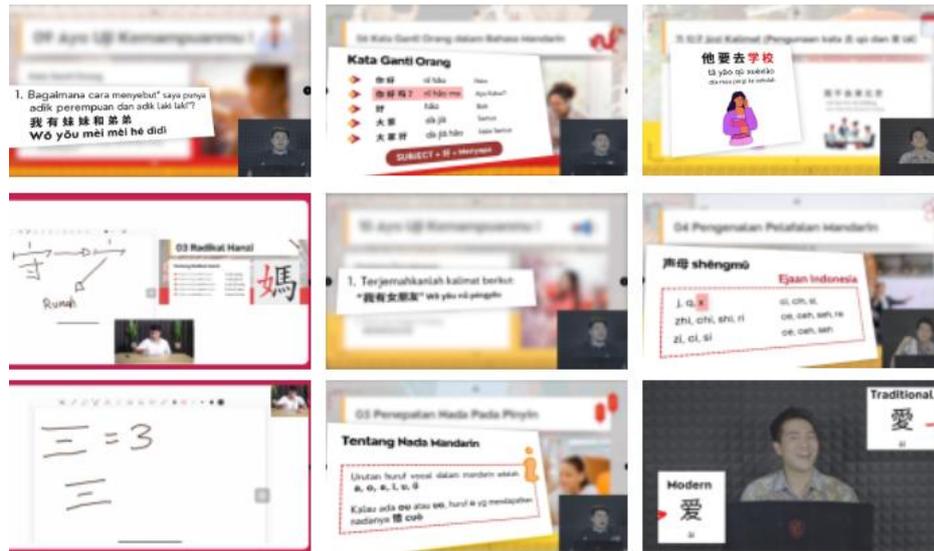
Pada tahap akhir, penulis membuat thumbnail dalam bentuk desain statis yang ditempatkan di bagian pembuka video, berfungsi sebagai sampul yang informatif dan menarik perhatian. Hal tersebut berfungsi untuk secara instan memberikan kejelasan dan memperkenalkan topik utama dari setiap video, membantu siswa mengidentifikasi materi yang relevan dan memancing rasa ingin tahu mereka. Selain itu, penulis juga menambahkan penutup video yang tidak hanya sebagai penanda akhir sesi, tetapi juga secara strategis mengarahkan siswa ke materi selanjutnya dalam urutan e-course. Elemen penutup ini seringkali memuat ringkasan singkat atau call to action ke modul berikutnya, sehingga proses belajar dapat berlangsung secara berkelanjutan dan terarah, mendorong engagement siswa secara jangka panjang.



Gambar 3.8 *Thumbnail Video E-Course*

Setelah seluruh bagian video selesai digabung dan di-render, penulis menyerahkan hasil akhir kepada Head of Marketing dan owner Wuxian untuk ditinjau melalui *online meeting*. Dalam sesi peninjauan ini, penulis menerima berbagai masukan konstruktif yang bertujuan untuk menyempurnakan kualitas video pembelajaran. Revisi yang diterima berupa penyesuaian durasi di beberapa segmen agar penyampaian materi lebih padat, perbaikan pada konsistensi volume audio, serta modifikasi pada animasi *motion graphic* agar lebih selaras dengan visi yang diinginkan perusahaan. Penulis kemudian segera melakukan serangkaian revisi yang diperlukan, mulai dari penyesuaian

tempo transisi visual, perbaikan tata letak teks yang mungkin menutupi gambar pengajar, hingga penyesuaian warna pada elemen grafis.



Gambar 3.9 Hasil Akhir Video E-Course

Setelah melakukan revisi dan dinyatakan telah memenuhi standar sesuai arahan dari atasan, penulis akan meng-export setiap video dalam format H.264 (MPEG-4 AVC) serta resolusi 1920x1080 (1080p Full HD). Video E-course lalu akan diupload sesuai dengan *platform* yang direncanakan oleh Wuxian untuk siap diakses oleh *target audience*.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

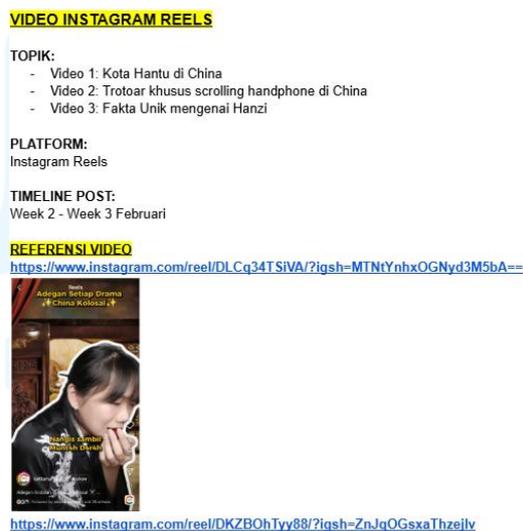
Selain proyek utama yang penulis kerjakan, penulis juga mengerjakan proyek lainnya yang diberikan, baik secara *offline* maupun *online*. Terdapat 4 proyek tambahan yang akan dijabarkan oleh penulis selama menjalankan program magang. Berikut merupakan uraian mengenai empat proyek/pekerjaan yang penulis lakukan selama magang

#### 3.3.2.1 Proyek Konten Video Instagram Reels

Salah satu proyek yang dikerjakan oleh penulis selama masa magang di PT Wuxian Edukasi Nusantara adalah pembuatan konten video untuk Instagram *reels*, yang menjadi bagian dari strategi

pemasaran digital Wuxian dalam menjangkau audiens muda secara lebih efektif. Pemilihan Instagram *reels* ini didasari oleh popularitasnya sebagai *platform* video pendek yang sangat digemari generasi muda, memungkinkan penyampaian informasi yang cepat dan menarik. Proyek ini diawali dengan briefing online bersama *Head of Marketing* untuk melakukan pembahasan mengenai video yang akan dibuat secara terperinci.

Dalam sesi briefing tersebut, penulis menerima arahan secara detail mengenai topik-topik menarik untuk diangkat, pembahasan mengenai pemilihan platform yang akan digunakan, durasi ideal video agar sesuai dengan karakteristik reels, serta gaya pengeditan yang diinginkan berdasarkan referensi video dari kompetitor atau *brand* lainnya. Selain itu, dibahas juga mengenai target *timeline posting* untuk konten tersebut agar memberikan kejelasan mengenai struktur pengerjaan yang perlu dilakukan untuk mengejar target tersebut. *Brief* ini menjadi dasar penting bagi penulis dalam merumuskan konsep awal dan mempersiapkan langkah-langkah produksi selanjutnya. Berikut adalah rangkuman brief yang dimasukkan pada Google Docs.



Gambar 3.10 *Brief* Video Reels pada Google Docs

Dari tahap *brief*, penulis kemudian melanjutkan ke pembuatan *storyboard* bersama tim produksi, sebuah langkah esensial untuk

memvisualisasikan seluruh alur konten. Seperti dalam pembuatan video *e-course*, pembuatan *storyboard* ini bertujuan untuk mempercepat dan mempermudah proses pengeditan video di kemudian hari, sekaligus memperjelas gambaran mengenai kombinasi antara video rekaman dengan elemen visual yang dianimasikan bagi *editor*. Proses ini memastikan bahwa setiap transisi, *motion graphic*, dan elemen visual lainnya telah direncanakan dengan matang sebelum masuk ke tahap produksi. *Template storyboard* yang digunakan penulis dan tim sama seperti pada pembuatan video *e-course*, yang mencakup detail seperti nomor *scene*, durasi estimasi, deskripsi visual, naskah narasi, serta catatan spesifik untuk *animasi* atau *motion graphic*. Dengan demikian, *storyboard* ini berfungsi sebagai peta jalan visual yang komprehensif, meminimalkan potensi kesalahan dan revisi di tahap pasca-produksi, sekaligus menjaga konsistensi gaya dan pesan yang ingin disampaikan. Berikut adalah *storyboard* yang telah dibuat untuk salah satu video *Instagram Reels*.

