



**PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM & VIDEO DOKUMENTASI ACARA
DI BETTER YOUTH FOUNDATION**

Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi



Oleh:

Muchammad Nashrul Khalim

18510160031

**UNIVERSITAS
Dinamika**

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM & VIDEO DOKUMENTASI
ACARA DI BETTER YOUTH FOUNDATION**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Tugas Akhir



Disusun Oleh:

Nama : Muchammad Nashrul Khalim

NIM : 18510160031

Program Studi : DIV Produksi Film dan Televisi

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

LEMBAR MOTO



“Hidup seakan-akan mati esok”

UNIVERSITAS
Dinamika

*Saya persembahkan untuk kedua Orang Tuaku, Teman dan kampus saya
Universitas Dinamika*



UNIVERSITAS
Dinamika

**PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM & VIDEO DOKUMENTASI ACARA
DI BETTER YOUTH FOUNDATION**

Laporan Kerja Praktik oleh

Muchammad Nashrul Khalim


NIM: 18510160049

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 26 Juni 2021

Disetujui:


Pembimbing
Digitally signed
by Yunanto Tri
Laksono
Date: 2021.07.23
15:18:36 +07'00'
Yunanto Tri Laksono, M. Pd
NIDN. 0704068505


Penyelia
Ahmad Muzayyinul Chuluqil Astna, S.H
NIK.

Mengetahui,

Ketua Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi


Digitally signed by
Hardman Budiardjo
Date: 2021.07.23
15:33:35 +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 : Muchammad Nashrul Khalim
NIM : 18510160031
Program Studi : DIV Produksi Film dan Televisi
Jurusan/Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul karya : Pembuatan Konten Instagram & Video Dokumentasi
Acara di Better Youth Foundation

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 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.



Muchammad Nashrul Khalim

NIM : 18510160031

ABSTRAK

Media sosial menjadi salah satu elemen penting, terutama para generasi Z. Peningkatan pengguna sosial media pun turut meningkat setiap harinya. Seperti yang diketahui, pengguna sosial media identik dengan kalangan anak muda. Dari sekian banyaknya sosial media yang ada, Instagram menjadi salah satu media yang sangat diminati oleh banyak kalangan untuk membagikan gambar atau video kegiatan sehari-hari. Tidak hanya untuk aktivitas pribadi, tapi juga kepentingan promosi suatu perusahaan sebagai brand *awareness* dan *entertainer*.

Salah satu peran sosial media sebagai bahan marketing sebuah perusahaan adalah dapat menciptakan interaksi antara pihak perusahaan dengan para pengikutnya di sosial media. Apabila postingan feed yang dibagikan terkesan monoton dan membosankan, maka para pengikut akan merasa bosan dan enggan untuk melirik perusahaan tersebut. Hal itu juga akhirnya dapat berpengaruh pada manajemen reputasi dari perusahaan itu sendiri.

Konten kreator adalah seseorang yang bertugas membuat suatu konten, baik script atau skenario yang nantinya akan menjadi alur cerita dalam promosi konten, baik berupa suara, gambar dan video atau gabungan dari keempatnya. Konten kreator juga dituntut untuk terus menciptakan sebuah ide kreatif dan perencanaan promosi sebagai bahan penyampaian informasi kepada masyarakat.

Kata Kunci : *Editor, Sosial Media, Konten Kreator*

ABSTRACT

Social media is an important element, especially for Generation Z. The increase in social media users is also increasing every day. As is known, social media users are synonymous with young people. Of the many existing social media, Instagram is one of the media that is in great demand by many people to share pictures or videos of daily activities. Not only for personal activities, but also for the promotion of a company as a brand awareness and entertainer.

One of the roles of social media as marketing material for a company is to be able to create interactions between the company and its followers on social media. If the feed posts that are shared seem monotonous and boring, then the followers will feel bored and reluctant to glance at the company. It can also ultimately affect the reputation management of the company itself.

A content creator is someone who is in charge of creating content, either scripts or scenarios which will later become a storyline in the promotion of content, either in the form of sound, images and videos or a combination of the four. Content creators are also required to continue creating creative ideas and planning promotions as material for delivering information to the public.

Keywords: *Editor, Social Media, Content Creator*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Kerja Praktik dengan judul “Pembuatan Konten Instagram & Video Dokumentasi Acara Di Better Youth Foundation” dengan baik.

Dalam Proses penulisan hingga tahap penyelesaian laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang bertugas memberikan kritik dan masukan, serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak-banyak terimakasih untuk kalian semua. Adapun beberapa pihak tersebut, antara lain:

1. Kedua orang tua penulis, yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan kepada saya selama proses penyusunan berlangsung hingga penyusunan Laporan Kerja Praktik selesai.
2. Bapak Karsam M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif
3. Bapak Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS. selaku Ketua Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi.
4. Bapak Yunanto Tri Laksono, M. Pd selaku pembimbing penulis yang tidak pernah berhenti untuk memberikan kritik dan masukan kepada penulis selama proses penyelesaian laporan berlangsung.
5. Bapak Ahmad Muzayyinul Chuluqil Astna, S.H, selaku Direktur sekaligus penyelia pihak Better Youth Foundation karena telah mengijinkan penulis untuk melaksanakan kerja praktik dan bergabung bersama keluarga besar Better Youth.
6. Teman – teman di Better Youth Foundation yang senantiasa membimbing penulis, serta memberikan pengalaman – pengalaman baru pada penulis tentang dunia kerja.

7. Mas Lukman dan Mas Bima, selaku alumni STIKOM sekaligus bos penulis yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan kepada penulis agar cepat menyelesaikan laporan dan bisa lulus tepat waktu.
8. Yutheo, Aldy, Joseph, dan Novia yang selalu membantu penulis dalam penyelesaian laporan ini.
9. Teman – teman angkatan 2018 lain serta keluarga besar Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi yang tidak pernah lelah untuk saling mendukung satu sama lain agar tetap semangat menyelesaikan laporan Kerja Praktik.
10. Aisyah Talita Rifani yang telah mendampingi, terus memberikan dukungan, mengarahkan penulis sejak awal pembuatan laporan hingga penyelesaian.
11. Dan pihak – pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Sekali lagi penulis ucapkan terimakasih banyak untuk bantuan kalian semua.

