



**PEMBUATAN KONTEN DAN EDITOR BANGGA SURABAYA
“JAMU TRADISIONAL EMPON-EMPON”**

DI HUMAS PEMERINTAHAN KOTA SURABAYA

KERJA PRAKTIK

Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi

Oleh:

RR. DIANA HARDISARASWATI

17.51016.0029

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2020**

PEMBUATAN KONTEN DAN EDITOR BANGGA SURABAYA

“JAMU TRADISIONAL EMPON-EMPON”

DI HUMAS PEMERINTAHAN KOTA SURABAYA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Tugas Akhir



Disusun Oleh:

Nama : RR. DIANA HARDISARASWATI

NIM : 17.51016.0029

Program : DIV (Diploma Empat)

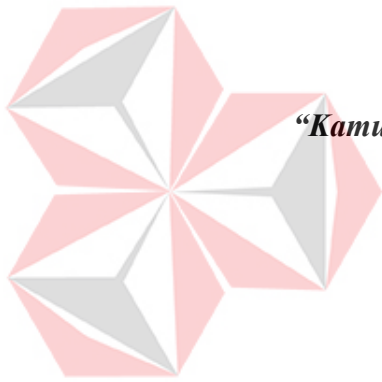
Jurusan : Produksi Film dan Televisi

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

LEMBAR MOTTO



***“Kamu bisa belajar darimana saja bahkan sebutir batu di pinggir
jalan sekalipun.”***

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



*Ku persembahkan untuk Bangsa dan Tanah Airku, Keluarga,
Almamater, Sahabat serta teman-teman tercinta.*

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

PEMBUATAN KONTEN DAN EDITOR BANGGA SURABAYA

“JAMU TRADISIONAL EMPON-EMPON” DI HUMAS

PEMERINTAHAN KOTA SURABAYA

Laporan Kerja Praktik oleh

Rr. Diana Hardisaraswati

NIM: 17.51016.0029

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 13 Juli 2020

Disetujui:

Pembimbing



Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom.

NIDN. 0711086702

Penyelia



NIP. 198801222011011008

Mengetahui,

Ketua Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi



Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom.

NIDN. 0711086702

LEMBAR PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Universitas Dinamika, saya:

Nama : Rr. Diana Hardisaraswati
NIM : 17.51016.0029
Program Studi : DIV Produksi Film dan Televisi
Jurusan/Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Judul Karya : Pembuatan konten dan editor Bangga Surabaya "Jamu Tradisional Empon-Empon" di Humas Pemerintahan kota Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) Atas karya ilmiah atas seluruhnya atau sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagai manapun keseluruhan. Kutipan karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya tujuan yang dicantumkan dalam daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelat kesarjanaan yang telah di berikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Juli 2020



METERAI
TEMPEL
B656CAHE411013509
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Rr. Diana Hardisaraswati

NIM : 17.51016.0029

ABSTRAK

Menjadi seorang konten kreator tidaklah mudah. Ia harus mampu memahami segala bentuk gambar, video, lisan, tulisan yang akan dikembangkan dalam bentuk ide/konsep dan kemudian dijadikan sebagai materi kepada para penonton. Garis besarnya menjadi *content creator* dituntut untuk punya ide-ide orisinal supaya bisa menghasilkan materi baru yang berbeda tapi tetap bisa diterima dan laku di masyarakat. Topik-topik yang dipilih oleh para *content creator* juga sangat beragam, mulai dari *fashion*, *beauty*, kuliner, sampai *daily vlog*. Keberadaan profesi *content creator* memang nggak lepas dari kemajuan teknologi. Nah konten-konten yang dibuat itu biasanya dimuat di *platform digital*, seperti YouTube, Instagram, Snapchat, WordPress, dan sebagainya.

Konten video singkat adalah tren yang meningkat di tahun 2019, berkat perkembangan teknologi dan peningkatan aksesibilitas di semua platform. Membuat sebuah konten video pastinya membutuhkan beberapa tahap, mulai dari menulis naskah atau konsep video yang akan dibuat, kameramen, aktor, editor dalam sebuah video dan masih banyak lagi.

Di era saat ini, Masyarakat sangat kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi yang mengalami kemajuan yang pesat saat ini dengan membuat karya-karya berupa video pendek dalam memberikan informasi singkat/hal hal lucu yang bermfaat. Terutama di Youtube, karena kecanggihan teknologi dan informasi saat ini masyarakat bisa memperoleh pendapatan tambahan disela-sela waktu luang diluar jam bekerja mereka dengan membuat konten video tutorial, video daily, video blog, atau video apapun yang positif untuk diunggah di Youtube. Tak hanya itu, konten video juga biasanya di publish di Instagram. Mungkin saat ini bisa menjadi peringkat atas karena semakin canggih dan pembaharuan analisis, insight, filter, yang semakin berkembang di instagram. Lain halnya dengan youtube, Instagram lebih pada sarana dalam melakukan promosi penjualan yang mudah dan efektif yang semakin di dukung dengan konten-konten video/foto.

Dalam hal ini penulis bertindak sebagai *Content Creator*, *Video Editor* serta *kameramen*. Penulis mempunyai tugas menyusun serta membuat konsep video dari ide dan gagasan yang telah dirancang. Sedangkan sebagai *Video Editor* adalah bertanggung jawab terhadap penyuntingan video bertemakan (COVID-19) tentang langkah awal pencegahan Virus Corona dengan sering mengkonsumsi “*Jamu Tradisional Empon-Empon*” agar lebih menarik dan mengedukasi sebelum dipublikasikan. Oleh karenanya dibutuhkan orang-orang kreatif dalam dunia industri kreatif sehingga mampu berfungsi sebagai *Content Creator*, *Video Editor* dan *kameramen*. Penulis melakukan kerja praktik di Humas Pemerintahan Kota Surabaya, sehingga dalam penulisan laporan Kerja Praktik ini diambillah judul “*Pembuatan konten Instagram dan Youtube @Bangga Surabaya sebagai kameramen dan editor “Jamu Tradisional Empon-Empon” di Humas Pemerintahan kota Surabaya*”

Kata Kunci: *Media social Instagram dan Youtube, Content Creator*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan laporan Kerja Praktik dengan judul *“Pembuatan konten dan editor Bangsa Surabaya “Jamu Tradisional Empon-Empon” di Humas Pemerintahan kota Surabaya”* dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam Penyelesaian laporan Kerja Praktik (KP) ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan masukan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu diucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua serta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika
3. Bapak Dr. Jusak selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
4. Bapak Jefri, S.Sos selaku Kepala Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintahan Kota Surabaya bersedia memberikan tempat untuk melakukan Kerja Praktik.
5. Bapak Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS. selaku Ketua Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi dan juga selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik.
6. Rekan-rekan *crew* dari Humas Pemkot Surabaya yang sudah membagi ilmunya sehingga saya bisa seperti sekarang.
7. Keluarga besar program studi DIV Produksi Film dan Televisi.

8. Dan lain sebagainya yang mungkin belum disebutkan satu persatu di sini. Demikian laporan KP ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan laporan KP ini dimohon memberikan kritik dan saran. Sehingga laporan KP ini menjadi lebih baik. Semoga laporan KP ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya bagi teman-teman program studi DIV Produksi Film dan Televisi, Universitas Dinamika.

Surabaya, 10 Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan.....	3
1.5. Manfaat.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN ATAU INSTANSI	5
2.1. Profesi Instansi	5
2.2. Sejarah Singkat Sekolah Indonesia Kuala Lumpur	5
2.3. <i>Overview</i> Perusahaan atau instansi.....	6
2.4. Visi dan misi Sekolah Inonesia Kuala Lumpur.....	8
2.5. Tujuan Sekolah Indonesia Kuala lumpur	9
BAB III LANDASAN TEORI.....	10
3.1. Content Creator	10
3.2. Editor	10
3.3. Kameramen	12
3.4. Instagram	13
3.5. Youtube	14
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....	15
4.1. Analisa Sistem	15
4.2. Posisi Dalam Instansi.....	15
4.3. Kegiatan Selama Kerja Praktik di Humas Pemkot Surabaya	16

BAB V PENUTUP	27
5.1 Kesimpulan	27
5.2 Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	29



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Bangsa Surabaya.....	6
Gambar 2.2 Peta Lokasi Humas Pemerintahan Kota Surabaya.....	7
Gambar 2.3 Letak Lokasi Humas Pemerintahan Kota Surabaya.....	7
Gambar 4.1 Beberapa Software yang digunakan	16
Gambar 4.2 Kegiatan clipping, menjilid, fotocopy, menempelberita harian	17
Gambar 4.3 Kegiatan Executive Summary ke bagiandivisi Pemkot	17
Gambar 4.4 Kegiatan liputan seminar Penyerahan Hibah“English Corner”	18
Gambar 4.5 Liputan dokumentasi Bus Shopping dan Culinary Truck.....	18
Gambar 4.6 Proses editing video konten MeerInstagram youtube.....	20
Gambar 4.7 Proses Editing desain Thumbnail Youtube “Meer”	20
Gambar 4.8 Bagian Photography dalam konten “Jogging Track”	21
Gambar 4.9 Proses Editing video “Jamu Tradisional Mpon-Mpon”	22
Gambar 4.10 Menjadi Cameramen untuk video “Jamu Tradisional”	22
Gambar 4.11 Mendesain Thumbnail Youtube “Jamu Tradisional”	23
Gambar 4.12 Koordinasi di Taman Mozaik Surabaya	24
Gambar 4.13 Menjadi talent untuk video clip Surabaya diHalte Basra.....	24
Gambar 4.14 Hunting di beberapa tempat di Surabaya.....	25
Gambar 4.15 Cameramen untuk konten video “Mencuci tangan”	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Humas Pemerintahan Kota Surabaya	31
Lampiran 2 Form KP-5 (Acuan Kerja)	32
Lampiran 3 Form KP-5 (Garis Besar Rencana Kerja Mingguan).....	33
Lampiran 4 Log Harian Acuan Kerja Selama 1 Bulan	36
Lampiran 5 Kehadiran Kerja Praktik Selama 1 Bulan.....	37
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing.....	37
Lampiran 6 Biodata Penulis	38



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era yang serba *digital* seperti sekarang ini, media sosial menjadi salah satu aspek penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Perlu pula dikembangkan interaksi dua arah dengan milenial agar fasilitas pengembangan *skill* bisa benar-benar menjawab kebutuhan baik itu dari pasar maupun dari minat dan bakat kaum muda sebagai subjek pembangunan. Dalam industri *creativepreneurship*, peran seorang *content creator* dapat menjadi bisnis yang menjanjikan. (sugono, 2013)

Content Creator adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, *video*, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi dan biasanya masuk ke dalam tim kreatif atau tim media sosial karena konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti *Youtube*, *Snapchat*, *Instagram*, *WordPress*, *Blogger*, dll. Menjadi *content creator* sangatlah cocok karena *content creator* itu harus kreatif, anti *mainstream* dan berimajinasi. Berfikir kreatif tapi yang umum juga akan kalah, jadi juga harus anti *mainstream* pola fikir kreatifnya.

Tak luput dari menjadi seorang konten creator, video merupakan salah satu hal yang sangat dibutuhkan saat ini dalam memberikan sebuah informasi di media sosial khususnya disini saya membuat video yang berjudul “Jamu Tradisional Empon-Empon” di Humas Pemerintahan Kota Surabaya yang akan di publish di youtube dan instagram official @bangga surabaya. Hal pertama yang harus dilakukan menjadi *content creator* adalah memilih jenis konten apa yang ingin dibuat.

Jenis- Jenis konten yang dimaksud dalam konten video ini lebih mengarah kepada video blog. *Vlogging (video blogging)* sendiri dapat diartikan seperti bercerita dalam format video, kamu dapat menceritakan apa yang sedang kamu lakukan saat ini, bagaimana kamu melakukan sesuatu, apa yang kamu lakukan saat liburan, dan berbagi banyak hal menarik yang kamu sukai. Akan tetapi, dalam pembuatan video creator kali ini lebih mengenai kepada hal yang sedang trending saat ini, yaitu bertemakan pandemic Virus Corona (COVID-19)

yang sedang terjadi di beberapa negara terutama Indonesia. Pembuatan video pendek umumnya pasti memerlukan beberapa jobdesk dan crew untuk menghasilkan video.

Yang dimana pada pembuatan video creator kali ini saya menjadi *content creator*, cameramen berserta editor dalam video pendek yang berjudul “Jamu Tradisional Empon-Empon”.

Kameramen berperan dalam adanya teknik dalam pengambilan video dengan angle yang tepat. Pada video tersebut sudah mengambil gambar per adegan sehingga penonton tidak bosan melihat satu adegan dengan angle yang sama. Kemudian dalam video tersebut memperlihatkan gambar dengan detail sehingga penonton menjadi lebih fokus pada gambar tersebut. Sedangkan editor sendiri biasanya mengedit hasil *shooting* asli. Sambungan-sambungan setiap *shoot* dan adegan (*scene*) dibuat tepat berdasarkan catatan *time-code* dalam naskah *editing*. Demikian pula *sound* asli dimasukkan dengan level yang seimbang dan sempurna. Setelah *editing online* ini siap, proses berlanjut dengan *mixing*. (Maria, 2019)

Pada pembahasan kali ini, penulis melakukan kerja praktik di Humas Pemerintahan Kota Surabaya karena di dalamnya terdapat beberapa divisi seperti dunia Broadcasting “pers”. Humas Pemerintahan Kota Surabaya berperan aktif dalam perkembangan kota Surabaya terlebih dalam industri kreatif dimana Humas Pemerintahan Kota Surabaya merupakan Admin dari berbagai social media @banggasurabaya, yang didalamnya berisi mengenai informasi-informasi seputar kota Surabaya. Dengan hal tersebut, penulis mendapatkan pengetahuan lebih banyak mengenai dunia Broadcasting salah satunya *Content Creator* serta pengetahuan mengenai bagaimana etika bekerja serta sikap yang harus dilakukan dalam sebuah tim kerja untuk memenuhi keinginan *client*.

Dalam kerja praktik ini diharapkan dapat mengukur kemampuan dan mengembangkan kreatifitas serta kemandirian mental penulis dan pembaca khususnya mahasiswa dalam dunia kerja. Lingkup materi yang akan didapat dari adanya kerja praktik ini ialah bagaimana menjalankan tugas sebagai *Content Creator*, *Cameramen* dan *Video Editor* dalam menciptakan sebuah karya yang mengedukasi bagi warga masyarakat Kota Surabaya.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam Kerja Praktik ini adalah bagaimana cara melaksanakan tugas sebagai konten kreator, cameramen, dan editor sekaligus dalam pembuatan konten video di Humas Pemerintahan Kota Surabaya.

1.3 Batasan Masalah

Dalam Kerja Praktik ini dilakukan oleh tim Penulis berperan sebagai *Content Creator, Cameramen dan Video Editor* dalam pembuatan konten Instagram dan Youtube @Bangga Surabaya yang berjudul “Jamu Tradisional Empon-Empon” *Company Profile* Humas Pemerintahan Kota Surabaya. Adapun batasan masalah yang dibahas di dalam Kerja Praktik ini antara lain:

1. Membuat konsep untuk pembuatan konten video di media social Official Surabaya
2. Melakukan pengawasan penuh terhadap proses produksi pembuatan konten video “Jamu Tradisional Empon-Empon”
3. Merekam gambar/video dengan beberapa angle berbeda saat produksi
4. Memilih dan mengedit hasil yang telah di shooting

1.4 Tujuan

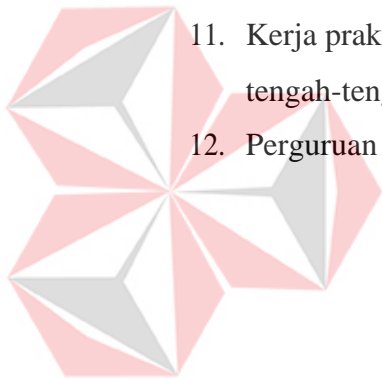
Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah mempraktikkan keilmuan dibidang konten kreatif dan Video Editor di departemen produksi Humas Pemerintahan Kota Surabaya.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari Kerja Praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses pembuatan video terutama dalam hal kameramen, dan editor.
2. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja lapangan.
3. Menambah pengalaman kerja di bidang industri kreatif, multimedia, film, serta desain dan etika dalam komunikasi.

4. Membentuk sikap kerja profesional, kritis serta memahami deadline kerja.
5. Membangun jiwa disiplin serta menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.
6. Dapat menjalin kerja sama serta untuk mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
7. Instansi/perusahaan atau instansi mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa-mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik.
8. Memudahkan instansi/perusahaan atau instansi dalam mencari tenaga kerja di bidang multimedia.
9. Memberikan Video pendek yang dapat berguna untuk konten media sosial official @Bangga Surabaya baik youtube maupun instagram.
10. Mengaplikasikan teknik-teknik videografi serta management produksi pada proses pembuatan konten video.
11. Kerja praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan akademik di tengah-tengah dunia kerja.
12. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dalam dunia industri kreatif.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN ATAU INSTANSI

2.1 Profesi Instansi

Nama Instansi	:	Humas Pemerintahan Kota Surabaya
Alamat		Jalan Jimerto No 10 Ketabang Kec. Genteng, Kota Surabaya
Telp/Fax		0315475005
Email		Humas.sby@gmail.com
Website		Humas.surabaya.go.id

2.2 Sejarah Singkat Humas Pemerintahan Kota Surabaya

Hubungan Masyarakat Pemerintahan Kota Surabaya satuan unit kerja di bawah naungan Sekretariat Daerah Kota Surabaya. Sebelumnya bagian Humas berada di bawah Dinas Komunikasi dan Informasi (Dikominfo) Kota Surabaya, namun kemudian dipisahkan menjadi dua bagian yaitu bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Kota Surabaya dan Badan Pusat Penelitian Teknologi Komunikasi (Bappetikom) pada pemulaan tahun 2006. Pada awal tahun 2008, Sub Bagian Protokol dipisahkan dari Sub Bagian Humas dan menjadi Bagian Humas.

Sedangkan subbag Protokol bergabung dengan bagian umum sehingga menjadi bagian Umum dan Protokol hingga saat ini Bagian Humas yang berada di bawah Sekretariat Daerah berdiri sendiri dan membawahi tiga Sub. Bagian yaitu: Sub. Bagian Layanan Informasi, Sub. Bagian Dokumentasi dan Pelaporan Sub. Bagian Liputan dan Pers sedangkan bagian Protokol tergabung dalam Bagian Umum

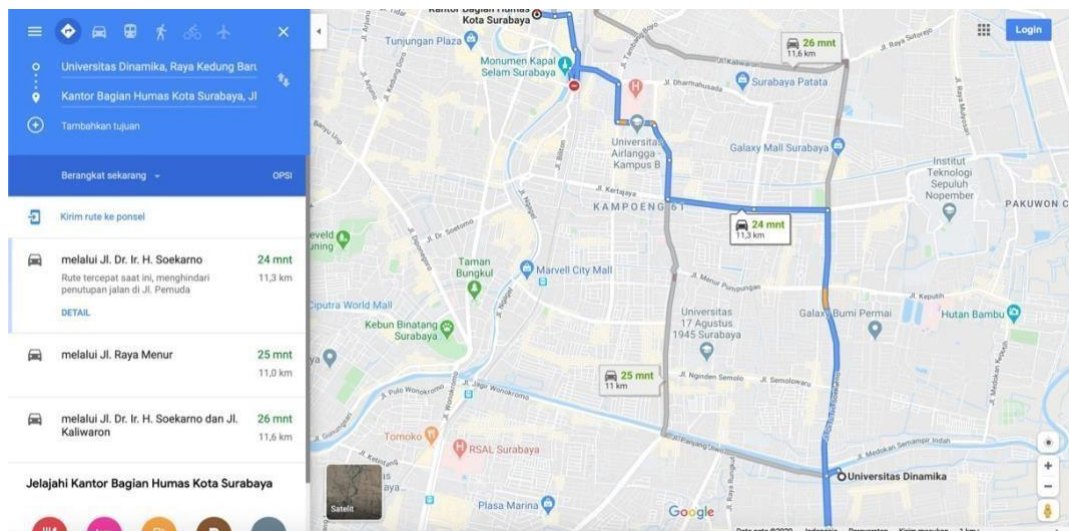
2.3 Overview Perusahaan atau Instansi

Dalam melakukan Kerja Praktik, sangat penting sekali bagi mahasiswa dalam mengenal sebuah lingkungan dari perusahaan tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan di sekitar perusahaan. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja.

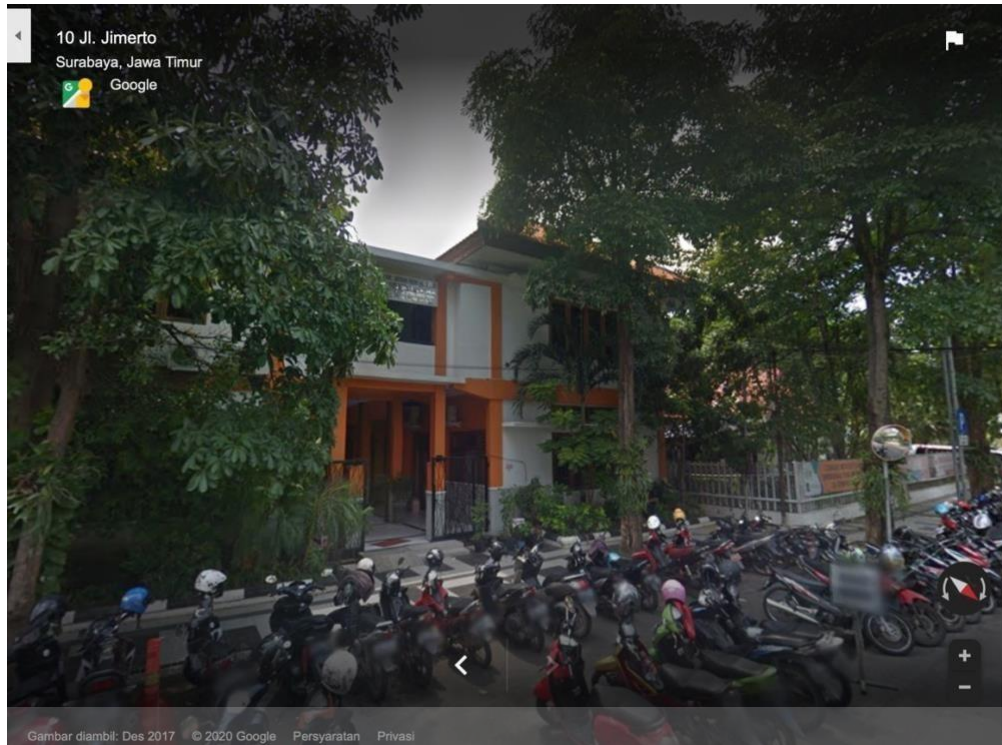
Humas Pemerintahan Kota Surabaya, Jalan Jimerto No 6-8, Ketabang, Kec. Genteng, Kota Surabaya. Gambar 2.2 dan gambar 2.3 merupakan tempat Humas Pemerintahan Kota Surabaya. Humas Pemerintahan Kota Surabaya. Berikut ini adalah Logo atau lebih dikenal Maskot dari @banggasurabaya Humas Pemerintahan Kota Surabaya.



Gambar 2.1 Logo Bangga Surabaya



Gambar 2.2 Peta Lokasi Humas Pemerintahan Kota Surabaya



Gambar 2.3 Letak Lokasi Humas Pemerintahan Kota Surabaya

2.4 Visi dan misi Humas Pemerintahan Kota Surabaya

Visi

- Terwujudnya Pelaksanaan Informasi, yang Cepat, Tepat, Transparan dan Objektif dengan Subtansi sebagai berikut :
- “Tercapainya Pemahaman yang sama antara Pemerintahan Kota dan Masyarakat terhadap Kebijakan – Kebijakan Pemerintahan yang di Sosialisasikan kepada masyarakat, serta peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan Kota Surabaya”

Misi

Dengan mewujudkan visi dan subtansi yang telah di jabarkan diatas maka misi Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Surabaya adalah :

- Meningkatkan pelayanan Informasi dan menampung Aspirasi Publik melalui pemanfaatan arus Informasi dan Komunikasi
- Meningkatkan kualitas arus Informasi secara cepat, tepat dan transparan dan objektif

- Mendorong terwujudnya pemahaman Informasi dan Komunikasi yang positif antara Pemerintah Kota dengan Pers, Masyarakat dan Lembaga lainnya.
- Meningkatkan hubungan yang harmonis antara Pemerintah Kota, masyarakat, dan pers serta anggota Lembaga lainnya.
- Mengembangkan SDM di bidang kehumasan dalam rangka meningkatkan pelayanan publik.

2.5 Tujuan Humas Pemerintahan Kota Surabaya

Tujuan yang hendak dicapai oleh Humas Pemerintahan Kota Surabaya adalah sebagai berikut:

- Terwujudnya pelayanan Informasi yang prima dan berkualitas
- Terwujudnya komunikasi yang harmonis antara Pemkot, masyarakat serta Lembaga lainnya.
- Meningkatkan pemberdayaan dan partisipasi masyarakat dalam menyelenggarakan pembangunan
- Meningkatkan penyaluran informasi dan aspirasi publik.
- Terciptanya Majalah Pemerintah Daerah.
- Terciptanya citra yang positif bagi Pemerintahan Kota Surabaya.

BAB III LANDASAN TEORI

3.1 Content Creator

Menurut State of Digital Publishing, *content creator* adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk setiap informasi yang ada di media, terutama media digital. Menurut mereka, *content creator* biasanya memiliki target audiens tertentu.

Sementara itu, menurut HubSpot, *content creator* adalah orang-orang yang membuat materi (konten) yang memiliki nilai edukasi dan hiburan. Materi ini juga kelak disesuaikan dengan keinginan atau ketertarikan dari audiens. Lazimnya, *content creator* memakai banyak *platform* untuk menyebarkan konten mereka. Selain *social media* seperti Facebook, Instagram, atau YouTube, mereka juga memakai blog, infografik, maupun ebook untuk menyebarkan konten. (eronica, 2019)

Contoh kecilnya ketika membuat video mengenai tata cara menyuting video cinematic yang benar, lalu mengunggahnya di akun Instagram kamu, maka kamu sudah bisa dianggap pencipta konten. Pada dasarnya proses pembuatan konten ini melibatkan kreativitas seseorang. Kreativitas ini, kelak akan menjadi alat bagi seorang *content creator* untuk membuat orang-orang mau melihat konten yang mereka buat. *Content creator* sekarang dianggap sebagai sesuatu yang penting, termasuk oleh perusahaan-perusahaan besar. Mengingat konten menjadi kunci dari semua aksi *marketing* yang dilakukan oleh perusahaan.

3.2 Editor

Pasca Produksi dalam Produksi Film lebih baik dikerjakan sedetail mungkin, *scene by scene*. Butuh kerjasama antara Sutradara, Produser dan *Editor*, termasuk animator (jika dibutuhkan). Ini untuk mengantisipasi jika ada kekurangan bahan dalam proses *editing*. Mengapa? Karena jika ada kekurangan dalam proses produksi (*Shooting*) ketika telah masuk proses *editing*, akan berakibat pengulangan atau penambahan *shooting scene*. Ini akan menambah pembiayaan dan penambahan waktu, sehingga bisa dikatakan produksi film tidak

efektif dan efisien. Maka idealnya, dalam produksi film, *editor* ikut mengawal sejak proses Pra-Produksi sampai dengan Produksi (*Shooting*).

Tugas editor adalah menyusun *Edit Decision List* (EDL). Tugas ini berat dalam dunia film. Karena finalisasi film yang akan menentukan film itu bisa 'hidup' atau tak punya makna apa-apa, adalah seorang editor. Editor akan membaca naskah film kita dan akan menterjemahkan dalam teknis *editing*. (Uung, 2017) Seorang editor mesti faham alur naskah, dan bisa memilih atau memberi pertimbangan-pertimbangan baik teknis maupun tematik kepada sutradara untuk mendapatkan film yang baik dan menarik. Selain itu, Editor juga harus membuka ruang diskusi dan memberikan saran yang baik pada sutradara, DOP, *sound director*, animator, atau bagian lain untuk mencapai visualisasi film yang diinginkan.

Point-point penting dalam Proses *editing* dalam Pasca Produksi adalah:

1. Memilih Format *File Editing*

Era digital dengan perkembangan *software editing* sangat memudahkan teknik *editing*. Untuk mengantisipasi *jumping* visualisasi film, sangat dibutuhkan keseragaman format digitalnya.

2. *Rough Cut*

Rough Cut dalam film biasa dimaknai sebagai penggabungan gambar (visual) dari *scene-scene* sesuai dengan naskah dan yang telah direkam dalam proses produksi film.

3. Answer Print

Answer Print adalah draft yang dibuat oleh editor dan dilakukan setelah *editing* sampai pada *picture lock*. Editor bersama *sound director* dan sutradara memproses draft tersebut sampai pada *sound lock*. Pada tahap ini gambar dan suara telah terkunci.

4. ADR (Automatic Dialogue Replacement)

ADR merupakan penebalan/pengganti dialog pada dialog-dialog yang kurang jelas yang dilakukan oleh aktor/aktris. Kadangkala ketika kita melakukan

shooting tidak sempat untuk menge-*check* secara baik. Maka ketika kita check dialognya dan hasilnya kurang memuaskan, bisa di-*replace* dengan suara yang baru oleh *talent*.

5. *Foley*

Foley merupakan proses menambahkan *sound effect* pada film. Misalnya, membutuhkan suara daun pintu yang sedang membuka/menutup, suara kaki berjalan, suara air yang tumpah, dan lain sebagainya.

6. *Secure Music*

Dalam dunia film, ideal dan amannya menggunakan musik yang baru. Bukan musik-musik yang telah ada. Maka dibutuhkan seorang komposer musik untuk membuat musik khusus untuk film kita.

7. *Mixing*

Aku memaknai *mixing* sebagai penggabungan beberapa unsur dari jenis suara yang telah kita punya, dialog, ADR (*Automatic Dialogue Replacement*), *sound effect*, dan musik, untuk mendapatkan suara yang lebih menyatu dan harmoni.

8. *Credit Title*

Pengisian *Credit Title* biasanya beberapa posisi penting ada di depan; misalnya produser, sutradara, DOP, Penulis Naskah, Aktor utama. Selebihnya ada di belakang film.

3.3 **Kameramen**

Seseorang yang mengoperasikan kamera film atau video untuk merekam gambar di film, video, atau media penyimpanan komputer. Kameramen yang bertugas dalam kapasitas di proses pembuatan film bisa disebut sebagai operator kamera, kameramen, juru kamera televisi, juru kamera video, atau videografer, bergantung pada konteks dan teknologi yang digunakan. (dahnila, 2019)

Cameramen bertanggung jawab untuk mengoperasikan kamera secara fisik dan memelihara komposisi seluruh adegan atau bidikan yang dimaksud. Dalam pembuatan film, kameramen akan bekerja sama dengan DOP (Director Of Photography), sutradara, aktor dan kru untuk membuat keputusan teknis dan kreatif. Dalam susunan ini, seorang kameramen adalah bagian dari kru kamera yang terdiri atas penata fotografi dan 1 asisten kamera atau lebih.

Kecakapan kameramen yang penting termasuk bidikan koreografi dan penyusunan, pengetahuan dan kemampuan memilih lensa foto yang cocok, dan peralatan lain (keseoran, mesin derek, dll) untuk mengambil adegan dramatis. Asas penceritaan cerita dramatis dan penyuntingan film adalah kecakapan penting. Kameramen bekerja sama di bawah naungan DOP (*Director Of Photography*) yang secara garis besar penataan gambar sudah di atur oleh DOP melalui story board yang dibuatnya. Lalu Kameramen hanya mengikuti arahan dan penataan kamera berdasarkan kemauan DOP. (Sitepu, 2018)

3.4 Instagram

Dengan adanya pembuatan konten dalam bentuk gambar atau foto merupakan kebiasaan masyarakat Indonesia dimana dalam mengonsumsi berbagai jenis gambar atau foto ini kebanyakan melalui media sosial Instagram. Karena di Instagram lah gudangnya sebuah gambar atau foto yang dapat diunggah dan mudah diakses bagi semua orang yang melihatnya. Instagram telah menjadi salah satu aplikasi paling diminati oleh para pengguna smartphone. (Purnamasari, 2018)

Instagram merupakan sebuah aplikasi gratis untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunaanya untuk mengambil foto dan video tersebut. Dan dapat berbagi pada layanan jejaring sosial yang lainnya. Instagram banyak diminati semua kalangan tanpa terkecuali artis dari mancanegara, selebgram yang merupakan sebutan artis khusus di media sosial Instagram dan bahkan para pemilik online shop.

Menurut data yang dihimpun AdParlor, Instagram masih menjadi kanal yang digandrungi populasi media sosial, di mana mayoritas dari mereka adalah *millennials* dengan angka yang cukup besar yakni 40%. Angka ini terhitung besar

dan merupakan ceruk bagi para *marketers*. Alasan terbesar mengapa kaum-kaum yang ada di ceruk ini memilih Instagram adalah karena daya tarik, keseruan, dan tren yang berkembang di dalamnya. (Apriadi, 2016)

Berbeda dengan kanal jejaring lain, Instagram menyuguhkan konten-konten yang secara estetika menyenangkan bagi audiens. Konten yang tidak terlalu menyodorkan gambar produk, penuh dengan sentuhan personal (seperti sapaan kepada audiens), dan interaktif adalah konten yang dicari masyarakat Instagram. Hal tersebut yang, menurut sebuah studi, membuat kaum *millennials* di Instagram loyal terhadap *brand* dan korporasi yang sudah mengimplementasikan *content marketing* di sana.

3.5 Youtube

Youtube merupakan media dimana semua orang bisa mendapatkan ilmu secara audio maupun visual, disini banyak orang yang memamerkan kemampuannya. Bukan hanya sekedar hobi akan tetapi juga menghasilkan. Disini dapat dikatakan bahwa adanya perkembangan teknologi tersebut juga dapat menjadi wadah kreativitas anak bangsa. (Ayudya, 2018)

Dengan adanya konvergensi media ini banyak hal yang dapat kita lakukan hanya dalam satu genggam. Contoh dari konvergensi media ini bisa kita sebut seperti halnya media sosial youtube, dimana youtube sendiri menjadi salah satu media yang mudah diakses dan banyak digunakan mengingat kita dapat mendapatkan ilmu secara visual maupun audio, seperti layaknya televisi akan tetapi youtube sendiri lebih luas cakupannya. Bahkan mulai banyak beberapa media konvensional yang mulai menjadikan youtube sebagai sarana antara media dan konsumen atau masyarakat.

BAB IV DISKRIPSI PEKERJAAN

Dalam Bab IV ini akan dibahas mengenai deskripsi pekerjaan selama melakukan Kerja Praktik di Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintahan Kota Surabaya. Pada pelaksanaan Kerja Praktik, diberikan tugas yang berhubungan dengan program studi Produksi Film dan Televisi dan juga sekaligus berhubungan dengan internal Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintah Kota Surabaya. Dalam kesempatan ini diberikan kepercayaan untuk menjadi *Konten Creator* Video untuk social media berbasis Instagram dan Youtube @banggasurabaya.

4.1 Analisa Sistem

Kerja Praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut:

Nama Institusi : Hubungan Masyarakat (HUMAS) Pemerintahan Kota Surabaya

Divisi : Conten Creator, Cameramen, Editor

Tempat : Surabaya

Kerja praktik dilaksanakan selama satu bulan, dimulai pada 17 Februari 2020 sampai 18 Maret 2020, dengan alokasi waktu Senin sampai Jum'at pada pukul 07.30-16.00 WIB serta pukul 07.30-15.00 WIB. Adapula beberapa tambahan hari seperti hari Sabtu dan Minggu.

4.2 Posisi Dalam Instansi

Pada saat pelaksanaan Kerja Praktik, posisi yang didapat oleh penulis ialah sebagai *Content Creator, Cameramen & Video Editor* yang memiliki tugas untuk membuat sebuah konten yang menarik serta mampu mengedukasi masyarakat Surabaya. Dan juga turun tangan langsung untuk mengontrol seluruh proses produksi mulai tahap persiapan hingga tahap akhir dalam pembuatan video dan mengedit video tersebut.

4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik di Humas Pemerintahan Kota Surabaya

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik Humas Pemerintahan Kota Surabaya dilaporkan dengan rincian sebagai berikut. Laporan kegiatan disertai gambar hasil pekerjaan serta keterangan pada tiap gambar.

Hal yang juga paling penting dalam proses kegiatan adalah *software* yang dipakai untuk menunjang pekerjaan dan kegiatan selama Kerja Praktik, dan beberapa *software* utama yang digunakan antara lain *Adobe Premiere Pro CC 2020*, *Adobe Lightroom 2020*, *Adobe Photoshop 2020*, *Adobe Illustrator 2018*, *Adobe Photoshop 2019* dan *Microsoft Office Word 2019* seperti pada gambar 4.1 berikut.



Gambar 4.1 Beberapa *Software* yang digunakan

Minggu ke-1

17 Februari – 21 Februari 2020

Hari pertama kerja praktek diawali dengan introduction dan kontrak kerja dengan pihak Bagian Humas Pemerintahan Kota Surabaya, dengan diberi arahan dari kepala divisi bagian Pers yang ditugaskan untuk mengurus mahasiswa magang yaitu Hendyz Dwi Putranto. Lalu memperkenalkan jobdesk2 di setiap ruangan yang ada di humas, ada 6 ruangan, ruang sekretaris, ruang dokumentasi dan laporan, ruang layanan informasi, ruang liputan dan pers, serta ruang editing. Minggu pertama kita diberi tugas untuk setiap harinya jam 7-10 pagi untuk mengkliping berita di ruangan liputan dan pers, dimana tugasnya ialah

mengguntingi berita 2 hari itu di semua koran, lalu menempelnya di sebuah hvs yang sudah ada format pemerintahan kota surabaya.

Setelah itu kita menyeleksi berita mana yang aktual dan berita mana yang termasuk dalam eksekutif summary, kemudian kita berikan di ruangan layanan informasi untuk di seleksi dan di rekap, lalu kita mengfotocopy dan menjilid beberapa buku untuk di berikan di 6 tempat yang berbeda di wilayah pemkot surabaya yang dilakukan setiap harinya.



Gambar 4.2 Kegiatan clipping, menjilid, fotocopy, menggunting dan menempel berita harian



Gambar 4.3 Kegiatan Executive Summary ke bagian divisi Pemerintahan Surabaya

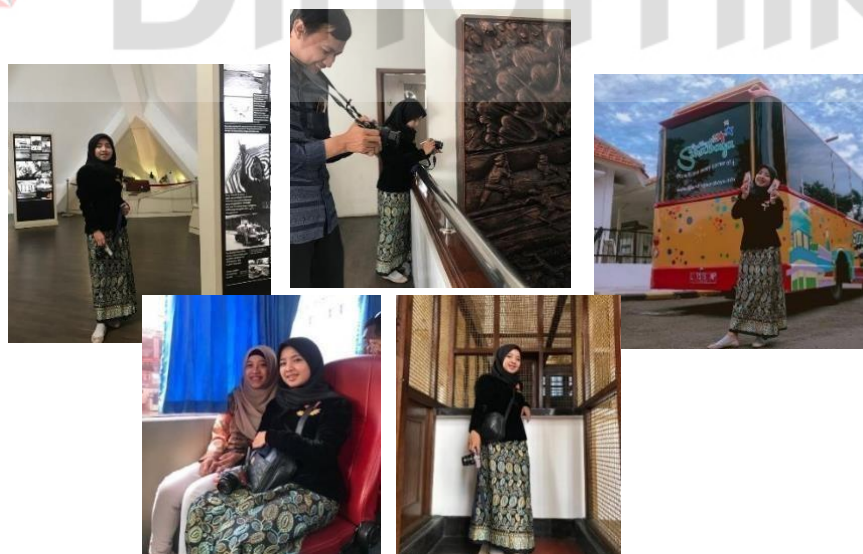
Kemudian minggu ke-1 saya juga mengikuti seminar pembukaan penyerahan hibah “English Corner” oleh Bu Risma. Dan membuat laporan kegiatan acara tersebut.

Kemudian kami juga diberi tugas untuk liputan dengan menaiki fasilitas Bus Shopping dan Culinary Truck dan ditugaskan untuk menjadi tim dokumentasi dengan mengikuti beberapa alur bus tersebut diantaranya liputan di Tugu Pahlawan Surabaya, Museum Sepuluh November Surabaya, De Javasche Bank Surabaya, Museum Surabaya (Siola), dan Rumah Sakit Kesehatan Surabaya.

Gambar 4.4 Kegiatan liputan seminar Penyerahan Hibah



“English Corner”



Gambar 4.5 Liputan dokumentasi Bus Shopping dan Culinary Truck

1. Minggu ke-2

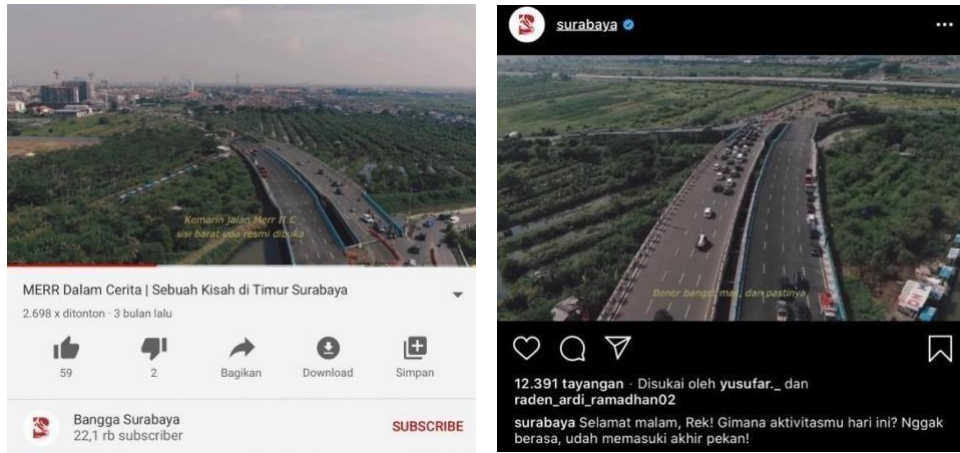
24 Februari – 28 Maret 2020

Pada Minggu kedua ini saya di sibukan dengan kegiatan liputan. Salah satunya saya ditugaskan untuk membuat konten di official instagram @Bangga Surabaya dengan mengangkat tema “Jogging Track di Kebun Binatang Surabaya” yang baru direnovasi oleh bu Risma dan diadakan setiap hari mulai jam 04.00 pagi hingga 08.00 pagi. Saya menjadi tim photography dalam pembuatan konten tersebut.

Tugas saya selanjutnya adalah sebagai editor dalam video konten Instagram @Bangga Surabaya tentang “Pembukaan Jalan MERR sisi II C Barat yang sudah Resmi di buka”

Pengerjaan Projek ini dilakukan sekitar 3 harian dan sudah termasuk final revisi terakhir serta publishing. Kemudian saja juga diminta untuk menjejakan desain Thumbnail Youtube video konten tersebut. Tak lupa setiap pagi harinya kita juga melakukan klipping berita harian dan piket untuk mengirim executive summerry di kantor Pemerintahan kota Surabaya.





Gambar 4.6 Proses Editing Video Konten Meer untuk Instagram dan Youtube



Gambar 4.7 Proses Editing Desain Thumbnail Youtube untuk konten Video “Meer“



Gambar 4.8 Bagian Photography dalam pembuatan konten instagram “Joging Track di Kebun Binatang Surabaya”

2. Minggu ke-3

02 Maret – 08 Maret 2020

Di Minggu Ketiga ini saya mendapat job untuk membuat konten instagram dan juga Youtube official @Bangga Surabaya yang bertemakan “Jamu Tradisional Mpon-Mpon” dimana konten ini mengangkat tentang apa yang sedang tranding di minggu ini, yaitu tentang Covid-19 yang sudah banyak di beberapa negara tetangga. Dimana Konten ini mengupayakan agar bisa mengurangi dampak covid-19 dengan selalu mengkonsumsi wedang mpo-mpon. Di konten ini saya berperan besar di dalamnya yang mendapatkan jobdesk sebagai content creator nya dan juga cameramen serta editor dalam pembuatan content video kali ini. Dari mulai menyusun dan mengembangkan ide, dimulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Konten ini dilakukan sekitar 6 hari termasuk proses publishingnya. Karena banyak job yang belum di kerjakan, akhirnya dibagi lagi beberapa team dan kekurangan waktu, akhirnya saya megerjakan tugas design untuk tumbnailyoutube “Jamu Tradisional Empon-Empon”.



Gambar 4.9 Proses Editing video untuk konten video
instagram “Jamu Tradisional Empon-Empon”



Gambar 4.10 Menjadi Cameramen untuk konten video
instagram “Jamu Tradisional Empon-Empon”



Wedang Empon-Empon Untuk Kesehatan? Ini Dia Proses Pembuatannya, Ternyata Gampang...
422 x ditonton · 3 bulan lalu

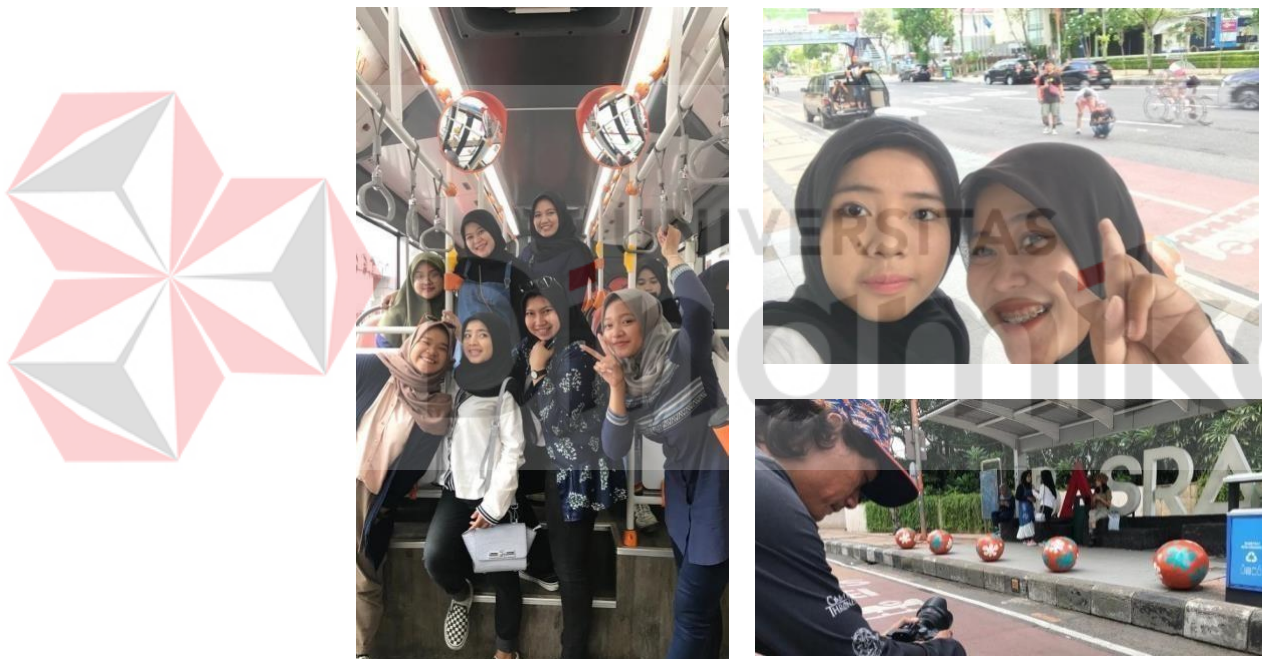


Gambar 4.11 Mendesain thumbnail youtube konten video
“Jamu Tradisional Empon-Empon”

Kemudian sabtu nya saya ditugaskan untuk menjadi koordinator dalam pembuatan film pendek music video Surabaya dengan Dayinta’s Team. Di bagi beberapa tempat, dan untuk minggu ini saya bagian di tempat Taman mozaik Wiyung, Surabaya. Dan saja juga menjadi tallent dalam pembuatan video tersebut di halte Basra Surabaya dan juga di dalam Suroboyo Bus.



Gambar 4.12 Koordinasi di Taman Mozaik Surabaya untuk Video Clip Surabaya



Gambar 4.13 Menjadi Tallent untuk Video Clip Surabaya di Halte Basra dan Suroboyo Bus

3. Minggu ke - 4

09 Maret – 18 Maret 2020

Saya menghabiskan kesibukan saya di minggu terkahir ini. Saya mengikuti hunting foto liputan ke beberapa tempat, diantaranya Hi-Tech Mall Surabaya, dan GOR Pancasila Surabaya. Kemudian saya juga meliput kegiatan di geung baru Balai Pemuda Surabaya sebagai tallent juga penata artistik foto konten.



Gambar 4.14 Hunting di beberapa tempat di Surabaya

Kemudian saya ditugaskan untuk menjadi kameramen lagi dalam video konten gerakan mencuci tangan yang melibatkan beberapa instansi seperti LINMAS, Dinas Kesehatan, dan sebagainya. Proses produksi konten instagram dan youtube “Gerakan Mencuci Tangan” selama 2 hari yang dilakukan di beberapa titik surabaya diantaranya Bambu Runcing Surabaya, Pasar Genteng Surabaya, Balai Kota Surabaya, Jl. Joyoboyo Surabaya, Jl. Tunjungan Surabaya.





Gambar 4.15 Cameramen untuk konten video “Mencuci Tangan” di beberapa tempat di Surabaya

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang didapat selama melakukan Kerja Praktik di Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintahan Kota Surabaya, maka dapat disimpulkan beberapa hal yakni:

1. Sebuah produksi karya pun harus berdamai dengan kondisi yang ada karena ada banyak hal yang tak terduga sebelumnya seperti cuaca tak bersahabat, permasalahan budget yang minim dan lain sebagainya hal-hal semacam ini bukanlah suatu permasalahan yang patut di jadikan kendala yang berlebih sebab Penulis sendiri selama mengikuti proses produksi harus rela berhadapan dengan kondisi yang kurang mendukung seperti persoalan budget misalnya. Dan terkadang karena kurangnya waktu dan banyak pekerjaan yang bertumpuk akhirnya tiap crew juga terkadang mendapatkan pekerjaan double, seperti saya yang harus merangkap editor, kameramen, dan desain thumbnail youtube. Namun justru inilah yang menjadi sebuah pengalaman yang luar biasa berkesan bagi penulis karena mampu melaksanakan tugas dengan maksimal
2. Sebagai seorang Editor dan cameramen, lebih baik ikut andil dalam proses awal pra produksi hingga pasca produksi, agar sesuai dengan konsep yang diinginkan. Serta di dukung dengan crew yang memiliki tujuan yang sama yang mendukung dan dapat memahami satu sama lain, beberapa momentum yang tercipta harus sebisa mungkin ditangkap dengan baik sebab tidak bisa diulang dua kali. sehingga tidak ada kesalahpahaman dalam proses produksi tersebut. Tak luput dari itu, perlu juga untuk saling menciptakan chemistry kesesama kru, baik dalam berkomunikasi maupun bertukar ide dalam pengembangan konten video yang akan di produksi nantinya.
3. Dalam proses editing, seorang editor harus teliti dan jeli dalam mengedit video. Editor juga harus berani mengambil resiko jika ada video dan audio yang harus dihilangkan jika video dan audio itu kurang layak atau melebihi durasi untuk ditayangkan. Serta harus pintar-pintar mensiasati membuat tayangan yang menarik untuk ditayangkan.

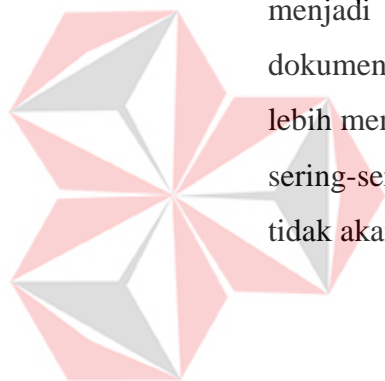
4. Dengan adanya video konten-konten yang sudah saya kerjakan, akan sangat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan marketing dan evaluasi untuk acara selanjutnya dan bisa berguna dalam media social official @Bangga Surabaya yang sudah memberikan beberapa karya yang disumbangkan untuk akun Youtube serta Instagram official surabaya.
5. Selama proses Magang berlangsung penulis banyak sekali mendapat pelajaran-pelajaran berharga mulai dari yang berkaitan dengan dunia audio-visual sendiri maupun persoalan-persoalan kehidupan, Selain memperoleh bekal untuk memasuki dunia kerja, penulis juga dapat mengimplementasikan ilmu yang sudah dikuasai dan dipelajari selama di bangku perkuliahan dan mendapat pengalaman yang berharga atas kesempatan magang di Pemerintah Kota Surabaya yang nantinya bisa menjadi acuan bagi penulis untuk bekerja lebih terampil, mengetahui kerjasama yang baik (team work), kreatif dan profesional sesuai bidang yang ditekuni.

5.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan kerja praktik ini sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - Peserta magang lebih diikut sertakan dalam pekerjaan yang lebih luas jangan hanya diberikan spesifikasi pada bidang tertentu, agar lebih mengenal cara pembuatan atau cara penuangan gagasan dan pengembangan skill peserta magang.
 - Menyiapkan peralatan pendukung proses video dokumentasi acara dengan lebih lengkap seperti lighting sebagai pencahayaan utama yang sangat penting saat merekam video misalkan kino, LED, diffuser dll. Serta beberapa tipe kamera foto/ video yang multifungsi agar tidak terlalu membawa banyak peralatan. Juga lensa yang bisa menyesuaikan keadaan seperti lensa prime untuk memperoleh suatu kedalaman gambar, lensa *zoom* untuk video jarak jauh dan lensa *wide* untuk memberi kesan yang luas pada gambar yang di hasilkan.

2. Diharapkan ketika mahasiswa melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Humas Pemerintahan kota Surabaya, disediakan tempat khusus seperti meja untuk para mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan. Sehingga selama kegiatan berlangsung tidak mengganggu kegiatan produktivitas karyawan lain. Bagi Mahasiswa yang akan Melakukan Kerja Praktik
- Meningkatkan bakat serta kemampuan dalam mata kuliah praktikum sebagai modal dasar kerja praktek lapangan. Dan diusahakan kurikulum pendidikan lebih disesuaikan dengan perkembangan yang ada baik secara teknis maupun teori agar lebih *up to date*. Kita sebagai mahasiswa pun tidak harus belajar hanya pada saat kuliah, mulailah menggali keahlian kalian di luar sana, tingkatkan skill advertising/audiovisual kalian sebagai bekal baik melalui organisasi film, UKM fotografi, atau seminar, dll.
- Bagi mahasiswa yang tertarik dengan bidang manajemen produksi yang mana menjadi Manager Production suatu produksi film, acara televisi ataupun dokumentasi acara terutama mengikuti *production house (PH)*, diharapkan lebih menambah wawasan dan referensi mengenai manajemen produksi serta sering-sering bekerja dengan tim. Karena dalam proses dokumentasi acara tidak akan lepas dari kerja tim serta *deadline* yang menumpuk.



DAFTAR PUSTAKA

1. Diambil dari Buku:

Sugono, d. (2013). SAWERIGADING. In D. Sugono, *INDUSTRI KREATIF KEBAHASAAN POTENSI MEDIA KEMASYARAKATAN DWIBAHASA* (p. 486). Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.

Maria, P. (2019). Kameramen dalam film pendek sebagai konten kreator. Bandung: Binus Higher Education.

2. Diambil dari Internet:

Apriadji, R. (2016). Mengapa Konten Instagram Masih Memikat Bagi Populasi Media Sosial? *Daily Social*, 21.

Ayudyah, A. (2018, juli 15). *Youtube sebagai Wadah Kreativitas Anak Bangsa, Wujud Adanya Konvergensi Media*. From Beyond blogging: <https://www.kompasiana.com/atika02535/5b4a3182ab12ae03fb522872/youtube-sebagai-wadah-kreativitas-anak-bangsa-wujud-adanya-konvergensi-media#>

Dahnila, R. (2019, juni 15). *juru kamera*. From wikipedia.org: https://id.wikipedia.org/wiki/Juru_kamera

Eronica. (2019, march 12). *Ingin Jadi Content Creator? Kenali Dulu Definisi dan Kunci Suksesnya*. From glints: <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-creator/#.XuU0LEUzbIV>

Purnamasari, M. (2018, juli 19). *Pengaruh Media Sosial Instagram Sebagai Konten Media Promosi*. From kompasiana: <https://www.kompasiana.com/marchelina-purnamasari7894/5b50853e5e137337e5043f83/pengaruh-media-sosial-instagram-sebagai-konten-media-promosi-pada-online-shop?page=all>

Sitepu, J. (2018, januari 18). *Tugas Kru Dalam Film – Susunan – Jabatan (Lengkap)*. From Pakar Komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/tugas-kru-dalam-film>

Uung. (2017, juli 31). *Ternyata Ini yang Dilakukan Editor Film*. From Beyond Blogging:
<https://www.kompasiana.com/nurulmuslimin/597e585150952946ab65d164/ternyata-ini-yang-dilakukan-editor-film#>



UNIVERSITAS
Dinamika



UNIVERSITAS
Dinamika