VIDEO KOTA HANTU DI CHINA				
Scene	Durasi	Visual	Narasi / Suara	Animasi / Catatan
1	00:00 – 00:01	Instruktur di tengah layar, latar belakang kota hantu.	"Pernah dengar istilah kota hantu di China?"	Teks judul "PERNAH DENGAR ISTILAH KOTA HANTU DI CHINA?" muncul di bagian atas layar.
2	00:01 – 00:03	Instruktur berbicara dengan gestur tangan, latar belakang kota hantu.	"... ini bukan kota berhantu ya."	Animasi hantu dan bayangan muncul di sisi kanan dan kiri instruktur.
3	00:03 – 00:05	Instruktur terus berbicara, latar belakang berubah menjadi kota modern dengan gedung pencakar langit.	"tapi kota yang super modern."	Latar belakang berubah dari kota hantu menjadi kota modern.
4	00:05 – 00:08	Instruktur berbicara, latar belakang kota modern.	"punya gedung-gedung pencakar langit, dan juga jalan-jalan yang luas."	Teks: "Gedung-Gedung", "Jalan-Jalan" muncul di layar.
5	00:08 – 00:11	Instruktur berbicara, latar belakang berubah menjadi kota dengan bangunan yang terlihat kosong/bertanah.	"tapi kosong misronpong. Kik! hehe!"	Latar belakang berubah ke kota yang sepi.
6	00:11 – 00:14	Instruktur berbicara, layar transisi ke slide teks dengan informasi.	"China punya lebih dari 50 kota hantu lho. Contohnya..."	Layar memudar ke slide teks: "Ringkasan AP" dengan poin-poin tentang kota hantu di China.
7	00:14 – 00:17	Instruktur kembali di layar, latar belakang berubah ke pemandangan kota yang modern tapi sepi.	"Ordo atau Kambang? Kota ini dibangun untuk jualan orang."	Teks: "CONTOHNYA ORDOS ATAU KANGBAISI?" muncul.
8	00:17 – 00:22	Instruktur berbicara, latar belakang kota dengan bangunan yang sepi.	"tapi sampai sekarang masih sepi. Kenapa bisa begini?"	Teks: "TAPI SAMPAI SEKARANG MASIH SEPI?" muncul.
9	00:22 – 00:26	Instruktur berbicara, latar belakang berubah ke kota sibuk seperti Hong Kong.	"China membangun kota-kota baru tersebut untuk investasi."	Teks: "KENAPA BISA BEGINI?" dengan tanda tanya.
10	00:26 – 00:29	Instruktur berbicara, latar belakang berubah menjadi keramaian orang.	"Berharap orang-orang akan pindah ke sana."	Teks: "Investasi", "Orang-Orang" muncul.

Gambar 3.11 *Storyboard* untuk Video *Instagram Reels*

Proses selanjutnya setelah pembuatan *storyboard* dimulai dengan merapihkan rekaman yang telah dibuat sebelum proses *brief*, sebuah tahapan penting untuk memastikan kualitas visual dan *audio* dasar video. Penulis tidak terlibat secara langsung dalam proses rekaman yang berisi

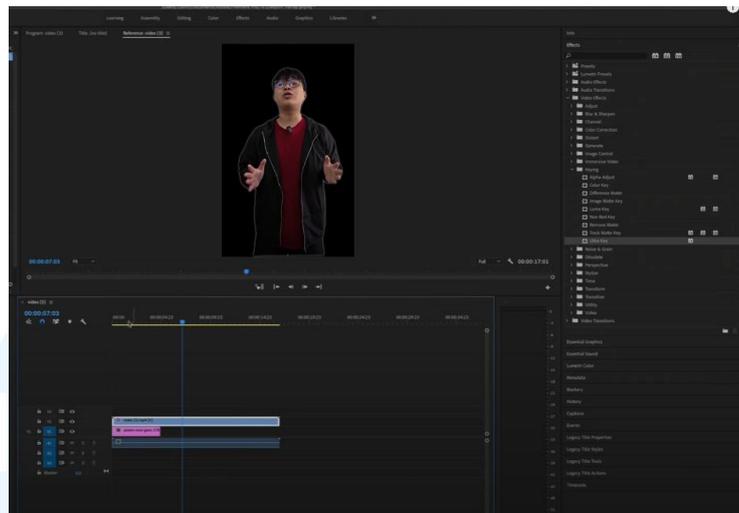
individu yang sedang berbicara membawakan topik kota hantu di China, dikarenakan proses rekaman dilakukan secara mandiri oleh individu dalam video tersebut, sehingga penulis menerima *footage* mentah.



Gambar 3.12 Video Rekaman dari *Talent*

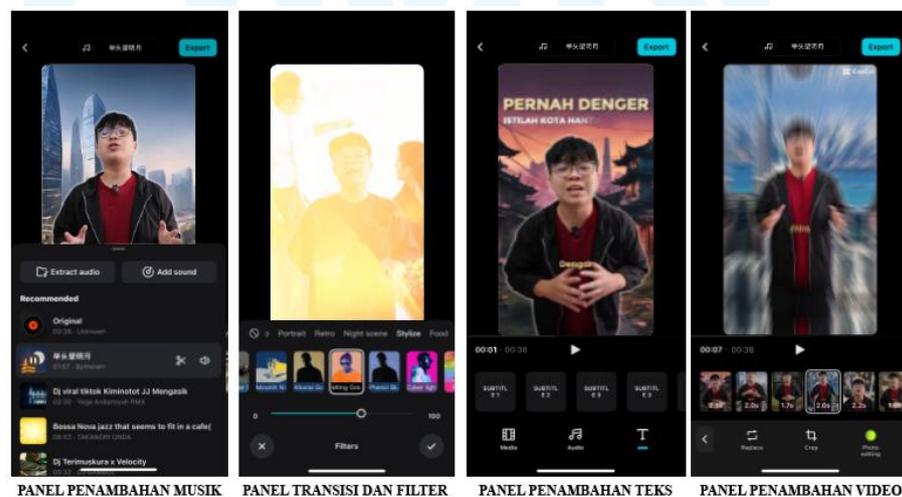
Rekaman tersebut sebagian besar berisi individu yang sedang berbicara, dan penulis bertugas utama untuk menghilangkan *background* pada rekaman tersebut. Penghilangan *background* ini dilakukan agar *footage* individu tersebut dapat diintegrasikan secara mulus dengan *background* video yang berisi animasi dinamis, transisi gambar yang menarik, serta elemen visual lainnya, menciptakan tampilan yang lebih profesional dan imersif sesuai dengan konsep yang telah disepakati.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.13 Proses penghilangan *background*

Proses selanjutnya adalah *editing* video, yang dilakukan menggunakan aplikasi *CapCut*. Tahap pertama yang dilakukan adalah menggabungkan video rekaman dengan *background* yang telah dihilangkan dengan latar gambar yang telah dipilih sesuai dengan topik video. Selain itu, *CapCut* juga digunakan untuk menambahkan elemen *motion graphic* berupa teks yang menekankan poin penting, gambar yang mendukung narasi, transisi antar *scene* yang dinamis, penambahan musik latar yang sesuai dengan *mood* dan tempo video untuk mendukung sisi estetika dan meningkatkan daya tarik visual video secara keseluruhan.



