BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan program magang, penulis diberi posisi kedudukan oleh perusahaan Manna Agency sebagai *video editor*. Tugas penulis selama program magang berlagsung adalah untuk meng-edit aset-aset video yang diberikan oleh *content creator* Manna Agency sehingga menjadi video yang layak diberikan kepada klien. Kedudukan dan koordinasi penulis dengan rekan kerja agensi mampu membuat pengerjaan proyek di agensi menjadi lebih efisien.

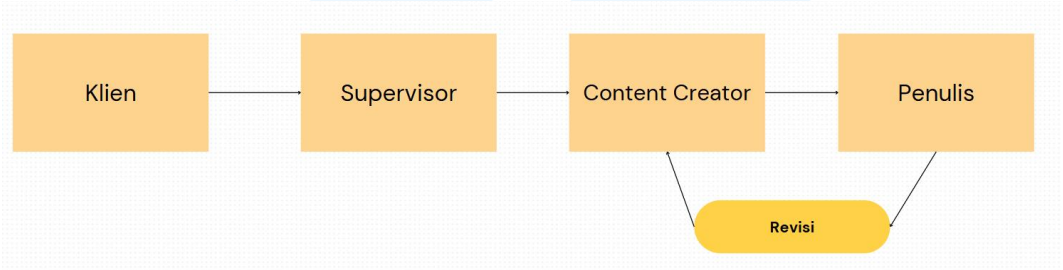
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama program magang berlangsung, kedudukan penulis adalah sebagai *video editor* yang membantu *content creator* edit aset video yang mereka berikan dan membuat konsep video mereka menjadi kenyataan. Video yang sudah selesai lalu diberikan balik kepada *content creator* untuk *feedback* dan revisi sebelum di upload ke media sosial klien agensi. Penulis juga menulis pekerjaan apa saja yang mereka lakukan dalam keseharian mereka supaya admin agensi bisa mengetahui proyek apa saja yang penulis telah buat.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan dimulai dari pencarian klien oleh supervisor. Setelah supervisor menemukan klien, *content creator* akan membuat konten-konten yang diinginkaan oleh klien serta komunikasi dengan mereka untuk feedback dan persetejuan video akhir. *Content creator* lalu membuat *Content Plan (CP)* untuk mencatat dan rencanakan konsep video yang mereka akan buat. Setelah *content creator* mendapat aset mentah dari rekaman mereka, aset tersebut akan diberikan kepada divisi edit video dimana penulis baerada. Penulis lalu akan mengedit video sesuai *Content Plan content creator* dan perlihatkan video yang sudah selesai kepada *content*

creator yang lalu akan juga memperlihatkan video tersebut kepada klien untuk persetujuan mereka. Jika klien sudah senang dengan hasil video yang diperlihatkan, *content creator* lalu akan upload video di akun media sosial klien. Proses pengerjaan edit video ini dari awal sampai akhir bisa berlangsung 3-4 hari setelah komunikasi dengan klien.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Manna Agency

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan proses magang, penulis diberi banyak pengerjaan oleh content creator yang harus dicatat di dalam sebuah file yang disebut *"Creative Work Health Check Sheet"* dimana setiap hari karyawan Manna Agency harus menulis apa saja yang mereka lakukan hari ini di dalamnya, Berikut merupakan kegiatan yang penulis lakukan selama proses magang berdasarkan dari apa yang penulis tulis sebelumnya di *"Creative Work Health Check Sheet"* milik penulis. Setiap proyek telah dilihat dan di *approve* oleh *supervisor* penulis. Tabel mempunyai minggu keberapa penulis melakukan sebuah proyek, tanggal proyek tersebut dilaksanakan, proyek apa yang penulis lakukan dalam tanggal tersebut beserta keterangan proyek yang penulis lakukan. Meskipun ada beberapa

Tabel 3.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	03 Februari-08 Februari 2025	Pengenalan Lingkungan Kerja.	-Introduksi dengan karyawan Manna lainnya -Brainstorm ide untuk video dengan team.

			-Menyelesaikan edit video yang setengah selesai punya editor Manna Sebelumnya. **Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit video Fogo Hardselling -Edit video Care&Co Buat Timelapse Kerja Jam 9-5 di Kantor -Edit Video Niu Bao Beef Mozzarella -Edit video Juragan Keran CP 1 Skit Gaada Gayung
2	10 Februari – 15 Februari 2025	Edit video Fogo, Care&Co dan Niu Bao	-shooting video untuk produk kue soes kering Wallens **Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit video Public Challenge Care&Co -Edit video Fogo -Edit video Niu Bao CP 7 “Ga susah kok bikin cewe lo happy” -Edit video RBC (Research Based Content) Kulit Sensitif Care&Co **Revisi:** -Revisi video Fogo Hardselling
3	17 Februari – 22 Februari 2025	Edit video Fogo, Juragan Keran, dan Creative Meeting	-Creative meeting untuk cari ide video **Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit Video Fogo CP 7. I like to eat.mp4 -Edit Video Fogo CP 3 POV: bentar ini harus ganti minyak, hibur dulu customernya -Edit Video Fogo CP 6. POV: Minta izin suami makan tapi pura2 ngelag -Edit Video RBC Juragan Keran

			Revisi: -Revisi RBC video Juragan Keran
4	24 Februari – 01 Maret 2025	Edit video Fogo dan Care&Co	**Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit Video Hardselling Fogo CP 8. Kasih gua 30 detik -Edit Video Public Challenge Care&Co Kulit Glowing atau Outfit Badai? **Revisi:** -Revisi Video Public Challenge Care&Co Kulit Glowing atau Outfit Badai?
5	03 Maret 2025-08 Maret 2025	Edit video Iziklin, Kopi Kapal Tanker dan Care&Co	**Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit Video RBC Iziklin - Edit Video Skit Kopi Kapal Tanker CP 3. yaelah gini gini aja -Edit Video CP 6. Eh bantuin gua boong - Edit Video Kopi Kapal Tanker CP 9 Sama-sama Stress. -Edit Video Care&Co CP 2 POV: aku di tahun 2060 yang masih pake Dermavior.mp4 -Revisi Video RBC Iziklin

6	10 Maret 2025- 15 Maret 2025	-Revisi video Fogo -Edit video Toshiba, Iziklin dan Kopi Kapal Tanker	-Revisi Fogo Cp 3, 6 , 7 dan 8 Edit video dari awal hingga akhir: -Edit video pameran Toshiba untuk Instagram -Edit video Hardselling Iziklin "Handsoap" -Edit video Iziklin CP 7 Wajib Cuci Tangan 24/7 -Edit video Kopi Kapal Tanker CP 11 Public Challenge kenapa cowo suka selingkuh? -Revisi video pameran Toshiba untuk Instagram karena asset yang diberikan klien salah. -Revisi video Hardselling Iziklin "Handsoap"
7	17 Maret 2025 – 22 Maret 2025	-Edit video Iziklin, Care&Co dan Fogo	Edit video dari awal hingga akhir: -Edit video Iziklin Hardsell Salah Alamat -Edit video Fogo CP 4. Break up anniversary di Fogo -Edit video Care&Co CP 36 "Ketika elu Bengong tapi Otak elu Bercanada" -Edit video Care&Co CP 27 "Muka kamu juga butuh di charge" -Revisi video Fogo CP 4. Break up anniversary di Fogo

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

8	24 Maret 2025- 27 Maret 2025	Edit video Kopi Kapal Tanker, Fogo dan Sinar Mutirara Cell	Edit video dari awal hingga akhir: -Edit video Fogo CP 3 50 Shades -Edit video Fogo CP 9 Bisa ngapain aja sih kalo All You Can Eat? -Edit video Fogo EXTRAS You Need to Lower Your Spending -Edit video Kopi Kapal Tanker CP 2 Kau mau apa? -Edit video Kopi Kapal Tanker CP 3. Capek Nyari Kunci - Edit video Kopi Kapal Tanker CP 4. Kerjaan udah beres belom? - Edit video Kopi Kapal Tanker CP 5. Satu lagi -Edit video Sinar Mutiara Cell Hardsell Model -Edit video Sinar Mutiara Cell Hardsell Starbak -Revisi video Sinar Mutiara Cell Hardsell Model -Revisi video Sinar Mutiara Cell Hardsell Starbak
9	08 April 2025 - 12 April 2025	Edit video Fogo, Kopi Kapal Tanker dan Purevibe	Edit video dari awal hingga akhir: -Edit video CP 4 Fogo -Edit video CP 10 tanker -Edit video Purevibe cp 6 & 8 -Edit video Kopi Kapal Tanker CP 11 -Edit video Kopi Kapal Tanker CP 9

10	14 April 2025 – 17 April 2025	-Bantu buat layout Graphic Design Kopi Kapal Tanker -Edit video Kopi Kapal Tanker dan Revisi Iziklin	- Photoshop layout iklan kopi kapal tanker **Edit video dari awal hingga akhir:** - Edit video Cp 7 Kopi kapal Tanker -Edit Video kopi kapal tanker cp 8 **Revisi:** -Revisi dan Upload video Iziklin cp 5
11	21 April 2025 – 25 April 2025	-Revisi CP Iziklin dan Training perusahaan	-Bantu layout iklan -Ikut training Manna Agency cara membuat video yang lebih menarik -Cek Aset video baru **Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit video dari Trimar **Revisi:** -Revisi CP Iziklin sebelumnya
12	28 April 2025 – 02 May 2025	-Edit video Iziklin dan Manna -Training perusahaan	-Training Manna Agency cara membuat video lebih menarik **Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit video Iziklin CP 13 -Edit video buat koneten IG/Tiktok Manna Agency, "Top 5 Kebiasaan Anak Agency Pulang Kerja"
13	05 May 2025 - 09 May 2025	-Edit Juragan Keran -Seminar DNVB	-Ikut Seminar training DNVB untuk mempelajari marketing dengan menggunakan media video **Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit video Juragan Keran dari awal hingga akhir “Nona Ambon”
14	12 May 2025 – 13 May 2025	-Ide untuk Ai-cha -Bantu iklan Armor	-Kasih ide video untuk Ai-cha - Bantu untuk mengiklan produk armor atas permintaan klien di tiktok melalui pembelian dan memberi review produk mereka. Uang yang digunakan di *reimburse*

15	19 May 2025 – 23 May 20205	-Edit video Juragan Keran -Revisi video Iziklin	**Edit video dari awal hingga akhir:** -Edit video Juragan keran Stitch Gethok -Edit video Juragan Keran stitch kecoa -Edit video Juragan Keran "Mau Kamper Sebanyak Apa?" **Revisi:** -Revisi video iziklin Padang
16	26 May 2025 – 28 May 2025	-Edit video Juragan Keran	-Edit separuh video Juragan Keran "Modal 100 ribuan bidet sultan" **Revisi:** -Revisi video Juragan Keran "Mau Kamper Sebanyak Apa?"
17	02 May 2025 – 05 May 2025	-Edit video Aicha	-Kerjain bagian awal editan video Aicha (cutting video, cari soundtrack tapi tidak bikin subtitle)

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang, penulis diberi *Content Plan* (CP) oleh *content creator* perusahaan yang berisi detail-detail dan arahan bagaimana sebuah video akan diedit seperti durasi video, referensi yang digunakan, urutan clip video yang akan digunakan, tipe video, dll. 5 proyek yang penulis kerjakan selama magang adalah proyek edit video untuk perusahaan Kopi Kapal Tanker, FOGO, Juragan Keran, Iziklin dan Care&Co.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Dalam pembuatan video di Manna Agency, setiap pembuatan video disana menggunakan konten pilar berbeda-beda. Setiap konten pilar mempunyai *style* mereka masing-masing. Konten pilar yang digunakan di Manna Agency untuk tugas utama ini adalah *Hardselling* dan deskripsi konten pilar ini adalah sebagai berikut.

