



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
การผลิตคลิปวิดีโอของบริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ
Production of Video Clips in Digital Impact Studio

โดย

นางสาวณัฏฐ์ ศรีปานนท์ 6304600078

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา 146-468

ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2565

หัวข้อรายงาน : การผลิตคลิปวิดีโอ ของบริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ

รายชื่อผู้จัดทำ : นางสาวณัฏฐ์ ศรีปานนท์ 6304600078

ภาควิชา : ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล


อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร

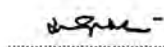
อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชา ภาพยนตร์โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ ประจำปีภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2565

คณะกรรมการการสอบโครงการ


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร)


..... พนักงานที่ปรึกษา
(คุณวิรมนต์ ชنانา)


..... กรรมการกลาง
(อาจารย์ศักรา ไทบูลย์)


.....

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวิริยะ)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2566

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชา ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

ตามที่ได้จัดทำ นางสาวณันท์ ศรีปานนท์ นักศึกษาภาควิชา ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ระหว่างวันที่ 23 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2566 ในตำแหน่ง การผลิตคลิปวิดีโอ ทำรายงานสหกิจหัวข้อ เรื่อง “การผลิตคลิปวิดีโอ ของบริษัท ดิจิตอล อิมแพ็ค สตูดิโอ”

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว ผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้ จำนวน 1 เล่มเพื่อขอรับค่าปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

.....
นางสาวณันท์ ศรีปานนท์

นักศึกษาสหกิจศึกษา

ชื่อรายงาน การผลิตคลิปวิดีโอของบริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี
ภาควิชา ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล
คณะ นิเทศศาสตร์
ชื่อนักศึกษา นางสาวณัฏฐ์ ศรีปานนท์ 6304600078
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา 3/2565

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาเรื่อง การผลิตคลิปวิดีโอ ของบริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการผลิตคลิปออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต ขั้นตอนการถ่ายทำ ขั้นตอนหลังการผลิต

จากการปฏิบัติงานได้เรียนรู้ขั้นตอนการทำงานโปรดักชั่น ตั้งแต่ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต ขั้นตอนการถ่ายทำ ขั้นตอนหลังการผลิต การถ่ายภาพ คิดคอนเทนต์งานคอนเสิร์ตเกอร์ซซี่ คาเฟ่ คอนเสิร์ตเจ้านาย คอนเสิร์ตเบน ชลาทิศ และคิดแคปชั่นคอนเทนต์ประจำสัปดาห์ ผู้ช่วยผู้กำกับดูแลความเรียบร้อยภายในกองถ่ายตั้งแต่ติดต่อประสานงานนักแสดง จัดฉากแต่ละซีนตามลำดับภาพ และดูแลความเรียบร้อยภายในกองถ่าย ตัดต่อลำดับภาพ คิดสคริปท์ ใส่เอฟเฟคและใช้โปรแกรมเสริมเพื่อให้งานออกมามีคุณภาพ

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 16 สัปดาห์ ได้พัฒนาความรู้ความสามารถ ทักษะทางวิชาชีพแล้วยังได้พัฒนาความรู้ที่เรียนมาบูรณาการ ปฏิบัติกับสถานที่จริงทางด้านกราฟฟิกกราฟิกดีไซน์ และ Video editor ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การทำงานอย่างมืออาชีพต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : ตัดต่อวิดีโอออนไลน์ กราฟิกดีไซน์ คอนเทนต์ครีเอเตอร์

ผู้ตรวจ

.....

Project Title : Video Production by Digital Impact Studio Company

Credits : 5

By : Nopphanan Sripanan 6304600078

Advisor : Somkiat Sriphech

Degree : Bachelor of Arts

Major : Film, Television, and Digital Media

Faculty : Communication Arts

Semester / Academic year : 3/2022

Abstract

The purpose of this report was to study the online video processes: Pre-Production and Post-Production. From the cooperative education, The skills learned from the online video processes: preparation before production, filming, pre-production, production and post-production. Experience was gained through created contents and captions for weekly contents for concerts, such as Gracie Cafe, Royal, Ben Chalait concerts. I also assisted on filming set: coordinating with the actors, preparing the scenes for shooting, assisting in the filming set, editing, writing scripts, and using Aftereffects for video editing.

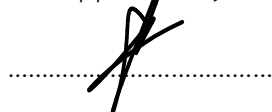
Throughout the period of 16 weeks, the student gained knowledge, competence, and professional skills in graphic design and video process that was a preparation before working professionally in the future.

Keywords : video editing online, graphic design, content creator

Co-op Advisor



Approved by



กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท ดิจิทัล อิมแพคสตูดิโอ ตั้งแต่ วันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2566 ส่งผลทำให้ผู้จัดทำได้รับความรู้ และประสบการณ์ ต่างๆที่ได้จากการปฏิบัติงานสหกิจหลากหลาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณวีรมนต์ ขนาน พนักงานที่ปรึกษา
2. อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือในการจัดทำรายงานผู้จัดทำขอขอบพระคุณ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแล และให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาวณัฏฐ์ ศรีปานนท์
วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2566

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่ง	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	1
1.3 ขอบเขตของงาน.....	1
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	1
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการรับสื่อ.....	3
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ VDO Content.....	4
2.3 แนวคิดขั้นตอนการผลิตวิดีโอ.....	5
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ.....	7
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	8
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริการขององค์กร.....	8
3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	8
3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	9
3.6 ระยะเวลาการปฏิบัติงาน.....	9
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	10
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	11
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน	
4.1 ผลการปฏิบัติงาน.....	14
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงาน.....	23

5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	23
5.3 ปัญหาและอุปสรรค.....	23
บรรณานุกรม.....	24
ภาคผนวก.....	25
ประวัติผู้จัดทำ.....	29



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ตารางการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....10



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 3.1	ตราสัญลักษณ์ (Logo) ของบริษัท Digital impact studio.....	7
ภาพที่ 3.2	ตำแหน่งที่ตั้งบริษัท Digital impact studio.....	7
ภาพที่ 3.3	ตำแหน่งพนักงาน บริษัท Digital impact studio.....	8
ภาพที่ 3.4	คุณวีรมนต์ ขนาน พนักงานที่ปรึกษา.....	9
ภาพที่ 3.5	กล้อง Mirror less Lumix.....	11
ภาพที่ 3.6	ไม้กันสั่น Gimbal.....	11
ภาพที่ 3.7	notebook Lenovo idea pad 320S.....	12
ภาพที่ 3.8	iPhone 7 Plus.....	12
ภาพที่ 3.9	ขาตั้งกล้อง.....	12
ภาพที่ 3.10	ไมค์ Wireless.....	13
ภาพที่ 3.11	วิทยุสื่อสาร.....	13
ภาพที่ 3.12	โปรแกรมที่ใช้ในการทำงาน.....	13
ภาพที่ 4.1	ตัวอย่างผลงานที่เผยแพร่คอนเสิร์ตเกอร์ชี่คาเฟ่.....	14
ภาพที่ 4.2	ตัวอย่างผลงานที่เผยแพร่ร้านคอนเสิร์ตเจ้านาย.....	15
ภาพที่ 4.3	ภาพตัวอย่างที่ใช้ Influencer.....	15
ภาพที่ 4.4	การประชุมวางแผนงาน.....	16
ภาพที่ 4.5	ภาพตัวอย่างสคริปต์เกอร์ชี่คาเฟ่.....	16
ภาพที่ 4.6	ตัวอย่างภาพประสานงานเพื่อเตรียมอุปกรณ์.....	17
ภาพที่ 4.7	ตัวอย่างภาพการประชุมและบริฟงานออนไลน์.....	17
ภาพที่ 4.8	เบื้องหลังการถ่ายทำ.....	18
ภาพที่ 4.9	ตัวอย่างเรียงล าดับภาพตามสตอรี่บอร์ด.....	18
ภาพที่ 4.10	ตัวอย่างท าดัชนีสื่อกราฟิก.....	19
ภาพที่ 4.11	ขั้นตอนการส่งงานเพื่อตรวจสอบ.....	19
ภาพที่ 4.12	ขั้นตอนล าดับภาพรายการเพื่อนพาซิ่ง.....	20
ภาพที่ 4.13	ตัวอย่างเอฟเฟคกรอบรูป Highlight.....	21
ภาพที่ 4.14	ตัวอย่างสร้าง Transition เปลี่ยนฉาก.....	21

ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างปรับเสียง.....	22
ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างขั้นตอนการทำฟอนต์.....	22



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ เป็นบริษัทผลิตสื่อวิดีโอ และสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น รายการ YouTube เพื่อนพาสิ่ง โฆษณารถยนต์ Subaru ผลิตสื่อเพื่อการตลาดให้กับลูกค้า สร้างสรรค์ผลงานให้ตรงตามจุดประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

ซึ่งการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา บริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ เพื่อศึกษาหาความรู้ ประสบการณ์ทำงานจริงตรงสายที่ได้เรียนมา และนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการผลิตคลิปวิดีโอ ซึ่งการปฏิบัติงานต้องทำงานร่วมกันหลายฝ่าย ทั้งขั้นตอนการวางแผน ขั้นตอนการถ่ายทำ ขั้นตอนหลังการผลิต โดยมีหัวหน้างานเป็นผู้ควบคุมการผลิตทุกฝ่ายเพื่อให้ได้งานเป็นไปในทางเดียวกันและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถส่งมอบงานเพื่อทำการเผยแพร่อย่างมีคุณภาพ

รายงานสหกิจฉบับนี้จึงเป็นการศึกษากระบวนการและหน้าที่ ของผู้ผลิตคลิปวิดีโอ เพื่อศึกษาการวางแผนอย่างเป็นระบบ ส่งผลต่อความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย ฝึกความอดทนในการทำงานให้สำเร็จตรงต่อเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี คอนเทนต์เป็นรูปแบบวิดีโอความบันเทิง เพื่อให้ข้อมูลสถานที่เที่ยว บรรยากาศภายในร้าน และงานคอนเสิร์ตที่จัดขึ้น เพื่อให้งานออกมามีความน่าสนใจ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ก่อนเผยแพร่สู่แพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อนำไปต่อยอดสู่สายอาชีพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่ออธิบายหน้าที่การผลิตคลิปวิดีโอให้แก่บริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ

1.3 ขอบเขตของรายงาน

- ศึกษากระบวนการทำงานหน้าที่ผู้ผลิตคลิปให้แก่บริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ ในระหว่างวันที่ 23 พฤษภาคม - 1 กันยายน 2566 เท่านั้น

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- องค์กรสามารถวางแผนการทำงานล่วงหน้าได้อย่างเป็นระบบ

- องค์กรได้รับการประชาสัมพันธ์เพื่อภาพลักษณ์ให้ทันสมัย
- องค์กรได้รับการตอบรับจากยอดวิวและยอดติดต่อ
- สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรได้



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย

จากการที่ผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตคลิปออนไลน์ พบว่าองค์ประกอบของการสื่อสาร นั้นมีบทบาทหน้าที่สำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ชมเป็นอย่างมาก เพราะยังมีกลยุทธ์การสื่อสารในรูปแบบของ Video Content ที่ดี จะสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ชมได้อย่างเข้าใจถึงความต้องการอย่างแท้จริง ซึ่งตรงกับแนวความคิดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการรับสื่อ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ VDO Content
- 2.3 แนวคิดขั้นตอนการผลิตวิดีโอ

2.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการรับสื่อ

Cherry (1978 อ้างถึงใน เกียรติคุณ เยาวรัตน์, 2559) ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารของมนุษย์นั้นทำเพื่อเป็นการแบ่งปันข่าวสารให้กันนั่นเองและการแบ่งปันข่าวสารนี้จะนำไปสู่การเข้าใจร่วมกันและดำเนินไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกันนั่นเอง

กล่าวได้ว่าการสื่อสารติดต่อแลกเปลี่ยนกันระหว่างคนในสังคม สามารถส่งต่อทัศนคติและพฤติกรรมระหว่างกันได้และการสื่อสารดำเนินไปโดยมีเหตุแห่งการตอบสนองความต้องการของปัจเจกและกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีแนวคิดของเหตุผลในการเปิดรับสื่อโดย McCombs & Becker (1979) ได้ให้ความเห็นว่า บุคคลจะใช้สื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

- 2.1.1 เพื่อรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตสิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้เท่าทันเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญและควรรู้
- 2.1.2 เพื่อการตัดสินใจ (Decision) โดยสื่อจะช่วยรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเพื่อใช้ในการตัดสินใจ
- 2.1.3 เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะไปใช้พูดคุยกับผู้อื่น
- 2.1.4 เพื่อการมีส่วนร่วม (participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวในสังคม
- 2.1.5 เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ (Reinforcement) โดยสื่อจะช่วยยืนยันการตัดสินใจที่ใดกระทำไปแล้วให้บุคคลมีความมั่นใจยิ่งขึ้น
- 2.1.6 เพื่อความบันเทิง (Entertainment) โดยสื่อจะช่วยทำให้บุคคลรู้สึกผ่อนคลาย อย่างไรก็ตาม ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารในปริมาณที่มากมายกว่ายุคใดๆ ในประวัติศาสตร์โลกและการเข้าถึงนั้นทำได้รวดเร็วทุกที่ทุกเวลา ทำให้ปริมาณ

ของข้อมูลข่าวสารเนื้อหาเหล่านั้นมีมากมายเกินกว่าบุคคลจะรับได้ทั้งหมด ปัจจัยในการตัดสินใจที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่มีประโยชน์ต่อตัวผู้รับสารเองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ที่ต้องศึกษาถึงเหตุแห่งพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อ (เกียรติคุณ เยาวรัตน์, 2559) (Cherry, 1978)

ผู้จัดทำได้ศึกษาและนำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการรับสื่อมาประกอบการทำความเข้าใจสถานการณ์บริบทของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อหาโอกาสผลิตวิดีโอให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร โดยร้าน Bull Bar เป็นผู้ส่งสารและมีสื่อกลางคือ Tiktok ผู้รับสารคือผู้ใช้งาน Tiktok ที่ชื่นชอบในการเที่ยวคอนเสิร์ตและสถานที่บันเทิงกลางคืน สร้างเนื้อหาคอนเทนต์ที่น่าสนใจและพัฒนาให้ทันยุคปัจจุบัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ VDO Content

ศุภภัทรา บุญยสุรย์ (2559 อ้างถึงใน เกียรติคุณ เยาวรัตน์, 2559) ว่ากันว่าในปี 2018 คอนเทนต์ที่มาแรงที่สุดคือ “วิดีโอ” จากการคาดการณ์ของ Filmora เผยว่าในปี 2020 คอนเทนต์กว่า 80% ของกราฟฟิกทั่วโลกจะมาจากวิดีโอ, 90% ของคอนเทนต์ที่ผู้บริโภคแชร์ใน Social Network จะเป็นวิดีโอ และ 87% ของนักการตลาด ก็จะใช้วิดีโอเป็นส่วนหนึ่งในแคมเปญ (“อัปเดตการใช้โซเชียลมีเดีย”, 2560) ทำให้คุณค่าของการศึกษา VDO Content จึงมีมากขึ้นตามไปด้วย และที่สำคัญคือด้วยปริมาณมหาศาลบนดิจิทัล การแข่งขันการทำ VDO Content จึงดุเดือดรุนแรงเกินกว่าจะปล่อยให้ขาดความเข้าใจจนเต็มเคลื่อนไปด้วยปริมาณแต่ขาดคุณภาพ แนวคิดของการทำวิดีโอคอนเทนต์จึงสำคัญอย่างยิ่งสำหรับวงการธุรกิจสื่อดิจิทัล

โดยปัจจุบันการนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) โดยเฉพาะการนำเสนอในรูปแบบ VDO Content ซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอโดยมีภาพเคลื่อนไหว เสียงอธิบายชัดเจนลักษณะของ VDO Content ดังนี้ (ศุภภัทรา บุญยสุรย์, 2559)