Gambar 3.14 Pengeditan Elemen Visual pada Capcut

Setelah proses pengeditan selesai, hasil video diserahkan kepada *Head of Marketing* untuk dilakukan evaluasi menyeluruh dan revisi jika diperlukan, memastikan *output* akhir memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. *Head of Marketing* secara cermat meninjau setiap aspek visual dan *audio* video, memberikan *feedback* konstruktif untuk penyempurnaan. Revisi yang diberikan kepada penulis secara spesifik berupa masalah pencahayaan yang sedikit gelap, sehingga perlu penyesuaian *brightness* untuk meningkatkan kejelasan visual dan daya tarik. Selain itu, terdapat pula masukan terkait penyesuaian ulang beberapa ukuran dan posisi teks yang muncul di layar, memastikan keterbacaan dan estetika yang lebih baik.



Gambar 3.15 Hasil Konten Video *Reels* Pada Instagram

Setelah penulis menyelesaikan semua revisi yang diminta dan mendapatkan persetujuan akhir dari atasan, video tersebut kemudian diserahkan ke tim publikasi. Tim publikasi lalu akan menadwalkan dan mengunggah video tersebut pada akun *Instagram* resmi Wuxian Institute bersama dengan *caption* yang telah dirancang sehingga konten siap untuk menjangkau *target audience*.

### 3.3.2.2 Proyek Desain Poster Summer Camp in Beijing

Pada proyek ini, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan konten media sosial untuk mempromosikan program *Summer Camp Beijing* yang diselenggarakan oleh Wuxian Institute. Program ini merupakan salah satu kegiatan unggulan yang ditujukan bagi pelajar Indonesia yang ingin merasakan pengalaman belajar langsung di Tiongkok dalam jangka waktu tertentu, memberikan kesempatan bagi para pelajar untuk mendalami bahasa dan budaya negara Tiongkok. Selain itu, program ini juga menjadi jembatan bagi pelajar untuk mengenal lingkungan akademik di negara tersebut, membuka wawasan akan peluang studi di masa depan. Oleh karena itu, dalam konteks promosi ini, sangat diperlukan materi promosi yang tidak hanya informatif dan menjelaskan detail program, tetapi juga harus menarik secara visual dan sesuai dengan *target audience*.

Proses pengerjaan dimulai dengan sesi *briefing* yang dilakukan secara *online meeting* bersama *Head of Marketing*. Hal ini perlu dilakukan untuk menyelaraskan pemahaman dan visi proyek. Dalam sesi tersebut, penulis menerima penjelasan komprehensif mengenai tujuan utama konten, yang mencakup target spesifik seperti peningkatan *engagement* dan *leads* untuk program *Summer Camp Beijing*. Pembahasan mengenai penentuan media yang akan digunakan juga dibahas secara detail yaitu termasuk *Instagram feed*, *story*, dan *TikTok*, masing-masing dengan karakteristik uniknya untuk menjangkau *audiens* yang beragam.

Selain itu, *Head of Marketing* menyampaikan format desain yang diharapkan, seperti apakah akan berupa gambar statis, *carousel*, atau *video* pendek, serta poin-poin informasi penting yang harus disampaikan dalam setiap visual agar informatif. Tujuan dari konten ini tidak hanya untuk memberikan informasi teknis mengenai program, tetapi juga untuk membangun *awareness* yang kuat dan memicu antusiasme calon peserta

terhadap program tersebut, sehingga mereka tertarik untuk mendaftar dan merasakan pengalaman langsung di Tiongkok.

Setelah sesi *briefing* yang mendalam, penulis melanjutkan dengan proses pengumpulan *referensi*. Tahap ini penting untuk memvisualisasikan ide-ide yang telah dibahas. Proses ini secara spesifik mencakup pencarian contoh desain promosi edukasi dari berbagai *brand* lain, baik yang bergerak di sektor pendidikan maupun industri kreatif lainnya. *Referensi* yang terkumpul ini kemudian dibahas kembali dalam sesi diskusi lanjutan yang konstruktif bersama *tim* kreatif dan *Head of Marketing*. Diskusi tersebut bertujuan untuk menganalisis keunggulan dan kelemahan dari *referensi*, serta untuk menentukan arah visual dan gaya desain final yang paling efektif dan menarik untuk digunakan dalam promosi *Summer Camp Beijing*. Pertimbangan utama dalam penentuan ini adalah bagaimana *desain* dapat mengkomunikasikan pesan program secara jelas sekaligus memiliki sisi estetika yang menarik. Berikut adalah hasil *brief* dan *referensi* yang menjadi landasan visual untuk program *summer camp* pada Google Docs.

#### POSTER PROGRAM SUMMER CAMP IN BEIJING

Wuxian Institute mau ngadain Summer Camp di Beijing dan butuh desain promosi yang menarik. Tujuannya biar orang-orang tahu, slot terbatas, ada diskon juga, dan mereka langsung daftar. Summer camp ini ditujukan buat yang pengen belajar budaya Tiongkok langsung dari sumbernya.

#### INFORMASI YANG PERLU DIMASUKKAN:

- "Slot Terbatas"
- "Daftar Sekarang!"
- "Diskon 1 JT DP Aja" / "Diskon 3 JT Bayar Lunas"
- "Rayakan bareng kami!"
- "3 Years of Building Dreams" -> Promo Kelas BCL & HSK
- "Info website Wuxian"

#### TIMELINE Pengerjaan:

- Sketsa - 7 Maret
- Revisi sampe final siap posting: 8-9 Maret

#### REFERENSI



Gambar 3.16 Hasil *Brief* Desain *Summer Camp* Pada Google Docs

Setelah melewati tahap *briefing* dan riset yang mendalam, terjadi proses pembuatan *sketsa* yang berfungsi krusial dalam merumuskan ide visual secara konkret. Pembuatan *sketsa* ini bertujuan membantu penulis untuk memberikan gambaran kasar terhadap konsep visual yang diusung, memungkinkan eksplorasi berbagai alternatif *layout* dan penempatan elemen. Selain itu, *sketsa* juga berperan penting dalam menentukan komposisi desain yang seimbang dan menarik perhatian, serta menjadi panduan fundamental saat proses digitalisasi desain, meminimalkan kemungkinan perubahan besar di tahap akhir. Melalui *sketsa* ini, ide-ide abstrak dapat divisualisasikan dengan cepat sebelum masuk ke tahap produksi yang lebih kompleks. *Sketsa* yang telah dibuat akan lalu dikirimkan kepada atasan (*Head of Marketing*) untuk mendapatkan persetujuan ataupun revisi, memastikan bahwa arah desain telah selaras dengan ekspektasi dan strategi pemasaran. Proses *feedback* awal ini sangat penting untuk efisiensi keseluruhan alur kerja. Berikut adalah *sketsa* yang dibuat untuk desain konten *summer camp* tersebut



Gambar 3.17 Sketsa Desain *Summer Camp*

Dari sketsa yang telah disetujui, penulis melanjutkan ke tahap pembuatan desain, di mana konsep yang telah dibuat pada sketsa diwujudkan secara digital. Tahapan dimulai dari penentuan warna yang

akan dominan digunakan pada desain serta elemen tipografi yang akan digunakan. Penulis menggunakan warna merah secara keseluruhan desain dikarenakan warna tersebut yang identik dengan negara China serta bangunan kuno yang terkenal di kota Beijing. Hal tersebut ditentukan agar *target audience* yang akan melihat poster atau konten tersebut dapat gambaran atau kesan mengenai pengalaman yang akan didapatkan jika mengikuti program *Summer Camp* di kota Beijing. Untuk warna sekunder, penulis menggunakan warna emas yang mayoritas diaplikasikan pada teks, untuk menciptakan kesan kemewahan dan kesempatan emas di benak *target audience*.

Lalu untuk *font* yang digunakan dalam desain terbagi menjadi dua kategori, yaitu *font primary* dan *font secondary*. Untuk *font primary*, penulis menggunakan *font Mighty Monday*, yang memberikan kesan *retro, bold*, dan khas dari lekukan pada desain setiap huruf sehingga memberikan karakter keunikan pada teks judul. Berbeda dengan *font primary*, penulis menggunakan *font VAG Rounded Bold* sebagai *font secondary* dikarenakan tampilannya yang memberikan kesan *friendly* dan menarik perhatian, sehingga menjadi *font* yang cocok untuk digunakan pada teks yang memiliki unsur promosi atau persuasi. Berikut adalah gambar yang berisi *color palette* serta *font* yang dipilih untuk desain *summer camp*.