Hardselling merupakan konten pilar dari Manna Agency yang merupakan teknik promosi penjualan produk atau layanan yang bersifat langsung, agresif dan menekan. Beda dengan teknik promosi lainnya, hardselling langsung to the point dalam melakukan iklan. Konsumen akan langsung tahu produk/jasa apa yang sedang ditawarkan kepada mereka ketika melihat iklan *hardselling*. Dalam pembuatan video dengan konten pilar hardselling, kesan yang diberikan terasa agresif dengan content creator didalam video menggunakan suara yang lumayan kencang dalam penyampaian dialog dia. Konten pilar hardselling juga bersifat menekan dimana content creator sering menggunakan intonasi yang mendakan urgensi di akhir video seperti kata-kata "Ayo buruan!!", "Cepetan!", dll.

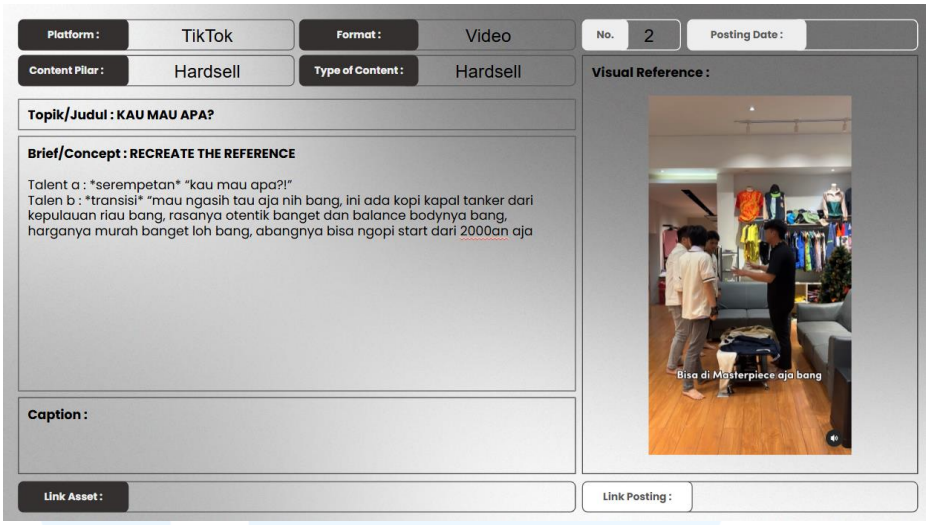
Sekarang, penulis akan membahas tentang proyek yang penulis dapatkan dari salah satu klien penulis selama magang di Manna Agency. Proyek yang penulis anggap paling baik adalah pengerjaan edit video untuk *hardselling* Iziklin. Penulis telah megerjakan banyak format video untuk iziklin juga dari pembuatan video skit dimana *content creator* di dalam video mangambil peran untuk menghibur penonton dengan menyampaikan sebuah iklan dalam bentuk sandiwara lelucon singkat, pembuatan video hardselling dimana *content creator* secara langsung bicara kepada penonton mengapa mereka harus membeli produk sebuah klien, video *entertaintment* dimana inti video hanya untuk menghibur penonton, video *Public Challenge* dimana beberapa pertanyaan diberikan kepada pejalan kaki di lingkungan *public* dan direkam jawaban dan reaksi mereka kepada pertanyaan tersebut dan *Research Based Content (RBC)* dimana *content creator* memberikan informasi dan fakta menarik mengenai suatu topik yang berhubungan dengan jasa atau produk klien tetapi tanpa secara langsung menamakan jasa/produk klien di dalam video tersebut. Ada beberapa kriteria juga yang penulis harus ikuti dari Manna Agency dalam pembuatan video supaya hasl akhir vide layak diberikan kepada klien. Kriteria tersebut adalah:

1. Durasi video dibawah 1 menit kecual jika video tersebut merupakan RBC (Research Based Content)
2. Tidak boleh ada *typo* di dalam *subtitle* video.
3. Harus menggunakan musik atau *sound ef*fect yang tepat dalam pembuatan video
4. Pesan yang ingin disampaikan oleh video mudah dipahami oleh penonton.

Jika penulis tidak dapat mempenuhi kriteria tersebut, penulis akan disuruh revisi oleh content creator dikarenakan salah satu kriteria diatas belum dicapai. Penulis sering disuruh revisi karena ada typo di salah subtitle video. Meskipun tidak susah untuk membetulkan typo tersebut, penulis harus terus berusaha supaya kejadian tersebut tidak sering terulang.

Awal dari pembuatan suatu video dimulai dari pembuatan sebuah *Content Plan (CP)* oleh *content creator* dimana mereka akan menulis garis besar sebuah perancangan video seperti tipe konten, *content pillar* yang digunakan, dan judul video beserta arahan yang ingin disampaikan kepada *video editor* melalui pemasukan referensi dari proyek lama atau video *content creator* diluar Manna Agency. *Content creator* lalu akan merekam *content plan* di suatu lokasi yang mereka telah tentukan untuk membuat aset yang dapat digunakan oleh *video editor* untuk membuat video berdasarkan perancangan di dalam *content plan* tersebut. Alat yang *content creator* biasa gunakan untuk merekam aset-aset video biasanya hanya berupa *smartphone* yang mereka telah bawa ke set lokasi perekaman beserta prop untuk video tersebut. Rata-rata *content creator* akan membuat 5-10 *footage* untuk digunakan tetapi ada waktu dimana mereka hanya butuh 1 *footage* aset saja buat video singkat. Meskipun penulis sebagai video editor tidak terlalu terlibat dalam proses pembuatan aset video oleh *content creator,* ada waktu penulis berperan sebagai sebuah *extra* di dalam sebuah video yang hanya berperan untuk menambahkan jumlah pemeran dalam sebuah video atau

membantu dalam proses pembuatan aset video melalui memindahkan barang-barang di *set* perekaman video tersebut.

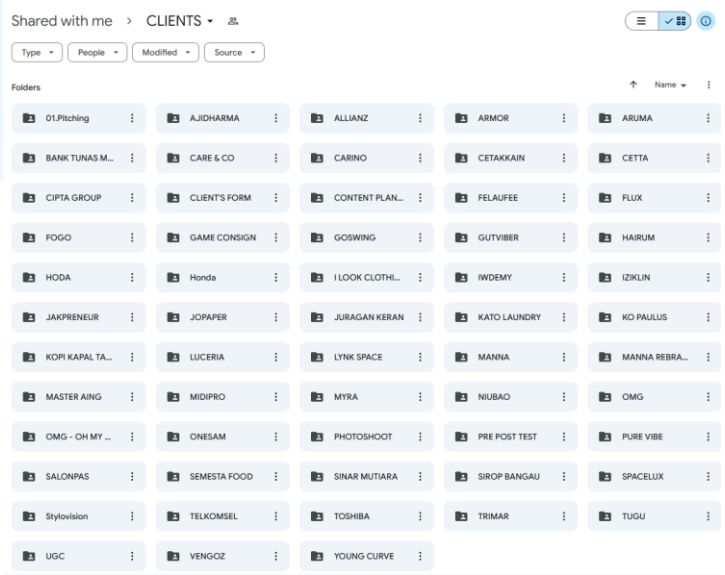


Gambar 3.3 *Content Plan* Manna Agency

Setelah pembuatan aset video, *content creator* sering juga melakukan *dubbing* untuk membuat *voice over* beberapa video tertentu. Proses ini cepat dan *dubbing* dilakukan melalui perekaman suara *content creator* melalui perangkat elektronik yang ada di sekitar mereka seperti *smarthpone* atau tablet. Biasanya proses *dubbing* bisa selesai dalm waktu 5 menit tetapi ada waktu dimana *content creator* menjadi terlalu sibuk dengan video lain sehingga proses *dubbing* terlupakan dan edit video tidak bisa selesai sebelum content creator dapat menyelesaikan *dubbing* buat video tersebut. Ada juga *content creator* telah membuat semua *footage* yang dibutuhkan tetapi baru sadar ada *dubbing* yang mereka harus lakukan ketika video editor sedang edit video dan melihat ada aset yang hanya bisa dilengkapi dengan audio *dubbing* oleh *content creator* video sehingga editor harus menunggu lagi *content creator* untuk membuat audio *dubbing* tersebut.

Sesudah pembuatan aset dan *voice over* video, semuanya dimasukan oleh *content creator* kedalam *google drive* punya Manna Agency dimana semua aset video yang *content creator* Manna Agency pernah buat disimpan. *Video editor* dapat mengakses aset video melalui *google drive* dan langsung

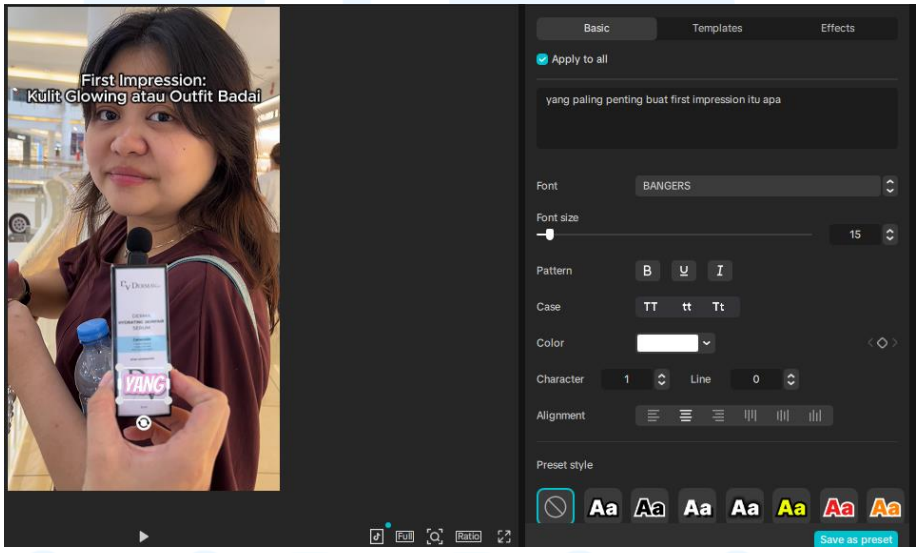
membuat editan video untuk klien berdasarkan *content plan* yang telah diberikan. *Content plan* video ini mempunyai *content pillar* dan tipe konten *hardsell* dengan judul video "Handsoap" dan diminta oleh *content creator* supaya melakukan *cut* kepada aset-aset video supaya video ada di durasi dibawah 1 menit dan sesingkat mungkin serta video juga diberi banyak *sound effects* supaya penonton tidak bosan selama video berlangsung. Alasan video harus dibawah 1 menit dikarenakan platform dimana video akan di *post* adalah *Tiktok* sehingga penulis harus membuat video yang tidak terlalu panjang sehingga dapat menangkap *attention span* penonton di platform *Tiktok* tersebut.