2.2.1 วิดีโอที่ใช้ควรมีความยาวที่เหมาะสม คลิปไทยที่ได้รับความนิยมที่มีเพจวิวเกิน 1 ล้านวิวขึ้นไป ส่วนใหญ่แล้วมักจะมีความยาวของวิดีโอประมาณ 2-5 นาที

2.2.2 ทดสอบการเผยแพร่ก่อนทำการสุ่มทดลองให้กลุ่มตัวอย่างได้ดูวิดีโอก่อนเพื่อที่จะหาข้อบกพร่องเช่น วิดีโอยาวไป สั้นไป หรือน่าเบื่อ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงต่อไป

2.2.3 มีเนื้อหา Content ที่ดีเนื้อหาวิดีโอ นั้นถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะหากไม่ตรงใจกลุ่มเป้าหมายแล้ว พวกเขาจะข้ามผ่านวิดีโอของคุณไปเลยอย่างไม่ลังเล ดังนั้นควรวางแผน การวางเนื้อหาให้ดีเพราะมันคือหัวใจ

2.2.4 ปล่อยวิดีโอในเวลาที่เหมาะสม เช่น ดูความหนาแน่นของประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงนั้นสูงๆ อาจจะเป็นช่วง 7-9 โมงเช้าก่อนเวลาทำงาน และช่วงบ่าย และช่วงเย็นเป็นต้น

2.2.5 ปล่อยวิดีโอในทีละทีๆ เหมาะสม เช่น อาจจะเริ่มปล่อยจาก Social Network ตามด้วย กระจายไปแหล่งชุมชนออนไลน์ต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการจะสื่อสารด้วย

2.2.6 ใช้ Influencer หรือผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิด ซึ่งบุคคลพวกนี้มีศักยภาพในการโน้มน้าว ผู้ที่ติดตามพวกเขาช่วยผลักดันวิดีโอให้แพร่หลายออกไปได้มากและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2.2.7 ใช้กระแสที่อยู่ในความสนใจในช่วงนั้นให้เป็นประโยชน์ หลายคลิปวิดีโอมีผู้คนมากมาย เข้าไปชมต่างๆ ที่ไม่ได้มีเนื้อหาอะไรเป็นพิเศษ แต่เป็นเพราะเพียงวิดีโอคลิปนั้นๆ มีเรื่องราวอยู่ใน ช่วงเวลาและสัมพันธ์กับกระแสที่สังคมกำลังให้ความสนใจ

2.2.8 ทำให้วิดีโอที่น่าสนใจนั้นง่ายต่อการแชร์ส่งต่อ เพราะหากวิดีโอคอนเทนต์จะยอดเยี่ยม เพียงไร แต่ขาดการส่งต่อบอกต่อ แล้วการเข้าถึงวิดีโอคอนเทนต์นั้นๆ ของกลุ่มเป้าหมายก็จะน้อยลง ไปด้วย

ผู้จัดทำได้นำแนวคิดเกี่ยวกับ VDO Content มาประกอบการสร้างเนื้อหาและผลิตวิดีโอให้ เหมาะกับคอนเทนต์แต่ละครั้งให้น่าสนใจ โดยมีเนื้อหาที่กระชับพอดี เข้าเนื้อหาเร็ว เข้าใจง่ายไม่ ซับซ้อนให้กลุ่มเป้าหมายใน Tiktok สนใจและไม่เลื่อนผ่าน เมื่อเราผลิตคลิปที่มีคุณภาพการตอบรับวัด ได้จากยอดคนเห็นและการกดไลค์เพิ่มขึ้น และเกิดการแชร์และบอกต่อ เพิ่มโอกาสในการกระจายสาร โดยนำเสนอคลิปด้วย Influencer เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ติดตามเกิดความสนใจยิ่งขึ้น เผยแพร่วิดีโอในเวลา ที่เหมาะสม

2.3 แนวคิดขั้นตอนการผลิตวิดีโอ

ก่อนการผลิตรายการวิดีโอทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิตรายการ อย่างไรก็ตามสามารถสรุปเป็นขั้นตอนของการผลิตรายการวิดีโอทัศน์ได้ 3 ขั้นตอน (3P) ดังนี้ (วิริยะ อินทร์อุดม : 2539)

2.3.1 ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production)

นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งก่อนเริ่มทำการผลิตรายการ ได้แก่ การเตรียมข้อมูล การ กำหนด หรือวางเค้าโครงเรื่อง การประสานงานกองถ่ายกับสถานที่ถ่ายทำ ประชุมวางแผนการผลิต การเขียนสคริปต์ การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์การบันทึกเสียง ห้องบันทึกเสียง ห้อง ตัดต่อ กล้องวิดีโอถ่ายทำ อุปกรณ์ประกอบฉาก อุปกรณ์แสง การเตรียมตัวผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วม รายการ ทีมงาน ทุกฝ่าย การเดินทาง อาหาร ที่พัก ฯลฯ หากจัดเตรียมรายละเอียดในขั้นตอนนี้ได้ดีก็ จะส่งผลให้ขั้นตอนการผลิตงานทำได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2.3.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

คือ เป็นขั้นตอนการดำเนินการถ่ายทำตามเส้นเรื่องหรือบทตามสคริปต์ที่ทีมงานผู้ผลิต ได้แก่ ผู้กำกับ ช่างภาพ ช่างไฟ ช่างเทคนิคเสียง ช่างศิลป์ และทีมงานจะทำการบันทึกเทปโทรทัศน์ รวมทั้งการบันทึกเสียง ตามที่กำหนดไว้ในสคริปต์ อาจมีการเดินทางไปถ่ายทำยังสถานที่ต่างๆ ทั้งในร่มและกลางแจ้ง มีการสัมภาษณ์ จัดฉากจัดสถานที่ภายนอกหรือในสตูดิโอ ขั้นตอนนี้อาจมีการถ่ายทำแก้ไขหลายครั้งจนเป็นที่พอใจ (take) นอกจากนี้อาจจำเป็นต้องเก็บภาพ/เสียงบรรยากาศทั่วไป ภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการขยายความ(insert) เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นและเข้าใจรายละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยทั่วไปจะมีการประชุมเตรียมงาน และมอบหมายงานให้กับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน และนั่นคือการทำงานของทีม

2.3.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

คือ การตัดต่อลำดับภาพ หรือเป็นขั้นตอนการตัดต่อเรียบเรียงภาพและเสียงเข้าไว้ด้วยกันตามสคริปต์หรือเนื้อหาของเรื่อง ขั้นตอนนี้อาจมีการใส่กราฟิกทำเทคนิคพิเศษภาพ การแต่งภาพการย้อมสี การเชื่อมต่อภาพ/ฉาก อาจมีการบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียงใส่เสียงพูดชาวน์บรรยากาศต่างๆ เพิ่มเติมอื่นๆ อาจมีการนำดนตรีมาประกอบเรื่องราวเพื่อเพิ่มอารมณ์ในการรับชมยิ่งขึ้น

ผู้จัดทำได้นำแนวคิดขั้นตอนการผลิตวิดีโอมาประกอบการผลิตวิดีโอ เพื่อลง Tiktok โดยมี 3 ขั้นตอน(3P) ดังนี้ ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production) เขียนบทสคริปต์เตรียมก่อนล่วงหน้าก่อนถึงวันงานคอนเสิร์ตของร้าน Bull Bar และประสานงานกับทีม จัดเตรียมอุปกรณ์ก่อนถึงวันถ่ายทำ ขั้นตอนการผลิต (Production) ได้ทำการถ่ายทำตามสคริปต์ที่วางแผน เก็บฟุตเทจ บันทึกเสียง ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) นำมาใช้ในการลำดับภาพและตัดต่อ ใส่เอฟเฟค เสียงภาพและดนตรีประกอบ เพื่อให้ได้วิดีโอที่มีคุณภาพตรงตามแผน