Gambar 3.18 Pemilihan warna dan *font* desain *summer camp*

Selanjutnya, penulis memulai pengumpulan aset visual yang diperlukan, seperti ilustrasi yang spesifik, gambar pendukung, serta elemen grafis pelengkap lainnya yang akan memperkaya tampilan konten. Hal ini sangat penting untuk mendukung dalam membantu menciptakan gambaran serta kesan mengenai program pada benak *target audience*. Setelah semua aset terkumpul, penulis kemudian menyusun komposisi dari aset atau elemen visual tersebut, menempatkannya sesuai dengan prinsip desain dan layout yang telah ditentukan pada sketsa awal.

Tahap selanjutnya adalah menambahkan elemen teks atau *copywriting* yang telah disusun sesuai dengan arahan yang diberikan pada tahap brief, memastikan pesan promosi tersampaikan dengan jelas, ringkas, dan menarik. Setiap detail dalam proses ini diperhatikan untuk menciptakan desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga informatif dan efektif dalam mempromosikan program *Summer Camp Beijing*.



Gambar 3.19 Hasil Desain *Summer Camp*

Setelah desain selesai dibuat, hasil desain akan diserahkan kembali kepada *Head of Marketing* untuk mendapatkan masukan dan revisi, sebagai proses peninjauan kualitas. Dalam tahap ini, *Head of Marketing* akan mengevaluasi kesesuaian desain dengan tujuan *briefing* awal dan visi yang dimiliki Wuxian Institute, serta potensi daya tariknya bagi *target audiens*. Jika terdapat revisi, penulis akan melakukan penyesuaian yang diperlukan, seperti perubahan komposisi, penyesuaian warna, atau perbaikan *copywriting*, hingga desain tersebut mendapatkan persetujuan akhir dari atasan. Proses ini memastikan bahwa setiap elemen visual telah mencapai standar kualitas yang diharapkan sebelum dipublikasikan. Setelah mendapatkan persetujuan final, desain kemudian diserahkan kepada tim untuk dipublikasikan di media sosial resmi Wuxian Institute, sesuai dengan jadwal konten yang telah direncanakan sebelumnya, memastikan *promosi Summer Camp Beijing* mencapai efektivitas maksimal.

### 3.3.2.3 Proyek Konten Video *Social Media Challenge Valentine*

Salah satu proyek menarik yang dikerjakan oleh penulis selama menjalankan magang di PT Wuxian Edukasi Nusantara adalah pembuatan konten video untuk kampanye media sosial bertema *Valentine*. Proyek ini merupakan bagian dari strategi *digital marketing*

perusahaan yang secara spesifik bertujuan untuk meningkatkan interaksi *audiens* secara signifikan sekaligus memperkuat *engagement* dengan *brand*. Pendekatan ini dilakukan melalui tema yang relevan dengan perayaan *Valentine's Day*, sebuah momen yang dipilih untuk menciptakan koneksi emosional dengan *audiens* dan menunjukkan sisi lain dari Wuxian Institute yang inovatif. Kampanye semacam ini tidak hanya berfokus pada promosi, melainkan juga pada pembangunan komunitas dan citra positif pada *platform* media sosial.

Tahapan pengerjaan dimulai dengan sesi *briefing online* yang interaktif bersama *Head of Marketing* demi untuk menyelaraskan pandangan tim kreatif. Dalam sesi ini, dibahas secara mendetail tujuan dari kampanye atau *challenge* yang akan diluncurkan seperti mengajak orang mengikuti challenge agar semakin banyak orang yang mengenal Wuxian Institute. Selain itu, dibahas juga mengenai strategi penggunaan fitur *ads* serta indikator yang akan menjadi *key performance indicator (KPI)* yang diharapkan seperti peningkatan *engagement* atau jumlah partisipasi *audiens*.

Riset juga dilakukan untuk contoh konten yang akan dibuat dalam bentuk mengumpulkan referensi dari kompetitor atau *brand* lainnya yang dilanjutkan untuk pembuatan *storyboard*, perancangan *script video*, *key message* yang ingin disampaikan brand, serta gaya penyampaian. Penulis secara spesifik diarahkan untuk membuat video dengan pendekatan yang ringan, menyenangkan, dan sepenuhnya sesuai dengan karakter anak muda yang menjadi target utama dari media sosial Wuxian Institute, memastikan pesan kampanye tersampaikan secara efektif dan mudah diterima. Berikut adalah hasil rangkuman brief saat meeting yang dimasukkan dalam google docs.

## VIDEO CHALLENGE GOMBALAN MANDARIN VALENTINE

### TUJUAN:

- Bikin penonton di medsos makin aktif dan suka dengan Wuxian Institute.
- Ajak orang ikutan Challenge "Gombalan Mandarin" di kolom komentar.
- Biar orang makin kenal Wuxian Institute dan mikir bahasa Mandarin itu asik.
- Kasih tahu kalau ada hadiah keren buat yang ikutan (Angpao, hoodie, dll.).

### TARGET AUDIENCE:

- Anak muda/mahasiswa yang suka bahasa Mandarin dan budaya Tiongkok.
- Pengguna medsos aktif yang bisa bahasa Mandarin (usia 16-30 tahun) yang suka video lucu, interaktif, dan challenge.

### KEY MESSAGE:

- Ayo, tulis gombalan Mandarin kamu yang paling gokil di komentar!
- Belajar Mandarin itu seru, kepakai, dan bisa dapat hadiah.
- Ikutan dong, siapa tahu kamu menang hadiah keren dari Wuxian Institute.

### GAYA DESAIN:

- Teks/tulisan di video yang mudah dibaca dan ada animasinya.
- Elemen visual seperti emoji yang lucu (hati, tanda tanya, awan asap, dll.).
- Transisi antar scene yang modern dan menarik
- Nada: Lucu, santai, ceria, enerjik, gaul, dan sedikit genit.
- Visual: Tulisan yang "nyala" di layar, warna cerah, dan grafis/emoji yang bikin video makin hidup. Harus kelihatan seperti video medsos yang lagi nge-trend.

### PLATFORM:

- Instagram Reels

### CALL TO ACTION:

- "Komen gombalan tergokil kamu!"
- "Bisa dapat hadiah Angpao atau baju keren!"
- "Jangan sampai ketinggalan!"

### REFERENSI

<https://www.instagram.com/reel/DLTRwBayyCg/?igsh=am9qbTdhM3RvaGFp>

Gambar 3.20 Hasil Rangkuman *Brief* Pada Google Docs

Dari tahap *briefing*, penulis telah mendapatkan kejelasan informasi yang detail mengenai konten yang akan dirancang, sehingga dapat melanjutkan ke tahap pembuatan *script* untuk *talent* yang akan melakukan proses perekaman secara mandiri. Pembuatan *script* ini menjadi langkah penting yang berfungsi untuk memberikan kejelasan alur narasi dan kemudahan bagi *talent*, agar tidak terjadi proses pengulangan rekaman yang tidak efektif dan memakan waktu. Selain itu, *script* yang terstruktur juga berperan penting dalam memperjelas pesan dan kesan yang ingin disampaikan kepada *target audience*, memastikan konsistensi dalam penyampaian narasi dan emosi yang diinginkan. Setiap detail dalam *script*, mulai dari dialog hingga arahan visual, dirancang untuk mendukung tujuan kampanye *balentine challenge*. Berikut adalah *script* yang telah dirancang untuk pembuatan video *challenge balentine* tersebut.