Gambar 3.4 *Google Drive* Manna Agency

Pembuatan video dimulai dari membuka *software* video editor yang akan digunakan untuk edit video. *Software* yang penulis gunakan untuk edit adalah *Capcut Pro* yang diberikan kepada setiap video editor Manna Agency oleh perusahaan supaya mereka dapat melakukan tugas mereka secara cepat dan efisien. Versi *Capcut Pro* beda dengan versi *Capcut* yang tidak berbayar . Salah satu fitur paling penting yang ada di versi Pro *Capcut* adalah kemampuan *Capcut* untuk langsung membuat subtitle berdasarkan audio clip yang sedang di edit dengan menggunakan *tool Auto Caption*. Meskipun *tool*

Auto Caption sangat mudah dipakai dan dapat memotong waktu dalam pembuatan subtitle video, *tool* ini tidak sempurna. *Auto Caption* sering membuat typo didalam subtitle yang mereka telah buat sehingga penulis juga harus cek ulang subtitle setelah dibuat untuk membenarkan typo yang ada. Meskipun *tool Auto Caption* tidak sempurna, tanpa *tool* ini, penulis akan harus membuat caption satu per satu setiap ada dialog yang terdengar di dalam video. *Tool* ini sangat membantu dalam menghemat waktu pengerjaan edit video di Manna Agency dan sangat membantu semua video editor disana.

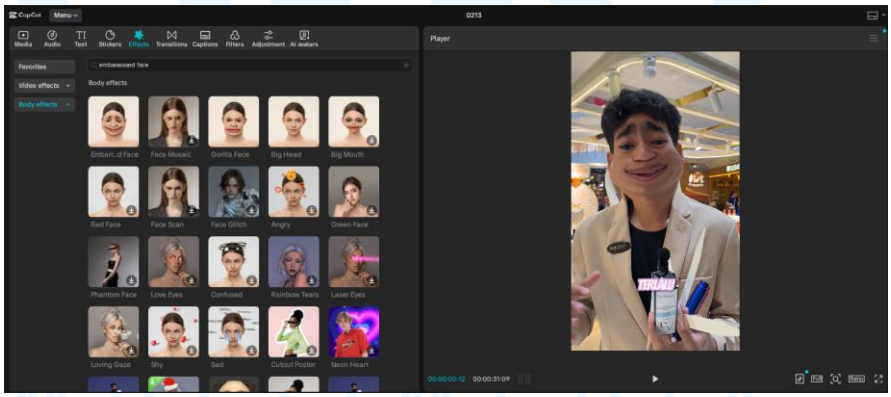


Gambar 3.5 Video *Public Challenge* Care&Co

Selain *tool Auto Caption*, ada juga fitur *adjustment* yang bisa dilakukan di *Capcut* yang dapat mengubah *style* dari subtitle yang telah dibuat. Biasanya *tool* ini digunakan setelah auto caption untuk membuat subtitle terlihat lebih menarik. Dengan fitur ini, video editor dapat mengubah font, font *size*, warna font, *alignment font*, dll. *Capcut* juga memberikan opsi untuk menggunakan template yang telah disediakan untuk langsung mengubah *subtitle* sesuai dengan *style* template yang telah dipilih. Dengan fitur ini, video editor dapat langsung mengubah *style* subtitle dengan mudah. Fitur ini ada di versi Capcut gratis tetapi jumalah template yang diberikan di versi gratis tidak sebanyak yang ada di versi Pro.

Salah satu *tool* yang sering digunakan oleh video editor di Manna Agency selain *Auto Caption* ketika mengedit video adalah *tool transition.* Dengan tool ini, penulis dapat menghubungkan satu clip dengan clip lainnya dengan menggunakan *visual effect* yang dapat dipilih melalui tool *Transition.* Meskipun tool ini sangat bagus, dibutuhkan akun *Capcut Pro* untuk menggunakan fitur penuhnya. Ada banyak efek *Transition* yang dikunci oleh dibelakan *Capcut Pro* sehingga dianjurkan membeli versi pro jika ingin menggunakan *Capcut* dengan semua fiturnya.

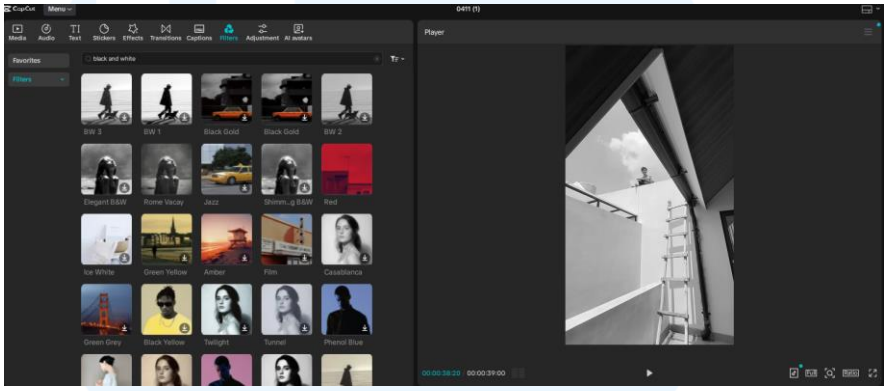
Tool berikutnya yang penulis sering menggunakan adalah *Effects.* Dengan *tool* ini, penulis dapat menggunakan *visual effect* yang berbeda-beda kepada karakter didalm video. Dengan tool ini, penulis dapat membikin karakter didalam video mengeluarkan api dari mulut, mengeluarkan laser dari mata, memberi effect *blushing* kepada pipi karakter, mengubah bentuk kepala karakter di dalam video, dll. Tool ini sangat sering dipakai untuk pembuatan video dengan konten pilar *skit, entertaintment dan public challenge* dikarenkan sifat eksperimentatif mereka. Sama seperti *tool* sebelumnya, ada banyak efek yang hanya bisa digunakan di *Capcut Pro* dan efek yang ada di versi capcut yang gratis pasti tidak terasa tidak mencukupkan.



Gambar 3.6 Video *Public Challenge* Care&Co

Selain *Effects,* ada juga *tool* filter. Dengan *tool* ini, video editor dapat mengubah warna, suasana dan atau gaya sebuah clip dengan *visual effect* tertentu. Bisa dengan *tool* ini video editor membuat warna saturasi di seuruh

video menjadi lebih cerah dan indah atau video editor juga mampu membuat sebuah clip dari video mempunyai warna *black & white.* Filter biasa penulis gunakan untuk membuat hasil akhir seluruh video lebih cerah atau membuat satu bagian dari akhir video tampak dengan filter *black & white* untuk menandakan akhir video. Sama juga dengal tools sebelumnya, banyak dari filter yang ada di versi *Capcut* gratis dikunci dibelakang *Capcut Pro.*



Gambar 3.7 Video Kopi Kapal Tanker "Karir Setinggi Langit"

Ada juga fitur *Library* di dalam *tool* media yang berisi aset-aset stock footage yang video editor dapat gunakan didalam untuk video mereka. Penulis biasa menggunakan fitur ini ketika membutuhkan *footage B-roll* untuk menambah isi konten di dalam video. Meskipun fitur ini lumayan bagus, seringkali jenis footage yang ingin digunakan tidak dapat ditemukan di *Library*. Biasanya penulis menggunakan aset *Beauty Shot* yang telah disiapkan oleh *content creator* di *Google Drive* sebagai B-roll. Oleh karena itu meskipun fitur ini juga ada aset yang dikunci dibelakang *Capcut Pro,* video editor Manna punya jalan alternatif lain ketika fitur ini dikunci.

Berikutnya ada *tool Audio*. Dengan *tool* ini video editor dapat dengan gampang mencari background music yang sudah pasti *royalty free* dari *Capcut.* Tidak akan perlu khawatir dengan *copyright* jika menggunakan tool ini dalam mencari musik yang akan diggunakan sebagai *background music* video. Selain mencari musik, tool ini juga memberikan sound effect yang video editor dapat gunakan. Meskipun begitu, penulis tidak terlalu

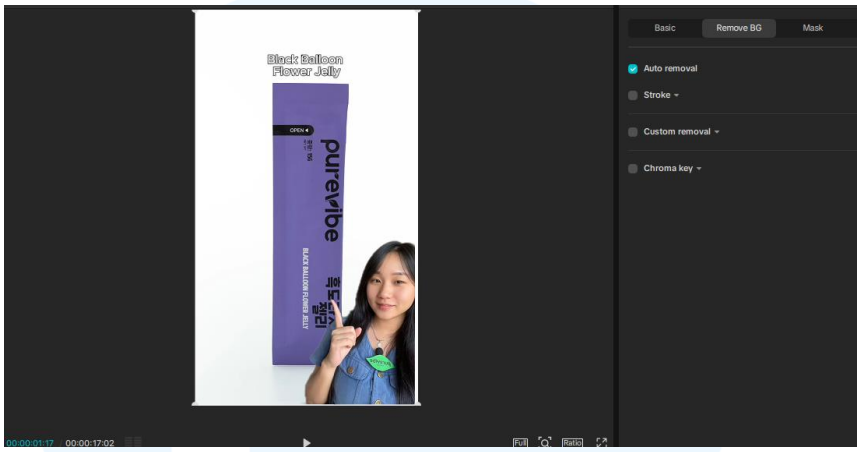
menggunakan tool ini untuk mencari *sound effect* dikarenakan sound effects yang diberikan tidak sesuai untuk digunakan untuk pembuatan video Tiktok. Terakhir, tool *Audio* juga mempunya fitur *copyright* dimana video editor dapat menggunakan fitur ini untuk cek apakah video ini melanggar copyright tertentu yang dapat mebuat video ini di mute di platform sosial media. Sama dengan tool sebelumnya, banyak musik dan *sound effect* yang tidak dapat digunakan di versi gratis *Capcut*.

