BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Pada pelaksanaan magang penulis memiliki peran serta posisi dalam koordinasi pelaksanaannya. Kedudukan ini berkontribusi penting dalam mendukung kinerja yang optimal bagi penulis selama melaksanakan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis memperoleh posisi sebagai anggota tim *marketing* dengan peran sebagai *graphic designer* untuk *brand* Charles & Keith. Dalam kedudukan ini, penulis bertanggung jawab dalam berbagai aspek kreatif yang mendukung strategi pemasaran visual *brand* tersebut. *Departement marketing brand* Charles & Keith bertugas untuk pembuatan dan pengembangan konten visual yang menarik dan sesuai dengan identitas *brand*.

Beberapa tugas yang dikerjakan meliputi pembuatan konten video, mulai dari perencanaan konsep, pencarian referensi, hingga proses produksi video konten bersama dengan *Department Digital Learning and Development*. Setelah tahap produksi selesai, penulis juga bertanggung jawab dalam *editing* video agar hasil akhir sesuai dengan standar serta kebutuhan pemasaran Charles & Keith. Proses *editing* ini memerlukan waktu sekitar 5 jam kerja, termasuk tahap *color grading* dari video mentah (*raw*) untuk memastikan kualitas visual yang optimal. Penulis juga terlibat dalam pembuatan *Electronic Direct Mail* (EDM), yang digunakan sebagai sarana komunikasi *digital* untuk menyampaikan informasi dan promosi kepada pelanggan secara langsung melalui email.

Selain tugas-tugas tersebut, penulis turut berkontribusi dalam *editing* foto produk, yang merupakan bagian penting dalam strategi pemasaran visual. Proses ini membutuhkan waktu sekitar dua hari, tergantung

pada brief yang diterima. Setiap hasil pekerjaan yang telah selesai kemudian akan diserahkan kepada Supervisor Marketing dan Head Brand Charles & Keith untuk diperiksa serta memastikan bahwa seluruh materi visual memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Koordinasi tugas selama magang sebagai Graphic Designer, khususnya dalam pembuatan dan editing video konten, dilakukan langsung bersama dengan Digital Marketing Supervisor, mulai dari pencarian referensi melalui media sosial hingga proses produksi konten.

Selama pelaksanaan magang sebagai graphic designer, penulis bekerja dengan tim untuk membuat konten visual. Prosesnya dimulai dengan berdiskusi bersama atasan untuk mencari ide dan menentukan konsep desain. Setelah itu, penulis bersama atasan mencari referensi dan dibuat content plan untuk jangka waktu satu minggu sebagai panduan sebelum pelaksanaan shooting. Setelah content plan tersebut selesai, atasan mereview hasilnya bersama Head Brand Charles & Keith terlebih dahulu, setelah hasil referensi dan brief disetujui, penulis bersama tim dapat melanjutkan ke tahap berikutnya.

Tahap selanjutnya adalah proses shooting, yang dilakukan bersama tim Department Digital Learning and Development atau bagian studio. Tim kami melakukan shooting sesuai konsep dari referensi yang telah direncanakan. Setelah selesai, file hasil shooting disalin dan disimpan untuk digunakan dalam proses editing. Kemudian, penulis memiliki tugas untuk mengedit hasil shooting menggunakan software desain dan video editing agar sesuai dengan standar perusahaan sebelum dipublikasikan atau diunggah di

media sosial.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Pembuatan Konten

Penulis juga berkontribusi dalam pembuatan EDM, pada proses pembuatan *Electronic Direct Mail* (EDM), koordinasi dilakukan langsung dengan *Marketing Communication Supervisor*. Penulis diberi kepercayaan untuk menangani visual EDM tersebut. *Marketing Communication Supervisor* memberikan *brief* yang sudah disetujui oleh *Head Brand* Charles & Keith, kemudian langsung disampaikan kepada penulis, dengan tugas membuat *motion graphic* sederhana dan GIF video sebagai media promosi atau pemberitahuan tentang koleksi terbaru kepada *member* Charles & Keith.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Pembuatan Electronic Direct Mail (EDM)

Setelah hasil desain selesai, sebagai seorang *graphic designer*, penulis perlu melakukan asistensi kepada *Marketing Communication Supervisor* untuk mengetahui apakah revisi diperlukan atau tidak.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang sebagai *Graphic Designer Intern*, penulis memperoleh pemahaman bahwa perancangan konten video promosi sangat penting bagi sebuah *brand* seperti Charles & Keith dalam mendukung kegiatan promosi mereka. Penulis juga mendapatkan pengalaman langsung mengenai proses pembuatan video promosi tersebut.

| Minggu | Tanggal | Proyek | Keterangan |
|--------|---------------------------|--|---|
| 1 | 3-5 Februari 2025 | a. Shooting Konten b. Editing EDM c. Editing Video | a. Melakukan <i>shooting</i> 3 konten sesuai dengan <i>content plan</i> yang sudah ada bersama tim studio. b. Membuat desain untuk EDM. c. Mengedit video konten yang sudah di <i>shoot</i> |
| 1 | 6-7 Februari 2025 | a. Revisi <i>Editing</i> Video b. Membuat <i>Motion</i> <i>Graphic Simple</i> c. Membuat List Produk | a. Melakukan revisi konten video Date Footwear. b. Membuat motion graphic untuk instagram story. c. Membuat list produk yang dibutuhkan untuk shooting esok hari. |
| 2 | 10-11 Februari 2025 | a. Shooting Konten b. Editing Video c. Editing EDM d. Revisi Motion Graphic e. List Produk | a. Melakukan <i>shooting</i> 4 konten. b. Mengedit video konten yang sudah di <i>shoot</i>. c. Mengedit MP4 menjadi GIF untuk media EDM d. Membuat list produk untuk <i>shooting</i> |
| 2 | 12-14 Februari 2025 | a. Editing Video b. Editing Foto c. Editing EDM | a. Mengedit video yang sudah di <i>shoot</i> dan video kolaborasi dengan Masshiro & Co. |

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

| 3 | 17-19 Februari 2025 | a. b. c. | Shooting Konten Editing Video Editing EDM | b. c. a. b. c. | Mendesain <i>layout</i> <i>newsletter</i> untuk EDM Mengedit foto kolaborasi dengan Masshiro & Co. Melakukan <i>shooting</i> 5 konten. Mengedit video yang sudah di <i>shoot</i> . Membuat desain GIF <i>Spring</i> <i>Collection</i> untuk EDM. |
|--------|---------------------------|----------------------------|---|----------------------------------|---|
| 3 | 20-21 Februari 2025 | a. b. | <i>Editing</i> Video Revisi EDM | a. b. | Mengedit konten yang sudah di <i>shoot</i> . Merevisi desain GIF untuk EDM. |
| 4 | 24-28 Februari 2025 | a. b. c. d. e. | Shooting Konten Ramadan Editing Video Editing Foto Editing EDM List Produk | a. b. c. d. e. f. | Shooting 5 konten untuk Ramadan Mengedit foto shoes untuk lebaran. Revisi colorgrading foto shoes untuk lebaran. Mengedit konten video yang sudah di shoot. Mengedit video motion graphic sederhana untuk EDM. Membuat list produk untuk shooting. |
| 1 U | 3-5 Maret 2025 | a. b. c. d. | Shooting Konten Editing Foto Editing EDM List Produk | a. b. c. | Melakukan <i>shooting</i> 6 konten Ramadan. Membuat list produk untuk <i>shooting</i> . Mengubah MP4 menjadi GIF untuk <i>campaign</i> Ramadan dan mengubah video konten menjadi GIF untuk EDM dan <i>editing</i> video produk Ramadan untuk EDM. Mengedit foto konten untuk <i>Instagram</i> . |