### Script Valentine Challenge

**Michelle 1:** Enggak usah pakai ribet, dengerin ya!

**Michelle 1 (bernyanyi dengan lirik Mandarin):** "Mei you ni, wo de shi jie jiang shi hei bai de." **Michelle 1:** (Teks terjemahan: "Tanpamu duniaku menjadi hitam putih.") Hah? Kamu ngapain?

**Michelle 1:** Masa lu nggak tahu sih? Ini tuh gombalan Mandarin zaman sekarang lho!

**Michelle 1:** Gue mau pakai ini flirting, flirting ke...

**Michelle 2 (dengan filter bibir besar):** Flirting ke kating udah oke?

**Michelle 2 (dengan filter bibir besar):** Eh, jujur kurang sih. Ada nggak yang lebih oke?

**Michelle 1:** Oh, ada-ada! Ssttt... tunggu, tunggu! Mending kamu komennya di kolom komentar video ini aja deh.

**Michelle 1 (dengan ekspresi bingung):** Hah? Kenapa?

**Michelle 1:** Iya, Wushien tuh lagi bikin challenge gombalan tergoxil dalam bahasa Mandarin. Tinggal ketik aja gombalan tergoxil kamu dan dapetin kesempatan buat dapat hadiah Angpao atau baju keren.

**Michelle 2 (dengan filter bibir besar):** Oh, mantap juga tuh! Gas cobain ah!

**Michelle 1:** Nah, kalian juga jangan mau kalah karena hadiahnya gokil-gokil lho. Mulai dari Angpao, hoodie keren, polo shirt, dan merchandise Wushien lainnya yang super keren.

**Michelle 1:** Nah, kalian daripada ngegombal nggak jelas, mendingan ngegombal bercuan. Bener nggak?

Gambar 3.21 Hasil *Script Video Challenge Valentine*

Pembuatan *script* lalu dilanjutkan ke proses pembuatan *storyboard* bersama tim, sebuah tahap kolaboratif setelah naskah *video* diselesaikan. Sama seperti pembuatan video lainnya, *storyboard* ini berfungsi untuk secara signifikan mempercepat atau mempermudah proses pengeditan *video* di kemudian hari, sekaligus memperjelas gambaran mengenai kombinasi antara *video* rekaman dengan elemen visual yang dianimasikan bagi *editor*. Setiap panel dalam *storyboard* dirancang untuk memvisualisasikan *scene* demi *scene*, lengkap dengan estimasi durasi, deskripsi *visual*, serta catatan spesifik untuk *animasi* atau *motion graphic* yang akan diterapkan. Proses ini memastikan bahwa seluruh elemen *video* telah direncanakan dengan matang dan sesuai dengan pesan kampanye yang ingin disampaikan. Berikut adalah *storyboard* yang telah dirancang untuk pembuatan *video challenge Valentine* tersebut.

Scene	Durasi	Visual	Narasi / Suara	Animasi / Catatan
	1 00:00 – 00:00	Wanita berkaus gelap & topi putih (Michelle 1) bersenyum.	"Enggak usah pakai filter, dengerin ya!"	Teks hijau: "Dengerin ya!" muncul.
	2 00:00 – 00:04	Michelle 1 dengan efek "blushing" dan hati melayang.	(Nyanyi lirik Mandarin): "Mei you ri, wo de shi jie jiang shi hai bai de."	Efek pipi merah (blushing), hati merah animasi melayang.
	3 00:04 – 00:05	Michelle 1 dengan efek "pusing" (lingkaran bintang di kepala) menatap ke samping.	(Teks di layar): "Tanpamu duniaku menjadi hitam putih."	Efek bintang/lingkaran kuning berputar di atas kepala.
	4 00:05 – 00:07	Michelle 1 memoleh ke samping seolah bicara dengan Michelle 2, ekspresi kesal/bingung.	"Hah? Kamu ngapain?"	Teks kuning: "KAMU NGAPAIN?" muncul.
	5 00:07 – 00:08	Michelle 1 masih ekspresi kesal, mata berkedip cepat, efek di pipi.	"Masa lu nggak tahu sih?"	Teks kuning: "MASA LU NGGAK TAHU SIH?" muncul. Efek usap/pis di pipi.
	6 00:08 – 00:10	Michelle 1 menunjuk ke depan, ekspresi menantang.	"Ini tuh gombalan Mandarin zaman sekarang loh!"	Teks kuning: "INI TUH GOMBALAN MANDARIN ZAMAN SEKARANG LOH!" muncul.
	7 00:10 – 00:12	Michelle 1 senyum-senyum, tangan di dagu.	"Gue mau pakai ini flirting, flirting ke..."	Teks kuning: "GUE MAU PAKAI INI FLIRTING!" muncul.
	8 00:12 – 00:13	Michelle 1 berubah ke Michelle 2 dengan filter bibir besar.	"Flirting ke kucing."	Teks kuning: "FLIRTING KE KUCING UDAH OKE?" muncul. Filter wajah "big lips" aktif.
	9 00:13 – 00:15	Michelle 2 dengan filter bibir besar, ekspresi tidak yakin.	"Eh, jujur kurang sih."	Teks kuning: "JUJUR KURANG SIH?" muncul.
	10 00:15 – 00:16	Michelle 2 dengan filter bibir besar, ekspresi berpikir.	"Ada nggak yang lebih oke?"	Teks kuning: "ADA NGGAK YANG LEBIH OKE?" muncul.
	11 00:16 – 00:17	Michelle 1 kembali normal, ekspresi tenang.	"Oh, ada-ada!"	Teks hijau: "OH, ADA-ADA!" muncul.

	12 00:17 – 00:19	Michelle 1 jari di bibir (syarat "ssstt").	"Ssstt... tunggu, tunggu!"	Teks hijau: "SSSTT", "TUNGGU TUNGGU" muncul.
	13 00:19 – 00:21	Michelle 1 menunjuk ke bawah/fayar.	"Mending kamu komentarnya di kolom komentar video ini aja deh."	Teks hijau: "MENDING KAMU KOMEN YA", "DI KOLOM KOMENTAR VIDEO" muncul. Hati merah animasi muncul di kanan bawah.
	14 00:21 – 00:22	Michelle 1 dengan ekspresi heran/bingung.	"Hah? Kenapa?"	Teks hijau: "HAH KENAPA?" muncul.
	15 00:22 – 00:26	Michelle 1 menjelaskan dengan gestur tangan.	"Iya, Wuxian tuh lagi bikin challenge gombalan tergokil dalam bahasa Mandarin."	Teks hijau: "TUH LAGI BIKIN CHALLENGE GOMBALAN", "TERGOKIL DALAM BAHASA MANDARIN" muncul.
	16 00:26 – 00:30	Michelle 1 menjelaskan hadiah dengan gestur tangan.	"Tinggal ketik aja gombalan tergokil kamu dan dapetin kesempatan buat dapat hadiah Angpao atau baju keren."	Teks hijau: "TINGGAL KETIK", "TERGOKIL KAMU", "DAN DAPETIN KESEMPATAN BUAT", "DAPAT HADIAH", "ANGPAO ATAU BAJU KEREN" muncul.
	17 00:30 – 00:33	Michelle 2 dengan filter wajah yang sama (bibir besar), ekspresi tertarik.	"Oh, mantap juga tuh! Gas cobain ah!"	Teks hijau: "OH MANTAP JUGA TUH", "GAS COBAIN AH!" muncul. Filter wajah "big lips" aktif.
	18 00:33 – 00:36	Michelle 1 kembali normal, bersemangat, gestur tangan.	"Nah, kalian juga jangan mau kalah karena hadiahnya gokil-gokil itu."	Teks hijau: "KALIAN JUGA JANGAN MAU KALAH", "KARENA HADIAHNYA GOKIL GOKIL LOH" muncul.
	19 00:36 – 00:41	Michelle 1 menunjuk ke atas/samping, visual hadiah muncul.	"Mata dan Angpao, hoodie keren, polo shirt, dan merchandise Wuxian lainnya yang super keren."	Visual Angpao, Hoodie, Polo Shirt, dan merchandise lain muncul satu per satu mengikuti narasi.
	20 00:41 – 00:46	Michelle 1 dengan ekspresi serius/masihal, gestur tangan.	"Nah, kalian daripada ngegombal nggak jelas, mendingan ngegombal bercuan, bener nggak?"	Teks hijau: "DARIPADA NGEOMBAL NGGAK JELAS", "MENDINGAN NGEOMBAL BERCUAN", "BENER NGGAK" muncul. Hati merah animasi muncul di bawah.

