

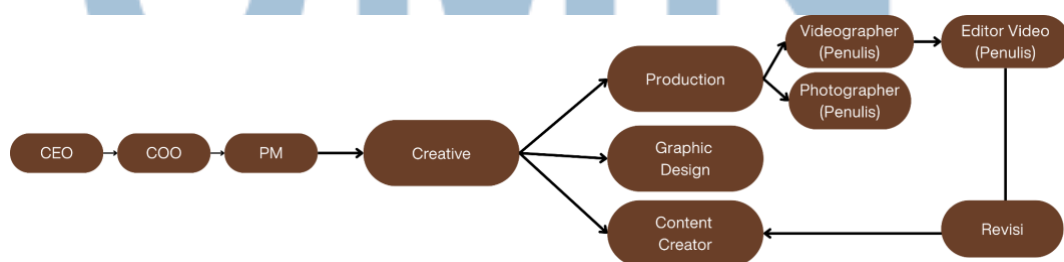
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam divisi Produksi, penulis memegang peran spesifik sebagai *VIDEOGRAFER* dan *Editor*. Keterlibatan penulis dimulai sejak tahap koordinasi awal bersama tim *Creative* serta *Content Creator*, dengan tujuan merancang luaran video yang atraktif bagi kebutuhan klien. Mengacu pada hasil diskusi tersebut, kesepakatan mengenai produksi konten video selanjutnya akan dieksekusi berpedoman pada instruksi atau arahan yang telah disusun oleh *Content Creator* maupun tim *Creative* lainnya.

Sesuai dengan kesepakatan proyek, *Project Manager* bertugas mendistribusikan *brief* kepada divisi terkait untuk memulai pengerjaan jasa. Setelah *brief* diterima, *Content Creator* akan meninjau kembali konsep *campaign* yang diajukan. Apabila strategi *campaign* telah terbentuk, kolaborasi dilakukan oleh tim produksi kreatif (mencakup *Content Creator* dan desain) guna menyusun materi konten yang diperlukan. Tahap selanjutnya adalah realisasi teknis, di mana tanggung jawab dialihkan kepada divisi produksi visual (video dan foto) termasuk penulis di dalamnya untuk memproduksi karya sesuai dengan *brief* yang telah ditetapkan oleh *Content Creator*.



Gambar 3.1. bagan alur kerja.

Sumber: Observasi Penulis (2025).

Bagan alur kerja di atas mengilustrasikan proses standar eksekusi tugas penulis. Proses dimulai ketika *Project Manager* (PM) menerima permintaan dari klien. PM kemudian berkoordinasi dengan *Content Creator* (CC) untuk menyusun creative brief yang detail. Brief ini kemudian diturunkan (didelegasikan) kepada penulis sebagai eksekutor produksi (Videografer/Editor). Setelah konten (aset video/foto) diproduksi dan disunting oleh penulis, hasil draf pertama akan ditinjau secara internal oleh CC dan PM untuk memastikan kesesuaian dengan brief. Jika disetujui, PM akan mengirimkannya kepada klien. Umpan balik atau revisi dari klien akan disampaikan kembali melalui PM, dan siklus revisi akan ditangani oleh penulis hingga mendapat persetujuan akhir (final approval). Alur kerja ini menunjukkan pentingnya koordinasi berlapis dalam struktur agensi.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Di lingkungan kerja OurTale, divisi Produksi berhubungan dengan departemen besar bersama tim *Content Creator* dan desain. Divisi ini mengemban peran penting untuk merealisasikan *brief* yang diterima, baik yang berasal dari klien eksternal maupun arahan internal *Content Creator*. Lingkup implementasi tugas tersebut mencakup pengelolaan iklan (*ads management*), pengelolaan media sosial (*social media management*), serta berbagai layanan jasa terkait. Secara spesifik, tim Produksi bertanggung jawab menerjemahkan *brief* konseptual menjadi luaran visual yang konkret dan utuh, di mana hasil akhirnya dapat berupa video, karya fotografi, maupun desain grafis.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Sepanjang intern sebagai bagian dari produksi, penulis bertanggung jawab untuk memproduksi aset visual (video dan foto) untuk berbagai klien. Tabel 3.1 di bawah merangkum daftar merek dan tanggung jawab utama penulis. Merek yang menjadi

fokus utama tim penulis (Tim A) adalah nomor 1-10, meskipun penulis juga sering diperbantukan untuk produksi merek Tim B (nomor 11-18) ketika sumber daya dibutuhkan