19 Perancangan Video Promosi..., Victoria Stephanie H., Universitas Multimedia Nusantara

| 1 | 6 7 Marct | 0 | Ravisi EDM | <u>^</u> | Maravisi CIE untul EDM |
|---|-------------|---------|-----------------|------------|-----------------------------|
| | 2025 | a. L | Editing Video | a. h | Mengedit video konten |
| | 2023 | 0. | Revisi Editing | υ. | vang sudah di shoot |
| | | C. | Video | | Maravisi video konton |
| | | | v luco | С. | |
| 2 | 10-12 Maret | a. | Shooting Konten | a. | Melakukan shooting 5 |
| | 2025 | b. | Editing Video | | konten. |
| | | с. | Editing EDM | b. | Editing video yang sudah di |
| | | d. | List Produk | | shoot. |
| | | | | с. | Membuat stop motion untuk |
| | | | | | EDM. |
| | | | | d. | Membuat list produk untuk |
| | | | | | shooting. |
| - | | | | | |
| 2 | 13-14 Maret | a. | Editing Video | a. | Shooting konten Ramadan |
| | 2025 | b. | Shooting Konten | 1 | edition 5 konten. |
| | | C. | Editing EDM | b. | Mengedit video yang sudah |
| | | d. | Mencari Ide | | di shoot |
| | | | Konten Ramadan | с. | Mencari Ide konten |
| | | | | | Ramadan untuk Instagram |
| | | | | | dan Tiktok. |
| 3 | 17-19 Maret | a. | Shooting Konten | a. | Melakukan shooting 6 |
| | 2025 | b. | Editing Video | | konten |
| | | с. | Editing EDM | b. | Editing Video konten yang |
| | | | 0 | | sudah di <i>shoot</i> . |
| | | | | с. | Mengubah MP4 menjadi |
| | | | | | GIF untuk EDM. |
| | | | <u> </u> | | |
| 3 | 20-21 Maret | a. | Shooting Konten | a. | Melakukan <i>shooting</i> 4 |
| | 2025 | b. | Editing Video | | konten |
| | | c. | Mencari Ide | b. | Editing Video konten yang |
| | | 1 | Konten | | sudah di <i>shoot</i> . |
| | | d. | Membuat list | с. | Membantu mencari ide |
| | | | produk | 1 | konten. |
| | | | | d. | Membuat list produk untuk |
| | | | | | snooting. |
| 4 | 24-28 Maret | a. | Shooting Konten | a. | Melakukan shooting 6 |
| | 2025 | b. | Membuat Motion | | konten untuk Ramadan |
| | | | Graphic. | b . | Membuat Motion Graphic |
| | | C. | Editing Video | | untuk Instagram Story. |
| | | d. | Editing EDM | с. | Editing video konten yang |
| | | T | | | sudah di <i>shoot</i> . |
| | | | IIVI | d . | Mengubah MP4 menjadi |
| | | | • • · · - | | GIF untuk EDM, dan |
| | | 5 / | | | membuat <i>layout</i> untuk |
| | | | | | newsletter. |
| | | | | | |

20

Perancangan Video Promosi..., Victoria Stephanie H., Universitas Multimedia Nusantara

| 2 | 8-11 April | 9 | Shooting Konten | 9 | Melakukan shooting 7 |
|---|---------------|-------------|-------------------------------|------------|------------------------------------|
| 2 | 2025 | a. h | Editing Video | а. | konten |
| | 2025 | 0. C | Editing FDM | h | <i>Editing</i> video yang sudah di |
| | | c. | Mencari Ide | 0. | shoot |
| | | u. | Vonton | | Mongodit <i>lawout</i> produk |
| | | | Konten | С. | weigedit <i>idyout</i> produk |
| | | | | 1 | untuk newsteller EDM. |
| | | | | a. | Membantu mencari ide |
| | | | | | konten menjelang summer. |
| 3 | 14-17 April | a. | Shooting Konten | a. | Melakukan shooting 3 |
| | 2025 | b. | Editing Video | | konten |
| _ | | с. | Editing EDM | b. | <i>Editing</i> video konten vang |
| | | d. | Membuat list | | sudah di <i>shoot</i> . |
| | | | produk | c. | <i>Editing</i> MP4 menjadi GIF |
| | | e | Membuat Poster | | untuk EDM |
| | | | BRI-mo | d | Membuat desain poster |
| | | | Did mo | c. | kolaborasi antara Charles & |
| | | | | | Keith dan BRI-mo |
| | | | | e | Membuat list produk untuk |
| | | | | C . | shooting |
| | | | | | snooting. |
| 4 | 21-22 April | a. | Shooting Konten | a. | Melakukan shooting 7 |
| | 2025 | b. | Editing Video | | konten |
| | | | | b. | Editing video konten yang |
| | | | | | sudah di <i>shoot</i> . |
| 4 | 22 25 April | | Editing Video | | Editing video yong gudah di |
| 4 | 23-25 April | a. b | Ealling video | a. | shoot |
| | 2023 | U. | Launching | h | Shool. Editing MD4 moniadi GIE |
| | | 0 | Editing EDM | 0. | untuk EDM |
| | | С. | Eating EDM | | Membertu jelennye ecere |
| | | | | С. | Summer Laurehing |
| | | | | | Summer Launching. |
| 5 | 28-30 April | a. | Shooting Konten | a. | Melakukan shooting 7 |
| | 2025 | b. | Editing Video | | konten. |
| | | с. | Membuat list | b. | Editing video konten yang |
| | | | produk | | sudah di <i>shoot</i> . |
| | | | | с. | Membuat list produk untuk |
| | | | | | shooting. |
| 2 | 5.0.04 : 2025 | | <u>C1</u> ·· _ 1 Z | | |
| 2 | 5-9 Mei 2025 | a. | Shooting Konten | a. | Melakukan <i>shooting</i> 8 |
| | | V b. | Editing Video | | konten. |
| | | с. | Membuat List | b. | Mengedit video yang sudah |
| | | | produk | | dı edit. |
| | | | | – c. | Membuat list produk untuk |
| | | | A AL T | | shooting. |
| | | 5 | | | K A |

21 Perancangan Video Promosi..., Victoria Stephanie H., Universitas Multimedia Nusantara

| 3 | 13-16 Mei 2025 | a. <i>Shooting</i> Konten a b. <i>Editing</i> Video c. Mencari UGC b dan KOL c | Melakukan <i>shooting</i> 9 konten. <i>Editing</i> video yang sudah di <i>shoot.</i> Mencari KOL dan UGC yang memiliki konten tema <i>summer</i> dan <i>travelling</i>. |
|---|-------------------|--|---|
| 4 | 19-23 Mei 2025 | a.Shooting kontenab.Membuat IGFeedsbc.Editing Videod.Editing EDMce.Packing untukKOL dan UGCd | Melakukan <i>shooting</i> 10 konten. <i>Editing</i> konten video dan foto yang sudah di <i>shoot</i>. Membuat IG feeds untuk CKID <i>Summer Calling</i>. <i>Packing</i> untuk KOL dan UGC. |
| 5 | 26-28 Mei 2025 | a.Shooting Kontenab.Editing Videoc.Packing untukbUGCd.Membuat Listcprodukd | Melakukan shooting 6 konten. Editing konten video dan foto yang sudah di shoot. Packing untuk UGC Membuat list produk untuk shooting. |

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani praktik kerja magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, penulis terlibat dalam proses pembuatan materi promosi untuk *brand* Charles & Keith. Penulis memiliki tanggung jawab sebagai editor video sekaligus *talent* dalam video. Selain itu, penulis juga mempersiapkan berbagai kebutuhan untuk proses *shooting*, seperti meminjam produk, menyiapkan seluruh *wardrobe* dan properti yang diperlukan, dan mencari referensi konten. Penulis juga mengedit EDM (*Electronic Direct Mail*) yang akan dikirimkan kepada pelanggan melalui email, membuat sketsa komposisi untuk kebutuhan *shooting* konten.

Segala hasil karya yang telah penulis buat akan diserahkan kepada Supervisor untuk dilakukan proses review secara menyeluruh. Setelah itu, hasil review akan didiskusikan bersama dengan *Head of Marketing* dari *brand* Charles & Keith untuk memastikan bahwa konten tersebut sudah memenuhi standar kualitas dan tujuan pemasaran yang diinginkan. Apabila konten telah mendapatkan persetujuan (*approved*) dari kedua pihak tersebut, maka konten siap untuk dipublikasikan dan diunggah ke berbagai platform media sosial resmi *brand*.