Gambar 3.22 Storyboard Video Challenge Valentine

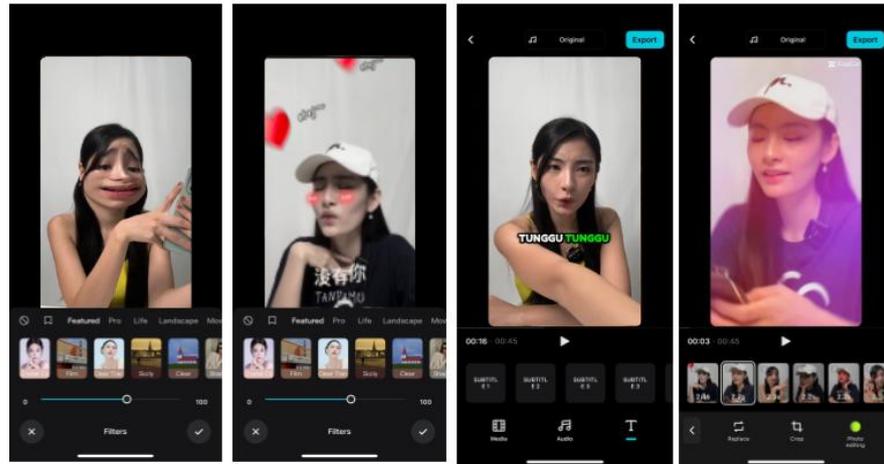
Tahap selanjutnya dimulai dari proses pengecekan video yang telah direkam *talent* yang dipilih oleh Wuxian untuk memastikan kualitas video secara teknis serta gaya penyampaian yang diinginkan sesuai dengan visi yang dimiliki pada tahap *brief*. *Talent* yang dipilih oleh Wuxian melakukan rekaman secara mandiri menggunakan perangkat *handphone* dengan tambahan mikrofon untuk memastikan kualitas audio yang baik. Isi rekaman secara spesifik berisi *talent* yang sedang berdialog membawakan "gombalan" dalam bahasa Mandarin dengan tujuan *flirting*, menciptakan konten yang ringan dan relevan dengan tema *Valentine*.

Dari gombalan tersebut, *talent* lalu mengarahkan *audiens* untuk membuat versi gombalan mereka sendiri, sebagai bagian dari partisipasi dalam *challenge* untuk memenangkan hadiah menarik dari Wuxian berupa *angpao*, *hoodie*, dan *merchandise* lainnya. Pendekatan interaktif ini dirancang untuk mendorong kreativitas dan partisipasi aktif dari *audiens*. Rekaman ditutup dengan *call to action* berupa "daripada ngegombal gajelas, mendingan kalian ngegombal bercuan" yang persuasif, dirancang untuk memancing penonton agar segera mengambil aksi dengan mengikuti *challenge*. Berikut adalah beberapa cuplikan rekaman yang dilakukan secara mandiri oleh *talent*.



Gambar 3.23 Hasil Rekaman *Talent Video Challenge*

Selanjutnya penulis masuk ke tahap pengeditan video yang menggunakan aplikasi *CapCut*. Proses pengeditan ini mencakup penyusunan *rekaman* utama dengan *Setelah footage* dasar tersusun, pekerjaan kemudian dilanjutkan di aplikasi *capcut* untuk serangkaian penyesuaian detail yang penting. Hal ini berupa penyesuaian kualitas *audio*, penambahan *sound effect* yang sesuai dengan pembawaan *talent* untuk memperkuat kesan humor atau dramatisasi, serta penambahan elemen-elemen *motion graphic* pendukung lainnya seperti teks yang dianimasikan, gambar yang relevan, transisi yang mulus, dan *filter* visual. Semua elemen ini dirancang secara cermat untuk mendukung sisi estetika dan kemenarikan video secara keseluruhan, memastikan pesan kampanye tersampaikan dengan daya tarik visual yang tinggi.



Gambar 3.24 Pengeditan elemen-elemen visual pada Capcut

Setelah video selesai diedit, penulis menyerahkan hasil video kepada *Head of Marketing* untuk dilakukan proses *review* dalam alur kerja produksi konten. *Review* ini bertujuan untuk memastikan bahwa *output* akhir video tidak hanya memenuhi standar kualitas teknis, tetapi juga selaras dengan tujuan kampanye dan visi yang dimiliki Wuxian Institute. Revisi yang diterima penulis berupa penyesuaian pada transisi antar adegan agar lebih halus dan dinamis, pemilihan *filter* yang lebih sesuai untuk menciptakan *mood* yang diinginkan, serta perubahan beberapa elemen visual pendukung lainnya seperti *overlay* teks atau *ikon* agar lebih efektif menarik perhatian.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.25 Hasil Video Challenge Pada Instagram

Penyesuaian ulang dilakukan beberapa kali hingga mendapatkan persetujuan akhir dari atasan. Setelah mendapatkan persetujuan akhir, video kemudian dikirimkan kepada tim publikasi. Tim publikasi lalu akan meng-*upload* video tersebut bersama dengan *caption* yang telah dirancang untuk dijadwalkan dan dipublikasikan di akun *Instagram* secara spesifik pada tanggal 15 Februari.

#### 3.3.2.4 Proyek Desain Pamflet Wuxian

Selama masa magang, penulis juga mendapat tanggung jawab penting dalam pengerjaan proyek desain materi promosi Wuxian dalam bentuk *pamflet*. Proyek ini merupakan inisiatif strategis yang bertujuan untuk memperkenalkan program-program unggulan Wuxian Institute secara ringkas, informatif, dan menarik secara visual kepada *audiens* yang lebih luas. *Pamflet* ini tidak hanya berfungsi sebagai media

promosi cetak yang akan didistribusikan dalam berbagai acara *offline*, tetapi juga sebagai media *digital* yang dapat diakses secara *online*. Fungsinya penting dalam menjangkau calon peserta didik, mitra kerja sama potensial, serta pihak-pihak yang tertarik pada layanan kursus bahasa Mandarin dan konsultasi pendidikan ke Tiongkok yang disediakan oleh Wuxian, sehingga informasi dapat tersebar secara efektif dan efisien.

Proses pengerjaan dimulai dengan sesi *briefing* bersama *Head of Marketing* untuk menentukan struktur isi *katalog*, gaya visual yang akan digunakan, serta tujuan spesifik dari setiap halaman *pamflet*. Dalam *briefing* ini, penulis menerima arahan yang sangat jelas mengenai elemen penting yang harus dimuat, seperti penjelasan informasi program kursus yang beragam (meliputi *HSK Class*, *Business Chinese*, dan *Practical Class*), detail layanan konsultasi beasiswa yang komprehensif, kumpulan *testimoni* siswa yang inspiratif, serta informasi kontak perusahaan yang dapat diakses oleh calon *customer*.