Tool terakhir yang video editor sering gunakan adalah *Stickers*, dengan tool ini, video editor dapat menambahkan berbagai macam stiker kepada video mereka. *Tool* ini mempunyai berbagai macam stiker yang dapat digunakan oleh video editor. Jika tidak menemukan stiker yang diinginkan, *tool* ini juga menyediakan opsi untuk membuat stiker custom sendiri dengan menggunakan teknologi AI. Meskipun seringkali hasil dari stiker yang dibuat tidak sesuai dari yang diinginkan, fitur ini lumayan bagus dan gampang untuk digunakan. Sama dengan tool dan fitur sebelumnya, banyak dari tool ini disimpan dikunci dibelakang versi Pro dan fitur stiker AI juga membutuhkan *Credit* yang harus dibeli ketika habis di *Capcut Pro.*

Berikut penulis akan menjelaskan 2 fitur terakhir yang jarang penulis gunakan tetapi sangat dibutuhkan untuk pembuatan beberapa video. Fitur ini merupakan fitur yang dapat menghapus *background* sebuah *clip* video serta fitur *mask Capcut.* Tanpa 2 fitur ini, penulis tidak mengetahui cara membuat beberapa konsep video yang diberikan kepada penulis oleh *content creator.*

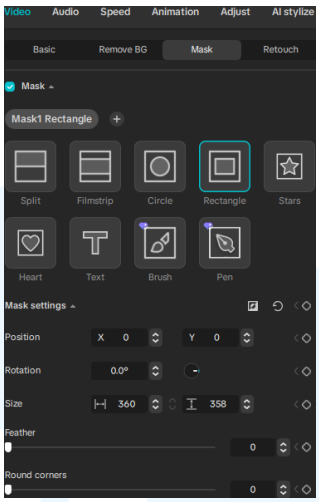
Fitur yang pertama adalah fitur *Remove BG(Background)*. Dengan fitur ini, penulis dapat menghilangkan background dari satu clip video lalu menempatkan video yang telah dihilangkan background-nya untuk ditempatkan diatas video clip lain sehingga video yang pertama akan berjalan diatas video yang kedua. Semua editan video dimana ada 2 video yang sedang berjalan di durasi yang sama dimana ada satu video di depan dan satu video dibelakang dapat dibuat dengan menggunakan fitur *Remove BG* ini. Fitur ini penulis juga gunakan dalam pembuatan tugas utama magang penulis.

Sayangnya fitur ini hanya ada di *Capcut Pro* dan sama sekali tidak bisa digunakan di versi gratis Capcut,



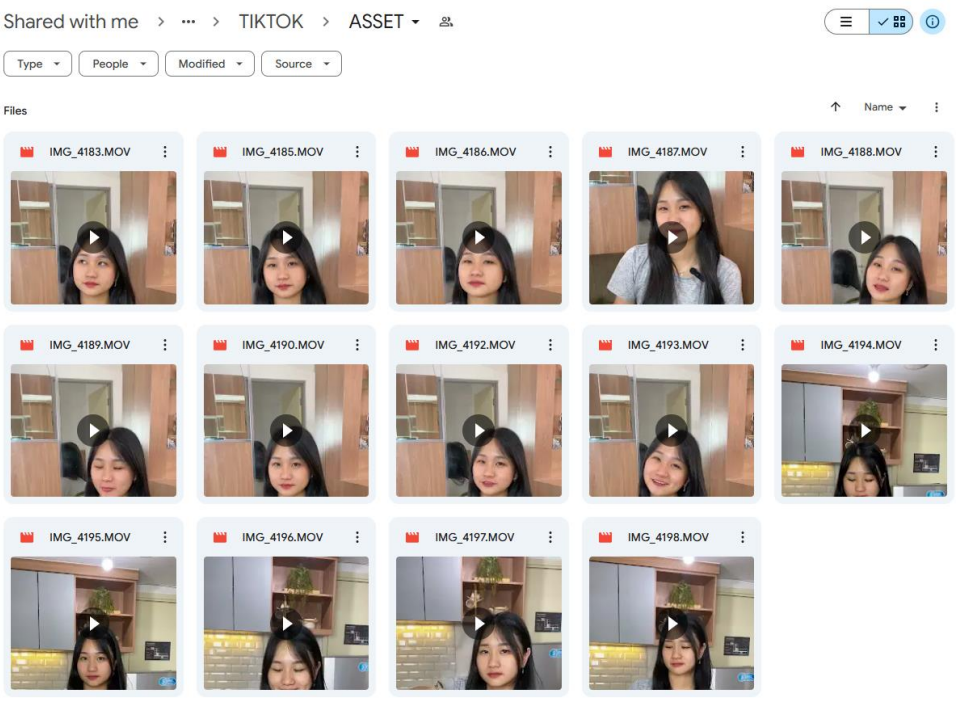
Gambar 3.8 Video *Purevibe "Use This"*

Fitur yang terakhir adalah *Mask.* Dengan fitur ini penulis dapat hanya menunjukan bagian tertentu dari video atau gambar. Penulis menggunakan efek ini untuk melakukan split screen atau efek overlay dalam pembuatan video. Penulis juga menggunakan efek ini dalam pembuatan tugas utama magang penulis dan penulis tidak akan dapat membuatnya tanpa menggunakan fitur ini. Untuk fitur ini video editor dapat akses di versi gratis meskipun ada dua opsi yang dari *mask* yang dikunci dibelakang versi Pro. Meskipun begitu ini merupakan fitur masih sangat bagus dan efektif dalam penggunaannya meskipun video editor hanya menggunakan versi yang gratis.



Gambar 3.9 *Capcut Pro*

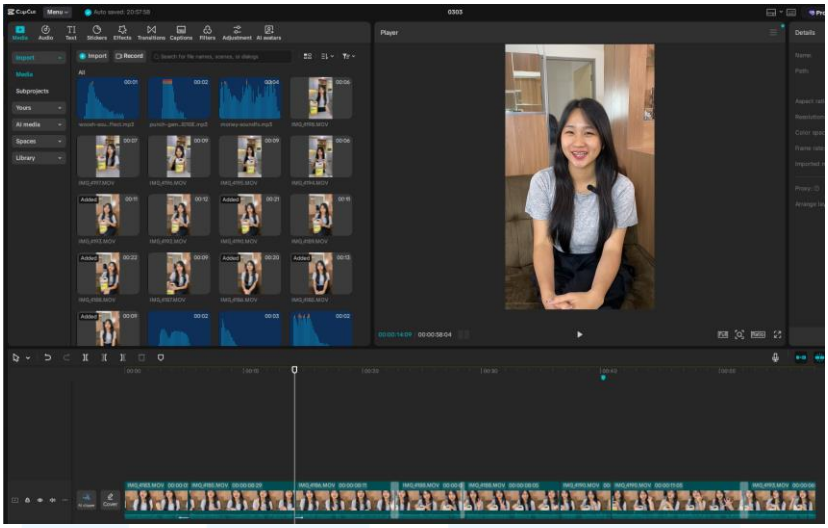
Setelah penjelasan semua tool dan fitur yang penulis gunakan di *Capcut* selama magang, penulis sekarang akan menjelaskan tugas utama yang penulis kerjakan selama magang di Manna Agency yaitu proyek Iziklin "Handsoap". Proyek Iziklin mayoritas menggunakan format video dalam bentuk *Hardselling* dan penulis akan menjelaskan salah satu proses pembuatan salah satu video tersebut. Sebagai contoh penulis akan menjelaskan proses pembuatan video "*Handsoap*". Proses pembuatan video dimulai ketika penulis diberikan *content plan* oleh content creator. Setelah itu penulis akan mendownload aset-aset yang dibutuhkan untuk membuat video tersebut dari *google drive* perusahaan sebelum dimasukan kedalam *Capcut.*



Gambar 3.10 *Google Drive* Manna Agency

Setelah memasukan asset kedalam capcut penulis harus mengedit asset tersebut sesuai spesifikasi yang ada di dalam *content plan* yang telah diberikan yaitu membuat video *Tiktok* dibawah 1 menit dan sesingkat mungkin. Untuk itu penulis harus *cut* beberapa *clip* video supaya setiap *clip* tidak berjalan terlalu lama serta juga menambah efek transisi menggunakan tool *Transitions* supaya semua clip bisa menyambung. Penulis juga harus mengukur berapa lama atau singkat transisi akan berjalan antara kedua clip supaya transisi tidak mengganggu kedinamisan video.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.11 Video Iziklin *"Handsoap"*

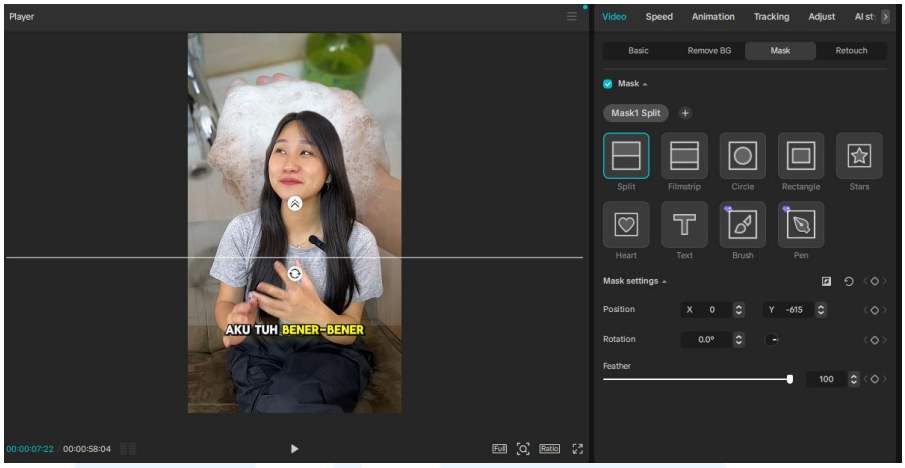
Untuk video ini, content creator minta supaya video diberikan banyak *sound effect* supaya penonton tidak bosan ketika menonton video tersebut. Untuk mendapatkan *sound effect* yang dapat menghibur penonton selama video berlangsung, penulis harus mencari *sound effect* yang penonton *Tiktok* sering dengar sehingga penulis mencari sound effects yang sering terdengar di video FYP *Tiktok*. Penulis ada opsi untuk mencari sound effect didalam *tool Audio* tetapi setelah penulis menghabiskan waktu untuk mencari-cari sound effect yang tepat di *tool* tersebut, penulis tidak menemukan sound effect yang cocok untuk video ini. Penulis lalu harus diberi saran oleh karyawan video editor lain untuk mencari sound effect di dalm sebuah website bernama *myinstants.com* yang merupakan sebuah website yang menyimpan banyak *sound bite* dari berbagi sumber yang dapat digunakan sebagai *sound effect* video. Di wesbite ini dapat ditemukan berbagai macam *sound effect* dari *sound effect* yang sering terdengar di beberapa video viral baru-baru ini atau *sound effect* klasik dari beberapa tahun lalu yang masih digunakan hingga sekarang.