3.3.1 Proyek Editing Video Media Sosial

Selama menjalani masa magang, penulis memiliki tugas utama, yaitu melakukan *editing* video, khususnya untuk proyek *Spring Edition* yang berlangsung pada bulan Februari hingga April, serta *Summer Edition* yang dimulai pada bulan April. Pada awalnya, penulis tidak diminta untuk melakukan *color grading*. Namun, seiring berjalannya waktu, penulis diminta untuk mempelajari proses tersebut dan mulai mengerjakan *editing* sekaligus *coloring*. Pada tugas *editing* video, penulis mendapatkan *brief* untuk membuat *scene* video promosi *brand* Charles & Keith. *Brief* tersebut memiliki detail sebagai berikut:

| CONTENT IITLE (AKE CONTENT (AYANG .OCATION (alent Victoria | : Reels : Mini bags for concert : : 7 MAY : Studio | | | |
|---|---|---------|---|--|
| , viciolia | | Scene | Shoot | Сору |
| | | Scene 1 | Talent menggunakan tas elongated quilted mini apfra. Jalan masuk ke frame, berhenti di tengah2 sambil mengangkat lightstick, lalu walk out dari frame. | Concert Fit Check : Mini Bags |
| | | Scene 2 | Zoom in ke elongated quilted mini apfra, show off texture tag dan details | Elongated Quilted Mini Apfra |
| | | Scene 3 | Show off cardholder di depan kamera sebentar sebelum dimasukan ke tas, lalu masukan hp, sisir | Card Holder Crinkle- Effect <u>Panelled</u> Donna |
| | 2 | Scene 4 | Zoom in ke quilted arwen mini, show off texture tas dan details | Quilted Arwen Mini |
| 88 | | Scene 5 | Show off dompet di depan kamera sebentar sebelum dimasukan ke tas, lalu masukan lipstik, mini perfume | Short Envelope Marlowe |
| | | Scene 6 | Zoom in ke quilted mini apfra, show off texture tas dan details | Quilted Mini Apfra |
| | | Scene 7 | Show off cardholder di <u>depan kamera</u> sebentar sebelum dimasukan ke tas, lalu masukan makeup tools | Card Holder Multi-Slot Quilted |

Gambar 3.3 Contoh Brief

Secara keseluruhan *brief* tersebut memerlukan *shoot* yang menyorot produk untuk menampilkan detail, *texture*, dan material produk. Selain itu diperlukan *copywriting* untuk menginformasikan nama dari produk yang dipromosikan. Setelah *brief* tersebut diterima, maka penulis mempelajari referensi yang diberikan kemudian penulis menjelaskan kepada tim studio mengenai proses *shooting*. Namun, sering kali terjadi kendala karena informasi atau brief yang diberikan kurang jelas dan hanya disampaikan dalam bentuk PPT tanpa penjelasan secara langsung. Hal ini menyebabkan pemahaman yang berbeda, sehingga dan berisiko 23

menimbulkan miskomunikasi, sehingga menghambat kelancaran produksi konten. Penulis mencoba untuk memahami dari referensi video yang telah diberikan dan berdiskusi bersama dengan tim studio dalam proses produksi konten.



Gambar 3.4 Contoh Brief Referensi Visual

Berikut merupakan contoh *brief* referensi yang biasanya diberikan sebelum proses produksi konten. Referensi tersebut merupakan gabungan antara video promosi yang sudah *publish* di sosial media seperti, *Pinterest, Tiktok*, dan *Instagram*. Selain itu, *brief* ini juga mencantumkan *outfit* yang dipilih, serta produk dari Charles & Keith yang akan digunakan, seperti sepatu, tas, dompet dan kacamata. Secara keseluruhan referensi tersebut memiliki tema *summer* dan *spring edition*. Tema tersebut ditunjukkan melalui produk yang digunakan serta *color grading* yang hangat. Sehingga penulis mendapatkan referensi visual yang ideal untuk diterapkan ke dalam perancangan.

Setelah menerima *brief*, penulis meminjam produk yang akan digunakan dari gudang/*warehouse*, kemudian mencatat detail barang yang diambil untuk memastikan tidak ada kesalahan saat pengembalian. Setelah barang diterima, penulis mengikuti jadwal yang telah ditentukan untuk melakukan proses *shooting* bersama tim studio, sesuai dengan konsep dari *brief* yang sudah diberikan. Selama proses shooting, penulis juga mempersiapkan pakaian yang akan digunakan, karena sering kali diminta untuk menjadi talent di dalam video. Proses *shooting* biasanya berlangsung selama 4–5 jam, karena dalam satu hari dapat dilakukan *shooting* 3 hingga 5 konten sekaligus. Oleh karena itu, efisiensi waktu dan koordinasi dengan tim studio menjadi hal yang sangat penting selama proses ini.

Setelah proses *shooting* selesai, penulis mengcopy seluruh hasil *raw footage* kepada tim studio untuk kemudian diproses lebih lanjut pada tahap *editing*. Proses *editing* biasanya dilakukan pada hari berikutnya, karena proses *shooting* dilakukan sampai sore hari. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk mengembalikan seluruh produk yang telah digunakan ke *warehouse*, dengan memastikan kondisi barang tetap baik dan sesuai dengan data peminjaman awal.

Penulis memulai pekerjaan dengan menerima *raw footage* dari tim *Learning and Development* (tim studio). *Raw footage* tersebut merupakan hasil rekaman yang masih mentah dan belum melalui proses *editing*. Langkah pertama yang dilakukan penulis adalah menyeleksi *footage* yang didapatkan setelah proses *shooting*. Selama proses seleksi, penulis juga mencatat urutan *footage* yang akan digunakan agar mempermudah proses *editing*.



Gambar 3.5 Contoh Raw Footage

Pada konten tersebut, terdapat 6 *footage* yang diterima. Namun, penulis hanya menggunakan 3 *footage*, karena sesuai dengan konsep dengan tiga gaya berbeda, masing-masing dengan *outfit*, tas, dan sepatu yang berbeda. Sebelum memilih *footage* yang akan digunakan, penulis menonton seluruh rekaman terlebih dahulu untuk memahami isi konten, alur cerita, dan mengecek kualitas gambar di setiap bagian video. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mengeliminasi bagian-bagian yang kurang layak untuk

digunakan, misalnya karena terdapat bagian yang *blur*, pencahayaan yang kurang baik, dan ekspresi model yang kurang bagus. Setelah melalui proses tersebut, penulis memutuskan untuk menggunakan 3 footage terbaik yang paling sesuai untuk proses *editing*.

Setelah video terbaik telah dipilih, penulis melakukan proses *cut* to cut sebagai tahap awal *post-production* video *shoot*. Hal ini dilakukan untuk membuang klip yang tidak dibutuhkan dan memilih *angle* terbaik. Proses ini menggunakan *Adobe Premiere Pro*, dan dilanjutkan dengan menyusun urutan video sesuai alur narasi yang diinginkan. Penulis menyusun urutan klip berdasarkan referensi yang sudah diberikan sebelumnya. Selama proses ini, penulis juga memastikan transisi antar klip berjalan mulus agar alur video terasa natural dan enak ditonton.

| | S_DL | .P_A0 | 624 | | | | |
|---------|------|-------|-----|---|----------|--|--|
| 00:00:2 | 7:3 | 2 | • | 4 | | 200-00 00 00-08-00 00:00 16-00 00:00 24:00 00:00:32:00 00:00:40:00 00:00:48:00 00:00:56:00 00:0: | |
| ĥ | | 8 | | | | 0 | |
| 6 | | 21 | | | | | |
| 6 | | в | | | | 202 ■ 20250515_D ■ 20250 ■ Y ■ 20250515_DLP_A0626.MP4 302505 | |
| 6 | | 8 | | | ٩ | 0 20250515 DLP 40624 MP4 | |
| 6 | | ₿ | | | Ŷ | Start: 00:00:27:32 | |
| 6 | | 8 | | | ₽ | End: 00:00:29:59 Duration: 00:00:02:28 | |
| | | | | | | 0 | |

Gambar 3.6 Proses Pemotongan Klip Video

Durasi pengerjaan setiap video dari awal *editing* hingga selesai tahap color grading rata-rata memakan waktu sekitar 2–3 jam. Namun, proses ini kadang memerlukan waktu lebih lama karena adanya kendala seperti *footage* yang blur ataupun *file* video yang kurang lengkap. Dalam kondisi seperti ini, penulis perlu memeriksa ulang keseluruhan *footage*, sekaligus mencari solusi alternatif apabila *reshoot* belum bisa langsung dilakukan. Komunikasi dengan tim studio dan *supervisor* pun menjadi penting agar kendala bisa segera mendapatkan solusi dan ditangani. Dalam beberapa kasus, tim produksi melakukan pengambilan gambar ulang (*reshoot*) untuk memperbaiki kualitas dari video.