Tujuan dilakukannya *brief* ini adalah bagaimana setiap halaman harus saling mendukung untuk menciptakan suatu media promosi yang efektif. Selain itu, penulis juga diarahkan untuk menggabungkan elemen visual khas Wuxian, seperti *palet warna*, *font*, dan *ikon* spesifik, agar desain *katalog* tetap mencerminkan identitas *brand* secara konsisten dan kuat. Arahan ini menjadi fondasi bagi penulis dalam merancang sebuah media *promosi* yang tidak hanya informatif tetapi juga sangat menarik secara visual. Berikut adalah *brief* yang dihasilkan dari *online meeting* tersebut.

### **Pamflet Wuxian Institute (16 Halaman)**

#### **TUJUAN:**

- Jadi panduan lengkap yang keren dan informatif buat narik minat pelajar Indonesia yang mau kuliah atau belajar Bahasa Mandarin di China lewat Wuxian Institute.
- Jelasin semua tentang Wuxian Institute: visi, misi, layanan, program kuliah, beasiswa, dan bantuan buat pelajar.
- Bangun kepercayaan (trust) dengan ngenalin tim, testimoni siswa, dan kerja sama (partners) mereka.
- Kasih info kontak yang jelas biar yang tertarik bisa langsung ngehubungin.

#### **FORMAT DESAIN:**

- Desain pamflet 16 halaman yang informatif dan promosi.
- Dicitak dengan ukuran 21 x 14,8cm dan yang akan dicetak bahan art carton dengan laminasi matte dan juga versi digital (PDF)

#### **PERENCANAAN VISUAL:**

- Profesional, informatif, bisa dipercaya, ramah buat anak muda.
- Gaya Visual: Dominan warna gelap (hitam/abu-abu gelap) yang dikombinasiin sama warna emas/kuning terang, sesuai dengan warna Wuxian yang mencerminkan premium dan profesionalisme.
- Font/Tulisan: Font yang jelas dan gampang dibaca buat teks biasa, dengan font tebal dan kadang bertekstur/bergaya buat judul, biar kelihatan modern dan menarik.
- Layout: Teratur dan rapi, pakai bagian-bagian yang jelas buat info beda-beda (sejarah, layanan, fakultas, dukungan, testimoni, partner). Banyak ruang kosong (negative space) biar pembaca nggak pusing.
- Logo dan elemen branding Wuxian Institute di semua halaman.

#### **CALL TO ACTION:**

- Hubungi Wuxian Institute buat info lebih lanjut atau daftar.
- Instagram (@Wuxian\_Institute), WhatsApp (081292584763), Website ([www.wuxianinstitute.com](http://www.wuxianinstitute.com)), Email ([wuxian.institute@gmail.com](mailto:wuxian.institute@gmail.com)), Facebook (Wuxian Institute), TikTok (@Wuxian\_Institute).

Gambar 3.26 Hasil *Brief* Desain Pamflet pada Google Docs

Penulis memulai dengan tahap riset dan pencarian *referensi* menggunakan aplikasi *Pinterest*, sebuah *platform* yang sangat membantu dalam eksplorasi visual dan mencari referensi desain. Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab untuk mengamati berbagai contoh desain *pamflet* dan pengumpulan beragam *aset visual* yang relevan dari berbagai sumber. Penulis secara spesifik menggunakan pendekatan gaya visual yang cerdas, menggabungkan antara konsep kuno budaya China dengan nuansa modern yang menggambarkan kemajuan China dalam teknologi dan ekonomi, menciptakan harmoni yang unik.

Selain itu, penulis juga menerapkan gaya minimalis yang berfungsi utama untuk menjaga kejelasan informasi agar mudah dicerna *audiens*, serta memilih gaya visual yang memberikan kesan profesionalitas namun tidak kaku, sehingga *pamflet* terasa lebih menarik

dan mudah didekati. Untuk memperkaya kesan kuno dan estetika oriental, terdapat banyak elemen-elemen spesifik seperti tulisan Mandarin yang autentik dan *brushstroke* khas kaligrafi. Hasil dari proses ini adalah sebuah *moodboard* yang komprehensif, yang kemudian akan menjadi panduan visual utama dalam perancangan *pamflet* Wuxian.



Gambar 3.27 *Moodboard* Desain Pamflet Wuxian

Tahapan pengerjaan selanjutnya dimulai dengan menyusun *layout catalog*, proses penting untuk merangkai setiap bagian dari *pamflet* secara terstruktur. Ini meliputi penataan *cover* depan yang menarik perhatian, penyusunan isi yang informatif di setiap halaman, hingga bagian penutup yang memberikan ringkasan dan *call to action*. Proses ini secara spesifik mencakup perencanaan penempatan informasi yang strategis untuk menciptakan *customer journey* yang efektif saat *audiens* mengakses *pamflet*, memastikan alur pembacaan yang logis dan intuitif.

Penulis merancang hal ini agar penyampaian informasi dapat menuntun pembaca dari pengenalan program hingga informasi kontak secara efektif, sehingga pesan promosi tersampaikan secara optimal. Dengan demikian, *layout* yang dirancang tidak hanya berfungsi sebagai wadah informasi, tetapi juga sebagai alat navigasi visual yang efisien. Berikut adalah perancangan *layout* desain *pamflet* Wuxian .

### **LAYOUT PAMFLET**

**Halaman 1:** Cover Depan

**Halaman 2:** Halaman Kosong Awal

**Halaman 3:** Company Profile - Visi, Misi, & Nilai (Our Value)

**Halaman 4:** Kenalan dengan Tim (Meet The Team!)

**Halaman 5:** Layanan Kami (Our Services)

**Halaman 6:** Beasiswa & Program Bahasa Mandarin Non-Gelar

**Halaman 7:** Program Musiman & Yayasan (Camp & Foundation)

**Halaman 8:** Daftar Fakultas - Bisnis & Teknik

**Halaman 9:** Daftar Fakultas - IT, AI, Data

**Halaman 10:** Daftar Fakultas - Olahraga, Kedokteran, Farmasi

**Halaman 11:** Daftar Fakultas - Seni & Bahasa

**Halaman 12:** Dukungan Kami (Our Support)

**Halaman 13:** Kata Mereka - Testimoni Siswa (Bagian 1)

**Halaman 14:** Kata Mereka - Testimoni Siswa (Bagian 2)

**Halaman 15:** Halaman Kosong Akhir

**Halaman 16:** Mitra Kami & Kontak (Back Cover)

Gambar 3.28 *Layout* Halaman Desain Pamflet

Penulis mengumpulkan *aset-aset* pendukung yang penting untuk desain *pamflet*, seperti logo Wuxian Institute yang resmi, berbagai *ikon* yang relevan, ilustrasi yang menarik, gambar yang mendukung informasi program, serta foto dokumentasi kegiatan yang relevan untuk memberikan gambaran nyata. Dalam proses mendesain, penulis mempertimbangkan prinsip *hierarki visual* untuk memandu mata pembaca, keterbacaan teks yang optimal, dan estetika yang sesuai dengan *target audiens* utama yaitu pelajar dan orang tua yang sedang mencari informasi pendidikan ke Tiongkok. Hal ini sangat penting untuk memastikan pesan tersampaikan secara efektif dan visualnya menarik minat.

Penulis merancang *pamflet* dengan ukuran 21 x 14,8 cm, ukuran yang dipilih karena praktis dan mudah dibawa, dan yang akan dicetak menggunakan bahan *art carton* dengan laminasi *matte*. Pemilihan bahan

dan finishing ini ditentukan berdasarkan faktor biaya yang efisien, sekaligus mempertimbangkan kenyamanan dalam memegang *pamflet* dan keterbacaan informasi saat pengguna mengaksesnya, sehingga pengalaman interaksi dengan *pamflet* menjadi lebih positif.