Tabel 3.1 Daftar Pekerjaan Selama Magang

No	Brand	Tanggal	Keterangan
1.	Verra Skincare	28 Oktober - 18 Desember 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> , mengedit video untuk <i>reels</i> Verra Skincare.
2.	Safi	24 September - 18 Desember 2025	Membantu memproduksi video untuk <i>reels</i> .
3.	PG GEL	26 September - 18 Desember 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> , mengedit video untuk <i>reels</i> PG GEL.
4.	MAGA	8 September - 18 Desember 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> , mengedit video untuk <i>reels</i> Maga
5.	JL Flower	30 Oktober	Membantu Owner Florist untuk <i>Photoshoot</i> mandiri.
6.	O'Naomi	3 September - 18 Desember 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> , mengedit video untuk <i>reels</i> O'Naomi.
7.	Ban Leng	21 Oktober - 18 Desember 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> , mengedit video untuk <i>reels</i> Ban Leng.
8.	Hokkaido Reishi	16 September - 18 Desember 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> , mengedit video untuk <i>reels</i> Hokkaido Reishi.
9.	Sinarmas BSD Commercial	24 Oktober - 18 Desember 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> .
10.	Naked Dough	28 Oktober - 18 Desember 2025	Mengedit video <i>reels</i> Naked Dough.

11.	Batavia Whisky	30 Agustus - 18 Desember 2025	Membantu proses produksi video dan <i>photoshoot</i> . terkadang menjadi <i>talent</i> untuk video dan foto juga.
12.	Studio Comma	15 September 18 Desember 202	Membantu untuk mengambil <i>asset</i> foto dan video pada Studio Comma.
13.	Bottega Padel	11 Oktober - 18 Desember 2025	Membantu untuk mengambil <i>asset</i> foto dan video pada Bottega Padel.
14.	Rainbow Castle	29 Agustus - 1 November 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> , mengedit video untuk <i>reels</i> Rainbow Castle.
15.	Cloud Dream	18 September - 30 September 2025	Membantu produksi <i>photoshoot</i> bantal dan guling dari Brand Cloud Dream.
16.	Kaizoo	3 September - 1 Oktober 2025	membantu sebagai fotografer dari Brand Kaizoo
17.	Thai Yeah	4 September - 28 September 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> , menjadi <i>talent</i> pada <i>video</i> , dan mengedit video untuk <i>reels</i> Thai Yeah
18.	Vitalis	14 Oktober - 20 november 2025	Membantu produksi foto dan video produk dengan <i>talent</i> .

(Sumber : arsip perusahaan)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Berbeda dengan deskripsi tugas yang singkat di atas, uraian kerja magang penulis mencakup proses yang kompleks dan multi-tahap. Paragraf singkat dalam draf laporan sebelumnya tidak mencerminkan kedalaman dan intensitas pekerjaan yang dilakukan selama berminggu-minggu. Uraian kerja ini dibagi menjadi tiga fase utama: Praproduksi (penerjemahan brief), produksi (eksekusi videografi), dan Pascaproduksi (penyuntingan), yang diilustrasikan dengan studi kasus dari Tabel 3.1.

3.2.2.1 Fase Praproduksi: Menerjemahkan Brief Kreatif

Setiap proyek dimulai saat penulis menerima creative brief dari *Content Creator* (CC). Brief ini adalah dokumen cetak biru yang menguraikan visi klien dan strategi konten. Isinya tidak hanya sebatas "membuat video", tetapi mencakup elemen-elemen spesifik:

1. *Key Visuals & Moodboard* : Referensi visual (seringkali dari kompetitor atau *platform* seperti Pinterest) yang menentukan estetika, palet warna, dan *mood* yang diinginkan.
2. *Key Messages & Objectives* : Pesan utama yang harus disampaikan (misal: "menyegarkan", "mewah", "mudah digunakan") dan tujuan konten (misal: awareness, engagement, atau conversion).
3. *Shot List & Storyboard* : *Shot list* spesifik yang harus diambil, atau sketsa alur cerita.
4. *Brand Guidelines* : Aturan ketat mengenai penggunaan logo, jenis huruf, dan tone of voice klien.
5. *Deliverables: Output* teknis final (misal: 3x Instagram Reels format 9:16, 1x Video 16:9).