Sesudah memasukan *sound effect* kedalam video, penulis juga harus memasukan *subtitle* kedalam video tersebut supaya penonton dapat mengikuti pembicaraan di dalam video. Untuk itu penulis dapat

menggunakan fitur *auto captions* dari *Capcut* untuk langsung membuat *subtitle* menggunakan *AI Capcut.* Setelah subtitle telah dibuat, penulis harus mengecek setiap *subtitle* yang telah dibuat oleh *Capcut* karena ada kemungkinan besar ada *typo* di dalam *subtitle* tersebut dan penulis harus membetulkan *typo* tersebut serta mengedit *subtitle* dengan memberikan warna, *stroke* dan *shadow* supaya subtitle terlihat lebih nyaman di mata penonton.

Gambar 3.12 Video Iziklin *"Handsoap"*

Selain itu penulis juga harus membuat edit di dalam video supaya ada efek overlay dimana *content creator* akan terus berbicara di video sambil ada video kedua yang berjalan di belakang dia. Editan ini dapat dlakukan penulis dengan menggunakan tool *mask* di dalam *Capcut.* Untuk pembuatan bagian video ini, penulis membutuhkan 3 *videoclip* berbeda. *Videoclip* yang pertama adalah videoclip original dimana *content creator* sedang berbicara kepada audiens dan *clip* ini akan digunakan sebagai *background* video. *Videoclip* kedua adalah *stock footage* yang ingin ditunjukan dibagian video tersebut. Di *videoclip* kedua, penulis telah menambahkan *mask* sehingga hanya separuh dari video akan berjalan di *Player*. *Videoclip* ketiga merupakan *videoclip* pertama tanpa *background* yang telah di hilagkan melalui fitur *Remove BG.* Setelah semua *videoclip* sudah siap, penulis hanya menyusun supaya akan terjadi efek overlay dengan menggunakan 3 *clip* video tersebut.

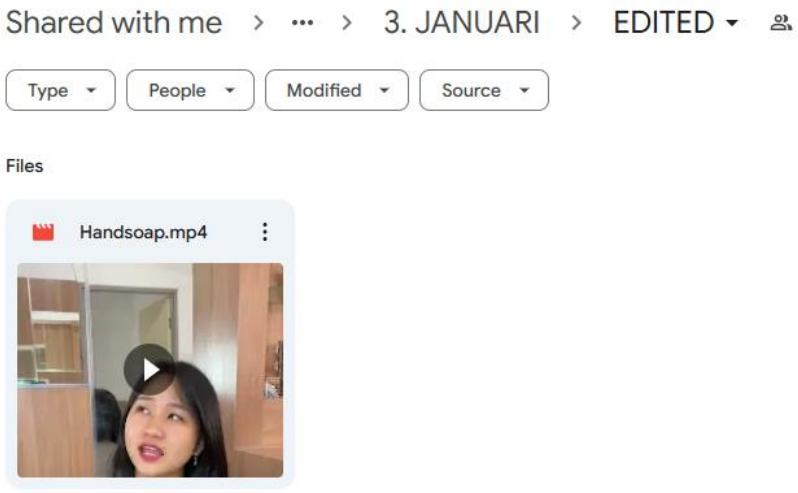


Gambar 3.13 Video Iziklin *"Handsoap"*

Terakhir, penulis juga akan menambah musik *royalty free* sebagai *background* video. Aset *background music* penulis dapatkan dari youtube atau lebih seringnya dari *music library Capcut* sendiri. Penulis juga menggunakan fitur copyright dari audio untuk cek apakah musik yang penulis gunakan akan kena *copyright tiktok* sebelum di upload.

Setelah itu semua, penulis akan *upload* video tersebut ke sebuah grup *Whatsapp* untuk semua proyek Iziklin untuk mendapatkan *feedback* dari *content creator*. Jika *content creator* sudah bilang video "aman", Penulis akan mengupload video tersebut kedalam sebuah file di *google drive* yang berisi semua video Iziklin yang telah diedit. Tetapi jika hasil video belum diterima oleh *content creator*, maka penulis harus melakukan revisi kepada video tersebut hingga hasil terakhir memuaskan *content creator* yang bersangkutan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.14 *Google Drive* Manna Agency

Kesulitan yang penulis hadapi ketika membuat proyek ini adalah ketika penulis edit efek overlay kedalam video. Untuk melakukan ini penulis harus mencari tutorial melalui *Google* dan tanya kepada video editor lain cara melakukan editan tersebut. Penulis lalu diajari oleh video editor lain di Manna cara menghilangkan background dari sebuah aset dengan menggunakan fitur *Remove BG* dan cara penggunaan fitur *mask* sehingga dapat melakukan editan tersebut dengan lebih gampang. Dari kesulitan ini, penulis mendapatkan wawasan baru dalam penggunaan software *Capcu*t dalam edit video dalam menggunakan fitur *mask.*

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain mengerjakan video untuk klien Iziklin, penulis juga membuat video untuk beberapa klien lainnya dari Kopi Kapal Tanker yang merupakan perusahaan yang menjual kopi insta, Fogo, sebuah restoran *All You Can Eat Brazillian BBQ*, Juragan Keran yang merupakan sebuah perusahaan yang menjual perabotan kamar mandi dan Care&Co yang merupakan sebuah perusahaan yang menjual skincare. Setiap perusahaan mempunyai sebuah format video yang mereka senang gunakan di media sosial mereka. Contohnya, Fogo lebih sering meminta format video dalam bentuk *skit* atau

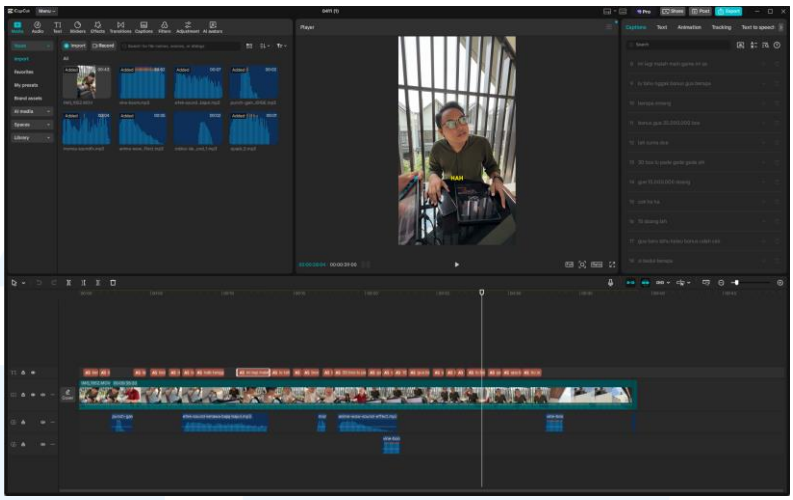
Juragan Keran yang seringkali meminta video dalam format *hardselling.* Setiap video mempunyai kualitas dan tingkat kesulitan yang berbeda-beda dimana format video yang dianggap penulis sebagai yang paling sulit merupakan Research Based Content (RBC) dan yang paling gampang adalah *skit* dan *entertaintment.*

3.3.2.1 Kopi Kapal Tanker "Karir Setinggi Langit"

Penulis telah membuat lebih dari 10 video untuk Kopi Kapal Tanker dan penulis sekarang akan membahas proses pembuatan salah satu video tersebut yaitu video "Karir Setinggi Langit" yang merupakan sebuah video yang menggunakan konten pilar *skit.* Konten pilar *skit* merupakan konten pilar yang merupakan drama atau sandiwara singkat yang dimainkan oleh sekitar 2-5 orang. *Skit* biasanya bersifat lucu da digunakan untuk menghibur penonton. Dalam pengaplikasian skit didalam video Manna Agency, content creator seringkali membuat cerita singkat yang yang lucu untuk menghibur penonton.

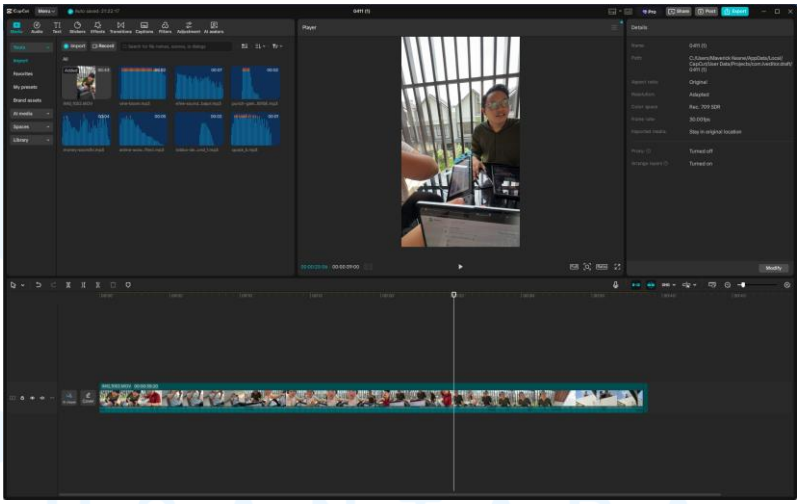
Konsep video ini berupa beberapa karyawan yang sedang membandingkan bonus yang mereka telah dapatkan. Untuk awal pembuatan video, penulis akan melihat *content plan* video untuk mengetahui spesifikasi dan arahan untuk video yang akan dibuat. Arahan-arahan yang diberikan dari *content plan* berupa referensi video yang digunakan untuk membuat video ini sehingga penulis dapat menyontek dari video tersebut. Format video yang digunakan adalah dalam bentuk *skit* sehingga penulis dianjurkan oleh *editor* lain untuk untuk menambah lebih banyak *sound effect* untuk meningkatkan aspek komedi video tersebut. Sesudah memasukkan *sound effect* dari *myinstants.com,* penulis akan lanjut memasukkan subtitle menggunakan fitur *auto captions* dari *Capcut* sebelum mengirim video ini kedalam grup *Whatsapp* Kopi Kapal Tanker untuk feedback. Buat video ini, *content creator* langsung

menyuruh penulis untuk langsung upload video ke file *edited* di *google drive* Perusahaan.