NUSANTARA



Gambar 3.7 Proses Color Grading Video

Selanjutnya, dilakukan proses color grading, pada proses ini penulis menggunakan adjustment layer di Adobe Premiere Pro untuk mengedit warna video. Adjustment layer ini diletakkan di atas semua footage yang ingin diwarnai, sehingga efek warna akan mengubah semua klip di bawahnya secara otomatis tanpa harus mengedit satu per satu. Pada adjustment layer tersebut, penulis melakukan basic correction seperti mengatur exposure, contrast, saturation, dan basic correction lainnya untuk membuat tampilan video menjadi lebih seimbang dan menarik.

Selain itu, penulis juga mengatur hue (warna) dan menggunakan curves untuk menyesuaikan warna secara lebih detail, biasanya penulis menggunakan color picker untuk fokus mengubah warna yang dipilih saja, tanpa mempengaruhi warna lain di video. Dengan menggunakan adjustment layer, proses editing warna menjadi lebih efisien dan fleksibel. Jika diperlukan revisi, penulis hanya perlu mengubah pengaturan pada adjustment layer tanpa harus mengedit klip satu per satu. Teknik ini membantu menjaga konsistensi warna antar klip video, terutama pada video yang menggunakan banyak scene dengan pencahayaan berbeda.

27



Gambar 3.8 *Before After Color Corection*

Setelah *draft* video selesai dibuat, penulis mengirimkan hasilnya ke *supervisor* untuk direview dan mendapatkan masukan. Apabila menerima *feedback*, penulis melakukan revisi berdasarkan masukan tersebut untuk meningkatkan kualitas *editing* dan menyesuaikan dengan kebutuhan proyek. Sesuai dengan alur koordinasi pekerjaan, *supervisor* akan terlebih dahulu mengajukan (*propose*) hasil video kepada *Head of Brand* untuk mendapatkan persetujuan akhir. Jika terdapat revisi tambahan dari pihak *Head of Brand*, *supervisor* akan menyampaikan poin-poin tersebut kepada penulis selaku *Graphic Design Intern* untuk kemudian diperbaiki. Proses ini memastikan bahwa setiap video yang dipublikasikan telah melalui tahapan evaluasi berlapis dan sesuai dengan standar *brand* secara keseluruhan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

28



Gambar 3.9 Konten yang Telah Diposting di Instagram Reels dan Tiktok Output akhir video dibuat dalam ukuran 9:16 vertikal untuk Instagram Reels dan Tiktok. Durasi video juga disesuaikan dengan masingmasing platform. Selain itu, isi video untuk Instagram Reels dan Tiktok dibuat sedikit berbeda agar lebih cocok dengan tren yang populer di setiap platform tersebut. Tujuannya agar video lebih menarik dan bisa menjangkau lebih banyak penonton di media sosial.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain mengerjakan *editing* video untuk proyek *Spring Edition* dan *Summer Edition*, penulis juga diberikan kesempatan untuk terlibat dalam beberapa proyek lainnya yang mendukung kegiatan promosi dan komunikasi visual perusahaan. Penulis terlibat dalam pembuatan *Electronic Direct Mail* (EDM), yaitu dengan membantu merancang tampilan visual untuk *newsletter* promosi yang dikirimkan melalui *email*, serta pengubahan *file* video kampanye berformat MP4 menjadi format GIF untuk mendukung tampilan dinamis dalam *email*. Membuat poster promosi yang berkolaborasi dengan BRI-mo. Selain itu, memasuki bulan Maret, penulis juga membantu membuat *motion graphic* sederhana untuk *Instagram Story* dan *editing* foto untuk keperluan konten.

NUSANTARA

29

3.3.2.1 Proyek *Electronic Direct Mail*

Proyek *Electronic Direct Mail* (EDM) yang penulis kerjakan memiliki hubungan langsung dengan *Marketing Communication Supervisor*, berbeda dengan pembuatan konten untuk *Instagram* dan *Tiktok* yang biasanya melibatkan tim konten sosial media. Proyek ini memiliki spesifikasi teknis, yaitu lebar desain harus 1000 piksel, dengan tinggi yang menyesuaikan konten, serta ukuran *file* akhir tidak boleh melebihi 10 MB. Batasan ini menuntut penulis dalam pemilihan elemen visual, kompresi *file*, dan tata letak agar hasil akhir tetap estetis tanpa mengorbankan kualitas tampilan saat dikirim melalui email.

Pada proyek pertama, penulis membantu membuat desain *newsletter* untuk promosi melalui *email*. Prosesnya dimulai dengan menerima *brief* dan referensi desain dari atasan. Jenis produk dan tipografi telah disediakan, untuk foto produk, penulis mengambilnya dari *website* resmi Charles & Keith agar mendapatkan gambar dengan kualitas HD. Kemudian penulis fokus menyusun elemen-elemen visual secara rapi dan menarik sesuai susunan referensi tersebut.



Communication Supervisor tersebut untuk pengiriman email. Di tahap ini, penulis sering menghadapi masalah seperti munculnya ruang kosong (*white space*) yang tidak diinginkan akibat perbedaan format antara Adobe Illustrator dan aplikasi khusus EDM tersebut. Oleh karena itu, penulis melakukan beberapa kali penyesuaian dan revisi untuk memastikan tampilan newsletter rapi dan konsisten saat diakses melalui email. Setelah mendapatkan persetujuan, newsletter siap dikirim ke email pelanggan.



Gambar 3.11 Hasil Layouting EDM

Pada proyek ini, brief juga diberikan melalui PPT tanpa penjelasan detail mengenai arahan atau ekspektasi visual yang diinginkan. Kadang, penjelasan tambahan hanya disampaikan melalui chat, sehingga informasi yang diterima kurang lengkap dan mudah menimbulkan miskomunikasi. Kondisi ini membuat penulis membuat desain hanya sesuai dengan brief yang sudah diberikan. Selain itu, keinginan dari supervisor dan Head of Brand terkadang berubah-ubah setelah melihat hasil akhir, sehingga penulis sering kali harus melakukan revisi, seperti mengganti gambar produk, *background*, dan *layout* secara keseluruhan. Hal ini membuat durasi pengerjaan menjadi lebih panjang dari seharusnya, karena pekerjaan yang bisa diselesaikan lebih awal akhirnya harus melalui beberapa tahap revisi tambahan. Namun, penulis tetap harus bersikap profesional dan melakukan revisi sesuai arahan yang telah diberikan.

Proyek kedua yang dikerjakan oleh penulis adalah pembuatan video *stop motion*, yang dilaksanakan bersama dengan tim studio. Video *stop motion* ini merupakan salah satu bentuk konten visual yang menarik, karena menggunakan rangkaian foto yang disusun sedemikian rupa sehingga menciptakan ilusi gerakan. Dalam proyek ini, penulis berperan sebagai *editor*, namun juga ikut secara langsung dalam proses produksi dengan menggerakkan produk satu per satu untuk setiap *frame* pengambilan gambar.

Langkah awal yang dilakukan dalam proyek ini adalah mempersiapkan produk-produk yang akan dijadikan objek utama dalam video. Produk disusun dengan rapi di studio, dengan mempertimbangkan sudut pengambilan gambar, pencahayaan, dan urutan pergerakan agar hasil akhir terlihat halus dan menarik. Setelah sesi foto produk selesai, penulis menerima seluruh *file* foto dalam bentuk *raw footage*.



32 Perancangan Video Promosi..., Victoria Stephanie H., Universitas Multimedia Nusantara

Kemudian penulis berperan dalam dalam proses pembuatan stop motion tersebut. Setelah itu, penulis bertugas mengedit hasil foto dengan melakukan pengecekan warna agar sesuai dengan standar brand, membersihkan background dari noda atau objek yang tidak diinginkan, dan memastikan setiap gambar tampak bersih dan profesional. Selanjutnya, penulis menambahkan tipografi sesuai dengan brief yang diterima, menyesuaikan font, ukuran, dan warna agar sesuai dengan estetika kampanye.