Dengan adanya laporan ini, penulis berharap Laporan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya bagi teman-teman Program studi DIV Produksi Film dan Televisi Universitas Dinamika.

Surabaya, 26 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan	3
1.5. Manfaat	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1. Profil Perusahaan	4
2.2. Sejarah Perusahaan	4
2.3. Visi dan Misi Perusahaan	5
2.3.1. Visi	5
2.3.2. Misi	5
2.4. Tujuan	5
2.5. Lokasi Perusahaan	5
2.6. Logo Perusahaan	7
BAB III LANDASAN TEORI	8
3.1. Konten	8
3.1.1. Jenis – Jenis Konten	8
3.2. <i>Content Creator</i>	9
3.2.1. Jenis – Jenis <i>Content Creator</i>	10
3.3. Kreativitas	11

3.4. Editor	11
3.4.1. Klasifikasi Editor	13
3.5. Editing Video	13
3.5.1. Elemen – Elemen Dasar Editing	14
3.5.2. Metode – Metode Editing Video.....	15
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	17
4.1. Analisa Sistem	17
4.2. Posisi Dalam Instansi	17
4.3. Kegiatan Selama Kerja Praktik di Better Youth Foundation	18
4.3.1. Minggu ke-1	18
4.3.2. Minggu ke-2	19
4.3.3. Minggu ke-3	20
4.3.4. Minggu ke-4	21
BAB V PENUTUP.....	23
5.1. Kritik dan Saran.....	23
5.2. Kesimpulan.....	23
DAFTAR PUSTAKA	24
LAMPIRAN – LAMPIRAN	26
BIODATA PENULIS	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Lokasi Better Youth Foundation	6
Gambar 2. 3 Gerbang Better Youth Foundation	6
Gambar 2. 4 Tampilan Better Youth Foundation di Google Maps	7
Gambar 2. 5 Logo Better Youth Foundation	7
Gambar 4. 1 Software yang Digunakan	18
Gambar 4. 2 Dokumentasi Proses Pengambilan Gambar	19
Gambar 4. 3 Dokumentasi Editing Konten Video	20
Gambar 4. 4 Proses Editing Konten Video	21
Gambar 4. 5 Dokumentasi Acara Mantan Fair	22



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan dari Direktur Better Youth Foundation	26
Lampiran 2. Form KP-5 (Acuan Kerja)	27
Lampiran 3. Form KP-5 (Garis Besar Rencana Kerja Mingguan)	28
Lampiran 4. Log Harian Acuan Kerja Selama 1 Bulan	29
Lampiran 5. Log Harian Acuan Kerja Selama 1 Bulan	30
Lampiran 6. Form KP-6 (Kehadiran Kerja Praktik)	31
Lampiran 7. Form Bimbingan.....	31



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern mempunyai pengaruh yang cukup besar, hingga menyebabkan perubahan pada segala jenis aspek kehidupan. Selain berpengaruh pada pola kehidupan, adanya teknologi juga berhasil mempengaruhi dunia media. Media komunikasi adalah sebuah perantara untuk menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang mempunyai tujuan untuk efisien penyebaran informasi atau pesan yang akan disampaikan.

Media sosial menjadi salah satu elemen penting, terutama para generasi Z. Peningkatan pengguna sosial media pun turut meningkat setiap harinya. Seperti yang diketahui, pengguna sosial media identik dengan kalangan anak muda. Namun seiring berjalannya waktu, semua itu sudah tidak lagi sama. Perlahan para orang tua pun turut menggunakan sosial media. Dari sekian banyaknya sosial media yang ada, Instagram menjadi salah satu media yang sangat diminati oleh banyak kalangan untuk membagikan gambar atau video kegiatan sehari-hari. Tidak hanya untuk aktivitas pribadi, tapi juga kepentingan promosi suatu perusahaan sebagai *brand awareness* dan *entertainer*. Strategi tersebut sering kali digunakan oleh semua perusahaan salah satunya adalah Better Youth Foundation.

Better Youth Foundation adalah yayasan yang bergerak pada bidang pembinaan dan pemberdayaan pemuda. Yayasan BYF juga menggunakan platform Instagram dan Youtube sebagai media promosi untuk dapat mempertahankan eksistensinya. Selama ini, Yayasan Better Youth Foundation belum memiliki seseorang yang dapat memberikan warna baru pada postingan sosial media miliknya. Salah satu peran sosial media sebagai bahan *marketing* sebuah perusahaan adalah dapat menciptakan interaksi antara pihak perusahaan dengan para pengikutnya di sosial media. Apabila

postingan *feed* yang di bagikan terkesan monoton dan membosankan, maka para pengikut akan merasa bosan dan enggan untuk melirik perusahaan tersebut. Hal itu juga akhirnya dapat berpengaruh pada manajemen reputasi dari perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat di simpulkan Better Youth Foundation membutuhkan seorang konten kreator sebagai seseorang yang bertugas membuat suatu konten, baik *script* atau skenario yang nantinya akan menjadi alur cerita dalam promosi konten, baik berupa suara, gambar dan video atau gabungan dari keempatnya. Konten kreator juga diuntut untuk terus menciptakan sebuah ide kreatif dan perencanaan promosi sebagai bahan penyampaian informasi kepada masyarakat. Diharapkan dengan adanya media konten kreatif dapat meningkatkan manajemen reputasi dari perusahaan dan juga membangun interaksi yang baik dengan para pengikut di sosial media.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam Kerja Praktik ini adalah bagaimana pembuatan konten instagram & video dokumentasi acara di Better Youth Foundation.

1.3.Batasan Masalah

Batasan masalah pada penulisan karya ilmiah ini, meliputi:

1. Penulis berperan sebagai konten kreator dan video editor pada Better Youth Foundation
2. Proses pembuatan isi konten pada Better Youth Foundation
3. Editing Video

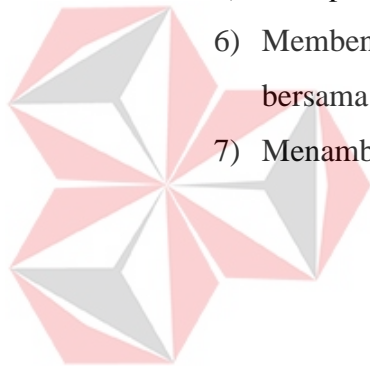
1.4. Tujuan

Tujuan dari penulisan karya ilmiah ini adalah pembuatan konten Instagram dan Youtube Better Youth Foundation.

1.5. Manfaat

Adapun manfaat yang diperoleh dari Kerja Praktik, sebagai berikut:

- 1) Memahami alur proses manajemen produksi di lapangan.
- 2) Menerapkan ilmu yang di peroleh selama masa perkuliahan berlangsung.
- 3) Meningkatkan wawasan dan keterampilan sebagai konten kreator dan vidio editor.
- 4) Menambah pengalaman baru dalam bekerja di *industri* kreatif dalam bidang Multimedia, Film dan Televisi, dan *Broadcasting*.
- 5) Terciptanya hubungan baik antara perguruan tinggi dan industri
- 6) Membentuk sikap profesional dalam bekerja, baik perorangan ataupun bersama tim.
- 7) Menambah relasi baru dalam dunia kerja.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : Better Youth Foundation (Yayasan Pemuda Baik)

Alamat : Jl. Penjaringan Sari PSII D-25, Kec. Rungkut, Surabaya

Telp/Fax : 081380099585

Email : keseekretariatan.byf@gmail.com

Website : <https://betteryouth.id/>

2.2. Sejarah Perusahaan

Better Youth Foundation (Yayasan Pemuda Baik) adalah yayasan yang bergerak di bidang pembinaan dan pemberdayaan pemuda muslim, khususnya pemuda awam dan mualaf. Sebelumnya, yayasan ini diawali dengan kegelisahan beberapa orang pemuda terhadap fenomena degradasi moral di kalangan pemuda muslim di Indonesia. Meningkatnya angka aborsi, seks bebas, penggunaan narkoba, tawuran, broken home, LGBT, dan semisalnya, menjadi latar belakang utama berdirinya Yayasan Pemuda Baik.

Yayasan ini resmi berdiri dengan akta notaris pada tanggal 28 Maret 2018. Sebelum resmi berdiri, telah banyak kegiatan yang sudah dilakukan oleh Better Youth Project yaitu nama sebelum dibentuknya Better Youth Foundation. Kajian pemuda yang disajikan mampu menarik para pemuda untuk mulai terlibat dalam mengikuti majelis ilmu dan kegiatan-kegiatan yang lebih memberi manfaat untuk umat. Kajian rutin bulanan, kajian rutin mingguan serta pembinaan sudah mulai dijalankan dengan baik. Oleh karena itu, melihat potensi besar dari kegiatan sebelumnya bahwa gerakan

ini akan lebih bisa berkembang dan berdampak nyata serta luas bagi masyarakat dan bangsa Indonesia pada umumnya.

2.3. Visi dan Misi Perusahaan

2.3.1. Visi

Menjadi lembaga dakwah yang terdepan dalam mengembangkan potensi pemuda dalam membangun peradaban Islam.

2.3.2. Misi

1. Berdakwah kepada para pemuda, khususnya dari kalangan awam dan mualaf.
2. Melakukan pembinaan dan pendampingan kepada para pemuda dari kalangan mualaf dan masyarakat awam.
3. Memberdayakan potensi para pemuda muslim dalam membantu menyelesaikan problematika umat Islam.
4. Melakukan kaderisasi manajemen dan kepemimpinan kepada para pemuda.

2.4. Tujuan

Tujuan berdirinya Yayasan Pemuda Baik ini yakni berdakwah kepada para pemuda, khususnya dari kalangan awam dan mualaf, melakukan pembinaan dan pendampingan kepada para pemuda dari kalangan mualaf dan masyarakat awam, memberdayakan potensi para pemuda muslim dalam membantu menyelesaikan problematika umat islam, melakukan kaderisasi manajemen dan kepemimpinan kepada para pemuda.

2.5. Lokasi Perusahaan

Better Youth Foundation (Yayasan Pemuda Baik) berlokasi di Jalan Penjarangan Sari PSII D-25, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Tampilan kantor tampak depan dapat di lihat pada gambar ...

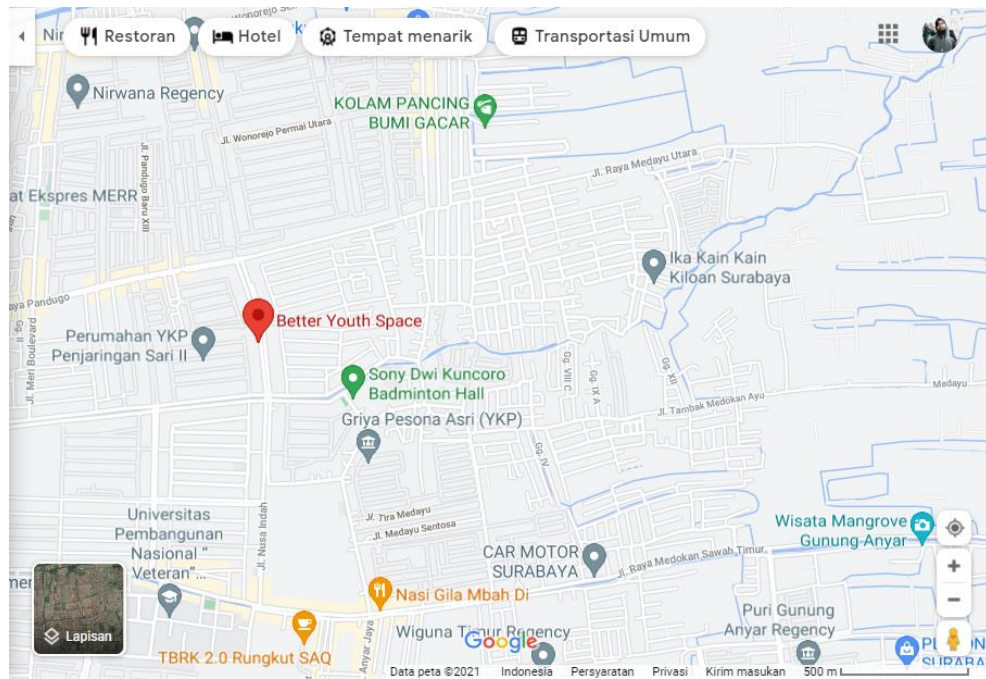


Gambar 2. 1 Lokasi Better Youth Foundation



Gambar 2. 2 Gerbang Better Youth Foundation

Dan apabila ditinjau melalui peta *Google Maps*, berikut adalah tampilan peta lokasi Better Youth Foundation (Yayasan Pemuda Baik) dapat di lihat pada gambar



Gambar 2. 3 Tampilan Better Youth Foundation di Google Maps

2.6. Logo Perusahaan

Berikut adalah logo Better Youth Foundation (Yayasan Pemuda Baik), dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. 4 Logo Better Youth Foundation

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1.Konten

Kata konten berasal dari Bahasa Inggris ‘content’ berarti sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Menurut (Agesti, 2018) Konten media adalah berbagai bentuk isi konten di dalam sebuah media dunia teknologi seperti; wiki, blog, forum, gambar digital, audio, video, iklan, dan konten lain yang dibuat dan diunggah oleh para pengguna sistem layanan online. Istilah konten sering kali digunakan untuk menguantifikasi dan mengidentifikasi beragam jenis format dan genre informasi sebagai komponen media. Sedangkan menurut (Pusat Bahasa, 2008) adalah sebuah isi dari bagian struktur dan desain dari informasi yang terdapat pada sebuah halaman situs. Dalam penyampaian konten dapat melalui beberapa perantara seperti CD/DVD, audio, video, televisi, internet, dan acara langsung seperti konferensi dan pertunjukan panggung secara langsung.

Konten Kreatif merupakan sebuah informasi berisi hal-hal baru yang diciptakan dengan berbagai macam pendekatan, baik yang sudah ada ataupun yang belum ada sebelumnya. Hal itu akan dikemas lagi dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada saat ini (Widasari, Senoprabowo, & Ihyaulumuddin, 2017). Menurut (Cambridge Dictionary, 2020) *The articles or parts contained in a magazine or book* yang artinya artikel atau bagian yang ada di dalam majalah atau buku.

3.1.1. Jenis – Jenis Konten

Adapun beberapa jenis konten yang sering digunakan pada era digital, seperti:

1. Konten *User Generated Content*
2. Podcast
3. *Question and Answer*
4. Tutorial
5. VLOG

6. *Behind The Scene*
7. *LiveStreams Event*
8. *Konten Virtual Reality*
9. *Giveaway* dan Penawaran menarik
10. *Company Profile*
11. *TV Commercial*
12. *TV Programme*
13. *Music Video*
14. *Testimonial Klien*
15. *Breaking News* / Papan berita terbaru pada Blog
16. Dan lain-lain.

3.2. Content Creator

Seseorang yang mempunyai peran penting dibalik pembuatan konten di sebut *Content Creator*. Profesi ini disebut sebagai orang yang melahirkan berbagai jenis materi konten, baik berupa tulisan, suara, video, gambar, atau gabungan dari beberapa materi. *Content Creator* akan memuat konten yang sudah di buatnya pada *platform* digital seperti Instagram, Youtube, Snapchat, TikTok, WordPress, dan media online yang lainnya. Topik – topik yang diangkat pun juga sangat beragam mulai dari kuliner, *fashion*, *makeup beauty*, sampai *daily vlog*.

Keberadaan *Content Creator* dalam dunia media memang tidak leas dari kemajuan teknologi sekarang. Semakin terbuka akses informasi, maka semakin luas pula kesempatan untuk *Content Creator* dalam mengeksplorisasi ide-ide kreatif yang mereka miliki. Salah satu tuntutan ketika menjadi seorang *Content Creator* harus menciptakan ide – ide orisinil yang dapat membawa suasana baru tapi tetap dapat di terima di masyarakat media. Tidak hanya itu, *Content Creator* yang handal pun harus mempunyai kemampuan dan keterampilan dalam hal menulis, pengambilan foto, merekam gambar, maupun mengedit video. Selain itu, salah satu hal yang harus diperhatikan ketika menjadi *Content Creator* yaitu *movementnya*.

Sebelum melakukan pembuatan konten, seorang *content creator* harus mempersiapkan hal wajib seperti menentukan ide, konsep, dan data-data riset sesuai dengan yang telah direncanakan, memenuhi tujuan yang telah disepakati kedua belah pihak. Menurut (Putri, 2019) pembuatan konten harus bermanfaat untuk banyak orang, sehingga orang yang melihat konten tersebut juga dapat menerima isi yang disampaikan dengan baik. Segala kesiapan yang harus disiapkan untuk membuat konten yang bagus yaitu, niat, alat yang mumpuni, target, dan juga fokus. Pada dasarnya isi konten yang dibuat oleh kreator tidak harus berupa informasi yang sifatnya memperkaya wawasan, tapi juga sesuatu yang dapat menghibur pada pengikut di sosial mediana.

3.2.1. Jenis – Jenis *Content Creator*

Bukan lagi rahasia umum, banyak orang yang menjadikan *content creator* sebagai pekerjaan utama. Namun sebelum itu harus mengetahui jenis-jenis *content creator*. Berikut adalah diantaranya:

1) *Content Creator Youtube*

Saat ini, menjadi Youtuber tidak hanya sekadar hobi semata melainkan profesi yang cukup menjanjikan beberapa tahun terakhir. Kebutuhan masyarakat akan sosial media telah berubah seiring waktu. Dapat dilihat dari fenomena YouTube yang sedang populer, dan banyak orang tertarik untuk ikut menjadi bagian dari pekerjaan ini.

2) *Content Creator Instagram*

Menjadi konten kreator pada aplikasi ini memang tidak sebesar menjadi *content creator* Youtuber. Namun dengan menjadi *content creator instagram* juga cukup menjanjikan apabila mempunyai banyak *followers* guna mendapatkan *endorse* beberapa *brand* atau *online shop* tertentu.

3) *Content Creator Tik Tok*

Baru-baru ini, banyak sekali muda-mudi yang mulai melebarkan karir menjadi *content creator* Tiktok.

4) *Content Creator Vidiographer*

Sesuai dengan namanya, *content creator videographer* memang fokus dalam pembuatan konten video yang unik dan juga menarik. Nantinya konten video yang telah dibuat akan dibagikan melalui beberapa situs online dan aplikasi lain.

3.3.Kreativitas

Pada dasarnya, kata Kreativitas mempunyai banyak sekali pengertian. Definisi kreativitas juga bergantung pada teori dasar yang digunakan sebagai acuan para ahli dalam mendefinisikan maksud tersebut. Menurut (Ali & Asrori, 2006) Kreativitas adalah sebuah kemampuan untuk menciptakan hal-hal baru. Menurut (Elizabeth & Hurlock, 1978) dalam mendefinisikan kreativitas yaitu kemampuan dalam memproduksi gagasan-gagasan dan komposisi baru seperti aktivitas imajinatif atau sentesis yang mungkin pembentukannya melibatkan pola-pola baru dari kombinasi dari pengalaman masa lalu dan dihubungkan dengan situasi sekarang yang sudah ada.

Guilford dalam buku (Ali & Asrori, 2006) juga pernah mengungkapkan bahwa kreativitas berpacu pada kemampuan menandai ciri-ciri seseorang yang kreatif. Ia juga mengemukakan dua cara berpikir, yaitu konvergen dan divergen. Konvergen merupakan cara individu memikirkan sesuatu dengan memandang hanya ada satu jawaban yang benar. Sedangkan divergen dengan mencari banyak alternatif jawaban terhadap soal yang ada. Kedua pemikiran tersebut apabila dikaitkan dengan kreativitas, Guilford menekankan bahwa orang-orang kreatif dapat berpikir lebih banyak menggunakan divergen daripada konvergen.

(Solso, Maclin, & Maclin, 2008) mengatakan definisi kreativitas sebagai suatu kegiatan kognitif yang dapat menghasilkan pandangan baru terkait bentuk permasalahan yang ada dan tidak dibatasi dengan hasil yang pragmatis.

3.4.Editor

Editor merupakan orang yang bekerja di balik layar. Dalam sebuah rumah produksi mempunyai banyak elemen yang saling berkesinambungan. Apabila seorang

penulis membuat jalannya cerita, sutradara memberi arahan pada *talent* dan sinematografi pada setiap shot, maka editor akan menggabungkan semua elemen yang ada. Tugas editor yaitu menyeleksi dan memperbaiki naskah sebelum dilakukan pempublikasian, menjadi tenaga kreatif dengan sentuhan akhir pada produksi gambar bergerak. Di dunia media, editor adalah jantung dari media. Menyelaraskan sebuah naskah dengan visi, misi, dan rubrikasi media. Dengan keahlian yang dimilikinya, kerajinan dan insting akan memberikan sentuhan pada hasil akhir dari gambar yang telah dibuat, (Thompson & Bowen, 2009).

Beberapa peran editor dalam sebuah produksi, antara lain:

1. tenaga editing video
2. tenaga kreatif dengan merangkai jalan cerita sesuai naskah, dari shot *scene-sequence* sampai pemberian efek audio visual.
3. Penyempurna materi hasil produksi rekaman menjadi program yang utuh
4. Partner sutradara dan asisten produser
5. Dapat mengoperasikan *software editing* seperti Final Cut Pro, Adobe Series, Openshot, Imovie, Vegas Pro, dan lain-lain.

Untuk menghasilkan video dengan hasil cerita yang menarik dan mempunyai *teste and soul* yang bisa membuat penonton terbawa suasana. Editor harus mampu meneliti setiap detail dengan kesabaran dan konsentrasi tinggi. Ada beberapa pedoman yang harus diperhatikan sebagai editor:

1. Memahami konsep cerita/naskah
2. Melihat terlebih dahulu seluruh gambar dan melakukan pencatatan shot penting dan menarik (*preview*)
3. Selalu menggunakan gambar terbaik ketika *opening*
4. Membuat komposisi dan durasi shot, baik statis maupun bergerak (*pan, zoom, dll*)
5. Hindari perpindahan gambar dan suara secara mendadak, penambahan efek jika memang diperlukan.

6. Memberikan jeda agar memberikan penonton kesempatan untuk menikmati
7. Khusus penggunaan program yang memakai narasi dan wawancara tidak diperbolehkan terlalu rapat agar ada jeda pada setiap shot. Ini membantu penonton untuk memahami pergantian dialog
8. Apabila program menggunakan narasi, narator harus tetap membaca tidak terlalu cepat dan lamban

3.4.1. Klasifikasi Editor

Berikut adalah klasifikasi yang harus dipenuhi seorang editor:

- 1) Pemahaman teori editing dengan baik
- 2) Mampu mengoperasikan *software editing* dengan baik
- 3) Mampu menggunakan peralatan editing sesuai kegunaan
- 4) Memahami istilah-istilah audiovisual
- 5) Mempunyai *sens of editing* atau *souls* dalam menggabungkan gambar

3.5.Editing Video

(Thompson & Bowen, 2009) mengatakan, “*Editing for motion pictures is the process of organizing, reviewing, selecting, and assembling the picture and sound “ footage ” captured during production. The result of these editing efforts should be a coherent and meaningful story or visual presentation that comes as close as possible to achieving the goals behind the original intent of the work — to entertain, to inform, to inspire, etc.*”

Yang berarti Editing film merupakan sebuah proses mengatur, meninjau, memilih, dan menggabungkan gambar dan rekaman suara selama produksi berlangsung. Hasil dari gambar yang diedit haruslah menjadi cerita atau visual yang bermakna agar mencapai tujuan utama, seperti menghibur, menginformasikan, menginspirasi, dll.

Editing adalah kegiatan memotong gambar, menyambung potongan gambar yang bercerita dengan durasi yang sudah ditentukan, dan siap ditayangkan pada waktunya (Wahyudi, 2001). Hasil *editing* bergantung pada bagaimana elemen tersebut

digunakan, bagus atau tidaknya dan apakah gambar tersebut mengganggu ketika ditonton. Menurut (Thompson & Bowen, 2009)

Pada dasarnya, prinsip penting dalam mengedit bukan hanya memotong dan menyambungkan beberapa gambar menjadi satu kesatuan. Namun editor juga perlu memperhatikan bahwa setiap shot mempunyai aspek ruang dan waktu yang berbeda. Maka jika diperhitungkan susunan shot akan lebih efisien dan tidak bertentangan dengan logika penonton ketika melihat tayangan tersebut. Berikut cara-cara yang dapat dilakukan:

1. *Continuity Action* (Kontinuitas aksi)

Kecepatan aksi yang ada pada satu shot dengan shot berikutnya tidak dapat mengalami perubahan tiba-tiba dalam kecepatan dan arah gerakan.

2. *Screen Direction* (Arah layar)

Pada setiap shot, subjek/objek yang sama harus mempertahankan arah dan gerakan.

3. *Eye Line* (Garis mata)

Garis mata subjek dalam melihat suatu arah harus sesuai dengan arah yang di percaya penonton.

3.5.1. Elemen – Elemen Dasar Editing

Berikut beberapa elemen-elemen yang mendukung dasar *editing*.

1. Motivasi

Dalam mengedit gambar/video, editor dituntut untuk mempunyai motivasi atau alasan pada saat memotong, memindah, menggabungkan dan memindahkan. Motivasi dapat berupa gambar, suara, ataupun kombinasi keduanya.

2. Informasi

Dasar dari *editing* adalah mempunyai informasi didalamnya. Setiap shot baru harus mempunyai informasi baru dan susunan ideal agar lebih menarik. Semakin banyak informasi yang diperoleh penonton, akan semakin mudah

tayangan tersebut diminati. Tugas editor adalah mendapatkan gambar dengan banyak informasi di dalam sebuah program, namun tanpa menggurui penonton.

3. Komposisi

Salah satu tugas editor adalah memilih dan menyusun gambar dengan komposisi yang tepat, karena komposisi yang buruk akan menghasilkan tayangan yang buruk

4. Suara

Suara merupakan elemen penting dalam editing video. Adanya suara dapat membangun emosi dan suasana agar lebih hidup.

5. *Angle* Kamera

Pada prinsipnya ketika perpindahan shot harus berbeda angle dalam pengambilan gambar. Perbedaan antara harus kurang dari 45o, sedangkan garis khayal antara dua objek tidak lebih dari 180o.

6. Kontinuitas

Dalam mengedit, kesinambungan gambar sangat perlu. Setiap perpindahan shot baru merupakan lanjutan dari shot sebelumnya. Kesinambungan ini mencakup kontinuitas konten, pergerakan, posisi dan suara.

3.5.2. Metode – Metode Editing Video

Dalam melakukan *editing* video tidak boleh sembarangan. Pemahaman metode – metode khusus dalam mengedit harus dipahami dengan benar. Pada dasarnya, metode *editing* video hanya ada 2, yaitu *film splicing* (proses penyambungan film) dan *tape to tape*. Namun seiring berjalannya waktu, metode dalam mengedit juga mulai bervariasi. Dimulai dari *film splicing* dan *tape to tape*, kini mulai muncul metode digital dan *live editing*.

Keempat metode yang telah disebutkan tentu saja mempunyai tahapan yang berbeda – beda. Meskipun mempunyai tujuan yang sama guna melakukan perubahan atau pengeditan, tapi metode digital yang paling sering digunakan. Menurut (Senja, 2021) ada 4 metode dalam pengeditan video, antara lain:

1. *Film Splicing*

Film splicing lebih dikenal dengan penyampungan film, dimana adegan-adegan dalam film atau video yang tidak perlu akan di potong, dan disambung kembali dengan alat *tape* penyambung. Metode ini adalah langkah awal dan dasar dalam proses mengedit video.

2. *Tape to Tape*

Metode ini dapat disebut dengan metode linear. Metode yang sering kali digunakan pada zaman pengeditan belum berkembang dengan metode komputer pada tahun 1990an. Cara kerja dari metode ini yaitu *mengcopy scene* demi *scene* dalam film/video. Dalam pengeditan ini setidaknya harus mempunyai 2 *tape*, dimana *tape* satu sebagai penyimpanan asal dan *tape* lainnya sebagai *copy* an.

3. Digital/Komputer

Metode ini termasuk metode yang lebih praktis dan sering digunakan dalam klip sebelumnya akan disimpan dalam *harddisk*, baru akan dilakukan pengeditan menggunakan *software* tertentu. Setelah pengeditan selesai dilakukan, gambar atau klip akan disimpan dalam CD/*tape*. Hanya saja dalam proses mengedit, editor harus mempunyai perangkat keras dan *software* sebagai alat pendukung proses *editing*.

4. *Live Editing*

Untuk melakukan menggunakan metode ini, biasanya hanya bisa dilakukan oleh editor yang sudah terbiasa melakukan pengeditan menggunakan metode ini karena video akan ditayangkan secara langsung ketika video sedang ditayangkan seperti siaran berita, live streaming youtube, dan siaran-siaran langsung di televisi. Untuk mengedit beberapa video sengaja disambungkan menggunakan kamera dan menggunakan *sentral mixing* dan juga *control*.


BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam Bab IV ini dibahas mengenai deskripsi pekerjaan selama melakukan Kerja Praktik di Better Youth Foundation, diberikan tugas yang berhubungan dengan program studi Produksi Film dan Televisi. Dalam kesempatan ini diberikan kepercayaan untuk menghandle suatu project di bagian *videography* dan *editing* Pembuatan Konten Instagram & Video Dokumentasi Acara di Better Youth Foundation.

4.1. Analisa Sistem

Kerja praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut:



Nama Institusi	: Better Youth Foundation
Divisi	: Videographer & Editor
Tempat	: Jl. Penjaringan Sari PSII D-25

Kerja praktik dilaksanakan selama satu bulan, dimulai pada 10 Februari 2021 sampai 11 Maret 2021, dengan jam kerja Senin sampai Jum'at pada pukul 10.00 – 17.00 Waktu Indonesia Barat.

4.2. Posisi Dalam Instansi

Pada saat proses kerja praktik penulis diberikan posisi sebagai Videographer dan Editor, yang memiliki tugas untuk mengambil gambar pada saat kegiatan berlangsung dan menata sebuah gambar yang sudah diambil sehingga menjadi video yang siap untuk dibagikan melalui media sosial.

4.3. Kegiatan Selama Kerja Praktik di Better Youth Foundation

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik di Better Youth Foundation dilaporkan dengan rincian sebagai berikut. Laporan kegiatan disertai gambar hasil pekerjaan serta keterangan pada tiap gambar.



Gambar 4. 1 Software yang Digunakan

4.3.1. Minggu ke-1

Di hari pertama kerja praktik saya mengawali dengan melakukan pengenalan tempat kerja dan pembagian beberapa jobdesk yang harus dilakukan selama masa kerja praktik di Better Youth Foundation.

Pada hari kedua kerja praktik saya diberikan tugas untuk meliput kegiatan yang sedang berlangsung.

Pada hari ketiga saya langsung mengumpulkan semua file yang sudah diambil kemarin ke dalam laptop saya agar bisa segera saya edit. Tapi, di satu sisi saya juga mencari musik yang pas untuk video liputannya agar videonya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh sutradara.

Di hari keempat masih dalam tahap proses editing video dimana suara dan gambar harus benar-benar ditata rapih sedemikian rupa agar sesuai dengan apa yang diinginkan sutradara.



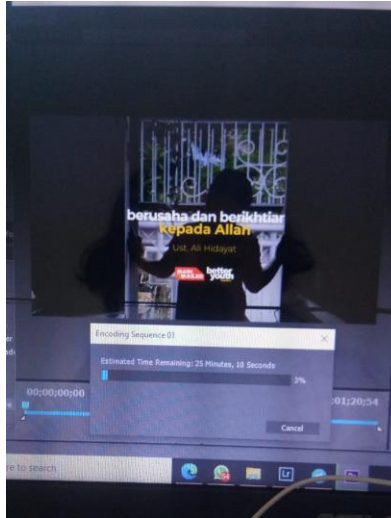
Gambar 4. 2 Dokumentasi Proses Pengambilan Gambar

4.3.2. Minggu ke-2

Pada hari senin minggu kedua saya diberikan tugas untuk membuat konten video dengan tema video dakwah namun dalam bentuk visual cinematic, dan pada hari itu juga saya mulai merancang mulai dari talent, tempat pengambilan gambar, dan beberapa *shot list*.

Di hari berikutnya saya memberikan konsep saya kepada sang sutradara untuk persetujuannya, setelah disetujui saya langsung memulai untuk pengambilan gambar.

Pada hari ketiga saya langsung mengumpulkan semua file yang sudah diambil kemarin ke dalam laptop saya untuk ke tahap proses editing.



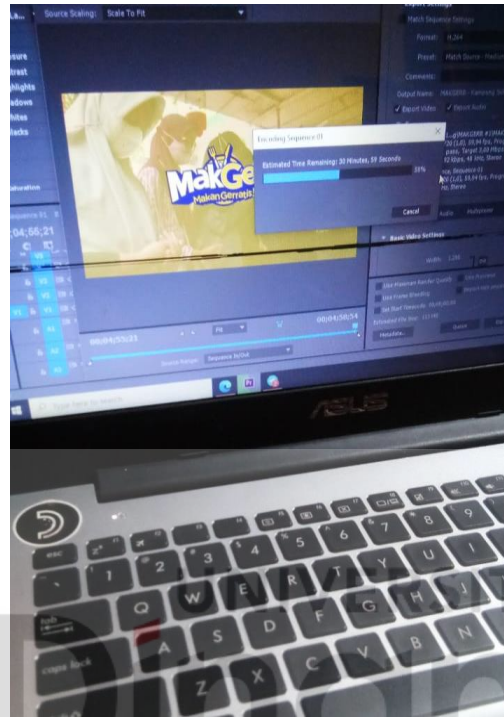
Gambar 4. 3 Dokumentasi Editing Konten Video

Pada Hari keempat saya diberikan sebuah file video mentahan sisa kunjungan hari kemarin yang dilakukan Better Youth Foundation untuk mengetahui dan berbagi cerita di pop jasa untuk saya edit.

4.3.3. Minggu ke-3

Pada minggu ketiga tepat hari senin saya diberikan tugas untuk meliput kegiatan yang diselenggarakan oleh Better Youth Foundation yaitu makan gratis.

Di hari berikutnya saya mengumpulkan semua file yang sudah diambil kemarin dan mulai untuk mengedit. Tentunya saya mencari musik yang pas untuk videonya, kemudian mulai menyusun mulai dari opening sampai ending dari video tersebut.



Gambar 4. 4 Proses Editing Konten Video

Lalu di hari selanjutnya saya ditugaskan membuat konten video untuk mengisi feed instagram dari muslim united store yakni salah satu store milik Better Youth Foundation yang bergerak dibidang thrift.

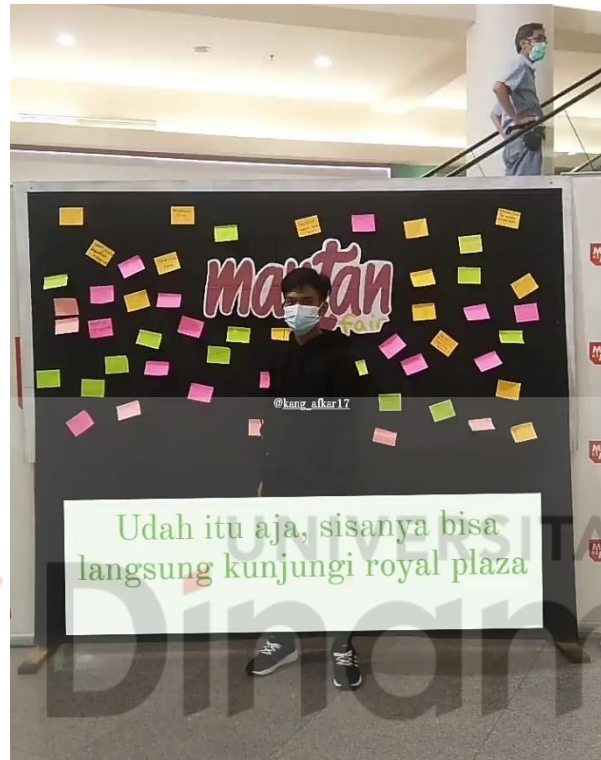
Kemudian hari selanjutnya saya mulai untuk ke tahap proses editing video yang sudah saya ambil kemarin, setelah selesai mengedit saya langsung ditugaskan untuk mengambil foto dari baju-baju yang belum pernah di foto.

4.3.4. Minggu ke-4

Pada minggu ke-4 di hari senin tepat hari dimana Better Youth Foundation berdiri, kami mulai dari anak magang dan seluruh staff menghadiri

acara syukuran yang diadakan Better Youth Foundation pada malam hari, di sini saya ditugaskan untuk meliput serangkaian acara tersebut.

Kemudian, di hari selanjutnya saya ditugaskan untuk mendokumentasikan kegiatan Better Youth Foundation yang bernama Mantan Fair di royal plaza.



Gambar 4. 5 Dokumentasi Acara Mantan Fair

Di hari rabu tepat setelah acara Mantan Fair saya diajak untuk membuat konten video untuk Better Youth Foundation, di sini saya sebagai cameraman yang bertugas untuk mengambil gambar tersebut.

Kemudian di hari kamis saya juga ditugaskan untuk mengambil video dengan berkonsep ramadhan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kritik dan Saran

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

1. Bagi Perusahaan
2. Dalam konteks konten sebaiknya lebih banyak menyiapkan sebuah properti agar didalam konten video yang diciptakan setiap harinya akan lebih bervariasi lagi.
3. Bagi mahasiswa yang akan melakukan Kerja Praktik
4. Bagi mahasiswa yang ingin dan tertarik menjadi videographer dokumentasi acara dan editor video diharapkan lebih bisa menambah wawasan, sering mencari referensi video, dan sering melatih diri terutama dalam hal pengoperasian kamera dan *software* editing. Karena ketika kita sudah bergelut di dunia tersebut kita akan menemukan berbagai macam kendala dan tentunya kendala tersebut akan menjadi sebuah pengalaman bagi kita dan membuat kita menjadi kaya tentang ide visual yang lebih baik lagi.

5.2. Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang didapat selama melakukan kerja praktik di Better Youth Foundation, maka dapat disimpulkan beberapa hal yakni:

1. Sebagai seorang videographer kita harus mengerti tentang sudut gambar yang baik dan enak dilihat, supaya visual yang kita gunakan dalam video tersebut dapat dilihat dengan baik oleh audience yang melihatnya.
2. Sebagai seorang editor kita harus bisa menciptakan rasa sendiri dalam video tersebut, karena dengan begitu kita bisa mendiskusikan sebuah rasa kepada sang sutradara tentang apa yang cocok dari tipe video tersebut dan tentunya sesuai dengan target audience.
3. Dengan adanya konten berbentuk audio visual akan memudahkan pihak kreator untuk menyampaikan sebuah pesan dengan mudah kepada para audience.
4. Dengan kerjasama tim kita bisa menciptakan sebuah karya yang lebih baik, tentunya bisa saling bertukar pendapat antara crew satu ke crew yang lain dan sutradara akan menentukan satu konsep yang akan dibawa kemana sebuah konten tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, Y. (2018). Pengaruh Konten Video Dance KPOP di Youtube Terhadap Komunitas Cover Dance di Bandar Lampung Untuk Melakukan Cover Dance K-POP. *Universitas Lampung*, 25.
- Ali, M., & Asrori, M. (2006). Psikologi Remaja: Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: PT Bumi Aksara .
- Cambridge Dictionary. (2020). *Content*. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/>:
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/content>
- Elizabeth, B., & Hurlock. (1978). Perkembangan Anak. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hermawan, D. (2017). Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif : peran personal branding dalam sosial media. *Repository Unpar*.
- KBBI. (2019, Oktober). *Pengertian Konten*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): <https://www.Kemendikbud.go.id>
- Mascelli, J. (1998). How To Be The Best Editor. Oklahoma: U.S Press.
- Pusat Bahasa. (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Putri, T. (2019). *Tips Menjadi Content Creator Youtube dan Instagram*. Retrieved from OkeZone:
<https://lifestyle.okezone.com/read/2019/02/18/196/2019764/tips-menjadi-content-creator-youtube-dan-instagram-handal-ala-dr-tirta>
- Solso, Maclin, & Maclin. (2008). Psikologi Kognitif edisi kedelapan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Thompson, R., & Bowen, C. J. (2009). In s. e. Grammar of the Edit. Oxford: Focal Press is an imprint of Elsevier.

Wahyudi, J. (2001). Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi. Jakarta: Grafiti.

Widasari, E., Senoprabowo, A., & Ihyaulumuddin, D. I. (2017). Perencanaan Konten 16 Sub Sektor Ekonomi Kreatif Bekraf Melalui Video Fulldome. *Universitas Dian Nuswantoro*, 4.



UNIVERSITAS
Dinamika