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

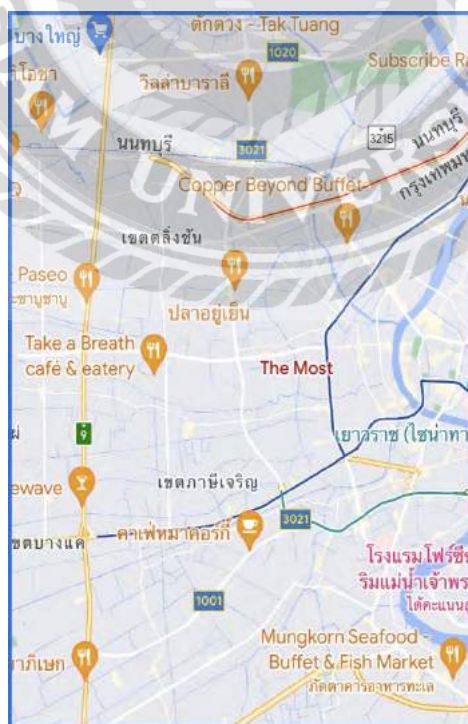
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ

บริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ

ที่อยู่ อาคาร เดอะโมสต์ (The Most) เลขที่ 7 ถนนราชพฤกษ์ แขวงบางพรหม เขตตลิ่งชัน
กรุงเทพฯ 10170



ภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) ของบริษัท Digital impact studio

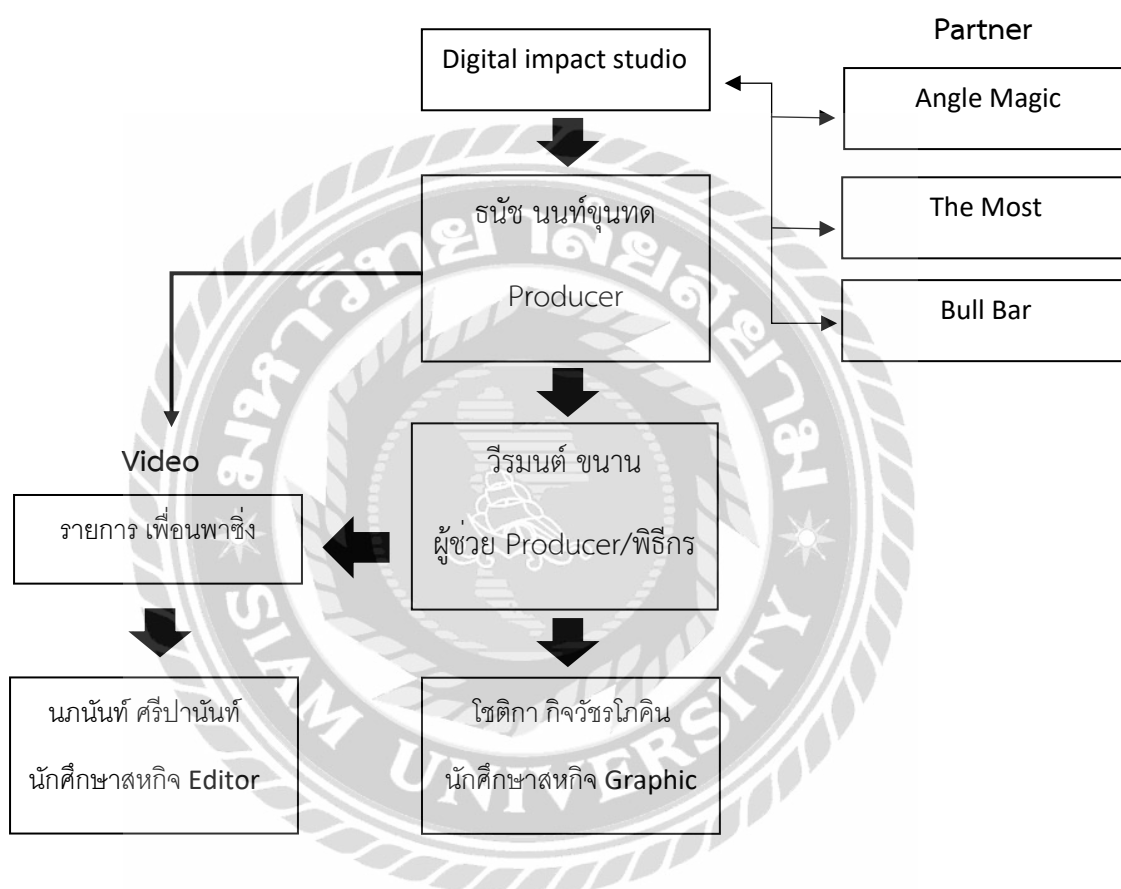


ภาพที่ 3.2 ตำแหน่งที่ตั้งบริษัท Digital impact studio

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท Digitalimpact studio เป็นบริษัท ผลิตสื่อ VDO และภาพนิ่ง ครบวงจร เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ ให้เข้ากับการตลาดยุคใหม่ ดูแลเพจต่างๆ และโฆษณา

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริการขององค์กร



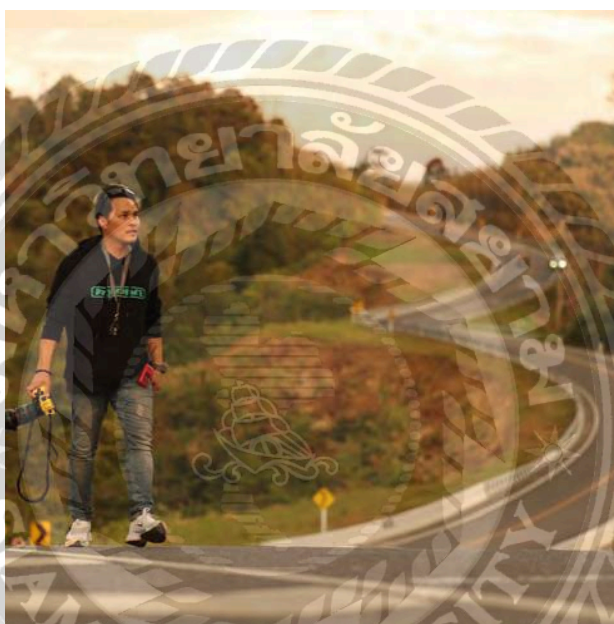
ภาพที่ 3.3 ตำแหน่งพนักงาน บริษัท Digitalimpact studio

3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ชื่อ นางสาวณนันท ศรีปานันท์ ตำแหน่งนักศึกษาศาสทิจหน้าที่ Editor ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย ตัดต่อ VDO ต่างๆ ตามรูปแบบที่ได้รับมอบหมาย อย่างเช่น ตัดต่อวิดีโอ รายการเพื่อนพาซิ่ง โดยทางรายการมี Footage ที่อัดไว้ให้ และบริรูรูปแบบงานอีกที่ และดูแลสื่อร้าน Bull Bar หน้าที่แอดมิน Tiktok รูปแบบงานจะเป็นการวางแผน คิดคอนเท้นก่อนล่วงหน้า ที่จะมีคอนเสิร์ต เก็บ

ภาพบรรยากาศ ที่วางแผนไว้ และนำภาพมาตัดต่อใส่ เพลง,เสียง,เอฟเฟค ต่างๆ จนถึงขั้นตอนการเผยแพร่ลง Tiktok และนำวิดีโอแอนวนอนมาจัดสัดส่วนให้เข้ากับสื่อ Tiktok โดยการครอบ เป็นต้นหน้าที่ได้คัท เพื่อให้กราฟฟิกนำไปทำสื่อต่างๆ และในส่วนของงานโฆษณา รถ Subaru ออกกอง มีหน้าที่ประสานงานกับทีมงาน และนักแสดง ดูแลเรื่องจัดเตรียม อาหารให้ทีมงาน ดูแลนักแสดง จัดเตรียมอุปกรณ์จัดฉากต่างๆ และความเรียบร้อยภายในกองถ่าย

3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา



ภาพที่ 3.4 คุณ วิรมนต์ ขนาน พนักงานที่ปรึกษา

3.6 ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

เริ่มปฏิบัติงาน วันที่ 23 พฤษภาคม - 1 กันยายน 2566

โดยปฏิบัติงาน 5 วัน / ต่อสัปดาห์ (จันทร์-ศุกร์) เวลา 10:00-18:00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