Gambar 3.13 Hasil Editing Foto untuk Stop Motion

Setelah seluruh foto selesai melalui proses editing dan penyesuaian warna secara konsisten, langkah selanjutnya adalah menyusun foto-foto tersebut secara berurutan untuk membentuk alur gerak yang diinginkan. Setelah susunan foto dianggap sudah sesuai, penulis kemudian mengolahnya menjadi sebuah video stop motion dengan format akhir berupa file GIF.

Pada proyek ketiga, penulis membantu mengubah video kampanye berformat MP4 menjadi *file* GIF dengan ukuran di bawah 10 MB agar dapat digunakan untuk keperluan promosi *digital*, yaitu email. Biasanya video kampanye diberikan oleh Charles & Keith

Official dari Singapura, yang akan dikirimkan kepada pelanggan Indonesia melalui email. Penulis perlu memastikan kualitas dari *file* GIF yang di *compress* menjadi ukuran *file* 10 mb agar tetap memiliki kualitas gambar HD dan tidak pecah atau blur.



Gambar 3.14 Proses Pemotongan Klip Video

Proses ini diawali dengan memasukkan video MP4 ke dalam *Adobe Premiere Pro*, karena durasi video terkadang terlalu panjang, maka penulis melakukan pemotongan durasi video sesuai kebutuhan agar GIF tetap menarik namun ukuran file tidak terlalu besar. Selanjutnya, penulis melakukan ekspor video dalam format GIF, setelah itu penulis akan melakukan proses kompresi menggunakan aplikasi tambahan untuk lebih menurunkan ukuran *file*, namun penulis harus tetap memastikan bahwa *file* tetap memiliki kualitas gambar HD dan tidak berubah secara signifikan.



Gambar 3.15 Proses Ekspor MP4 Menjadi GIF

Kemudian *file* GIF diuji coba untuk memastikan kelancaran pemutaran dan ukuran *file* memenuhi batas maksimal yang ditetapkan. Setelah selesai, penulis segera memberikan kepada *Marketing Communication Supervisor. Supervisor* akan melakukan pengecekan akhir sebelum konten promosi dikirimkan ke pelanggan melalui email.

3.3.2.2 Proyek Poster Promosi Kolaborasi dengan BRI-mo

Penulis juga terlibat dalam pengerjaan poster promosi untuk proyek kolaborasi antara Charles & Keith dengan BRI-mo. Dalam proyek ini, penulis menerima *brief* langsung dari *Marketing Communication Supervisor* yang berisi panduan tentang tampilan visual yang diinginkan, termasuk *tone* warna, elemen yang harus ditonjolkan, serta susunan informasi yang perlu dimasukkan ke dalam poster.



Gambar 3.16 Brief Awal Poster Promosi dengan BRI-mo

Proses *layouting* dilakukan menggunakan *Adobe Illustrator*. Penulis menyusun elemen-elemen seperti logo, foto, *headline*, serta informasi promosi dengan mempertimbangkan prinsip desain grafis seperti keseimbangan, hierarki visual, dan keterbacaan. Penulis juga menyesuaikan komposisi agar poster tersebut tidak terlalu penuh, sehingga dapat dengan mudah dibaca oleh calon pelanggan.



Gambar 3.17 Aset yang Diberikan untuk Poster Promosi

Seluruh aset, seperti logo BRI-mo dan foto visual, telah disediakan sebelumnya oleh . Foto-foto yang digunakan merupakan materi resmi dari Charles & Keith Singapura yang memang diperuntukkan untuk kebutuhan kampanye global koleksi *Spring*. Karena aset sudah disediakan, pada proyek ini penulis hanya perlu menyesuaikan tata letak dan komposisi agar sesuai dengan konteks promosi di Indonesia tetapi tetap memberikan kesan premium dan elegan sesuai dengan citra *brand*.



36 Perancangan Video Promosi..., Victoria Stephanie H., Universitas Multimedia Nusantara

Selama prosesnya, penulis beberapa kali melakukan revisi berdasarkan masukan dari atasan, terutama pada bagian *layout* dan penempatan elemen visual. Revisi dilakukan agar poster tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga informatif, rapi, dan sesuai dengan identitas visual kedua pihak yang terlibat dalam kerja sama ini.

3.3.2.3 Pembuatan Motion Graphic Untuk Instagram Story

Penulis juga diminta untuk membuat *motion graphic* sederhana sebagai bagian dari variasi konten yang akan diunggah secara berkala melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk memberikan sentuhan yang baru pada setiap unggahan sehingga audiens tidak merasa bosan dengan unggahan video yang monoton. Selain itu, pemilihan warna, *font*, dan elemen visual lainnya tetap mengacu pada *brand* agar tetap konsisten dengan identitas visual perusahaan.



Gambar 3.19 Referensi Motion Graphic

Dalam proyek ini, penulis membuat *motion graphic* sederhana untuk *Instagram Story*. Atasan memberikan contoh referensi kepada penulis sebagai contoh melalui PPT yang berisi video contoh konten, PPT tersebut kemudian menjadi dasar bagi penulis dalam menentukan bagaimana desain yang akan penulis buat. Penulis mulai menyesuaikan elemen-elemen dari referensi tersebut, seperti gaya animasi, ritme gerakan, dan penggunaan warna, agar tetap sesuai dengan identitas visual *brand*.



Gambar 3.20 Aset yang di Pilih untuk Motion Graphic

Setelah memahami referensi, penulis mulai mencari gambar-gambar yang sesuai dari *website* Charles & Keith dan *Pinterest*. Gambar yang dipilih adalah elemen-elemen yang biasa ada di dalam tas wanita, seperti tas, kacamata, lipstik, dan lainnya. Pemilihan elemen tersebut untuk memperkuat narasi konten dan membuat *motion graphic* terasa lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari target audiens.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