Gambar 3.15 Video Kopi Kapal Tanker “Karir Setinggi Langit”

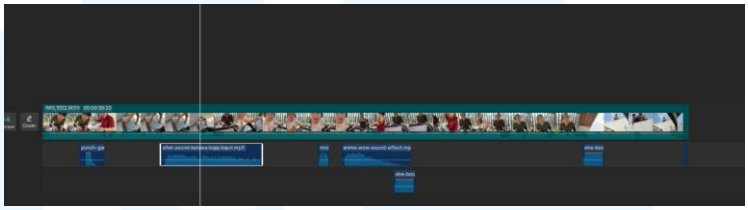
Awal pembuatan video dimulai dari pengambilan aset video dari *google drive* Manna Agency. Untuk video ini, *footage* aset yg diberikan kepada penulis hanya 1 saja sehingga penulis bisa focus melakukan *cut* kepada video untuk mempersingkat durasi video. Penulis akan *cut* video supaya menjadi sesingkat mungkin.



Gambar 3.16 Video Kopi Kapal Tanker “Karir Setinggi Langit”

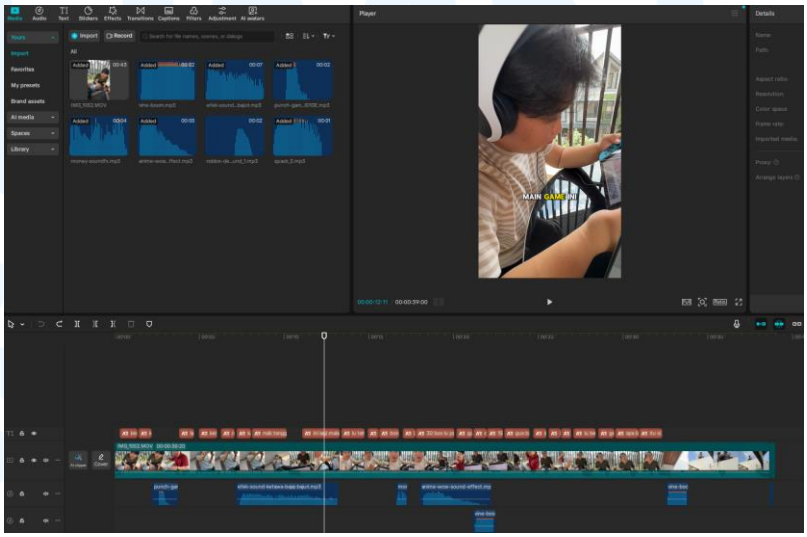
Setelah itu penulis akan memasukan *sound effects* kedalam video supaya video tidak hanya akan menjadi video dimana 4 orang

bebicara tentang bonus kerjaan mereka. *Sound effects* ini akan meningkatkan aspek komedi yang ada di dalam video dan supaya penonton tidak bosan selama menonton video ini. Penambahan sound effects kedalam video ini sangat penting karena ini akan meningkatkan kualitas akhir dari video.



Gambar 3.17 Video Kopi Kapal Tanker "Karir Setinggi Langit"

Terakhir, penulis akan menambahkan subtitle kepada video melalui penggunaan tool *Auto Caption* supaya penonton dapat mengikuti pembicaraan yang dilakukan di dalam video tersebut. Untuk *style subtitle* yang digunakan, penulis menggunakan *style* dari template yang telah diberikan oleh *Capcut. Content creator* telah menyampaikan kepada penulis dikarenakan video ini menggunakan format *skit*, penulis tidak diharuskan menggunakan *subtitle* yang terlalu rumit.



Gambar 3.18 Video Kopi Kapal Tanker "Karir Setinggi Langit"

Untuk pembuatan proyek ini, penulis tidak menemui banyak hambatan. Hambatan yang penulis ketemui waktu pengerjaan video ini hanya ketika *content creator* melihat hasil *cut* penulis kepada footage yang telah diberikan, mereka lihat masih ada beberapa bagian yang masih dapat di *cut* yang lolos dari penulis. Setelah penulis mulai lebih hati-hati supaya lebih teliti dalam melakukan pekerjaan penulis.

Selain pembuatan proyek ini, penulis juga pernah membantu juga dalam pembuatan post Instagram Kopi Kapal Tanker. Penulis diminta bantuan oleh salah satu karyawan dari divisi desain grafis untuk membantu membuat layout post Instagram tersebut. Tema yang digunakan untuk post ini adalah hari Paskah sehingga dia ingin supaya penulis membantu dalam membuat gambar gelas kopi muncul dari retakan 2 biji kopi. Penulis lalu membantu karyawan tersebut dan berikut adalah hasil akhir dari layout ang penulis buat.

Gambar 3.19 *Instagram* Kopi Kapal Tanker

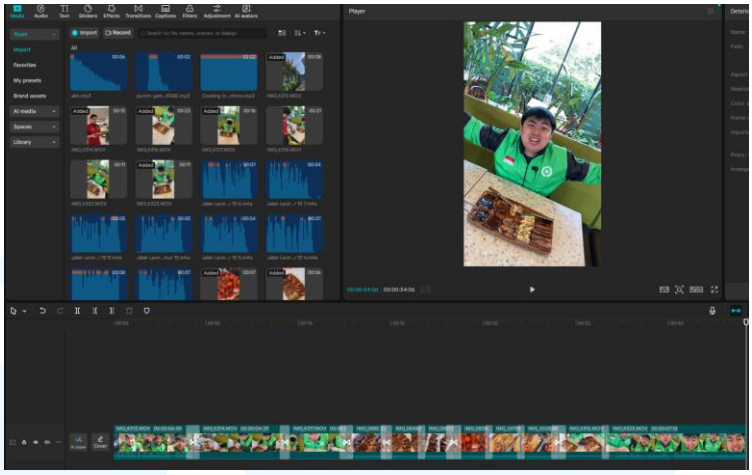
3.3.2.2 Fogo “Kasih Gua 30 Detik”

Fogo merupakan salah satu klien Manna Agency yang sering meminta video dalam format *skit*, *entertaintment* dan *hardselling.* Untuk klien Fogo, penulis akan membahas salah satu video *hardselling* yang penulis telah buat untuk mereka. Video ini konsepnya berupa seorang tukang gojek yang sedang merekomendasikan restoran Fogo sebagai tempat makan yang enak dan memuaskan dalam kurun waktu 30 detik.

Gambar 3.20 Video Fogo “Kasih Gua 30 Detik

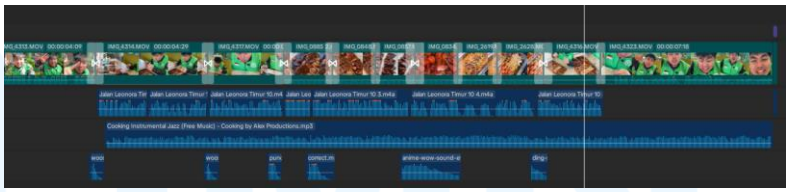
Untuk pembuatan video ini, penulis harus pertama-tama *cut* durasi aset-aset yang telah diberikan supaya hasil akhir dari aset dapat sesuai dengan durasi *voiceover* yang telah diberikan. Selain aset utama untuk video, penulis juga harus memasukkan aset *B-roll* yaitu aset berupa *ambience* atau *stock* video yang dimasukkan untuk melengkapi video. Untuk aset *B-roll*, penulis dapatkan dari file *Beauty Shot* di *Google Drive* yang berisi semua footage *ambience* yang telah direkam oleh *content creator* Manna Agency sebelumnya. Penulis lalu akan *cut* video setiap beberapa detik supaya *footage* video akan berganti-ganti terus setiap beberapa detik supaya penonton tidak bosan. Selain itu penulis juga harus menghapus *dead scene* dari video dimana tidak terjadi apa-apa dan juga dari *voiceover* ketika ada jeda lama tanpa ada suara papun dari *voiceover* tersebut. Terakhir penulis harus menambah transisi

menggunakan tool *Transitions* supaya semua video yang telah di *cut* bisa disambung .



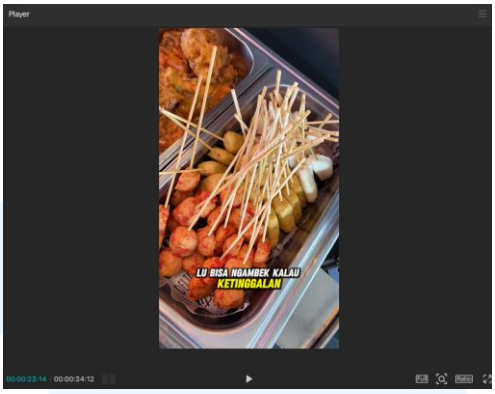
Gambar 3.21 Video Fogo “Kasih Gua 30 Detik

Setelah menyesuaikan semua itu penulis harus memasukkan *voiceover, background music* serta *sound effects* kedalam video. Aset *voiceover* berasal dari *google drive* Manna dan untuk *background music* penulis temukan dari sebuah video Youtube. *Voiceover* akan berjalan selama durasi B-roll di dalam video.



Gambar 3.22 Video Fogo “Kasih Gua 30 Detik

Terakhir penulis akan memasukkan subtitle kedalam video melakui penggunaan *tool Auto Caption* dari *Capcut*. Dengan tool ini, penulis tidak harus membuat subtitle satu per satu secara manual. Buat video ini, penulis menggunakan *style subtitile* dari template *Capcut* dikarenakan klien tidak meminta *subtitle* yang terlalu rumit sehingga penggunaan *preset subtitile* dianggap cukup oleh penulis dan content creator untuk video ini.



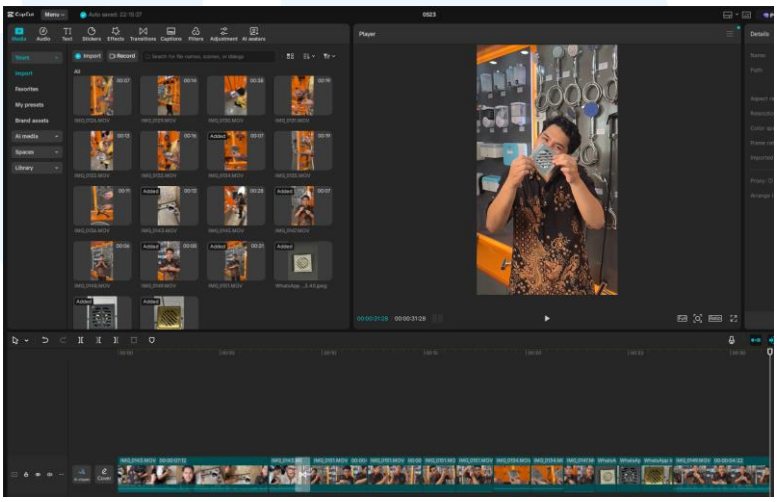
Gambar 3.23 Video Fogo "Kasih Gua 30 Detik

Kendala yang penulis hadapi waktu pengerjaan proyek ini ada di bagian *cut* video. Untuk video ini, penulis harus ganti *footage* setiap beberapa detik selagi *voiceover* berjalan. Penulis harus dapat membikin *cut* yang cepat dan akurat sambil menyamakan hasil *cut* dengan *voiceover* yang sedang berjalan supaya video dan *voiceover* tetap berkesinambungan. Selain itu penulis juga dapat hambatan dari sisi *content creator* karena peletakkan aset *B-roll* ditempatkan di file yang berbeda dengan *main footage* video sehingga penulis harus mengahbiskan waktu untuk menbacri *B-roll* tersebut di file yang berbeda.