สัปดาห์ที่	รายละเอียด
1	ทำความรู้จักพี่ๆในองค์กร และแนะนำตัว จัดหาเพลงฮิต 5 อันดับ ของ Greasy cafe ศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเพจต่างๆที่ต้องดูแลและทำสรุปวิเคราะห์ หาร้านเพื่อศึกษาร้านต่างๆเพื่อนำมาพัฒนางานกราฟฟิกและทดลองทำกราฟฟิก
2	คิดคอนเท้นประจำสัปดาห์ร้าน The Most ลงวัน อังคาร พฤหัส ศุกร์ อาทิตย์ ปรับอัตราส่วนวิดีโอแนวนอนให้เป็นแนวตั้ง เพื่อลง Tiktok รับหน้าที่แอดมินดูแลTiktok ร้าน Bull Bar และลงคลิปคอนเสิร์ต
3	หาข้อมูลห้องคาราโอเกะและถ่ายภาพห้องคาราโอเกะในร้าน The Most เตรียมตัวดูตารางออกกองถ่ายโฆษณา Subaru ลงคลิป Tiktok Bull Bar ประจำสัปดาห์ /คิดแคปชั่นให้เข้ากับกราฟฟิกเพจ The Most
4	ออกกองถ่าย Subaru ประสานงานทีมงานและดูแลนักแสดง จัดอาหาร จัดฉาก ดูแล ความเรียบร้อยภายในกอง
5	ลำเรียงภาพตามคอนเท้นต์คอนเสิร์ตเกรซซีคาเฟ่ที่ถ่ายไว้มาตัดต่อตามเสียงภาค ตัดคลิปปรายการเพื่อนพาสิ่ง Ep.พิเศษ งาน Tokyo Auto Salon Dicut รูปเบน ชลาทิศ, ลุลา /ดูแลกล้องไลฟ์สดงานคอนเสิร์ตเทททุคัลเลอร์เพื่อฉาย ขึ้นจอร้าน Bull Bar /ได้เรียนรู้เรื่องการคิดคอนเท้น เปรียบเทียบโฆษณาการตลาดของ คู่แข่งหรือร้านที่คล้ายกัน เรียนรู้เรื่องระบบหลังบ้านการยิงแอด ได้รับคำแนะนำการใช้ เว็บไซต์หรือโปรแกรม Ai ตัวช่วยในการทำงาน ช่วยหาเรฟเฟอร์ไลน์เพื่อออกแบบบัตร VIP
6	อัปเดตงานตัดต่อรายการเพื่อนพาสิ่ง Tokyo Auto Salon Dicut เจ้านาย,Paradox,ไอ้ต ปราโมทย์,แจ๊ส สปีกนิก,Indigo
7	ถ่ายคอนเท้นต์ The Most ภาพอาหารและบรรยากาศ/อัปเดตงานแกคคอนเท้น ช่วยเผยแพร่สื่องานเชิญชวนมาเที่ยวคอนเสิร์ต ยังโอม
8	ได้รับมอบหมายให้ศึกษาข้อมูลตัวอย่าง Tiktok เพื่อนำมาสร้างTiktok ร้าน The Most แกคคลิปงานคอนเสิร์ตเกรซซีใหม่เพื่ออัปเดตเสียงลง Tiktok
9	ตัดแกคงานคอนเสิร์ตเกรซซีคาเฟ่/ได้รับมอบหมายให้สร้าง Tiktok ร้านThe Most และบริฟงานตามเรฟเฟอร์ไลน์ ให้นำคลิปที่ทางบริษัทเก็บภาพบรรยากาศต่างๆไว้ให้

	ลองไปตัดต่อเพื่อเผยแพร่ โดยคลุมโทนตามสไตล์ร้าน / ประสานงาน, คัดคำถามสัมภาษณ์งานคอนเสิร์ต เบน ชลาทิศ
10	Dicut ทีมฟุตบอล ลงคลิป Tiktok ร้าน Bull Bar
11	ลงคลิป Tiktok ร้าน The Most และลงคลิป Tiktok งานคอนเสิร์ตประจำสัปดาห์ร้าน Bull bar เก็บงานตัดต่อเพื่อนพาซิ่ง และงานคอนเสิร์ตเกรซซี่ คาเฟ่
12	ช่วยแชร์เชิญชวนมาเที่ยวคอนเสิร์ตแทททูคัลเลอร์
13	เก็บภาพบรรยากาศงานคอนเสิร์ตแทททูคัลเลอร์ โฉมกล้องขึ้นจอโปรเจคเตอร์ในร้าน
14	วางแผนถ่ายงานคอนเสิร์ตเจ้านาย ตาม Reference
15	กำกับงานเก็บภาพ فوتเทจในงานคอนเสิร์ตเจ้านาย
16	ตัดต่องานคอนเสิร์ตเจ้านายให้ตรงตามแผน และทำการเผยแพร่

ตารางที่ 3.1 ตารางการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้



ภาพที่ 3.5 กล้อง Mirror less Lumix



ภาพที่ 3.6 ไม้กันสั่น Gimbal



ภาพที่ 3.7 notebook Lenovo idea pad 320S



ภาพที่ 3.8 iPhone 7 Plus



ภาพที่ 3.9 ขาตั้งกล้อง



ภาพที่ 3.10 ไมค์ Wireless



ภาพที่ 3.11 วิทยุสื่อสาร



ภาพที่ 3.12 โปรแกรมที่ใช้ในการทำงาน

Adobe illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Premierepro, Adobe After Effect

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ในหน้าที่ การผลิตคลิป ของบริษัท ดิจิทัลอิมแพ็คสตูดิโอ มีผลการปฏิบัติงาน และกระบวนการ ดังนี้

หน้าที่โดยสังเขป : ผู้ดูแลกระบวนการผลิต ตั้งแต่ขั้นตอนวางแผนก่อนการผลิต (Pre - Production) ขั้นตอนการถ่ายทำ (Production) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

4.1 หน้าที่ได้รับมอบหมาย

ดูแลและผลิตสื่อรูปแบบวิดีโอให้กับองค์กรที่บริษัท ดิจิตอล อิมแพค สตูดิโอดูแล ดังนี้

4.1.1 ผลิตคลิปวิดีโอร้าน Bull Bar

ร้าน Bull Bar เป็นสถานบันเทิงยามกลางคืน ซึ่งจะจัดงานคอนเสิร์ตศิลปินต่างๆในทุกเดือน สื่อที่ผลิตจึงเป็นรูปแบบเพื่อความบันเทิง (Entertainment) โดยสื่อจะช่วยทำให้ผู้ชมรู้สึกผ่อนคลาย

ขั้นตอนกระบวนการผลิตเนื้อหา VDO Content มีดังนี้

1. ความยาววิดีโอ 1-2 นาที เลือกใช้ในความยาวที่เหมาะสมกับการลงสื่อ Tiktok
2. เนื้อหา (Content)

คอนเสิร์ตเกรซซี่ : ได้รับการบริฟงานจากเจ้าของร้านให้คิดคอนเทนต์ มุมมองเป็นคนที่มาเที่ยวและรีวิว โดยใส่มุขตลกบางช่วงเพิ่มความสุข และเข้าถึงง่ายเหมือนเพื่อนบอกเพื่อน โดยหลักๆ เจ้าของร้านต้องการให้สื่อ แอร์เย็น เครื่องเสียงดี มีการใกล้ชิดศิลปิน มีดนตรีสด และดีเจเปิดเพลงสนุก อยากรู้ให้ภาพลักษณ์ร้านออกมาสนุกและดูเป็นธรรมชาติ



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างผลงานที่เผยแพร่คอนเสิร์ตเกรซซี่คาเฟ่

คอนเสิร์ตเจ้านาย : หัวหน้างานบริษัทให้ทำคลิปรีวิวนิวแวนคลับเจ้านายมาเที่ยวที่ร้าน และรีวิวบรยากาศภายในให้สนุกสนาน โดยมีเรพเพอร์เร็นแคมเปญ After Work by Heineken เป็นตัวอย่างใช้คำที่สนุกๆ มีคำสบบ้างเป็นบางช่วง



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างผลงานที่เผยแพร่งานคอนเสิร์ตเจ้านาย

3. ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเผยแพร่ Tiktok

วัน	เช้า	กลางวัน	เย็น
จ.-ศ.	06:00 น.	13:00-16:00 น.	20:00 น.
ส.-อา./นักชัตฤกษ์	10:00 น.	-	20:00 น.
เวลาที่ดียที่สุดคือจันทร์ อังคารและศุกร์ อยู่ในช่วงเวลา 10:00 น. ช่วงเย็น 20:00 น. และ 23:00 น.			