| | | | × ■ 6 Composition Igs84 ≡ | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|------------|--------------------------|-----------|--|---|--------|
| main 🔻 | | | main (igs84 | | | | | | | |
| 1080 x 1920 (1 | ,00) 20.00 fee | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| Name | | | | | Whe | at Inside Satin Crystal- | | | | |
| AC Footage | | Λ. | | | DWDR | lished top Mardle bog | | | | |
| 🛛 🧧 🖬 🔤 🖬 | | | | | | T | | | | |
| bags2_84.t | | | | | 00 | U | | | | |
| 🛛 🧧 bedakpng | | | | | 6 | | | | | |
| 🛛 🧧 dompet.pn; | | | | | | · · | | | | |
| 🛛 🧧 glasses.png | | | | | | 11 0 | | | | |
| lgs84 | | | | | | Two was | | | | |
| lipstpng | | | | | _ | () | | | | |
| 👷 main | | | | | | | | | | |
| 🔹 nail.png | | | | | | | | | | |
| phon.png | | | | | | | | | | |
| 🔹 rubber ban | d.png | | | | | same . | | | | |
| 🛛 🧧 tws.png | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | 200 | | 70 | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| = = 🛛 🦪 | | | | 医圆口回电 | 🍓 🧐 40,0 | 0:00:04:26 | | | | |
| | 🔳 main 🛛 🗶 🗖 | igs84 ≡ | | | | | | | | |
| | | | | ™ ± # Ø | 50 Joor of | 01.00 01.1 | 51 02,001 | 02.151 03.001 | 03.151 04.0 | 001 04 |
| | | | | | | | | the second s | and the second se | |
| 0:00:04:26 | | AONTO | CO Made Trade Matte | Parent & Link | | | | | | |
| 0:00:04:26 | Source Name Hollow Pop 06.way | # + \ fx @ Q # / | 🗘 🗘 Mitde I Track Matte | Parent & Link | | | | | | |
| 0:00:04:26 00146 (3000 fps) > () () () () () () () () () () () () () | Source Name Hollow Pop 06.wav Soft Slhort 02 way | \$\$\$\fx ≣ @Q \$\$ \$\$ | 🕽 🔁 Mode i Irack Matte 🕻 | Parent & Link None None | | | | | | |
| 0:00:04:26 00:46 (30:00 fps) • (3 • (2 • 0) fps) • (3 • (2 • (2 • 0) fps) • (3 • (2 • (2 • 0) fps) • (3 • (2 • (2 • (2 • (2 • (2 • (2 • (2 | Source Name Hollow Pop 06.wav Soft Slhort 02.wav T What Inandle Bag | 中 ↔ \ fx ■ ⊘ G 泉 / 泉 / 泉 / 泉 / | A Mode i track Matte Norr ∨ @ No A ∨ | Parent & Lunk O None O None O None | | URIN. | | | | |
| 0:00:04:26 00146 (1800 fps) ◆ (1 ← ① → ← □ ● → → □ 1 ⊕ → □ 2 → → → □ 2 → → → □ 3 ⊕ → □ 4 → → → □ 4 → → □ 4 → → → → → □ 4 → → → → → □ 4 → → → → → → □ 4 → → → → → → → → → → → → → → → → → → → | Source Name O Hollow Pop 06.wav Soft Slhort 02.wav T What Inandle Bag Bags1_84.png | #⇔\∱ ≣⊘ # / # / # / # / | Mode I Irack Matte Norr OF ON A Norr OF ON A | Parent & Link Parent & Link None None None None | | IRIn | 1 | | | _ |
| 0:00:04:26 (00:46 (20:00)(s) (3) (4) (20:00)(s) (3) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4) (4 | Source Name Hollow Pop 06.wav Soft Slhort 02.wav T What Inandle Bag Bag184.png ransform | ♣◆\☆■◎○ ♣ / ♣ / ♣ / ♣ / ₽ ₩ / ₽ ₩ / ₽ ₩ / ₽ | O Mode I irack Matte Norr ∨ @/ No A ∨ Norr ∨ @/ No A ∨ | Parent & Unk None None None None None None None | | IRIn | i | | | |
| 0:00:04:26 cor4 (2000 fm) 40 | Source Nime Hollow Pop 06.wav Soft SLhort 02.wav What Inandle Bag Bags1_84.png ransform D Anchor Point | 中本へ方置の 中 / 中 / 中 / 中 / 中 / R * / R * / R * / R / / R / R / R / R / R / R / R / R / R / R / R / / R / / R / R / R / R / R / R / / R / / R / / R / / R / / R / R / R / R / R / / R / / R / / R / / / R / / / / / R / / / / / R / / / / / R / / / / / / / / / / / / / | O Mode I Irack Matte I Norr ∨ @ No & ∨ Norr ∨ @ No & ∨ | Parent & Link None None None None None None None None None | | IRIS | ĩ | | | |
| 0:00:04:26 col4:(10:00 fre) 0 (0 + 10:00 fre) 10 - 0 + 10 + 10 + 10 10 - 0 + 10 + 10 + 10 10 - 0 + 10 + 10 + 10 + 10 10 - 0 + 10 + 10 + 10 + 10 + 10 + 10 + 1 | Source Name Hollow Pop 06 wav Soft SLhort 02.wav Soft SLhort 02.wav Soft SLhort 02.wav Bags1.84.png Transform O Anchor Point O Anchor Point O Position | 中◆、方■の 中 中 中 中 中 中 Reset 394,0,423,5 5400,1376,0 94,0,142,15 94,0,142,15 94 | Mode I Irack Marte Norr ∨ @ł No Å ∨ Norr ∨ @ł No Å ∨ | Priett & Link Vone None None None O None | × × | XIRE X X | 1 | | | |
| 0:00:04:26 course (as course) > 40 + 6 + 9 + 6 40 - 5 + 10 - 40 + 6 + 10 - 40 + 10 | Source Nime Hollow Pop 06.wav Soft SLhort O2.wav T What Inandle Bag Bags1.84.png Transform Anchor Point C Anchor Point C Scale | | | Priett & Link None None None | T | xun x x x |) x x | x | | |

Gambar 3.21 Proses Pembuatan Animate Motion Graphic

Setelah semua gambar terkumpul, penulis mulai menghapus latar belakang pada setiap gambar (*remove background*) agar bisa digunakan di dalam *motion graphic*. Aset gambar yang sudah bersih kemudian dimasukkan ke dalam *Adobe After Effects*, dan penulis membuat ukuran *artboard* dengan ukuran 1080 x 1920 piksel sesuai dengan ukuran *Instagram story*. Setelah itu, penulis mulai membuat komposisi untuk *compile* aset-aset yang sudah di *remove background*. Penulis mengelompokan aset untuk dijadikan satu *scene* dan dalam satu *motion graphic* terdapat beberapa *scene*.



Gambar 3.22 Proses Pembuatan Menggunakan Keyframe

Setiap gambar kemudian dianimasikan menggunakan *keyframe*, pada gambar-gambar yang ingin di gerakan. Penulis membuat *motion graphic* dengan mengubah *position* dan *scale*. Semuanya dibuat manual dengan membuat *keyframe* satu persatu

pada setiap gambar. Setelah animasi selesai, penulis menambahkan suara dan musik latar agar animasinya terasa lebih hidup. Suara dan gerakan disesuaikan waktunya supaya terlihat selaras.





Gambar 3.23 Pergerakan Motion Graphic

Langkah terakhir adalah mengecek ulang seluruh animasi. Penulis memastikan semua elemen tampil sesuai urutan, tidak saling menumpuk, dan audio sudah pas dengan gerakannya. Hasil *motion graphic* yang telah dibuat kemudian disesuaikan dengan format dan durasi standar *Instagram Story*, yaitu berdurasi maksimal 15 detik.

Proses pembuatan *motion graphic* ini membutuhkan waktu 3-4 jam dihitung dari pencarian aset, penghapusan latar belakang aset, sampai proses *animate* dan memasukan *sound effect*. Namun, karena penulis tidak terbiasa menggunakan *After Effect* membuat proses pembuatan *motion graphic* ini cukup sulit, karena tanpa arahan yang jelas dan bimbingan secara langsung dari atasan. Penulis kemudian memberikan hasil *motion graphic* yang sudah selesai kepada atasan untuk meminta masukan juga ada. Setelah semuanya selesai, hasil *motion graphic* dirender menjadi video dalam format MP4. Meski demikian, proses ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk lebih memahami teknik dasar motion graphic dan memperluas keterampilan dalam *motion graphic* sederhana.

3.3.2.4 Provek Editing Foto Konten

Proyek selanjutnya yang dikerjakan oleh penulis adalah editing foto produk, yang dikerjakan bersama tim studio. Dalam proyek ini, penulis tidak hanya bertanggung jawab pada tahap setelah produksi, tetapi juga ikut terlibat dalam proses pengambilan gambar di studio. Penulis bekerja sama dengan tim studio untuk mengatur komposisi, pencahayaan, serta mengarahkan produk agar sesuai dengan konsep visual yang telah ada pada PPT brief yang sudah diberikan sebelumnya. Keterlibatan penulis dari awal awal produksi memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap alur kerja produksi foto produk.

Dalam proses produksi foto, penulis berkoordinasi secara langsung dengan tim studio untuk memantau hasil secara langsung, memastikan tidak ada hasil yang blur atau kurang optimal, hal ini berfungsi untuk menghindari retake konten. Setelah sesi pemotretan selesai, penulis menerima hasil foto dalam bentuk raw file. Tahap selanjutnya adalah proses editing menggunakan Adobe Photoshop. Proses ini mencakup berbagai penyesuaian teknis, seperti koreksi warna, retouching detail produk, penghilangan elemen yang mengganggu, hingga penghalusan bayangan dan pantulan. Setiap foto dipoles dengan teliti untuk memastikan hasil akhir tampak profesional, menarik, dan sesuai dengan standar visual

perusahaan.