Selanjutnya, penulis menambahkan elemen tipografi dan warna sesuai dengan pedoman identitas visual Wuxian yang telah ditetapkan. Penulis secara spesifik menggunakan kombinasi warna antara hitam dan emas yang memang merupakan warna utama dari *brand* Wuxian Institute. Warna hitam diaplikasikan untuk merepresentasikan unsur profesionalitas, otoritas, dan keanggunan, sementara warna emas merepresentasikan kemewahan, prestasi, serta kualitas premium yang ditawarkan. Kombinasi yang harmonis antara kedua warna tersebut bertujuan menciptakan *brand image* yang kuat dan berkelas di benak *target audiens*, membangun persepsi akan keunggulan Wuxian Institute.

Lalu untuk *font* yang digunakan dalam perancangan terbagi menjadi dua kategori, yaitu *font primary* dan *font secondary*, untuk memastikan hierarki visual yang jelas dan estetika yang seimbang. Untuk *font primary*, penulis menggunakan *font sans-serif* Bebas Neue, yang memberikan kesan minimalis, terus terang, dan elegan, cocok untuk judul atau penekanan. Berbeda dengan *font primary*, penulis menggunakan *font* Century Gothic sebagai *font secondary* dikarenakan tampilannya yang memberikan kesan modern, minimalis, dan ringan, sehingga menjadi *font* yang cocok untuk melengkapi Bebas Neue dalam paragraf atau detail. Pemilihan *font* secara keseluruhan dilakukan dengan hati-hati agar tetap profesional namun tetap bersahabat dan mudah dibaca oleh *audiens* yang beragam.



Gambar 3.29 Pemilihan warna dan *font* desain pamflet

Penulis lalu menyatukan segala elemen visual yang telah dirancang menjadi desain *pamflet* yang utuh, sebuah proses *finalisasi* yang menggabungkan semua komponen yang telah disiapkan sebelumnya. Tahap ini melibatkan penempatan *aset visual*, teks, dan elemen grafis lainnya ke dalam *layout* yang telah ditentukan, memastikan setiap detail tersusun rapi. Selanjutnya, desain tersebut lalu diserahkan kepada *Head of Marketing* untuk dilakukan proses *review* dan evaluasi yang cermat. Proses *review* ini sangat penting untuk memastikan bahwa desain *pamflet* tidak hanya estetis, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan promosi dan selaras dengan tujuan *briefing* awal. *Head of Marketing* akan memberikan *feedback* konstruktif terkait aspek visual, *copywriting*, dan keseluruhan daya tarik *pamflet*. Berikut adalah hasil desain *pamflet* yang telah dirancang sebelum melewati proses revisi..



Gambar 3.30 Hasil Desain Pamflet Wuxian

Revisi yang diterima penulis berupa penyusunan ulang informasi yang lebih efektif dan terstruktur, penukaran beberapa *aset* gambar untuk memperkuat pesan visual, serta penyesuaian *layout* teks yang signifikan untuk alasan keterbacaan dan kejelasan informasi. Masukan ini diberikan setelah *Head of Marketing* melakukan evaluasi mendalam terhadap desain *pamflet* secara keseluruhan, memastikan setiap elemen mendukung tujuan promosi.

Penulis lalu melakukan penyesuaian yang diperlukan, memastikan bahwa setiap perubahan tidak hanya memperbaiki *feedback* yang diberikan tetapi juga meningkatkan daya tarik dan efektivitas *pamflet*. Setelah mendapatkan *approval* final dari atasan, *pamflet* ini dipersiapkan untuk dicetak dalam format yang telah direncanakan sesuai *brief*, dengan pemilihan bahan *art carton* dan laminasi *matte* yang telah ditentukan. Selain itu, *pamflet* juga disimpan dalam versi *digital* untuk keperluan distribusi *online* melalui berbagai saluran seperti *WhatsApp*, *email marketing*, dan media sosial, memastikan jangkauan promosi yang luas dan adaptif.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam menjalani program magang di PT Wuxian Edukasi Nusantara, penulis harus beradaptasi dengan beragam tantangan dan hambatan yang muncul sepanjang proses kerja, sebuah hal yang tak terhindarkan dalam lingkungan profesional. Kesulitan tersebut bersumber dari faktor internal maupun eksternal,

mencakup aspek teknis yang kompleks seperti penguasaan perangkat lunak pengeditan video yang spesifik yaitu *Adobe Premiere Pro* dan *After Effects*, serta aspek non-teknis, seperti koordinasi *tim* dan penyesuaian budaya kerja yang berbeda dari lingkungan akademis. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemecahan masalah yang sistematis dan adaptif agar setiap kendala dapat diidentifikasi secara tepat, dianalisis untuk memahami akar permasalahannya, dan diselesaikan secara efektif. Pendekatan ini memastikan bahwa tujuan magang tetap tercapai sesuai target yang ditetapkan, dan penulis memperoleh pengalaman belajar yang maksimal dari setiap tantangan yang dihadapi.

### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Selama menjalani magang selama empat setengah bulan di PT. *Wuxian* Edukasi Nusantara, penulis menghadapi beberapa kendala dan tantangan yang menjadi bagian dari proses adaptasi terhadap dunia kerja profesional, khususnya dalam bidang desain dan produksi konten digital. Salah satu kendala utama yang penulis hadapi berkaitan dengan penggunaan perangkat lunak *Adobe Premiere Pro* dan *After Effects*. Selama masa perkuliahan, penulis sangat jarang menggunakan kedua perangkat lunak tersebut secara intensif, sehingga ketika mulai mengerjakan proyek video pembelajaran di *Wuxian*, penulis memerlukan waktu adaptasi perihal alur kerja, fitur-fitur, serta teknik pengeditan yang sesuai standar.

Hambatan tersebut membuat proses pengerjaan modul video yang lebih lambat pada tahap awal. Selain tantangan teknis, penulis juga menghadapi kendala dalam hal koordinasi kerja tim, khususnya dalam proses pengembangan materi visual untuk kebutuhan media sosial dan konten pembelajaran. Salah satu permasalahan yang cukup signifikan adalah belum adanya struktur pembagian kerja yang benar-benar rapi dan terkoordinasi antar tim kreatif. Hal ini berdampak pada variasi gaya visual antar desain yang cenderung tidak konsisten.

Sebagai contoh, dalam beberapa proyek konten media sosial, desain grafis yang dihasilkan memiliki perbedaan yang mencolok dari segi penggunaan warna, tipografi, ilustrasi, hingga tata letak. Ketidakkonsistenan ini disebabkan oleh belum ditemukannya *template* desain utama atau *branding guideline* yang dapat menjadi panduan dalam proses desain.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk mengatasi kendala yang penulis alami di atas, terdapat beberapa saran yang penulis rasa dapat menjadi solusi praktis dan efektif. Kendala pertama adalah kurangnya pengalaman yang mendalam dalam menggunakan *software Adobe Premiere Pro* dan *After Effects*, yang menyebabkan proses pengerjaan video menjadi lebih lambat, terutama pada tahap-tahap awal produksi. Untuk mengatasinya, penulis secara proaktif melakukan pembelajaran mandiri melalui berbagai sumber video *online* yang tersedia, serta aktif berdiskusi dengan anggota *tim* yang lebih berpengalaman untuk mempercepat pemahaman teknis dan menguasai fitur-fitur penting.

Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk secara bertahap meningkatkan efisiensi kerjanya. Sementara itu, kendala kedua adalah kurangnya standarisasi visual pada desain yang dihasilkan, sebuah isu signifikan yang muncul akibat belum adanya *template* atau *brand guideline* yang jelas dari pihak Wuxian. Hal ini diatasi dengan mendorong terbentuknya panduan desain visual yang komprehensif sebagai acuan bersama seluruh *tim* kreatif, meliputi penggunaan *font*, palet warna, dan gaya *visual*. Selain itu, penulis juga menyarankan adanya seorang penanggung jawab tambahan dengan keahlian khusus di bidang desain untuk memastikan kualitas dan konsistensi setiap visual yang dihasilkan.