อ้างอิงจาก <https://zortout.com/blog/tiktok-follower-increased>

4. ใช้ Influencer

ในการโน้มน้าวผู้ที่ติดตามพวกเขาช่วยผลักดันวิดีโอให้แพร่หลายออกไปได้มากและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งทางร้านได้จ้าง Influencer มาช่วยรีวิวโปรโมทร้านผ่านสื่อต่างๆ โดยเราคิดคอนเทนต์



ภาพที่ 4.3 ภาพตัวอย่างที่ใช้ Influencer

ขั้นตอนการผลิตคลิปวิดีโอ

ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production)

ประชุมวางแผนการผลิตกับทีมงานในการคิดคอนเทนต์ และรับการbriefงานจากหัวหน้าทีม เพื่อให้เข้าใจรูปแบบงานไปในทิศทางเดียวกัน



ภาพที่ 4.4 การประชุมวางแผนงาน

การเตรียมข้อมูลโดยการคิดสคริปต์เตรียมไว้ก่อนล่วงหน้าวันถ่ายทำ

Scene	รายละเอียด	เสียง
1.	โถงใต้ สิบดิน	ศิลปินร้องเพลง
2.	จุดชมรมเล่น บิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง	ซีดี Bull bar มีคนเล่น บิลเลียด
3.	ภาพ ฉายภาพโชว์ DJ	เพลงเพลงสนุกๆที่มีจังหวะเร็วๆ ที่มีเสียงโคมก๊องก๊อง เสียงดัง
4.	แสดง VDO สตรีที่เล่นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง ในบาร์ Bull bar	เสียงพูดคุยและเสียงเชียร์ เพราะมีคนเล่นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง สนุกๆอยู่ตรงนั้น
5.	ภาพบรรยากาศคนเล่นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง	ดนตรีที่เล่นใน Bull Bar นักร้องที่เล่นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง
6.	ภาพศิลปินสิบดินและบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง	ไม่มีเสียงศิลปินสิบดินร้องเพลง เป็นเสียงเชียร์
7.	ภาพโชว์ดนตรีในบาร์และบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง	ซีดีเพลงเร็วๆที่มีจังหวะสนุกๆ ประมาณ 4 เพลง เป็นเสียงเชียร์และคนเล่นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง
8.	บรรยากาศคนเล่นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง	เสียงเชียร์ เสียงเพลงจังหวะสนุกๆ มีคนเล่นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง
9.	บริเวณศาลาโถงแสดงโชว์	ซีดีไม่มีเสียงร้องในเพลงที่เล่น ไม่เป็นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง
10.	โถงใต้ชมรมบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง	เป็นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง ที่คนเล่นบิลเลียดและบิลโบว์ลิ่ง
11.	เพลงแสดงโชว์	เพลง

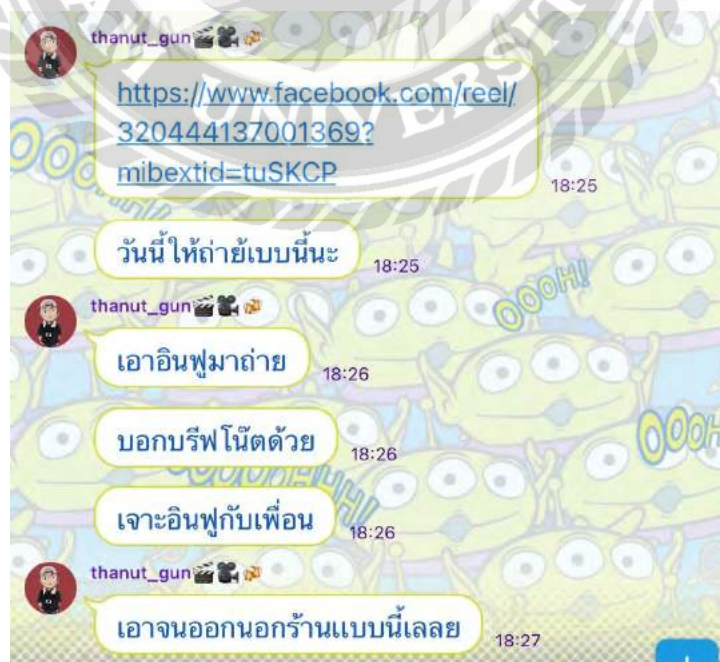
ภาพที่ 4.5 ภาพตัวอย่างสคริปต์เกรซซี่คาเฟ่

การประสานงานโดยติดต่อทีมงาน เพื่อเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมในการถ่ายทำก่อนวันจริง โดยอุปกรณ์ที่ใช้มี กล้อง ขาตั้งกล้อง ไมค์ล้อย ไฟหัวกล้อง และเลนากล้อง



ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างภาพประสานงานเพื่อเตรียมอุปกรณ์

การเตรียมตัววางแผนจาก Reference และติดต่อประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องอย่าง Influencerและช่างกล้องเพื่อรับทราบแผนงาน



ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างภาพการประชุมและbriefงานออนไลน์

ขั้นการผลิต (Production)

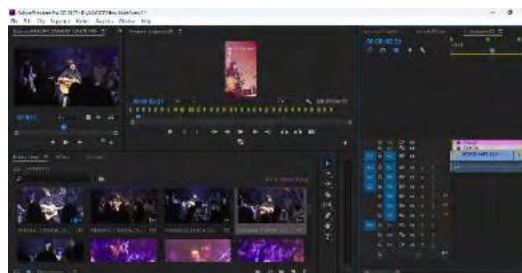
จะมีการประชุมในทีม และมอบหมายงานเตรียมงานก่อนเริ่มถ่ายทำ ผู้จัดทำรับหน้าที่คุมงานให้เป็นไปตามแผนสคริปต์และสตอรี่บอร์ดที่เตรียมไว้ และกำกับพี่ช่างกล้องเก็บภาพ/เสียงบรรยากาศทั่วไป ภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการขยายความ ขั้นตอนนี้อาจมีการถ่ายทำแก้ไขหลายครั้งจนเป็นที่พอใจ



ภาพที่ 4.8 เบื้องหลังการถ่ายทำ

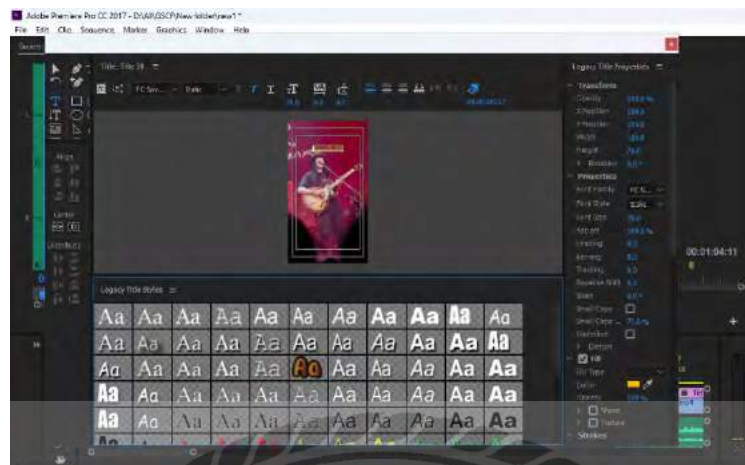
ขั้นการผลิตหลังการผลิต (Post-Production)

การตัดต่อลำดับภาพ เรียงลำดับภาพโดยนำคลิปมาเรียงในโปรแกรม Adobe Premiere Pro ใช้เทคนิคคัทชนคัท เรียงตามสตอรี่บอร์ดที่วางแผนไว้ โดยคัดเลือกภาพที่ถ่ายไว้ให้ตรงสตอรี่บอร์ดหรือใกล้เคียงที่สุด และนำเสียงที่อัดไว้ตามสคริปต์มาเรียบเรียงให้ตรงตามภาพ



ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างเรียงลำดับภาพตามสตอรี่บอร์ด