Perancangan Video Promosi..., Victoria Stephanie H., Universitas Multimedia Nusantara

41



Gambar 3.24 Hasil Sebelum dan Sesudah Editing Foto

Proses *editing* foto ini memerlukan waktu yang cukup panjang, terutama karena tingginya tingkat detail yang harus diperhatikan. Dalam proses *editing* foto, penulis dapat menghabiskan waktu sekitar 3 hingga 4 jam untuk menyelesaikan 5 hingga 8 foto, tergantung pada tingkat kerumitan serta jumlah revisi yang diminta. Salah satu tantangan yang sering ditemui adalah warna pada *raw footage* foto yang cenderung keabu-abuan, sehingga penulis perlu menyeleksi bagian-bagian tertentu dari produk agar warna dapat diperbaiki tanpa memengaruhi elemen lain di dalam



42 Perancangan Video Promosi..., Victoria Stephanie H., Universitas Multimedia Nusantara

Selain itu, terkadang terdapat sisi-sisi foto yang tampak gelap, sehingga penulis perlu membuat bagian yang gelap menjadi lebih cerah menggunakan *dodge tool*. Revisi juga sering kali diperlukan untuk menyesuaikan hasil dengan arahan atasan, baik dari segi *tone* warna, pencahayaan, maupun estetika secara keseluruhan. Beberapa revisi cukup rumit, seperti permintaan untuk meluruskan *handle* tas agar produk terlihat lebih rapi. Dalam kasus seperti ini, penulis akan menyeleksi satu persatu bagian yang ingin diubah, kemudian melakukan *cropping*, setelah itu penulis menggunakan fitur *liquify* untuk mengatur bentuk dari *handle* tas menjadi lebih lurus dan proporsional.



Gambar 3.26 Perubahan Warna Background Foto

Selain itu, revisi juga sering kali mencakup perubahan pada warna *background*. Misalnya, jika latar awal menggunakan karpet berwarna abu-abu dan diminta untuk diubah menjadi putih, maka penulis perlu menyeleksi produk satu per satu secara manual agar latar belakang dapat diganti tanpa mengganggu tampilan produk. Proses seleksi ini cukup memakan waktu karena harus dilakukan dengan hati-hati agar hasilnya tetap rapi dan natural.

NUSANTARA



Gambar 3.27 Penyesuaian Foto Produk dan Display

Penulis menghadapi beberapa kendala akibat miskomunikasi dengan tim studio. Salah satunya adalah konten diatas yang berkaitan dengan *product display style* atau alat penyangga produk yang digunakan saat proses pemotretan. Tim studio menggunakan *product display style* berbentuk bulan sabit, namun seharusnya menggunakan bentuk lingkaran penuh sesuai *brief* yang diberikan.

Akibatnya, penulis harus melakukan penyesuaian saat proses *editing*, yaitu mengubah tampilan *product display style* tersebut menjadi bentuk lingkaran agar sesuai dengan *brief* yang diberikan. Selain itu, penulis juga diminta untuk memperbesar ukuran produk pada foto agar terlihat lebih menonjol. Penyesuaian ini dilakukan dengan tetap menjaga proporsi dan kualitas gambar agar tidak terlihat dipaksakan atau pecah. Proses ini memerlukan ketelitian lebih karena melibatkan manipulasi visual yang cukup detail.

Proses-proses ini menjadi alasan mengapa *editing* foto membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan proses *editing* video. Melalui proyek ini, penulis belajar pentingnya ketelitian, kesabaran, serta komunikasi yang baik untuk memenuhi ekspektasi visual dari hasil akhir foto.

3.3.2.5 Proyek Desain Konten CKID

Proyek ini merupakan bagian dari pembuatan desain konten pada akun *instagram* internal Charles & Keith, yaitu

(@ckid.fashionkcg. Akun ini ditujukan khusus untuk orang-orang internal dari Charles & Keith dan *store staff* yang berada dibawah naungan KCG. Tujuan utama dari konten ini adalah sebagai referensi yang menginspirasi dan memberi tahu mengenai KOL (*Key Opinion Leader*) dalam menggunakan dan memadukan produk dari Charles & Keith. Dari proyek ini, para *store staff* dapat lebih mengetahui mengenai bagaimana cara *styling* dari produk-produk untuk diberitahukan kepada calon pembeli di store.

Saat pembuatan proyek ini, pertama-tama penulis diberikan daftar nama dari KOL yang sudah bekerja sama dan juga apa saja produk yang digunakan. Namun, informasi yang diberikan tidak benar-benar lengkap hanya berupa *link* menuju postingannya di *Instagram* atau *Tiktok*. Dari video yang sudah di*upload* KOL tersebut penulis melakukan riset mandiri mengenai para KOL melalui media sosial setiap KOL.

 pertama, penulis diberikan tema *summer* dengan warna putih dan biru. Kemudian pada konten yang kedua diminta desain yang lebih menggambarkan *summer*. Setelah memahami dan mendapatkan gambaran, penulis langsung mencari inspirasi desain melalui *Pinterest*. Proses desain dimulai dari mengunduh video yang sudah diunggah oleh KOL di media sosial *Instagram* atau *Tiktok*. Penulis mulai mencari foto produk, mendapatkan nama produk, dan penjelasan produk yang digunakan di *website* charleskeith.co.id.

Pada proyek ini penulis menggunakan Canva untuk proses desain, terutama karena *platform* ini mendukung untuk memasukkan video didalam desain. Tahapan desain dimulai dari menentukan *layout*, kemudian menyusun elemen. Pada postingan pertama *slide* pertama merupakan konten "*What's She Wearing*". Konten ini berisi tentang produk apa yang dipakai oleh KOL, penulis memasukkan foto KOL ketika mereview produk dan memasukkan nama serta informasi lain dari produk.



Gambar 3.29 Konten CKID pertama

Kemudian pada *slide* kedua berisi foto produk dan juga penjelasan mengenai detail produk. Penulis mencari penjelasan detail produk dari *website* charleskeith.co.id, penjelasan produk ini perlu dimasukkan agar *store staff* bisa mengetahui penjelasan detailproduk agar dapat menjelaskan kepada calon pelanggan ketika datang ke *store*. Dan slide ketiga berisi video t*ry on* dari KOL, yaitu bagian "*As Seen On*". Pada bagian ini penulis memasukan penjelasan singkat mengenai KOL tesebut, memberikan link dari *platform* media sosialnya, dan memasukkan video.



Gambar 3.30 Konten CKID kedua

Setelah desain selesai dan konten sudah informatif, penulis melakukan asistensi kepada *Marketing Communication Supervisor*, setelah itu penulis diminta untuk membuat *preview* konten. Setelah semua desain sudah selesai *Marketing Communication Supervisor* baru akan mengajukan desainnya kepada *Head of Brand*. Jika sudah sesuai maka tidak ada revisi namun, sering kali terdapat revisi untuk mengubah *layout* ataupun mengganti desain secara keseluruhan karena tidak sesuai dengan ekspetasi dari *Head of Brand*.

Melalui proyek ini, penulis belajar untuk mengatur waktu lebih efektif, karena terdapat beberapa pekerjaan yang bukan prioritas tetapi cenderung lebih mendesak dan dengan *deadline* yang singkat. Penulis perlu membagi waktu antara pekerjaan utama dan pekerjaan tambahan agar hasilnya tetap optimal dan menyediakan waktu lebih panjang untuk proses revisi mendadak. Dalam proses ini, penulis dapat belajar dalam meriset, mendesain dengan cepat, dan fleksibel terhadap revisi yang mendadak.

3.3.2.6 Proyek Editing Foto Acara Summer Pop Up

Pada tanggal 18 Juni 2025, Charles & Keith mengadakan acara *Summer Pop-Up* eksklusif di Jakarta. Acara ini dihadiri oleh 24 *Key Opinion Leader* (KOL) yang diundang secara khusus.

47

Uniknya, lokasi acara diadakan di atas yacht yang disewa khusus untuk pengalaman yang lebih eksklusif dan berkesan. Para KOL hadir untuk menikmati acara sekaligus membuat konten, baik dalam bentuk foto maupun video, selama acara berlangsung.

Dalam pelaksanaan acaranya, pihak Charles & Keith juga bekerja sama dengan vendor profesional untuk dokumentasi acara, termasuk fotografer dan videografer. Seluruh hasil dokumentasi diberikan kembali kepada Digital Marketing Supervisor untuk dilakukan pengecekan kembali. Hasil dokumentasi tersebut sudah melewati tahap editing dasar maupun yang sudah di digital imaging oleh pihak vendor. Namun, penulis tetap diberikan tugas lanjutan dalam proses penyempurnaan visual dan penyesuaian kebutuhan media sosial.

Tugas utama penulis dalam proyek ini adalah mengolah ulang foto-foto dari vendor agar sesuai dengan standar berdasarkan arahan dari principal Charles & Keith Singapura. Revisi biasanya diberikan dalam bentuk visual notes, foto-foto yang sudah diedit vendor kembali diberi catatan seperti lingkaran untuk bagian yang harus diterangkan, coretan untuk elemen yang perlu dihapus, atau bahkan highlight tertentu yang harus lebih ditonjolkan. Meskipun sekilas terlihat sederhana, namun setiap permintaan revisi tersebut sangat detail dan membutuhkan kesabaran ekstra.