3.3.2.3 Juragan Keran "Mau Kamper Sebanyak Ini?"

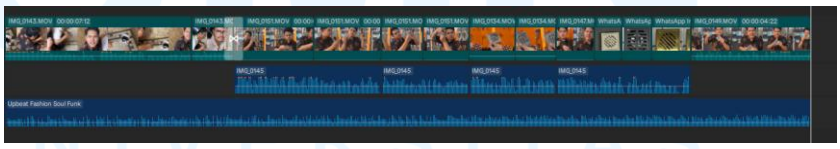
Juragan Keran merupakan sebuah perusahaan yang menjual perabotan kamar mandi seperti keran, got kamar mandi, *showerhead*, dll. Mereka biasa meminta pembuatan video dalam format *hardselling* supaya dapat langsung menjual produk mereka di media sosial mereka. Untuk Juragan Keran, salah satu pembuatan video paling bagus yang penulis telah buat adalah pembuatan "Mau Kamper Sebanyak Ini" dimana *content creator* mau menawarkan saringan got pintar dengan sistem otomatis buka tutup kepada audiens dengan *pitch* dapat mencegah masuknya kecoa kedalam saringan got tanpa membutuhi kamper banyak-banyak.

Awal video sama seperti proyek penulis lainnya dimana penulis harus menyusun aset video dari google drive dengan alur yang sesuai. Penulis juga harus *cut* bagian video yang penuh dengan *dead scene* supaya durasi video bisa sesingkat mungkin. Penulis lalu menambahkan efek transisi supaya semua video yang telah di *cut* bisa menyambung dengan satu sama lain.



Gambar 3.24 Video Juragan Keran "Mau Kamper Sebanyak Ini?"

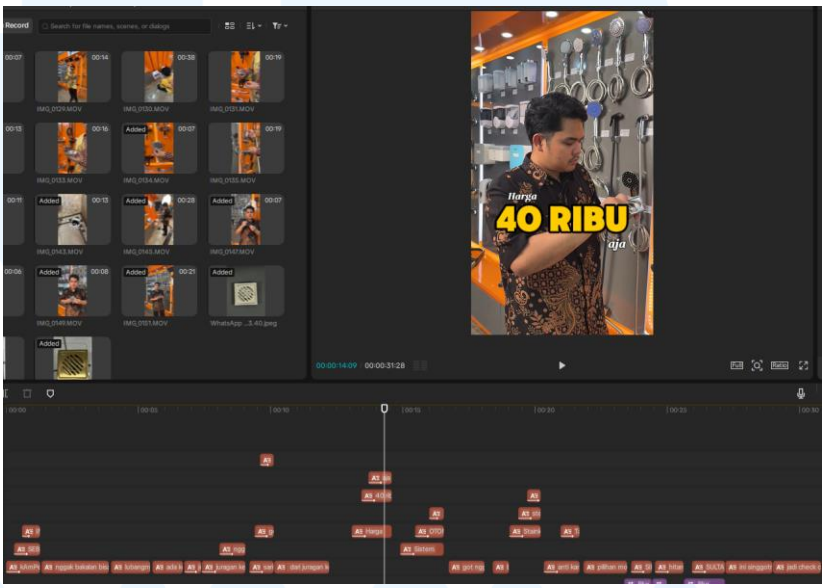
Penulis lalu harus memasukkan kedalam video *voiceover* dan *background music*. *Voiceover* berasal dari *google drive* Manna dimana *main footage* video disimpan. Untuk *background music*, penulis ambil dari *music library Capcut*.



Gambar 3.25 Video Juragan Keran "Mau Kamper Sebanyak Ini?"

Buat video ini, yang dipentingkan oleh *content creator* dalam *content plan* adalah supaya *typography subtitle* dibuat menjadi lebih menarik kepada audiens sehingga penulis harus menggubah beberepa *subtitle* didalam supaya tampak lebih bagus. Untuk ini, penulis harus mebuat 3 layer subtitle berbeda supaya

ketika subtitle muncul, semua subtitle akan muncul dengan berurutan tetapi dengan style yang berbeda-beda. Ini memakan waktu penulis paling lama ketika membuat proyek ini dan merupakan salah satu hambatan yang penulis hadapi dalam pembuatan video ini dikarenkan *subtitle* yang penulis di awal kurang menarik dibandingkan punya karyawan lain. Penulis harus melakukan revisi lebih dari 5 kali hanya supaya subtitle penulis akhirnya tampak lebih menarik di mata *content creator*.



Gambar 3.26 Video Juragan Keran "Mau Kamper Sebanyak Ini?"

Terakhir penulis juga harus *blur* logo saringan got di *B-roll* dikarenkan aset saringan got yang digunakan di dalam video ini bukan berasal dari Juragan Keran meskipun *content creator* telah minta dari klien aset produk saringan got yang mereka ingin promosikan, *content creator* diberikan aset got dari merk Pills Carlo yang bukan dari Juragan Keran sehingga logo tersebut harus di *blur* di hasil akhir video. Untuk melakukan ini, penulis harus mencari cara *blur* melewati *Google*. Penulis lalu menemui cara *blur* logo di *B-roll* saringan melalui penggunaan *tool mask*. Penulis lalu mencari efek blur melalui tool Filter lalu menambah efek *mask* kepada filter tersebut supaya akan muncul efek blur kecil dalam

bentuk persegi panjang yang penulis dapt gunakan untuk menutup logo Pills Carlo tersebut. Ini merupakan hambatan lain yang penulis hadapi dalam pembuatan proyek ini juga.

Gambar 3.27 Video Juragan Keran "Mau Kamper Sebanyak Ini?"

3.3.2.4 Care&Co "RBC Kulit Sensitif"

Untuk proyek terakhir yang penulis ingin bicarakan di bab ini, penulis akan membahas tentang pembuatan video dengan konten pilar RBC (*Research Based Content)* perusahaan Care&Co. Konten pilar RBC merupakan konten pilar yang paling rumit dibandingkan konten pilar sebelumnya. Untuk pembuatan RBC, content creator fakta-fakta menarik yang dapat dihubungkan dengan klien. Contohnya adalah RBC tentang kulit kering yang dapat dihubungkan dengan produk Care&Co yang merupakan perusahaan penjual skincare. Untuk menemukan fakta-fakta tentang kulit kering untuk video tersebut, content creator harus melakukan riset supaya mereka mendapatkan fakta yang cukup banyak dan menarik untuk digunakan dalam video. RBC juga sangat rumit dalam proses pembuatannya bagi video editor dikarenakan durasinya yang panjang dibandingkan video konten pilar lainnya. Durasi konten pilar lain wajib dibuat dibawah 1 menit oleh Manna Agency dan harus dibuat sesingkat mungkin tetapi durasi untuk konten pilar RBC biasanya diatas 1 menit dan bisa

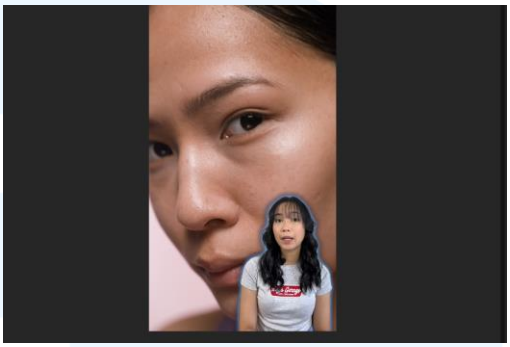
mencapai 2 menit jika sangat panjang. RBC juga konten pilar yang memakan waktu paling lama diatara semua konten pilar Manna Agency karena video RBC harus bersifat dinamis setiap detiknya sehingga setiap beberapa detik di dalam clip video RBC, video editor harus sering cut ke clip berikutnya supaya video tidak statis. Oleh karena itu, RBC harus dibuat semenarik mungkin oleh penulis supaya penonton dapat melihat semua durasi video RBC tanpa menjadi bosan.

Untuk melakukan ini, penulis harus memasukkan banyak *clip B-roll,video effects* dan *sound effects* supaya selalu ada perubahan di dalam video. Penulis juga melakukan *zoom in* dan *zoom out* ke beberapa *clip* video serta *cut* bagian video dengan *dead scene* supaya selalu ada pergerakan dinamis di dalam video dan tidak menjadi terlalu statis dan membosankan untuk penonton. Jika tidak dilakukan, maka akan ada durasi di dalam video dimana *content creator* hanya bicara kepada kamera tanpa ada apapun yang terjadi di dalamnya sehingga akan membuat kesan yang membosankan. Meskipun penonton hanya akan bosan untuk beberapa detik, hal tersebut sangat tidak diperbolehkan untuk terjadi karena ada kemungkinan dalam waktu beberapa detik tersebut dimana penonton sedang bosan, mereka bisa skip untuk melihat video yang lain

Gambar 3.28 Video Care&Co “RBC Kulit Sensitif”

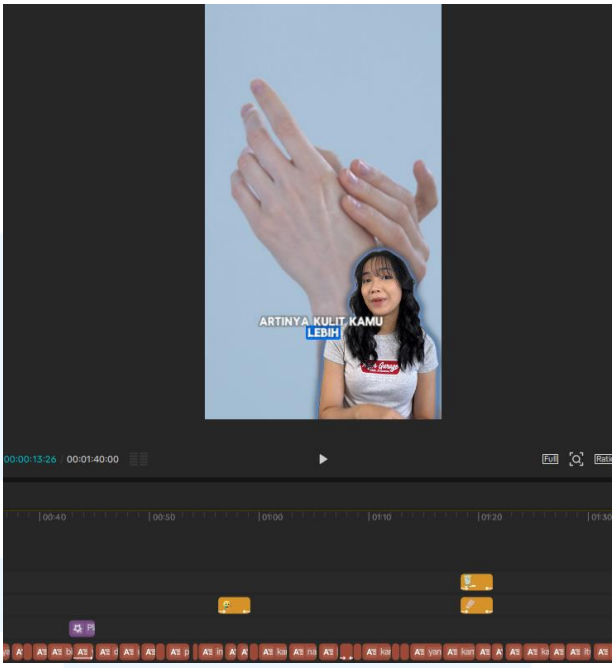
Penulis lalu juga harus menggunakan efek *overlay* untuk mayoritas bagian video supaya dapat membantu penonton untuk memvisualisasikan apa yang sedang dibicarakan oleh content creator ketika sedang membahas topik tersebut di durasi itu juga. Penulis dapat membuat efek *overlay* ini dengan menggunakan cara yang sama dalam pembuatan *overlay* di video “Handsoap” Iziklin

tetapi dibandingkan dengan *overlay* di video Iziklin, yang ini lebih mudah dibuat. Penulis tinggal menghilangkan background video dimana content creator sedang berbicara lalu menempatkan video tersebut di depan stock video yang akan digunakan.



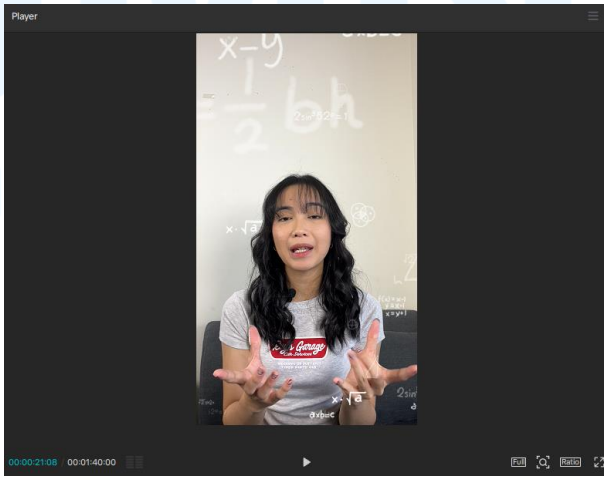
Gambar 3.29 Video Care&Co "RBC Kulit Sensitif"

Berikut, penulis harus memasukkan subtitle kedalam video. Untuk video ini dikarenakan klien tidak meminta subtitle yang terlalu rumit, penulis hanya menggunakan *style subtitle* dari template Capcut supaya tidak menghabiskan banyak waktu dalam pembuatan video ini. Meskipun video RBC sangat panjang dan rumit. Hal yang paling penting dari konten pilar ini adalah menyampaikan fakta dan informasi dari topik yang dibahas. Asalkan *subtitle* bisa dibacaoleh penonton, penulis tidak diharuskan oleh *content creator* untuk membuat subtitle yang sangat rumit seperti dalam video Juragan Keran. Selain itu jika video editor diharuskan oleh *content creator* untuk membuat subtitle yang sangat rumit untuk RBC, mereka akan memakan waktu yang sangat lama sehingga pekerjaan yang harus diselesaikan oleh video editor akan menumpul. Singkatnya komitmen untuk membuat *subtitile* yang sumit untuk RBC tidak *worth it* di mata content creator jika tidak diharuskan olek klien.



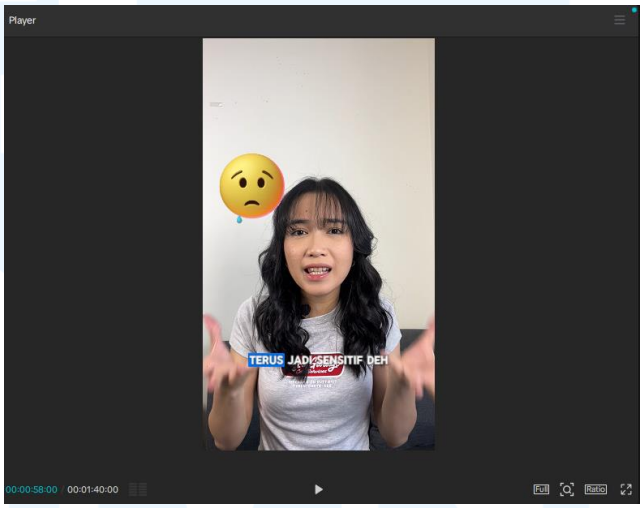
Gambar 3.30 Video Care&Co “RBC Kulit Sensitif”

Lalu penulis juga akan menambahkan efek-efek berbeda menggunakan tool *Effects* di bagian awal video yang tidak ada *overlay* supaya penonton tidak menjadi terlalu bosan di awal-awal video. Efek ini dapat ditambahkan hanya dengan menaruh clip video dimana content creator sedang berbicara diatas *B-roll* yang ingin digunakan. Lalu background *clip* video dimana content creator berbicara akan dihapus supaya terlihat *B-roll* yang akan menjadi background baru.



Gambar 3.31 Video Care&Co “RBC Kulit Sensitif”

Terakhir penulis akan menambahkan stiker di beberapa bagian mendekati akhir video supaya *content creator* dapat mengekspresikan topik yang dia sedang bahas dengan lebih baik. Stiker ini juga akan membantu supaya bagian video yang tidak ada *overlay* dekat akhir video tidak menjadi terlalu monotone dan membosankan. Stiker lalu juga akan diberikan efek supaya ketika mereka muncul di dalam video, akan terjadi sebuah animasi dimana mereka meloncat keluar. Animasi ini juga akan terjadi ketika durasi stiker sudah habis.



Gambar 3.32 Video Care&Co "RBC Kulit Sensitif"

Setelah selesai semua, penulis lalu upload preview video ke grup *Whatsapp* Care&Co Manna Agency dimana penulis diberi arahan scara tatap muka untuk membetulkan typo dan bagian yang kelewat oleh penulis sebelum video di *upload* ke *Google Drive.* Untuk pembuatan video RBC ini meskipun penulis telah diberikan arahan tatap muka, penulis msih harus melakukan beberapa revisi setalh selesai dikarenkan ada bagian video yang masih terasa terlalu panjang atau ada audio ynag mempunyai *dead scene* yang seharusnya penulis juga *cut.*

Gambar 3.33 Video Care&Co “RBC Kulit Sensitif”

Hambatan yang penulis hadapi dalam pembuatan video ini adalah dibagian *cut* video. Ada bagian di video dimana penulis harus cut *background video* dari *overlay* setiap dua detik dan menyesuaikannya dengan *voiceover* video serta memasukkan *sound effects* yang tepat di bagian-bagian tersebut. Selain itu, aset *B-roll* yang penulis gunakan dalam pembuatan video ini tidak berasal dari Manna Agency, Aset *B-roll* yang penulis gunakan berasal dari stock website berbeda-beda sehingga penulis juga memakan waktu yang banyak mencari aset tersebut. Wawasan yang penulis dapat dari proyek ini adalah peningkatan skill penulis dalam melakukan *cut* di dalam video .

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama pengerjaan magang di Manna Agency, penulis kadang terhambat dengan beberapa kendala yang diluar kendali penulis. Meskipun tempat kerja penulis merupakan sebuah lingkungan kerja yang sangat bagus, masih ada beberapa hal yang menyusahkan penulis. Disini penulis akan mejelaskan apa saja kendala yang dihadapi oleh penulis selama masa magang serta solusi yang penulis dapatkan untuk mengatasi masalah tersebut.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama magang di Manna Agency, penulis kadang terhambat dengan dua kendala yang berbeda. Satu hambatan external dan dari luar dan satu lagi hambatan internal dan dari dalam. Untuk hambatan external, penulis menghadapi dua hambatan yaitu infrastruktur perusahaan yang kurang memadai dan aset video yang tidak lengkap. Untuk masalah infrastruktur perusahaan, ada beberapa hal yang mengganggu penulis seperti Wi-Fi yang seringkali terasa lambat, air keran yang tidak dapat bekerja ketika digunakan, dan jarak antara kantor dari tempat makan yang terdekat lumayan jauh. Untuk kendala satu lagi, ada waktu dimana penulis tidak dapat menyelesaikan video karena aset yang ingin penulis gunakan belum komplit atau belum selesai direkam oleh *content creator*. Hal ini membuat produktifitas penulis dan editor lain untuk turun sebelum aset diberikan oleh *content creator*.

Untuk kendala internal, awal ketika penulis mulai menjadi video editor di Manna, penulis masih belum menguasai penggunaan software *Capcut* sehingga ada waktu ketika penulis agak lambat dalam pengerjaan video karena masih kurang mengetahui teknik-teknik penggunaan software ini. Hal ini berdampak dengan efisiensi penulis dalam mengerjakan proyek sehingga waktu pengerjaan menjadi lebih lama. Penulis lalu juga akan sering disuruh revisi oleh *content creator* dikarenkan masih banyak dari aspek video yang penulis buat dengan salah.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Solusi yang penulis dapatkan untuk masalah external infrastrukut perusahaaan ada banyak. Untuk masalah Wi-Fi yang lambat, penulis dapat pindah ke lantai kantor yang berbeda yang ada sinyal Wi-Fi yang lebih kuat atau menggunakan *smartphone* penulis sendiri sebagai *hotpsot*. Untuk masalah keran yang tidak bekerja, penulis dapat pergi ke lantai yang berbeda untuk menggunakan keran yang nyala dan terakhir untuk mengatasi masalah tempat makan yang jauh, penulis dapat membawa bekal dari rumah untuk

santapan makan siang atau membeli makanan lewat aplikasi online. Selain itu, rekan kantor penulis juga sering mengajak penulis untuk makan dengan mereka dengan menggunakan mobil pribadi untuk mencari tempat makan yang paling dekat dari kantor.

Untuk solusi aset belum siap, penulis dapat menanyakan ke *content creator* kapan aset dapat diberikan kepada penulis. Sambil menunggu *content creator* memberikan aset yang belum lengkap kepada penulis, penulis disuruh akan disuruh untuk revisi video lama atau membantu karyawan lain dalam pekerjaan mereka seperti membatu menyiapkan set untuk video, membatu dalam perekaman video atau membantu designer di Manna Agency untuk membuat layout poster buat klien. Hal ini dilakukan supaya penulis tidak menghabiskan waktu di kantor tanpa melakukan apapun sehingga hanya menbuang-buang waktu selama magang di kantor.

Untuk solusi masalah internal penulis, penulis bisa selesaikan melalui latihan menggunakan *software Capcut* yang banyak serta mencari tutorial di *Youtube* untuk belajar *software* tersebut sendiri. Penulis juga dapat meminta bantuan dari editor lain yang lebih berpengalaman hal-hal yang penulis belum pelajari. Terakhir, dengan melakukan praktek dalam mengedit video, skill penulis akan terus meningkat juga sehingga tidak akan selalu merepotkan editor lain juga.