ใส่กราฟิกให้กับตัวหนังสือ เลือกสีไปในทิศทางเดียวกัน เลือกฟรอนที่อ่านง่ายและเพิ่มเงาเพื่อให้ตัวอักษรมีมิติและเด่นมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างทำตัวหนังสือกราฟิก

เทคนิคพิเศษ transitions ในช่วงเชื่อมต่อเปลี่ยนฉากถัดไปเพื่อให้สมูทขึ้น และใส่เอฟเฟค Overlay โดยทำการดาวโหลดจากเว็บไซต์ที่แจกให้ดาวโหลดฟรีและถูกลิขสิทธิ์ที่สามารถนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ ใส่ในช่วงที่ทำการเปลี่ยนฉาก และใส่เอฟเฟคสติ๊กเกอร์ลูกเล่นต่างๆเพิ่มเข้าไป เพื่อให้คลิปสวยงามเพิ่มความน่าสนใจให้กับคลิปที่ผลิตมากยิ่งขึ้น นำดนตรีมาประกอบเรื่องราวเพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชมยิ่งขึ้น เมื่อตัดต่อเสร็จตรวจสอบงานให้รอบคอบ และส่งให้หัวหน้างานตรวจสอบ

ตัวอย่างคลิปที่เผยแพร่ใน Tiktok ร้าน Bull Bar

<https://vt.tiktok.com/ZSN5Wer33/>

<https://vt.tiktok.com/ZSN5WR3n4/>



ภาพที่ 4.11 ขั้นตอนการส่งงานเพื่อตรวจสอบ

4.1.2 ผลิตคลิปวิดีโอ รายการเพื่อนพาซิ่ง

รายการเพื่อนพาซิ่ง เป็นรายการเกี่ยวกับรถซิ่ง งานที่ได้รับมอบหมายคือตัดต่อ Vlog Ep.พิเศษ ในงาน Tokyo Auto Salon ได้รับการบริฟให้ตัดแบบคัตชนคัทและส่งมาให้ดูก่อน หลังจากนั้นค่อยใส่เอฟเฟคต่างๆ และทางเจ้าของรายการมีฟุตเทจมาให้ เริ่มจากหาเพลงเลือกเอาเพลงสนุกๆแนวฮิปฮอปมาใส่ ให้ได้อารมณ์รถแข่งแต่มีกลิ่นไอญี่ปุ่น และใส่เอฟเฟคหรือใส่พรีออนที่ให้ความเป็นญี่ปุ่น เพื่อให้ได้ขอบเขตงานเกี่ยวกับรถที่จัดในประเทศญี่ปุ่น

ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre - Production)

- ประชุมวางแผนการผลิต บริฟงานภายในออฟฟิศกับผู้ดำเนินรายการ
- รับไฟล์ฟุตเทจจากทีมงาน
- เตรียมข้อมูลในการเล่าเรื่อง

ขั้นตอนการผลิต (Production)

1. การตัดต่อ

นำภาพเข้ามายัง Adobe Premiere Pro ลำดับภาพในการเล่าเรื่อง ย่อขยายตัดคัตชนให้กระชับขึ้น แบ่งช่วงในการทำโดยแบ่งส่วน ไฮไลท์, เนื้อหา, ท้ายคลิป ส่งให้เจ้าของรายการตรวจสอบก่อนจึงสามารถทำขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 4.12 ขั้นตอนลำดับภาพรายการเพื่อนพาซิ่ง

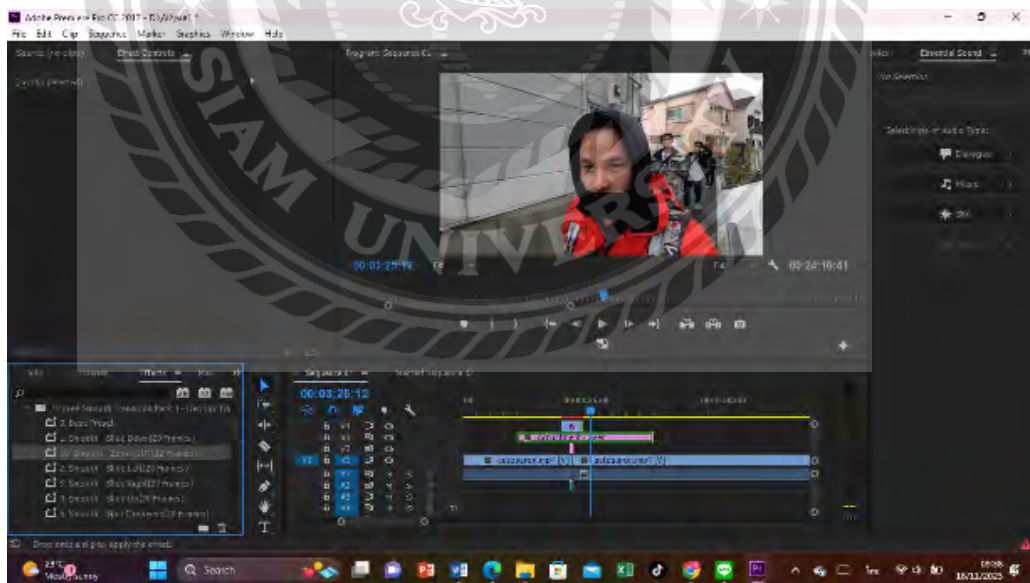
2. ขั้นตอนการทำเอฟเฟค

กรอบรูปในส่วนของไฮไลท์ ใช้โปรแกรม Adobe After Effects โดยการทำลูกเล่นชื่อรายการเพื่อนพาซึ่งเป็นกรอบเล็กๆ และทำให้ตัวอักษรวิ่งตามกรอบสี่เหลี่ยมให้ได้ลูกเล่นดึงดูดสายตามากขึ้น



ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างเอฟเฟคกรอบรูป Highlight

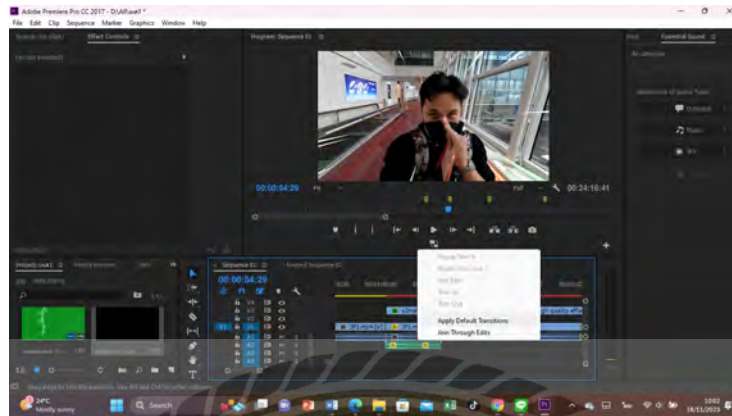
สร้าง Transition ใส่ชั้นระหว่างเปลี่ยนฉาก สร้าง Adjustment Layer และดึงมาใส่ใน sequence เลือกเอฟเฟคที่จะใช้ดึงใส่ Adjustment Layer ที่เลือกไว้



ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างสร้าง Transition เปลี่ยนฉาก

3. เสียง/ดนตรี

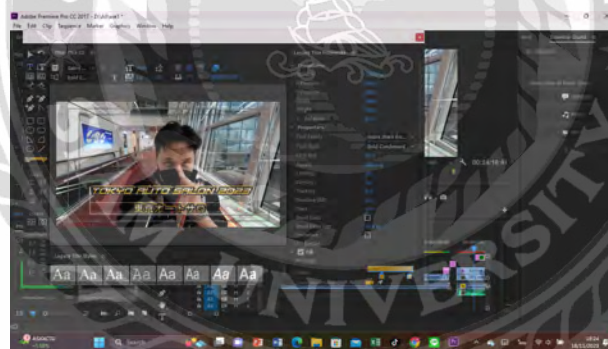
เพิ่มระดับความดังให้เสียงเท่ากัน และทลิ่เสียงให้ค่อยๆเฟรดเบาเมื่อเชื่อมฉากถัดไปที่มีบทพูด เพิ่มความสมูทให้เสียงเชื่อมกันมากขึ้น คลิกขวาตรงจุดที่เราจะเชื่อม เลือก Apply Default Transitions



ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างปรับเสียง

4. ฟอนต์

ใส่ตัวอักษรบางช่วงที่ต้องการจะเน้นคำนั้น ทำฟอนต์กราฟิกไล่สี Gradient และเพิ่มลูกเล่นด้วยการทำเงาวีงผ่าน



ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างขั้นตอนการทำฟอนต์

ผลงานที่ได้รับการเผยแพร่ <https://youtu.be/EZQbC09IbPw?si=wfKAwGdYQDR7HSUM>

ผู้จัดทำได้นำแนวคิดเกี่ยวกับ VDO Content มาประกอบการสร้างเนื้อหาและผลิวิดีโอให้เหมาะกับคอนเทนต์แต่ละครั้งให้น่าสนใจ โดยมีเนื้อหาที่กระชับพอดี เข้าเนื้อหาเร็ว เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนให้กลุ่มเป้าหมายใน Tiktok สนใจและไม่เลื่อนผ่าน เมื่อเราผลิตคลิปที่มีคุณภาพการตอบรับวัดได้จากยอดคนเห็นและการกดไลค์เพิ่มขึ้น และเกิดการแชร์และบอกต่อ เพิ่มโอกาสในการกระจายสาร โดยนำเสนอคลิปด้วย Influencer เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ติดตามเกิดความสนใจยิ่งขึ้น เผยแพร่วิดีโอในเวลาที่เหมาะสม

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา

จากที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ ในบทบาทผู้ผลิตคลิปวิดีโอ ได้รับประสบการณ์การทำงานร่วมกันเป็นทีม เรียนรู้ระบบการทำงานในสายงานที่เรียนมา และสามารถนำความรู้ที่ศึกษามาประยุกต์ใช้ในงานเพื่อตอบโจทย์ของชิ้นงาน ซึ่งส่งผลให้ผู้จัดทำมีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และวางแผนงานโดยจัดตารางงานล่วงหน้า เพื่อส่งมอบงานให้ตรงต่อเวลาตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ เรียนรู้จากสิ่งผิดพลาดและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

5.2 สรุปผลการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา

การจัดทำโครงการสหกิจศึกษาที่บริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตสื่อในรูปแบบวิดีโอและอื่นๆ มีกระบวนการดังนี้

5.2.1 ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production)

5.2.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

5.2.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

สามารถวัดผลหลังจากการเผยแพร่ พบว่ามียอดผู้ชมและติดตามมากขึ้น ส่งผลให้ผู้เห็นวิดีโอเกิดการตัดสินใจมาร้านได้ง่ายขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา

- การวางแผนล่วงหน้าเพื่อเวลาในการแก้ไขงาน เพื่อส่งงานให้ทันกำหนด
- หาความรู้เพิ่มทักษะในการพัฒนาฝีมือสม่ำเสมอให้ทันยุคสมัย
- การสื่อสารกันในทีม ถ้าไม่เข้าใจให้ถามเพื่อให้เข้าใจ
- ควรพักผ่อนให้เพียงพอ เพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

5.4 ปัญหาและอุปสรรคการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา

- ทำงานไม่ตรงตามbrief ต้องใช้เวลาในการแก้ไขหลายครั้ง
- อุปกรณ์การตัดต่อพื้นที่ไม่เพียงพอ ทำให้ส่งงานล่าช้า

บรรณานุกรม

- เกียรติคุณ เยาวรัตน์. (2561). กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Runner’s Journeys”. (ค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วชิระ อินทร์อุดม. (2539). การผลิตวีดิทัศน์เพื่อการศึกษา. [เอกสารประกอบการสอนวิชา 121-703]. ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.





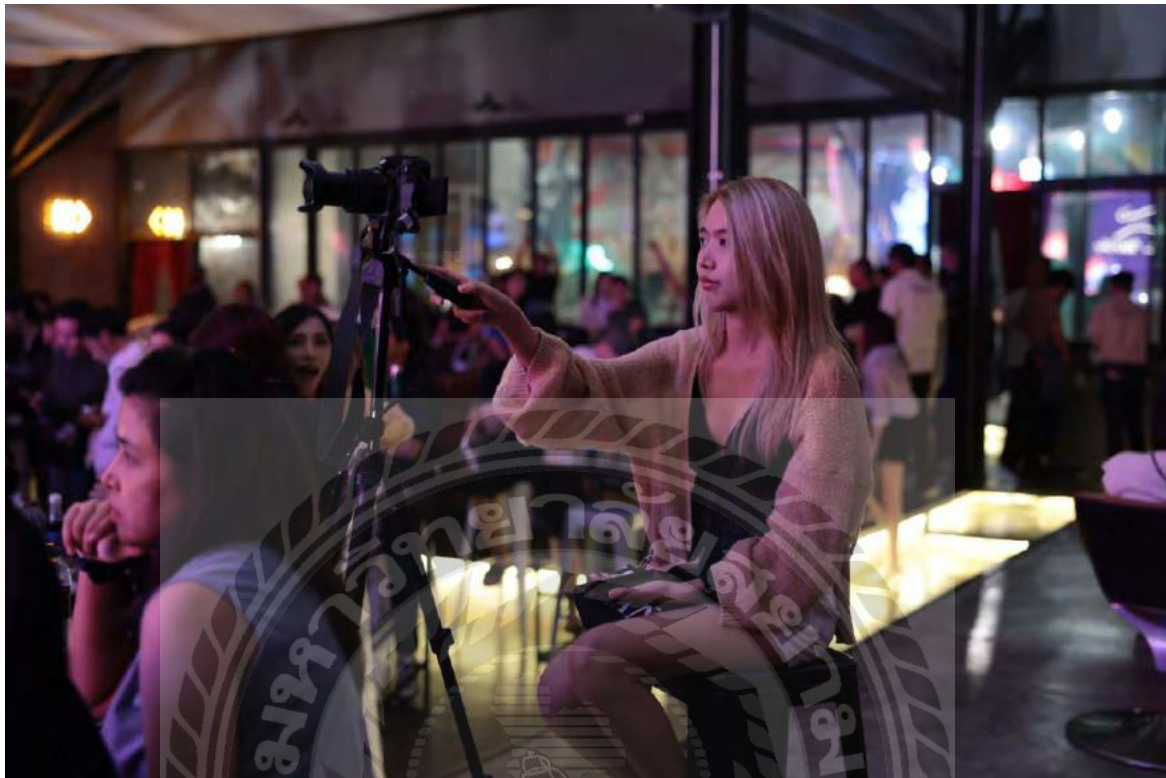
ภาคผนวก ก



บรรยากาศสัมภาษณ์คอนเสิร์ตเบน ชลาทิศ ร้าน Bull Bar



บรรยากาศถ่ายงานคอนเสิร์ต tattoo colour



บรรยากาศควบคุมกล้องถ่ายไลฟ์ขึ้นจอโปรเจคเตอร์



บรรยากาศถ่ายงานร้าน The Most



บรรยากาศออกกองถ่ายโฆษณา ZUBARU



ตัวอย่างผลงานงานไดคัท

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ นางสาวณัณท์ ศรีปานันท์
 รหัสนักศึกษา 6304600078
 เบอร์ติดต่อ 083-040-5197
 Email Nopphanan.sri@siam.edu
 ที่อยู่ปัจจุบัน ลุมพินีพาร์ริเวอร์ไซด์พระราม 3 ตึก B เลขที่ 6/173 ถนนพระราม 3 แขวงบาง
 โพงพาง เขตยานนาวา กทม. 10120
 ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษา โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม
 การศึกษาระดับมัธยมปลาย โรงเรียนวัดประตู่ในทรงธรรม
 ปัจจุบัน กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
 สาขาวิชาสื่อดิจิทัล

ความสนใจทางด้านวิชาการ กราฟฟิคดีไซน์ และการตัดต่อ

ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา

ตำแหน่ง กราฟฟิคดีไซน์และตัดต่อ

สถานประกอบการ บริษัท ดิจิทัล อิมแพ็ค สตูดิโอ

ทักษะและความสามารถพิเศษอื่นๆ

สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น illustrator, Photoshop, Premiere Pro, After Effect