



**PEMBUATAN VIDEO *TVC* UNTUK PERUSAHAAN
DI APRESIASI ID**

KERJA PRAKTIK



**Program Studi
DIV Produksi Film dan Televisi**

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

MOCH. IRSADUL IBAD

18510160035

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PEMBUATAN VIDEO TVC UNTUK PERUSAHAAN
DI APRESIASI ID**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Tugas Akhir



Disusun Oleh:

Nama : Moch. Irsadul Ibad

NIM : 18510160035

Program : DIV (Diploma Empat)

Jurusan : Produksi Film dan Televisi

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2021

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
“Jangan pernah berhenti mencoba”
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



Saya persembahkan untuk kedua Orang Tua saya, Teman dan kampus saya

Universitas Dinamika

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

**PEMBUATAN VIDEO TVC UNTUK PERUSAHAAN
DI APRESIASI ID**

Laporan Kerja Praktik oleh

Moch. Irsadul Ibad

NIM: 18510160035

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 27 Juni 2021

Disetujui:

 Pembimbing
Digitally signed
by karsam
Date:
2021.06.27
21:57:26 +07'00'
Karsam, MA., Ph.D
NIDN. 0705076802

Penyelia


Wira Sirajati

Mengetahui,

Ketua Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi

 Digitally signed by
Hardman Budiardjo
Date: 2021.07.05
09:06:56 +07'00'

Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS.

NIDN. 0711086702

**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai civitas akademika UNIVERSITAS DINAMIKA, saya:

Nama : Moch. Irsadul Ibad
NIM : 18.51016.0035
Program Studi : DIV Produksi Film dan Televisi
Jurusan/Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul karya : Pembuatan Video TVC Perusahaan di Apresiasi ID

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti 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 di atas 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, 26 Juni 2021



Moch. Irsadul Ibad
NIM : 18510160035

ABSTRAK

TVC adalah (*Television Comercial*) atau dapat dikenal juga sebagai *Video Advertisement* atau iklan, merupakan media pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan mengenalkan produk atau jasa kepada khalayak umum melalui video pemasaran. Video ini dapat diletakkan di Sosial Media atau disiarkan secara luas melalui jaringan Televisi.

Video Company Profile perusahaan adalah media komunikasi berbentuk video yang diperuntukkan untuk menyajikan data, informasi, dan promosi suatu perusahaan ke khalayak umum baik calon klien maupun calon consumer akan mendapat informasi mengenai perusahaan. Selain itu, *Video Company Profile* dapat membangun citra perusahaan sesuai dengan keinginan. Bagaimana masyarakat akan mengenal, bagaimana mereka akan menilai dan bagaimana mereka akan mengingat, semua itu bisa di ciptakan didalam *Video Company Profile*.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan multimedia, metode pemasaran yang efektif dan efisien juga mengalami perubahan. Harus diakui bahwa pemasaran berbasis digital menjadi alternatif pilihan yang sangat efektif.

Media digital seperti video dan infografik telah menjadi pilihan yang banyak dipilih para pebisnis untuk memberikan informasi menarik seputar perusahaan mereka. Hal ini tentu saja bukan tanpa alasan mengingat perkembangan jejaring social dan komunikasi digital mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Kata Kunci: *TVC, Company Profile, Pemasaran*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan Laporan Kerja Praktik dengan judul Pembuatan Video *TVC* Untuk Perusahaan di Apresiasi ID 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. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika
3. Bapak Karsam MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif dan selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik.
4. Bapak Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS. selaku Ketua Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi.
5. Wira Sirajati selaku *CEO* APRESIASI ID yang telah bersedia memberikan tempat untuk melakukan Kerja Praktik.
6. Sahabat, teman-teman angkatan 2018 yang selalu mendukung dalam keadaan apapun dan keluarga besar Prodi DIV Produksi Film dan Televisi.

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.

Surabaya, 27 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Batasan Masalah	1
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	2
Manfaat bagi Penulis.....	2
Manfaat bagi Perusahaan.....	2
Manfaat bagi Akademik	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	3
2.1 Profil Instansi	3
2.2 Sejarah Singkat Apresiasi ID	3
2.3 <i>Overview</i> Perusahaan	3
BAB III LANDASAN TEORI	6
3.1 Produksi.....	6
3.2 Kameramen	6
3.3 Pengambilan Gambar (angle).....	7
3.4 Frame Size.....	7
3.5 Camera Movement	8
3.6 Fotografi	8
3.7 Pemilihan Shoot	8

3.8 Editing	9
3.9 Macam-macam Editing	9
3.10 Macam-macam Editing	10
BAB IV PROSES PEKERJAAN	11
4.1 Menentukan Konsep	11
4.2 Menulis Naskah <i>TVC</i>	11
4.3 Proses Produksi	11
4.4 Editing	12
BAB V PENUTUP	15
5.1 Kesimpulan	15
5.2 Saran	16
DAFTAR PUSTAKA	17
BIODATA PENULIS	24



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Apresiasi ID	4
Gambar 2.2 Peta Apresiasi ID	4
Gambar 2.3 Letak Lokasi Apresiasi ID.....	5
Gambar 2.4 Crew saat Produksi.....	12
Gambar 2.5 Editing Memilah Gambar.....	12
Gambar 2.6 Dokumentasi Survey Lokasi	14
Gambar 2.7 Editing TVC.....	23



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Balasan dari Apresiasi ID.....	18
Lampiran 2 Acuan Kerja.....	19
Lampiran 3 Garis Besar Rencana Mingguan	20
Lampiran 4 Log Harian.....	21
Lampiran 5 Kehadiran Kerja Praktik	22
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	23



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Company Profile memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan, karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari *Company Profile* sebagai sarana presentasi adalah dapat mempersingkat pertemuan sehingga klien tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung.

Company profile merupakan pencitraan dari profesionalitas sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif karena terdapat unsur visual berupa gambar dan teks, terlebih lagi jika ditambahkan unsur multimedia yang lain akan membuat desain *Company Profile* terlihat lebih menarik dan dapat membuat klien terkesan. *Company Profile* yang kurang menarik akan menimbulkan ketidakpercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan terutama penyedia jasa.

Interaktif *Company Profile* merupakan bentuk multimedia dari desain *Company Profile*, dalam interaktif ini klien dapat berinteraksi dan leluasa mengatur jalannya tampilan secara langsung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam Kerja Praktik ini yaitu untuk mengetahui bagaimana cara proses dan alur pembuatan *TVC* untuk perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dibahas di dalam Kerja Praktik ini antara lain:

1. Menentukan pembagian kerja dalam kerja tim
2. Menulis alur pembuatan *TVC*
3. Membuat konten yang menarik untuk konsumen

1.4 Tujuan

Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah yaitu untuk Mengetahui proses pembuatan *TVC* secara langsung di lapangan.

1.5 Manfaat

Manfaat dari Kerja Praktik ini sangat banyak. Manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis

- a. Mengetahui proses produksi *TVC*.
- b. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja lapangan.
- c. Menambah Pengalaman kerja di bidang Industri Kreatif, Multimedia, dan *broadcasting*.
- d. Membentuk sikap kerja profesional, kritis serta memahami *deadline* kerja.
- e. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.

2. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
- b. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa-mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik.
- c. Memudahkan instansi/perusahaan dalam mencari tenaga kerja di bidang multimedia.

3. Manfaat bagi Akademik

- a. Mengaplikasikan keilmuan multimedia pada proses pembuatan *TVC*.
- b. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik di tengah-tengah dunia kerja.
- c. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dunia industri.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Instansi

Nama Instansi : Apresiasi ID
Alamat : Jl. Pacar No.2 Surabaya
Telp/Fax : 085791949792
Email : apresiasid@gmail.com
Website : <https://www.instagram.com/apresiasiid>

2.2 Sejarah Singkat Apresiasi ID

Apresiasi ID berdiri sejak tahun 2016 diawali oleh Wira Sirajati sebagai Founder nya, awal mulanya sebuah komunitas Fotografi lalu mulai ke ranah media sebagai sumber informasi dan hiburan untuk anak muda.

Apresiasi ID mulai bergerak ke ranah Rumah produksi. mulai memasuki dalam proses pembuatan konten komersial seperti *TVC*.

2.3 Overview Perusahaan

Apresiasi ID merupakan salah satu media yang mengangkat tentang gaya tren anak muda, musik, budaya, destinasi, maupun berita umum yang kekinian. bergerak di platform sosial media digital seperti Facebook dan Instagram.

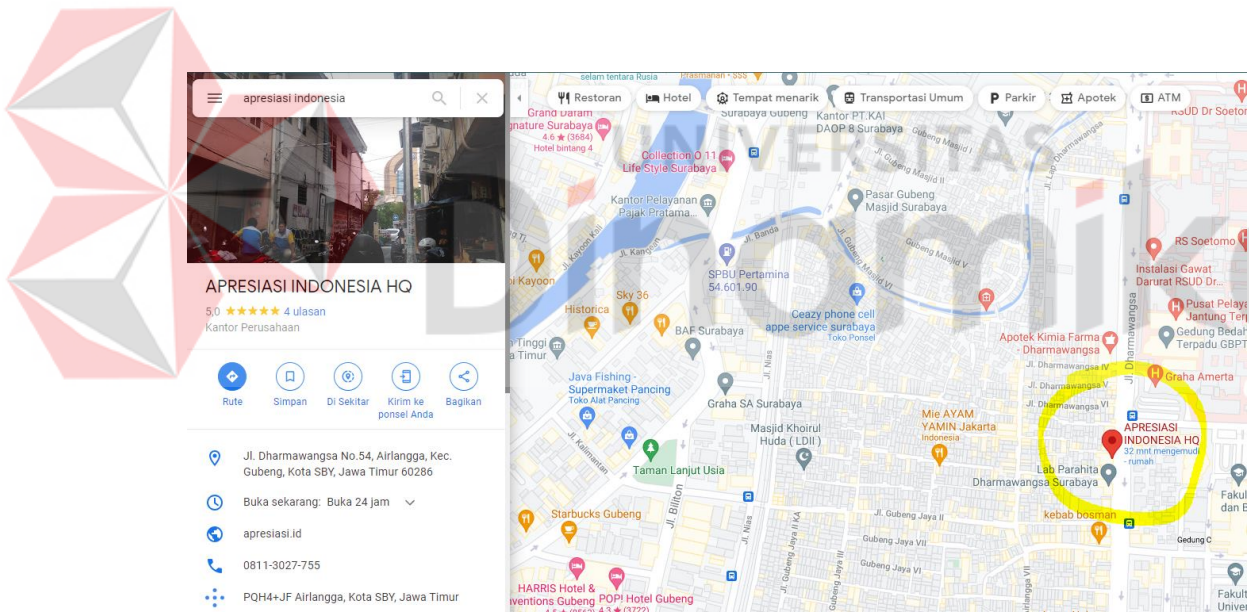
Dalam melakukan Kerja Praktik, sangat penting sekali bagi mahasiswa dalam mengenal sebuah lingkungan dari perusahaan tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan di sekitar perusahaan. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja.

Apresiasi ID yang beralamat di Jl. Pacar No. 2 Surabaya Kec. Genteng, Kota SBY, Jawa Timur 60272. Gambar 2.2 dan gambar 2.3 merupakan tempat Universitas Dinamika, serta Gambar 2.4.



Gambar 2.1 Logo Apresiasi ID

(Sumber: <https://www.instagram.com/apresiasiid/?hl=id>)



Gambar 2.2 Peta Apresiasi ID

(Sumber: www.maps.google.com)



Gambar 2.3 Letak Lokasi Apresiasi ID

(Sumber: www.maps.google.com)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Produksi

Proses Produksi memiliki 3 tahapan produksi SOP (Standar Operasional Prosedur) dalam melaksanakan produksi program Televisi. Berikut 3 tahapan produksi:

1. Pra-Produksi Merupakan tahap perencanaan dan persiapan dari sebuah produksi, tahap ini meliputi: Ide, Pembuatan Naskah, Perencanaan Awal, Perencanaan Casting, Perencanaan Teknis, dan lain-lain.
2. Produksi Setelah perencanaan dan persiapan matang, maka pelaksanaan produksi dimulai. Pengarah acara memimpin jalannya produksi bekerjasama dengan kru dan artis yang terlibat. Masing-masing kru melaksanakan tugasnya seperti rehearsal yang telah dilakukan sebelumnya dan sesuai naskah maupun rundown yang ada.
3. Pasca Produksi Merupakan tahap akhir dari sebuah produksi program acara televisi, setelah produksi lapangan maka materi masuk dalam pos editing. Tahap ini meliputi: Editing, Preview, Siaran (Transmisi), dan Evaluasi Produksi.

3.2. Kameramen

Kameramen adalah seseorang yang bertanggung jawab atas perekaman visual/gambar sebagai bahan baku pembuatan berita disaat peliputan. Kameramen mempunyai peran yang sangat penting dalam media audiovisual. Karena dalam setiap pengambilan gambar, untuk bisa ditayangkan mengandung beberapa elemen yaitu informasi, audio/suara dan video/gambar. Tanpa ada visual/gambar yang mendukung audio/suara dari informasi yang didapat maka sajian yang diberikan kurang mendapat respon dari audiennya. Kameramen harus bisa dan tangkas menggunakan alat yang digunakannya agar menghasilkan gambar yang terlihat cerah, focus dan tidak goyang. Seorang Kameramen juga harus bisa menaruh objek yang akan ditampilkan dalam gambarnya dalam posisi yang enak dilihat atau bisa dikatakan dengan komposisinya sesuai. Ada beberapa peran yang dapat dilakukan oleh Kameramen. Beberapa peran yang dapat dilakukan oleh

Kameramen adalah sebagai program director (PD), koordinator liputan saat on-air, Kameramen on-air, Kameramen studio dan Kameramen peliputan.

3.3. Pengambilan Gambar (angle)

Pengambilan gambar (angle) adalah pengambilan suatu objek menggunakan kamera, maksud angle disini adalah bagaimana sang Kameramen melakukan pengambilan suatu gambar dengan baik yang sesuai dengan televisi itu sendiri.

3.4 Frame Size

Frame Size (Ukuran Gambar) Ukuran gambar (frame size) dalam setiap shot memiliki maksud dan maknanya sendiri sendiri. Untuk itu juru kamera dituntut untuk memahami ukuran gambar yang disesuaikan dengan kebutuhan skenario sebuah adegan.

1. Extreme Close Up (ECU) yaitu ukuran sangat dekat sekali dengan obyek, memiliki makna menampilkan detail dari sebuah obyek.
2. Clase up Big Clase Up (BCU) yaitu dari batas kepala hingga dagu obyek, memiliki kesan menampilkan obyek untuk menimbulkan eksperesi tertentu
3. Close Up (CU) yaitu dari batas kepala hingga icher bagian bawah, memiliki kesan memberikan gambaran obyek secara jelas.
4. Medium Close Up (MCU) yaitu dan batas kepala hingga dada ke atas, memiliki kesan menegaskan profil seseorang.
5. Medium shot Medium Shot (MS) yaitu dari batas kepala sampai pinggang (perut bagian bawah), memiliki kesan memperlihatkan sesorang dengan tampannya.
6. Full Shot (FS) yaitu dari batas kepala hingga kaki, memiliki makna memperlihatkan obyek dengan lingkungan sekitar.
7. Long Shot (LS) yaitu obyek penuh dengan latar belakangnya, memiliki makna menonjolkan obyek dengan latar belakangnya.

3.5 Camera Movement

1. Zoom in dan zoom out, secara fisik kamera tidak bergerak, yang tekan hanyalah tombol zooming. Jika ditckan ke belakang maka menimbulkan efek obyek menjauh, sebaliknya ditekan ke depan, maka menimbulkan efek obyek mendekat
2. Tils Titing gerakan kamera ke atas dah gerakan kamera ke bawah. Biasanya untuk menampilkan sosok tertentu dan menimbulkan rasa penasaran penonton, ada dua macam tils ting yaitu tilt up dan tilt down.
3. Dolly shot, pengambilan gambar dengan menggunakan dolly yang bisa digerakkan maju dan mundur
4. Panning, pengambilan gambar yang mengerakkan posisi kamera dari kiri ke kanan atau sebaliknya Menampilkan kesan urutan obyek secara rapi Untuk panning. juru kamers tidak bolch terlalu cepat karena berdasarkan psikologi penglihatan, bahwa seseorang penonton akan mampu mengidentifikasi obyek dalam waktu minimal 3 detik Kurang dari situ maka penonton akan sulit mengenali obyek yang dilihatnya Mdeograf D. Nunnun Bonati 853
5. Crone shot, atau biasa disebut jimmy jib, dengan panjang sekitar 9 meter, alat ini dilengkapi monitor kecil. Keiebihannya adalah dapat menggunakan berbagai macam angle, dibanding dengan handheld.
6. Follow, kamera bergerak mengikuti obyek, dan alat bantu nya dapat menggunakan rel, kendaraan dan lainnya.

3.6 Fotografi

Fotografi adalah sebuah kegiatan atau proses menghasilkan suatu seni gambar/foto melalui media cahaya dengan alat yang disebut kamera dengan maksud dan tujuan tertentu. Videografi (video) merupakan penggabungan dari beberapa foto dalam satu frame perdetik hingga mengasilkan pergetakan dari objek maupun situasi pada gambar yang diambil melalui kamera.

3.7 Pemilihan Shoot

Untuk menentukan pemilihan shot, ada tiga hal yang perlu diperhatikan. Antara lain:

1. Fungsional, menentukan sebuah shot berdasarkan fungsinya. Sebuah shot lebar (Wide Shot) fungsinya berbeda dengan shot padat (Close Shot). Untuk menekankan sesuatu biasanya digunakan shot padat.
2. Proposional, menempatkan sebuah shot sesuai dengan proporsinya. Panjang pendek sebuah shot haruslah proposional. Begitu juga dengan penentuan titik potong (cutting point) dari sebuah shot. Penempatan shot yang terlalu panjang atau terlalu pendek akan membuat penonton tidak menangkap pesan yang ingin disampaikan.
3. Struktural, menentukan struktur susunan shot yang dibuat. Struktur editing tidaklah harus berurutan dari a sampai z. Bisa saja strukturnya dimulai dari b-c-a-g-d dan seterusnya. Ini juga dikenal sebagai juxtaposition.

3.8 Editing

Editing adalah penyuntingan; pemotongan: penyambungan, merangkai pemotongan gambar secara runtut dan utuh dari bagian-bagian dari hasil rekaman gambar dan suara. Untuk produksi program dengan sistem live on tape, editing lebih mudah dilakukan, karena kombinasi visual dan audionya sudah menyatu. Hanya membagikan durasi setiap segmen, dan menambah sisipan (insert) gambar atau yang diperlukan untuk dinamisasi tampilan program. Untuk sistem multi camera recording, recording in segment, dan single camera proses editing membutuhkan waktu dan teknik khusus, karena harus menyatukan visual dan audio yang terpisah menjadi satu kesatuan, agar memiliki alur cerita yang bermakna. Editing harus memperhatikan unsur gerak (*edit by action*), berdasarkan kata (*edit by word*) dan edit berdasarkan irama (*edit by rythm*). Ketiga unsur menjadi perhatian dan kesatuan perhatian dalam proses editing. Ada dua teknik yang digunakan.

3.9 Macam-macam Editing

Dalam pengerjaannya, editing dibagi menjadi 2, yaitu:

1. *Linear Editing*, Editing dengan menyusun gambar video satu per satu secara berurutan dari awal hingga akhir (seperti membentuk sebuah garis lurus tanpa

putus). Seandainya terjadi kesalahan dalam menyusun gambar, kita harus mengulang kembali proses editing yang telah kita lakukan.

2. *Non-Linear Editing* (NLE), Editing dengan menyusun gambar digital secara acak (tidak berurutan). Bila ada kekeliruan kita tidak lagi harus memulai editing dari awal dan berurutan hingga akhir. Kita bisa saja memulainya dari tengah, akhir, atau darimana pun. Tergantung dari materi mana yang telah siap terlebih dahulu. Dengan editing ini juga, memungkinkan kita untuk merubah susunan dan panjang gambar yang telah kita buat sebelumnya.

3.10 Tahapan Editing

1. Logging: Mencatat dan memilih gambar yang akan kita pilih berdasarkan timecode yang ada dalam masing-masing kaset. Dalam logging ada proses NG.
2. Cutting: Memisahkan shot-shot yang tidak baik (NG/Not Good)
3. Capture / Digitize: Proses memindahkan gambar dari kaset ke komputer
4. Assembly: Menyusun gambar sesuai dengan skenario
5. Rough Cut: Hasil edit sementara. Sangat dimungkinkan terjadinya perubahan.
6. Fine Cut: Hasil edit akhir. Setelah mencapai tahapan ini, susunan gambar sudah tidak bisa lagi berubah.
7. Visual Graphic: Penambahan unsur-unsur graphic dalam film. Seperti teks, animasi, color grading, dsb.
8. Sound Editing/Mixing: Proses editing dan penggabungan suara. Suara meliputi Dialog, Musik dan Efek Suara
9. Married Print: Proses penggabungan suara dan gambar yang tadinya terpisah menjadi satu kesatuan (hanya ada di editing film seluloid)
10. Master Edit: Hasil akhir film.

BAB IV

PROSES PEKERJAAN

Dalam Bab IV ini dibahas mengenai deskripsi pekerjaan selama melakukan Kerja Praktik di Apresiasi ID . Pada pelaksanaan Kerja Praktik, diberikan tugas dan penjelasan mengenai proses *Preproduction* (persiapan) dan *Postproduction* (pengolahan) dalam pembuatan *TVC*.

4.1 Menentukan Konsep

Menentukan Konsep adalah tahap pertama dalam pembuatan *TVC*. Yang harus diperhatikan dan dikerjakan dalam tahap menentukan konsep *TVC*, yaitu:

1. Produk atau layanan yang akan di presentasikan
2. Pencapaian
3. Isi Cerita *TVC*

4.2 Menulis Naskah *TVC*

Setelah menentukan konsep, tahap selanjutnya ialah menulis naskah *TVC*, naskah menjadi bagian yang juga memegang peranan cukup penting, yang harus diperhatikan yaitu penggunaan bahasa yang dapat diterima oleh banyak orang. maka nantinya konten *TVC* akan lebih terarah dan juga tetap terkontrol pada jalur yang semestinya.

4.3 Proses Produksi

Karya video yang baik selalu dibuat dengan tahapan proses produksi yang rinci, dan sesuai dengan standard produksi yang professional. Artinya proses pembuatan karya video sebaiknya mengikuti standar operasional proses produksi. Standard operasional proses produksi dipergunakan untuk mengatur alur proses produksi, agar video yang dihasilkan lebih baik.

Alat alat yang dipersiapkan untuk proses berlangsungnya produksi, yaitu:

1. Kamera
2. Tripod
3. Lighting
4. Mic / Clip On

5. Lightstand

6. Clapper

Tim mulai menyiapkan alat-alat yang digunakan, set lokasi. Sudah siap dan sudah mulai melakukan produksi yaitu pengambilan gambar untuk Video Produk yang berada di Studio. Pada kesempatan kali ini saya membantu dalam pengambilan gambar dan melihat proses syuting.

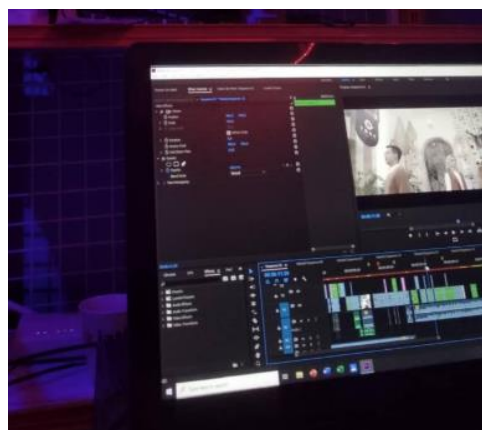


Gambar 2.4 Crew saat Produksi

(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.4 Editing

Tahap akhir dari *TVC* adalah menyusun hasil semua gambar, dan narasi, mengatur jalannya cerita. Semua gambar yang sudah ada akan diedit menggunakan aplikasi yang tepat, biasanya aplikasi yang digunakan adalah *Adobe Premiere Pro*. Yang harus diperhatikan dalam pengeditan ini adalah Audio dan visual harus senada.



Gambar 2.5 Editing Memilah gambar

(Sumber: Dokumen Pribadi)

4.3.1 minggu ke-1

Di hari pertama kerja praktik saya, diawali dengan pengenalan team produksi utama Apresiasi ID sekaligus pembagian jobdesk yang akan diambil, selama berada di Apresiasi ID saya di bina langsung oleh Wira Sirajati CEO Apresiasi ID, setelah itu saya mulai diajari dan di bina dalam pembentukan skrip *TVC* sekaligus untuk job.

Pada hari selanjutnya mulai lah untuk pembuatan naskah oleh saya sendiri untuk mencoba menerapkan ilmu ilmu yang telah di ajarkan sekaligus untuk bahan evaluasi kedepannya.

Di hari ke tiga mulai memasuki tahap rapat dimana semua team di kumpulkan untuk memberikan progress masing masing untuk dijadikan menjadi satu, dan mulai di rekap untuk di tinjau ulang di revisi maupun di benahi oleh team inti Apresiasi ID.

4.3.2 minggu ke-2

Pada hari pertama minggu ke dua seluruh team mulai memasuki proses produksi, kami langsung dihadapkan dengan job dengan perusahaan produsen kopi PT. Santos Jaya Abadi untuk membuat sebuah *TVC* tentang kopi, saya bertugas sebagai Survey lokasi untuk memastikan bahwa keadaan cahaya dan lokasi yang memungkinkan untuk proses ambil gambar.



Gambar 2.6 Dokumentasi Survey Lokasi

(Sumber : Dokumen Pribadi)

4.3.3 minggu ke-3

Pada minggu ke-3 inilah mulai memasuki proses pengolahan data digital untuk dijadikan semua, saya bertugas untuk mengumpulkan semua data visual dan suara untuk diedit oleh team inti, sekaligus saya diajarkan tata cara dalam editing *TVC*, seluruh team juga dikumpulkan untuk Evaluasi kerja dan beberapa revisi.

Semua berjalan lancar sesuai ekspektasi tanpa kendala, dan ada beberapa gambar dan audio yang di ambil ulang agar maksimal, seluruh team hadir untuk menyaksikan editing dan bedah naskah *TVC* yang telah dibenahi oleh tim inti Apresiasi ID. Sekaligus minggu terakhir untuk magang merayakan pesta atas keberhasilan video *TVC* yang telah dikerjakan.

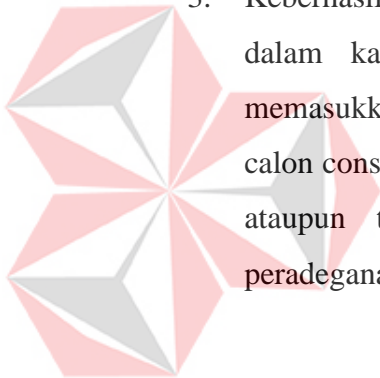
BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang didapat selama melakukan kerja praktik di Apresiasi ID, maka dapat disimpulkan beberapa hal yakni:

1. *TVC*, adalah (*Television Comercial*) atau dapat dikenal juga sebagai *Video Advertisement* atau iklan, bisa membangun citra perusahaan sesuai dengan keinginan
2. Dengan adanya *TVC* akan memudahkan perusahaan menyampaikan Visi dan Misi serta tujuan Latar belakang perusahaan kepada konsumen
3. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari pencapaian/prestasinya, atau dalam kata lain ialah bukti atas pertumbuhan perusahaan. Dengan memasukkan unsur ini ke dalam video company profile, calon klien ataupun calon consumer akan lebih percaya. Biasanya poin ini disajikan berupa grafik ataupun teks. Namun Anda juga bisa meng gambarkannya melalui peradeganan/cerita.



UNIVERSITAS
Dinamika

5.2 Saran

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

1. Bagi Perusahaan

Menyiapkan *timeline* yang terjadwal dan tersusun rapih, agar tidak ada hal hal mendadak yang di inginkan agar tidak mengganggu proses produksi *TVC*

2. Bagi Mahasiswa yang akan Melakukan Kerja Praktik

Bagi mahasiswa diharapkan lebih menambah wawasan dan referensi, serta melatih diri untuk bekerja dalam tim. Karena pada proses pembuatan *TVC* sangatlah membutuhkan kerjasama tim.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Diambil dari Internet:

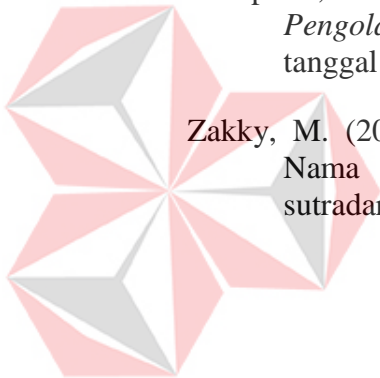
Harjo, S. (2017, Oktober 30). *pengertian fotografer dan fotografi*. Retrieved from sulistyoharjo.web.ugm.ac.id: <http://sulistyoharjo.web.ugm.ac.id/2017/10/30/pengertian-fotografer-dan-fotografi/>. Diakses tanggal 26 Mei 2021.

Iskandar, J. (2020, May 27). *Directing & Producing*. Retrieved from Studio Antelope: <https://studioantelope.com/pengertian-dan-tugas-sutradara-dalam-produksi-film/>. Diakses tanggal 26 Mei 2021.

Koen Cinema. (2021, 06 26). *KOENCINEMA*. Retrieved from koencinema: <http://koencinema.id/5-hal-harus-ada-video-company-profile-perusahaan/>. Diakses tanggal 26 Mei 2021

Komputer, W. (2005). *Panduan Aplikatif: Pemanfaatan Kamera Digital dan Pengolahan Imagenya*. Semarang: Andi dan Wahana Komputer. Diakses tanggal 26 Mei 2021

Zakky, M. (2014, Juli 11). *Pengertian dan Tugas Sutradara*. Retrieved from Nama Film: <https://namafilm.blogspot.com/2014/07/pengertian-tugas-sutradara.html/>. Diakses tanggal 26 Mei 2021



Dinamika