Tugas penulis dalam fase ini adalah menerjemahkan dokumen teoretis ini menjadi rencana eksekusi teknis. Ini melibatkan "*Final Pre-Production*" (FPP) yang biasanya dilakukan H-1. FPP mencakup persiapan logistik (memastikan lokasi dan properti siap), persiapan teknis (memformat kartu memori, mengisi penuh baterai kamera dan lampu), dan finalisasi *shot list* berdasarkan *brief* yang diterima.

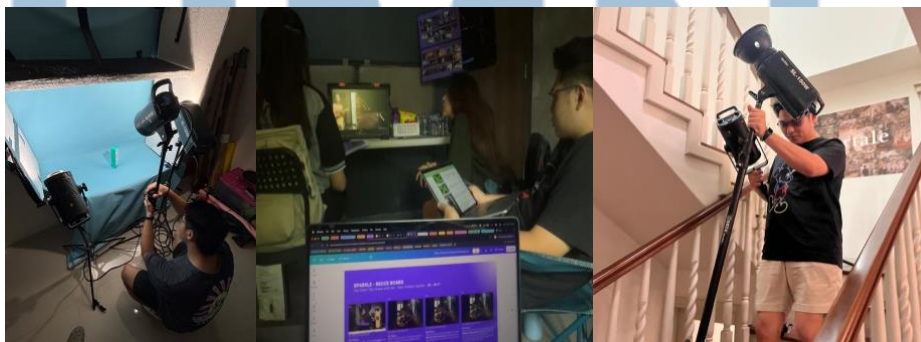
3.2.2.2 Fase Produksi: Eksekusi Videografi di Lapangan

Fase produksi adalah saat rencana diuji. Peran penulis sebagai VIDEOGRAFER di lapangan jauh melampaui sekadar menekan tombol rekam. Seperti yang disebutkan

dalam draf awal, tugas ini melibatkan "directing talent dan juga framing di kamera agar visual terlihat menarik".

Studi Kasus 1: Produksi Konten *Skincare* (Klien: Verra Skincare, Safi, PG GEL)

1. Tantangan: Merek skincare (Tabel 3.1, No. 1, 2, 3) menuntut visual yang clean, cerah, dan fokus pada tekstur produk serta hasil pada model (*talent*).
2. Eksekusi Teknis: Penulis bertanggung jawab penuh atas penataan sinematografi. Untuk mencapai tampilan *clean look*, digunakan setup pencahayaan tiga titik (*three-point lighting*) dengan *softbox* besar sebagai *key light* untuk menghasilkan bayangan yang lembut dan merata di wajah *talent*. Untuk bidikan produk, lensa makro digunakan untuk menangkap detail tekstur krim atau serum. Pengambilan gambar sering dilakukan pada frame rate tinggi (misal: 60 fps atau 120 fps) agar saat Pascaproduksi dapat dibuat efek *slow-motion* yang halus, memberikan kesan mewah dan lembut. Penulis juga aktif mengarahkan talent untuk menunjukkan ekspresi "segar" atau "puas" sesuai arahan *brief* dari CC.



Gambar 3.2 Sesi Pengambilan Gambar untuk Klien PG GEL, Vitalis, dan MAGA.

Studi Kasus 2: Produksi Konten F&B dan Edukasi (Klien: Batavia Whisky, Thai Yeah, dan Rainbow Castle)

- a. Tantangan: Klien F&B (Tabel 3.1, No. 10, 11, 17) memiliki tuntutan visual yang sangat berbeda satu sama lain, menguji adaptabilitas teknis penulis.
1. Eksekusi Teknis:
 - a. Batavia Whisky: Brief menuntut tampilan "mewah", "maskulin", dan "moody". Penulis menerapkan teknik low-key lighting. Hanya satu key light digunakan dengan angle tajam untuk menciptakan kontras tinggi dan bayangan dramatis. Backlight (lampu dari belakang) juga digunakan untuk menonjolkan bentuk botol dan warna cairan di dalam gelas.
 - b. Thai Yeah dan Rainbow Castle: Sebaliknya, brief untuk klien ini menuntut tampilan "ceria", "menarik", dan "dinamis". Penulis menggunakan pencahayaan seperti natural, properti dengan warna-warna cerah, dan gerakan kamera yang dinamis (handheld) untuk menciptakan energi yang sesuai dengan brand.

3.2.2.3 Fase Pascaproduksi: Penyuntingan dan Finalisasi

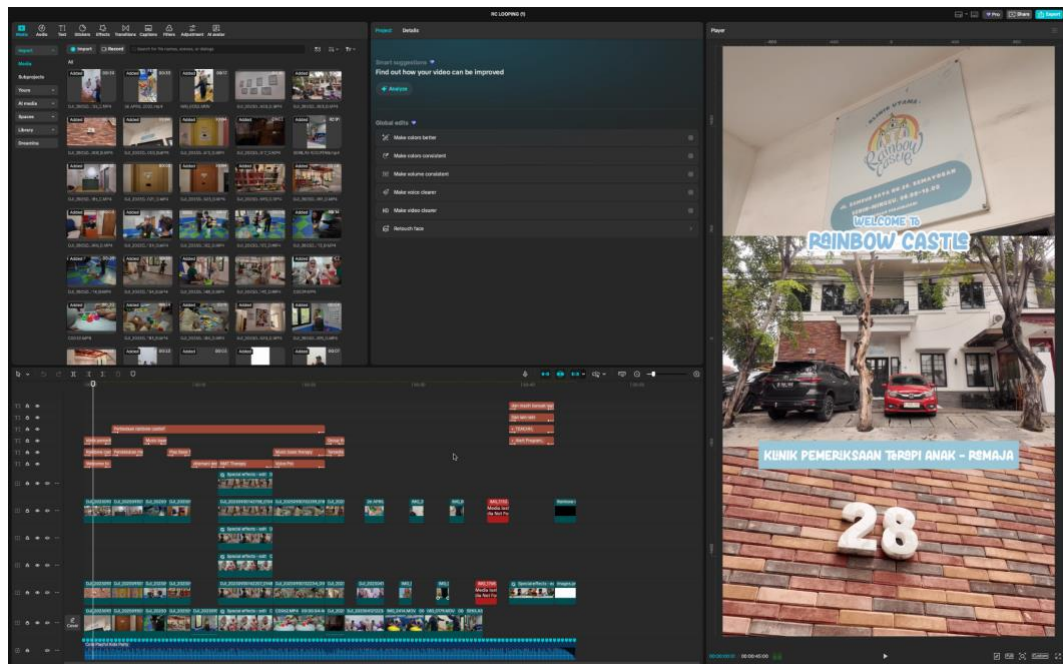
Setelah proses shooting selesai, pekerjaan penulis berlanjut ke ruang editing. Di sinilah rekaman mentah diubah menjadi konten final yang siap diunggah. Alur kerja Pascaproduksi ini sangat sistematis dan menuntut disiplin teknis:

1. Manajemen Data & Arsip: Langkah pertama adalah mengamankan footage. Semua data dari kartu memori disalin ke server perusahaan dan hard drive cadangan. Kelalaian dalam langkah ini dapat berakibat fatal, seperti yang akan dibahas di bagian kendala.
2. Assembly & Rough Cut: Penulis meninjau semua footage dan memilih best takes. B-roll, footage utama, dan audio disusun dalam timeline di perangkat lunak Capcut untuk membentuk kerangka cerita.
3. Fine Cut & Pacing: Di sinilah "teknik editing" diterapkan. Untuk konten reels yang dinamis seperti Rainbow Castle, penulis menggunakan fast-cut yang disinkronkan dengan ketukan musik. Untuk konten yang lebih

sinematik seperti MAGA, digunakan transisi yang lebih lambat dan pacing yang lebih tenang.