Pada proses clean-up foto, penulis diminta untuk menghilangkan noda air yang tampak pada backdrop. Hal ini disebabkan oleh kondisi cuaca saat acara berlangsung yang sempat hujan sangat deras, sehingga beberapa area terlihat basah dan mengganggu tampilan visual secara keseluruhan. Penulis melakukan proses Adobe *editing* menggunakan Photoshop. Untuk mempermudah editing foto, setiap elemen pada foto dipisahkan ke dalam layer yang berbeda, seperti layer khusus untuk subjek (KOL),

backdrop, dan teks. Pemisahan ini bertujuan agar setiap bagian bisa diedit secara terfokus tanpa mengganggu bagian lainnya.



Gambar 3.31 Editing Backdrop Acara Summer Pop Up

Salah satu tugas utama dalam proses ini adalah membersihkan area *backdrop* yang terlihat basah akibat hujan saat acara berlangsung. Proses *clean-up* dimulai dengan melakukan sedikit *blur* pada area tersebut untuk mengurangi detail noda air. Setelah itu, teknik yang digunakan adalah menggunakan *clone stamp tool* dan *healing brush tool* untuk menutupi atau menyamarkan bekas noda secara halus, meniru tekstur *backdrop* yang kering agar terlihat natural dan menyatu. Setelah area *backdrop* dibersihkan, penulis merapikan kembali setiap *layer* satu per satu, memastikan tidak ada *overlap* antar elemen dan menjaga proporsi serta komposisi gambar tetap seimbang.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.32 Editing Droplets Air

Selain mengedit foto-foto dokumentasi acara dan KOL, penulis juga mendapatkan tugas untuk mengedit foto produk yang diambil di luar ruangan. Karena cuaca saat itu hujan, beberapa produk terlihat basah dan terdapat *droplets* air yang menempel pada permukaan. Meski terkesan minor, detail ini dinilai mengganggu estetika visual *brand*, terutama untuk kebutuhan publikasi resmi.

Penulis diminta untuk menghapus *droplets* pada produk, permukaan meja display, dan tiang handrail yacht yang tampak basah menggunakan teknik *retouching* di *Adobe Photoshop*. Proses ini dilakukan dengan hati-hati agar tekstur dan permukaan produk tetap terlihat natural, tidak blur atau terlalu halus. Alat yang paling sering digunakan dalam proses ini adalah *healing brush tool, clone stamp tool,* dan *patch tool,* tergantung pada jenis permukaan dan arah cahaya pada foto. Untuk beberapa area kecil, penulis juga menggunakan *spot healing* agar proses lebih cepat, namun tetap harus dicek ulang secara manual untuk menghindari hasil *edit* yang tidak rapi.

Proses ini dilakukan secara manual dan bertahap, memastikan setiap detail permukaan terlihat alami. Hasil akhir dari proses ini adalah visual produk yang lebih bersih, profesional, dan seolah-olah sesi foto dilakukan dalam kondisi cuaca ideal. Setelah foto telah di edit, penulis diminta untuk mengubah ukuran foto ke dalam berbagai format yang diperlukan, yaitu rasio 3:4, 4:5, 9:16, dan 16:9.

Proses editing ini membutuhkan waktu yang cukup lama, namun penulis tetap harus menyelesaikannya dalam waktu yang sangat terbatas. Bahkan setelah pekerjaan editing ini dilakukan oleh 4 orang pengerjaan tetap terasa berat karena banyaknya detail kecil yang harus dirapikan. Tekanan waktu ini menjadi tantangan tersendiri dan mengajarkan penulis untuk bekerja secara lebih efisien, menjaga ritme kerja tim, serta tetap menjaga kualitas visual agar sesuai dengan standar brand.

Di tengah padatnya proses editing foto acara Summer Pop *Up*, penulis juga tetap harus menjalankan tanggung jawab lain di luar proyek tersebut. Penulis tetap melakukan proses shooting konten harian, termasuk menjadi talent untuk video, membantu mengatur kebutuhan shooting, serta melakukan proses editing untuk konten media sosial lainnya. Semua ini dikerjakan secara paralel dengan deadline waktu editing foto yang singkat. Kombinasi antara beban editing teknis yang tinggi dan tanggung jawab produksi konten harian ini menjadi tantangan yang cukup besar. Penulis belajar bagaimana mengelola waktu, memilih prioritas kerja, dan menjaga kualitas hasil meskipun harus membagi fokus ke beberapa proyek sekaligus.

Perancangan Video Promosi..., Victoria Stephanie H., Universitas Multimedia Nusantara

51

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang menjadi tantangan dalam proses adaptasi dan pelaksanaan tugas. Namun, melalui kendala-kendala tersebut, penulis mendapatkan pengalaman berharga dan mampu mengembangkan kemampuan profesional secara lebih baik.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Pada proyek magang ini, penulis mendaftar untuk posisi graphic designer intern, namun proses selama magang berlangsung, penulis banyak menangani tugas yang berada di luar lingkup kebutuhan magang MBKM. Tugas-tugas tersebut meliputi mempersiapkan produk dan properti untuk kebutuhan shooting, mencari orang-orang yang dapat menjadi User Generated Content (UGC) maupun Key Opinion Leader (KOL) untuk meningkatkan promosi produk.

Penulis juga diminta untuk menjadi *talent* dalam proses pembuatan konten, dan penulis juga membuat daftar kebutuhan produk yang digunakan untuk *shooting*. Menurut penulis, pekerjaan tersebut bukan ranah untuk *graphic desainer intern* namun penulis tetap melakukan pekerjaan tersebut dengan penuh tanggung jawab. Kemudian kendala lain yang dialami adalah *brief* yang diberikan terkadang kurang detail, sehingga mengakibatkan miskomunikasi pada proses *shooting*. Proses revisi juga terkadang memakan waktu cukup lama karena komunikasi yang belum sepenuhnya efektif dan arahan yang perlu disesuaikan.

Terkadang, saat sedang mengerjakan proses *editing*, penulis diminta oleh *supervisor* untuk membantu pekerjaan lain yang berada di luar jobdesk dan di luar *timeline* yang telah disusun. Pekerjaan tambahan ini seringkali memakan waktu cukup lama, sehingga menghambat progres pekerjaan utama dan menyebabkan keterlambatan pada tugas lainnya. Meskipun demikian, penulis berusaha menjalankan semua tanggung jawab tersebut dengan baik dan belajar banyak dari pengalaman yang diperoleh selama magang.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa magang, penulis menghadapi berbagai tantangan, mulai dari beban kerja yang cukup berat, tenggat waktu yang singkat, pekerjaan yang datang secara mendadak, hingga tugas-tugas yang berada di luar pekerjaan sebagai seorang *graphic designer*. Meskipun demikian, situasi ini menjadi tempat belajar yang baik untuk mengasah keterampilan, seperti manajemen waktu dan kemampuan beradaptasi, agar ke depannya dapat bekerja secara lebih optimal.

Untuk mengatasi kendala terkait tugas yang berada di luar lingkup pekerjaan sebagai *graphic designer*, penulis berusaha untuk tetap fleksibel dan belajar menjalankan tugas-tugas tambahan tersebut dengan sebaik mungkin. Penulis juga aktif berkomunikasi dengan atasan untuk mendapatkan arahan yang lebih jelas ketika *brief* kurang detail, sehingga meminimalisir kesalahan dalam pengerjaan. Selain itu, penulis berupaya menjaga komunikasi yang baik selama proses revisi agar dapat memahami masukan dengan cepat dan menyelesaikan revisi tepat waktu, sehingga pekerjaan dapat berjalan lebih efisien dan hasilnya sesuai dengan harapan.

Secara keseluruhan, pengalaman magang ini tetap memberikan banyak pelajaran berharga, terutama dalam menghadapi situasi kerja nyata yang cepat, dinamis, dan penuh tantangan. Pengalaman ini menjadi dasar yang penting dalam mempersiapkan penulis untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya, dengan mental yang lebih kuat dan kemampuan yang lebih baik.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA