



**PEMBUATAN KONTEN DAN KAMERAMEN UNTUK INSTAGRAM SERTA
YOUTUBE BANGGA SURABAYA “KORIDOR ADAPTASI KEBIASAAN BARU”
DI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

FEBRIYANTO ADITYA FAISAL HOSEN

17510160022

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PEMBUATAN KONTEN DAN KAMERAMEN UNTUK INSTAGRAM
SERTA YOUTUBE BANGGA SURABAYA “KORIDOR ADAPTASI
KEBIASAAN BARU” DI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Tugas Akhir

Disusun Oleh:

Nama

: FEBRIYANTO ADITYA FAISAL H

Nim

: 17510160022

Program Studi

: DIV Produksi Film dan Televisi

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

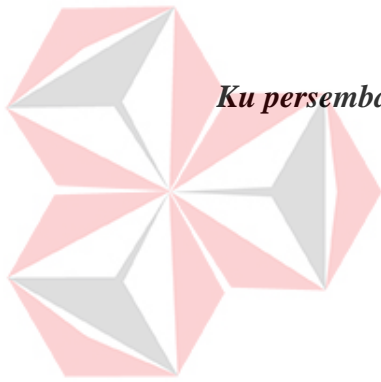
LEMBAR MOTTO



“Wujudkanlah apa yang engkau bayangkan dan dapatkanlah apa yang engkau inginkan”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



*Ku persembahkan untuk Keluarga, Almamater, Sahabat serta teman-teman
tercinta.*

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN
PEMBUATAN KONTEN DAN KAMERAMEN UNTUK INSTAGRAM
SERTA YOUTUBE
BANGGA SURABAYA “KORIDOR ADAPTASI KEBIASAAN BARU”
DI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA

Laporan Kerja Praktik oleh
Febrianto Aditya Faisal Hosen
NIM: 17510160022
Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 10 Januari 2021

Disetujui :

Digitally signed
by Novan
Andrianto
Date:
2021.01.15
06:52:37
Novan Andrianto, M.L.Kom.
NIDN. 0717119003

Penyelia

Jeffry S. Sos
NIP. 198801222011011008

Mengetahui,
Ketua Program Studi
DIV Produksi Film dan Televisi

Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2021.01.15
15:23:45+07'00'

Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom.
NIDN. 0711086702

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Universitas Dinamika saya :

Nama : Febriyanto Aditya Faisal Hosen

NIM : 17510160022

Program Studi : DIV Produksi Film dan Televisi

Jurusan/Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Judul karya : Pembuatan Konten dan Kameramen untuk Instagram dan
Youtube “Koridor Adaptasi Kebiasaan Baru” di Humas Pemerintah 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 seluruh isi 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 diatas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan 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 gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 10 Januari 2021



Febriyanto Aditya Faisal Hosen
NIM : 17510160022

ABSTRAK

Kontent Creator adalah sebuah profesi membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten – konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti Youtube, Snapchat, Instagram, WordPress, Bloggers dll

Media massa merupakan suatu alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan menggunakan alat komunikasi mekanis dari sumber pesan ke penerima pesan atau khalayak umum. Instagram adalah sebuah aplikasi yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan internet, Hal ini membuat Instagram sebagai salah satu wadah untuk membagikan dan menerima foto atau informasi dengan sangat mudah dan cepat. Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa „gambar bergerak“ dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung.

Kameraman adalah jurnalis sekaligus seniman, penulis menganggap pekerjaan kameraman sangat menarik, bila seorang kameraman bisa memunculkan gambar dan ide baru yang disukai oleh khalayak, maka itu dapat menjadi kebanggaan bagi seorang kameraman tersebut.

Dalam hal ini penulis bertindak sebagai *Content Creator* dan *Kameramen*. Sebagai *Content Creator*, penulis mempunyai tugas menyusun serta membuat konsep video dari ide dan gagasan yang telah dirancang. Sedangkan sebagai *Kameramen* adalah bertanggung jawab terhadap penyuntingan video. Oleh karenanya dibutuhkan orang-orang kreatif dalam dunia industri kreatif sehingga mampu berfungsi sebagai *Content Creator* dan *Kameramen*. Penulis melakukan kerja praktik di Humas Pemerintahan Kota Surabaya, sehingga dalam penulisan laporan Kerja Praktik ini diambillah judul “*Pembuatan Konten Dan Kameramen Untuk Instagram Serta Youtube Bangga Surabaya “Koridor Adaptasi Kebiasaan Baru”*”

Kata Kunci : *Kontent Creator, Media Sosial, Instagram, Youtube, Kameramen*

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 Kameramen Untuk Instagram Serta Youtube Bangsa Surabaya "Koridor Adaptasi Kebiasaan Baru"*" dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam Penyelesaian laporan Kerja Praktik 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. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor.
3. Dr. Jusak selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
4. Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom. selaku Ketua Program Studi DIV Produksi Film Dan Televisi sekaligus Dosen Pembimbing Kerja Praktik.
5. Bapak Febriadhitya Prajatar SSCP, M.Si selaku Kepala Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Pemerintahan Kota Surabaya bersedia memberikan tempat untuk melakukan Kerja Praktik.
6. Rekan-rekan *crew* dari Humas Pemkot Surabaya yang sudah membagi ilmunya sehingga saya bisa seperti sekarang.
7. Dan lain sebagainya yang mungkin belum disebutkan satu persatu di sini.

Demikian Laporan Kerja Praktik ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan Laporan Kerja Praktik ini dimohon memberikan kritik dan saran. Sehingga Laporan Kerja Praktik ini menjadi lebih baik. Semoga Laporan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya bagi teman-teman Jurusan DIV Produksi Film Dan Televisi Universitas Dinamika.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat.....	3
BAB II.....	4
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN ATAU INSTANSI	4
2.1 Profil Instansi.....	4
2.2 Sejarah Singkat Humas Pemerintahan Kota Surabaya	4
2.3 Overview Perusahaan	4
2.4 Visi dan Misi Humas Pemerintahan Kota Surabaya	6
2.5 Tujuan Humas Pemerintahan Kota Surabaya	7
BAB III	8
LANDASAN TEORI	8
1.1 Konten.....	8
3.2 Instagram	8
3.3 Youtube.....	9
3.4 Kameramen.....	9
BAB IV	11
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	11
4.1 Analisa Sistem	11
4.2 Posisi Dalam Instansi.....	11
4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik di Humas Pemerintahan Kota Surabaya	12
BAB V	21

PENUTUP	21
5.1 Kesimpulan.....	21
5.2 Saran	22
DAFTAR PUSAKA.....	23
LAMPIRAN.....	24
BIODATA PENULIS	31



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Bangsa Surabaya	5
Gambar 2.2 Peta Lokasi Humas Pemerintah Kota Surabaya	5
Gambar 2.3 Letak Lokasi Humas Pemerintahan Kota Surabaya	6
Gambar 4.1 Beberapa Software utama yang digunakan	12
Gambar 4.2 Dokumentasi Pembuatan Konten Re-Opening Koridor Space Surabaya di masa pandemic New Normal	13
Gambar 4.3 Dokumentasi Keseharian penjil'at, gunting-mengunting, menempel, kami juga mengirim berita actual dan summary	13
Gambar 4.4 Salah satu hasil editing Project Poddcast Bangsa Surabaya	14
Gambar 4.5 Kameramen untuk konten Pangeran dan Putril Lingkungan Hidup Surabaya (Peduli Sampah)	14
Gambar 4.6 Menjadi Kameramen untuk wawancara Yayasan perempuan.....	15
Gambar 4.7 Menjadi Kameramen untuk wawancara Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya (Budidaya Aloenvera)	15
Gambar 4.8 Membuat Desgn untuk Piagam Humas Perduli	16
Gambar 4.9 Menjadi Kameramen untuk wawancara Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya (Budi Daya Magot)	16
Gambar 4.10 Menjadi Kameramen untuk wawancara Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya (Penanaman 1000 Pohon)	17
Gambar 4.11 Menjadi Kameramen untuk wawancara Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya (Budidaya daun kelor).....	18
Gambar 4.12 Menjadi Editor video untuk konten Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya.....	19
Gambar 4.13 Menjadi Kameramen Konten UN Habitat (Dolly dan Kaampung Batik).....	19
Gambar 4.14 Kameramen UN Habitat di Kalimas.....	20
Gambar 4.15 Dokumentasi Kameramen pembuatan konten video profile Hutan Mangrove	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat balasan dari Bankesbangpol	24
Lampiran 2 Form KP Acuan Kerja	25
Lampiran 3 Garis Besar Rencana Mingguan	26
Lampiran 4 Log harian dan catatan perubahan acuan kerja.....	27
Lampiran 5 Kehadiran kerja praktik	28
Lampiran 6 kehadiran kerja peraktik	29
Lampiran 7 Kartu bimbingan kerja praktik.....	30



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media dapat diartikan sebagai sesuatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi (AECT, 1997 : 162). Cangara (2002) menyatakan bahwa media massa merupakan suatu alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan menggunakan alat komunikasi mekanis dari sumber pesan ke penerima pesan atau khalayak umum. Alat mekanis komunikasi yang dimaksud adalah berbagai media massa yang ada dimasyarakat seperti surat kabar, televisi, radio, hingga film. Media massa, yang biasa disebut masyarakat dengan media merupakan istilah yang digunakan sejak 1920-an mengidentifikasi berbagai media atau pers (Komunikasi, 2017)

Di era *digitas* seperti saat ini, media social adalah salah satu sarana penting dalam sebuah bisnis. Perlu adanya interaksi dua arah dengan milenial agar keluasan pengembangan *skill* benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar maupun dari minat dan bakat kaum muda sebagai subjek kemajuan.

Dalam bisnis *creativepreneurship*, menjadi seorang content creator bisa menjadi bisnis yang menjanjikan. Content creator adalah seseorang yang melahirkan berbagai materi konten berupa tulisan, gambar, video, suara, maupun gabungan dari beberapa materi. Sebuah konten yang di buat oleh content creator biasanya dimuat di sebuah media digital, seperti youtube, instagram, facebook, snapchat, wordpres, dll.

Untuk menjadi content creator yang handal dibutuhkan kemampuan dan keterampilan yang tinggi, content creator sangat cocok karna seorang content creator harus kreatif, mampu berimajinasi dan memiliki pola fikir yang anti mainstream. Tak luput dari menjadi seorang content creator, video merupakan salah satu hal yang sangat dibutuhkan saat ini dalam memberikan sebuah informasi di media sosial khususnya disini saya mebuat sebuah video yang berjudul “Koridor Adaptasi Kebiasaan Baru” di Humas Pemerintah Kota Surabaya yang akan di publish di youtube dan instagram official Bangga Surabaya. Hal pertama yang harus dilakukan seorang content creator adalah menentukan jenis konten yang ingin di buat.

Jenis konten yang dimaksud di dalam video ini adalah pembuatan video mengenai protocol kesehatann baru di area CO-Working Space registrasi online. Hal ini dilakukan dikarenakan anjuran pemerintah ditengah maraknya wabah COVID-19. Didalam pembuatan video ini penulis sebagai konten creator juga merangkap sebagai kameramen, dimana penulis merancang pengambilan gambar.

Kameramen mempunyai peran yang sangat penting dalam media audiovisual. Karena dalam setiap vide yang ditayangkan mengandung beberapa element informasi, audio/suara dan video/gambar. Tanpa ada video/gambar yang mendukung audio/suara dari informaasi yang di dapat maka sajian yang diberikan kurang mendapat respon dari audiencenya. Bagaimana suatau audio/suara dan video/gambar dipandu dengan sebaik mungkin untuk bisa menyajikan suatu informasi yang lebih mengena untu audiennya.

Kameramen juga harus memperhatikan tehnik pengambilan atau perekaman gambar, seorang kameramen harus memastikan bahwa tidak ada kesalahan yang di lakukan saat ia mengambil gambar, seorang kameramen tidak hanya di tutut untuk dapat menggambil sebuah gambar dengan baik, ia juga harus memahami pengambilan gambar dengan angle yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan dalam kerja praktik ini adalah bagaimana proses pembuatan konten video dan kameramen di project “Koridor Adaptasi Penerapan Baru”. Yang mana video ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak umum khususnya warga Surabaya.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan dibutuhkan beberapa Batasan masalah. Adapun Batasan masalah yang dibahas dalam peran penulis, antara lain :

1. Penulis berperan sebagai Konten Creator dan Kameramen dalam sebuah produksi video di Humas Pemerintahan Kota Surabaya
2. Melakukan pengawasan penuh terhadap proses produksi pembuatan video kreatif.

1.4 Tujuan

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

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari Kerja Praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses manajemen produksi video.
2. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan.
3. Menambah wawasan, keterampilan serta pengetahuan di bidang *Conten Creative* dan *kameramen* untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktik.
4. Menambah pengalaman kerja di *industry* kreatif dalam bidang Multimedia, Film, TV (Televisi), dan dunia Broadcasting.
5. Membangun jiwa disiplin, sikap kerja profesional, kritis serta memahami *deadline* kerja.
6. Menambah relasi dalam dunia pekerjaan.
7. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
8. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa-mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik.
9. Mengaplikasikan keilmuan manajemen produksi, videografi, sinematografi dan konten creator pada proses pembuatan dokumentasi acara.
10. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik di tengah-tengah dunia kerja.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN ATAU INSTANSI

2.1 Profil 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

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 sari 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

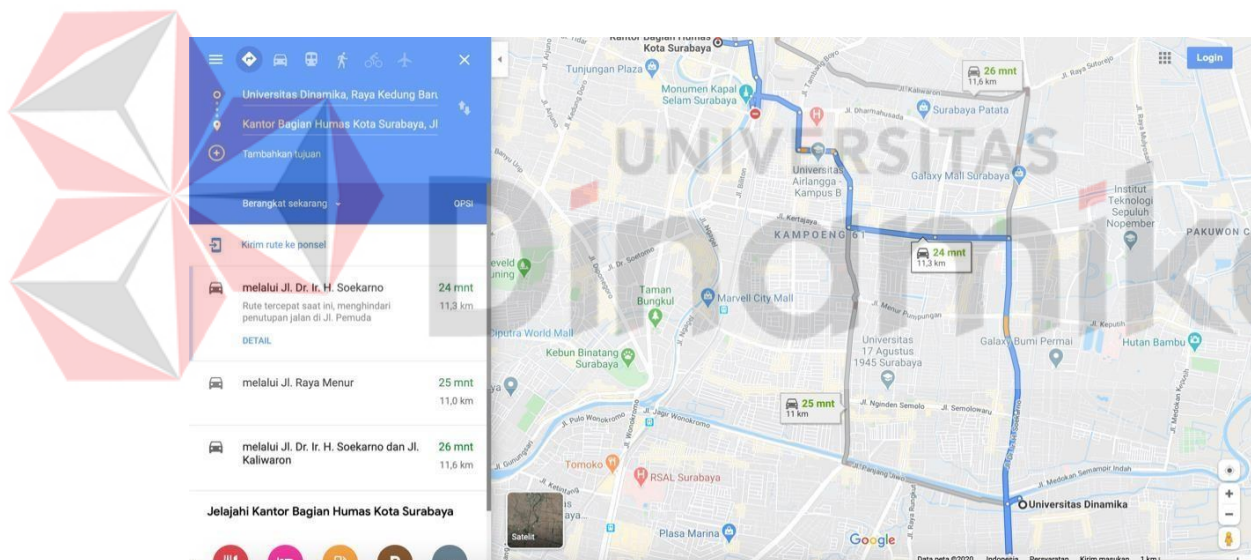
Dalam melakukan Kerja Praktik, sangat penting sekali bagi mahasiswa dalam mengenal sebuah lingkungan dari perusahaan tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan di sekitar perusahaan. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja.

Humas Pemerintahan Kota Surabaya, Jalan Jimerto No 6-8, Ketabang, Kec. Genteng, Kota Surabaya. Gambar 2.2 dan gambar 2.3 merupakan tempat Humas

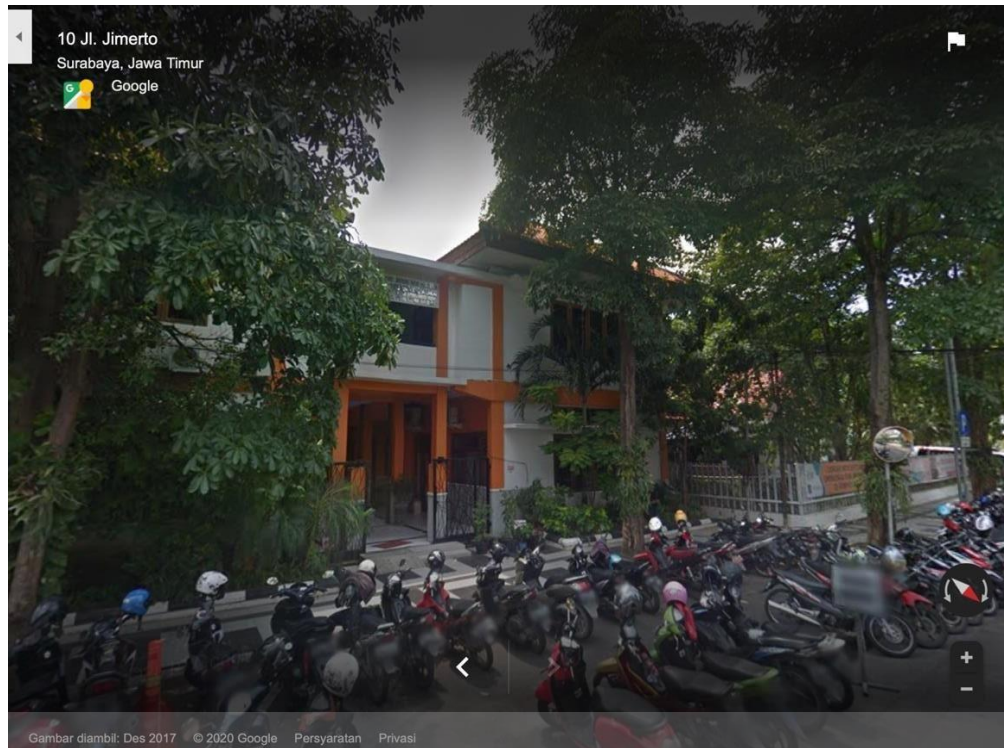
Pemerintahan Kota Surabaya. Humas Pemerintahan Kota Surabaya. Berikut ini adalah Logo atau lebih dikenal Maskot dari banggasurabaya Humas Pemerintahan Kota Surabaya



Gambar 2.1 Logo Bangga Surabaya



Gambar 1.2 Peta Lokasi Humas Pemerintah Kota Surabaya



Gambar 2.2 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 :

1. Meningkatkan pelayanan Informasi dan menampung Aspirasi Publik melalui pemanfaatan arus Informasi dan Komunikasi

2. Meningkatkan kualitas arus Informasi secara cepat, tepat dan transparan dan objektif
3. Mendorong terwujudnya pemahaman Informasi dan Komunikasi yang positif antara Pemerintah Kota dengan Pers, Masyarakat dan Lembaga lainnya.
4. Meningkatkan hubungan yang harmonis antara Pemerintah Kota, masyarakat, dan pers serta anggota Lembaga lainnya.
5. 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:

Tujuan:

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

BAB III

LANDASAN TEORI

1.1 Konten

Kontent Creator adalah sebuah profesi membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten – konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti Youtube, Snapchat, Instagram, WordPress, Bloggers dll (Production, 2019). Seorang Content Creator juga mengerjakan beberapa hal wajib seperti. Mengumpulkan ide, data, serta melakukan riset serta membuat sebuah konsep untuk menghasilkan suatu konten, memastikan sebuah ide dan konsep yang telah di rencanakan telah sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan oleh client, memenuhi tujuan yang telah disepakati oleh client misal tujuan promosi sebuah product, edukasi, ataupun sebuah konten untuk memberi informasi.

Selain itu Content Creator juga wajib memiliki pengetahuan tentang media produksi, komunikasi, teknik, serta mampu dengan baik menyampaikan ide, konsep maupun aspirasi nya di depan khalayak umum, juga harus memiliki pengetahuan mengenai teknik, peralatan, maupun komponen-komponen dalam pembuatan sebuah video (dapur produksi).

Video masih menjadi wadah yang efektif dalam konten marketing, terutama melalui berbagai macam sosial media seperti Youtube, Instagram dan platform-platform ternama lainnya. Hal ini dikarenakan kemudahan akses Youtube dan berbagai sumber sosial media lainnya, di samping itu konten dalam bentuk video akan lebih mudah dipahami dan dinikmati. Dalam menjadi konten creator kita selain dituntut untuk kreatif kita juga harus ahli dalam berkomunikasi, menulis dan bercerita.

3.2 Instagram

Istilah Instagram sendiri berasal dari kata “Insta” yang di ambil dari kata instan atau dikenal Foto instan di terinspirasi dari kamera Polaroid, Sedangkan kata “Gram” diambil dari “Telegram” yang dapat diartikan sebagai mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cara yang tepat. Berdasarkan dari penjelasan

tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengertian Instagram adalah sebuah aplikasi yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan Internet (Pahlevi, 2019)

Hal ini membuat Instagram sebagai wadah untuk membagikan foto atau informasi dengan sangat mudah dan cepat. Aplikasi ini dapat memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto atau video ke dalam feed.

3.3 Youtube

Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa „gambar bergerak“ dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng-upload) video ke server Youtube dan membaginya ke seluruh dunia. YouTube memiliki jangkauan yang sangat luas tidak hanya di daerah tertentu, namun semua orang dari berbagai belahan dunia dapat menonton video tersebut. Suatu manfaat yang besar bagi media lokal seperti Serambi on TV, videonya diputar di manapun bagian bahkan sampai ke Amerika sekalipun. Kita dapat juga menjadi orang tercepat yang dapat menonton video yang baru diunggah dengan menggunakan fitur berlangganan (subscrib) pada YouTube yaitu berlangganan video tanpa harus membayar sekalipun.

3.4 Kameramen

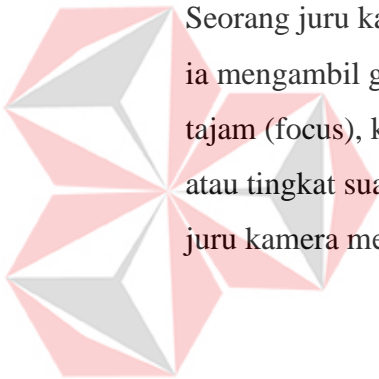
Salah satu orang yang mempunyai peranan besar terhadap karya jurnalistik televisi adalah seorang kameraman. Kameraman adalah mata dari televisi, kameraman berfungsi sebagai ujung tombak suatu televisi. Tidak ada gambar berarti tidak ada berita atau tidak ada suatu program acara, karena televisi merupakan media audio visual yang mengandung unsur tersebut.

Dalam proses produksi seorang kameraman harus berusaha menghindari pemakaian alat secara otomatis. Penentu persepsi cahaya menurut selera kita, yang menurut kita penting untuk sebuah frame, tidak sama dengan penentu cahaya secara otomatis. Kerena itu sebisa mungkin tidak menggunakan alat secara otomatis, khususnya untuk adjust diafragma, white balance serta level sound

agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan fatal. Pelaku atau pengoperasi untuk alat secara otomatis hanya berlaku dalam keadaan darurat.

Kameraman adalah jurnalis sekaligus seniman, penulis menganggap pekerjaan kameraman sangat menarik, bila seorang kameraman bisa memunculkan gambar dan ide baru yang disukai oleh khalayak, maka itu dapat menjadi kebanggaan bagi seorang kameraman tersebut. Gambar yang diambil mampu menampilkan kerja kreatif dari kameraman itu sendiri. Jangan memandang dunia dengan mata umum, tetapi berlatih dengan menggunakan kemampuan indra dan kejelian yang kita miliki. Seorang kameraman harus selalu menggunakan imajinasi.

Kameraman atau juga disebut juga Juru Kamera (camera person) bertanggung jawab atas semua aspek teknis pengambilan dan perekaman gambar. Seorang juru kamera harus memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan ketika ia mengambil gambar. Ia harus memastikan bahwa gambar yang diambil sudah tajam (focus), komposisi gambar (framing) yang sudah tepat, pengaturan level atau tingkat suara sesuai, warna gambar yang sesuai dengan aslinya (natural) dan juru kamera mendapatkan gambar (shot) yang terbaik.



UNIVERSITAS
Dinamika


BAB IV

DESKRIPSI 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	: Konten Creator
Tempat	: Surabaya

Kerja praktik dilaksanakan selama satu bulan, dimulai pada 07 September 2020 sampai 09 Oktober 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 Instansin

Pada saat pelaksanaan Kerja Praktik, posisi yang didapat oleh penulis ialah sebagai *Content Creator & Kameramen* 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 2019*, *Adobe Lightroom 2019*, *Adobe After Effect 2019*, *Adobe Photoshop 2019*, dan *Adobe Illustrator 2019*. Seperti pada gambar 4.1 berikut:



Gambar 3.1 Beberapa Software utama yang digunakan

Minggu Ke -1

Pada Minggu pertama Kerja Praktik di Humas Pemerintah Kota Surabaya tim dan penulis berkesempatan untuk membantu membuat konten tentang *Re-Opening Koridor Space Surabaya* dimana penulis sendiri bertanggung jawab pada bagian *Videographer* dan juga membantu persiapan kebutuhan konten dan lain - lain. Seperti terlampir di gambar 4.2



Gambar 4.2 Dokumentasi Pembuatan Konten Re-Opening Koridor Space Surabaya di masa pandemic New Normal

Selain tugas-tugas besar sehari-hari kami juga membantu beberapa hal seperti menyiapkan berita harian yang meliputi: penjilit'an, gunting-mengunting, menempel, kami juga mengirim berita actual dan summary seperti pada gambar 4.3 dibawah ini :



Gambar 4.3 Dokumentasi Keseharian penjilit'an, gunting-mengunting, menempel, kami juga mengirim berita actual dan summary

Minggu Ke-2

Pada minggu ke- 2 saat Kerja Praktik tim dan penulis mendapat kesempatan untuk membantu tim *Editor humas pemkot* untuk mengambil gambar pembuatan masker home industries, menggedit video (Podcast) Box Collvert Benowo dan juga mendapatkan kesempatan membuat konten *Pangeran dan Putril Lingkungan Hidup Surabaya*



Gambar 4.4 Salah satu hasil editing Project Poddcast Bangsa Surabaya



Gambar 4.5 Kameramen untuk konten Pangeran dan Putril Lingkungan Hidup Surabaya (Peduli Sampah)

Minggu Ke-3

Pada minggu ke 3 penulis serta tim humas berkelanjutan meneruskan pengambilan gambar dan wawancara tentang *Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya* dalam kesempatan ini penulis mendapatkan tanggung jawab untuk menjadi *Videographer* dimana nantinya penulis harus pengambil gambar yang bisa dinikmati oleh penonton. Selain pengambilan dan pembuatan konten, adapun tugas membuat tentang konten video Yayasan perempuan, Interview Bersama Bapak Jefri seperti pada gambar 4.6 dan 4.7 berikut.



Gambar 4.6 Menjadi Kameramen untuk wawancara Yayasan perempuan



Gambar 4.7 Menjadi Kameramen untuk wawancara Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya (Budidaya Aloenvera)

Pada hari selanjutnya, penulis juga mengerjakan beberapa hal lain seperti

mendesgn untuk Piagam Humas Perduli dan Kameramen wawancara *Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya*.



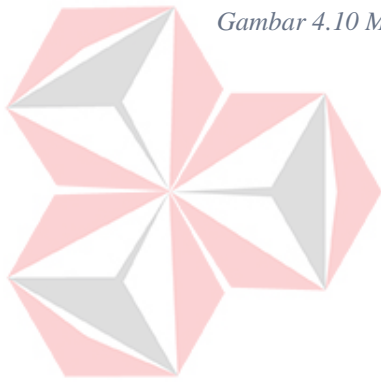
Gambar 4.8 Membuat Desgn untuk Piagam Humas Perduli



Gambar 4.9 Menjadi Kameramen untuk wawancara *Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya* (Budi Daya Magot)



Gambar 4.10 Menjadi Kameramen untuk wawancara Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya (Penanaman 1000 Pohon)



UNIVERSITAS
Dinamika



*Gambar 1 4.11 Menjadi Kameramen untuk wawancara Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya
(Budidaya daun kelor)*

Minggu Ke-4

Pada minggu ke 4 ini tim dan penulis telah menyelesaikan tahap produksi dan memasuki tahap pasca produksi yakni meng-edit video yang telah di ambil dan menjadikannya konten yang menarik dan edukatif seperti pada gambar 4.12.



Gambar 4.12 Menjadi Editor video untuk konten Pangeran dan Putri Lingkungan Hidup Surabaya

Selain itu tim dan penulis mendapat kesempatan untuk menjadi kameramen dari konten UN Habitat kunjungan ke kampung batik dan kampung Doli, kunjungan ke kalimas.



Gambar 4.13 Menjadi Kameramen Konten UN Habitat (Dolly dan Kampung Batik)



Gambar 4.14 Kameramen UN Habitat di Kalimas

Penulis juga mendapat kesempatan membantu pembuatan Video Konten pengenalan Mangrove.



Gambar 4.15 Dokumentasi Kameramen pembuatan konten video profile Hutan Mangrove

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. Sebagai seorang *manager production* dokumentasi acara haruslah mengetahui proses pra produksi hingga produksi mencakup keseluruhan keperluan seluruh *crew*. Mengetahui pula puncak acara/kegiatan yang menjadi momentum paling penting, dan melakukan pengawasan proses pasca produksi kegiatan yang nantinya akan diolah dalam bentuk foto maupun video dokumentasi acara yang menarik serta berdasarkan konsep yang diinginkan.
2. Dengan adanya video dokumentasi akan memudahkan masyarakat luas umumnya dan PT Koen Cinema Indonesia khususnya untuk mengabadikan momentum atau mendokumentasikan suatu kejadian penting dari *client* yang dikemas menarik dalam sebuah format tampilan video dan foto.
3. Dalam proses produksi video dokumentasi dibutuhkan konsentrasi tinggi dikarenakan ketika sutradara mengamati/mencari gambar yang menarik didalam rangkaian kegiatan tidak kehilangan momentum.
4. Dibutuhkan kerja sama tim dan koordinasi yang sangat kuat pada saat proses produksi/kegiatan berlangsung dikarenakan dalam sebuah produksi foto dokumentasi terutama *live* dibutuhkan beberapa tim yang mendukung dan dapat memahami satu sama lain, momentum yang tercipta harus sebisa mungkin ditangkap dengan baik sebab tidak bias diulang dua kali. Oleh sebab itu pada proses produksi, komunikasi kepada tim merupakan hal yang wajib dilakukan terutama bagi seorang *manager production* agar proses dokumentasi dapat berjalan dengan lancar.

5.2 Saran

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

1. Bagi Perusahaan

Komunikasi antar crew ditingkatkan pada saat pra produksi kegiatan acara. Menyiapkan komputer atau laptop dengan performa tinggi sebagai sarana dalam proses editing. Menyiapkan peralatan pendukung proses foto dokumentasi acara seperti *lighting/flash* sebagai pencahayaan utama yang sangat penting saat foto *indoor*, beberapa lensa yang bisa menyesuaikan keadaan seperti lensa fix untuk ruang yang lebih redup, lensa tele untuk foto jarak jauh dari objek dan lensa wide untuk dibagian Photobooth. Konsep yang lebih matang dalam membuat acara untuk mempermudah proses dokumentasi dan menghasilkan foto-foto acara yang sempurna.

2. Bagi Mahasiswa yang akan Melakukan Kerja Praktik

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 PUSAKA

1. Diambil dari Buku

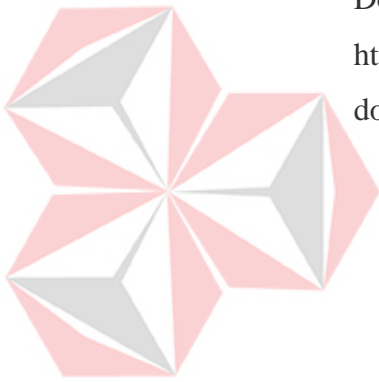
Kundhi. (2009). *Cara Cepat Menguasai Video Shooting*. (M. Solahudin, Ed.)
Yogyakarta: CV Grafina Mediapipta.

2. Diambil dari internet

Komunikasi, P. (2017, June 21). *Pengertian Media Massa Menurut Para Ahli* . Retrieved from Pakarkomunikasi.com:
<https://pakarkomunikasi.com/media-massa-menurut-para-ahli>

Pahlevi. (2019, July 8). *Pengertian Instagram* . Retrieved from
<https://www.pahlevi.net/pengertian-instagram/>

Sora. (2014, September 15). Mengetahui Pengertian Dokumen Dan Dokumentasi. Retrieved from Pengertian Apapun:
<http://www.pengertianku.net/2014/09/mengetahui-pengertian-dokumen-dan-dokumentasi.html>



UNIVERSITAS
Dinamika