4. Color Grading: Penulis tidak hanya "mengedit" tetapi juga melakukan color grading untuk menyamakan mood visual. Konten skincare (Verra) akan di-grade dengan saturasi yang sedikit diturunkan dan highlight yang lembut, sementara konten F&B (Thai Yeah) akan di-grade dengan saturasi tinggi agar warna makanan terlihat "pecah" dan menarik.
5. Sound Design & Finishing: Penulis menambahkan lapisan audio, termasuk musik latar yang trending (sesuai brief CC), sound effects (SFX) sederhana (misal: suara "swoosh" pada transisi), dan motion graphics (teks atau call-to-action).
6. Export & Delivery: Konten diekspor sesuai spesifikasi teknis deliverables yang diminta dalam brief.

Proses gabungan dari produksi dan Pascaproduksi ini, seperti yang disebutkan dalam draf awal, memakan waktu 14 hingga 21 hari untuk menyelesaikan seluruh konten yang dibutuhkan klien untuk satu bulan ke depan. Ini berarti penulis secara konstan mengelola beberapa proyek klien dalam berbagai tahap penyelesaian secara bersamaan.



Gambar 3.4 Tampilan Proyek Editing untuk Klien Rainbow Castle.

(Sumber: Arsip Pribadi)

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Masalah yang dialami oleh penulis adalah jam kerja yang kadang tidak menentu, karena bisa saja mengedit dan revisi dihari apapun dan jam berapapun. Terkadang video yang sudah selesai edit lama pun bisa revisi mendadak yang membuat penulis harus mencari file tersebut yang kadang sudah dihapus atau hilang ke mana. kedua masalah tersebut terkadang mengganggu produktivitas penulis dalam mengerjakan hal yang lain.

Masalah yang dihadapi penulis selanjutnya adalah miskomunikasi antar divisi. Walaupun kita bertemu di kantor, masih sering terjadi miskomunikasi karena ada banyak kepala tetapi jika ada perubahan tidak diberitahukan kepada semua kepala. Terkadang Project Manager lupa untuk memberitahukan kepada *Content Creator*

dan begitu selanjutnya dari *Content Creator* kepada produksi. Hal ini membuat bagian produksi sedikit terhambat karena ada saja yang terlewat ataupun kurang.

Masalah terakhir yang dialami penulis adalah jadwal yang sering kali bertabrakan antara shoot Brand A dan Brand yang lainnya. karena terlalu padat, akhirnya sering kali penulis bertabrakan jadwal dengan shooting brand-brand lain yang harus dikejar produksinya, dikarenakan waktu yang mepet dan sumber daya yang sedikit kurang dan mengakibatkan bertabrakan jadwal walaupun sudah dibagi menjadi dual tim produksi.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi untuk kendala yang dihadapi pertama untuk jam kerja yang terlalu fleksibel seharusnya perusahaan menetapkan waktu yang tepat untuk produksi dan editing secara rinci. Tidak mengganggu waktu untuk mengerjakan hal yang lainnya dan tidak mengganggu produktivitas penulis. karena seringkali menghambat aktivitas penulis untuk mengedit ataupun revisi content yang telah dibuat.

Solusi dari kendala kedua adalah pada proses shooting atau photoshoot, Project Manager dan *Content Creator* harus hadir pada saat proses shooting karena jika ada kendala dan kemauan klien yang tidak terpenuhi kita bisa langsung mengganti atau membuat dengan cara yang lain. agar tidak harus retake dan shoot ulang. yang pertama tidak efisien waktu dan biaya, kedua membuang tenaga dua kali untuk hasil yang kurang lebih tidak jauh berbeda.

Solusi dari kendala ketiga adalah merencanakan dan mengatur semua brand terlebih dahulu brand mana yang harus diprioritaskan dan brand mana yang bisa diambil belakangan. karena jika semuanya di satu waktu tidak akan bisa dibuat secara maksimal dan nantinya hasil dari konten itu sendiri tidaklah maksimal.