



**PEMBUATAN IKLAN VIDEO DAN GRAFIS SERTA *COMPANY PROFILE*
DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR**

KERJA PRAKTIK



**Program Studi
DIV Produksi Film dan Televisi**

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

RIZKI FARRAKHAN

18510160029

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

PEMBUATAN IKLAN VIDEO DAN GRAFIS SERTA *COMPANY PROFILE*
DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Tugas Akhir

Disusun Oleh:

Nama : RIZKI FARRAKHAN

NIM : 18510160029

Program : DIV (Diploma Empat)

Jurusan : Produksi Film dan Televisi



UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

LEMBAR MOTTO

“Usaha tidak akan mengkhianati hasil”



UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN

Saya persembahkan untuk kedua Orang Tua saya, Saudara, Teman dan kampus saya Universitas Dinamika. Jangan lupa tetap berdo'a dan ingat kepada Allah SWT karena Dialah Maha segala-Nya dan Maha Pemberi Petunjuk



UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

**PEMBUATAN IKLAN VIDEO DAN GRAFIS SERTA *COMPANY*
PROFILE DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR**

Laporan Kerja Praktik

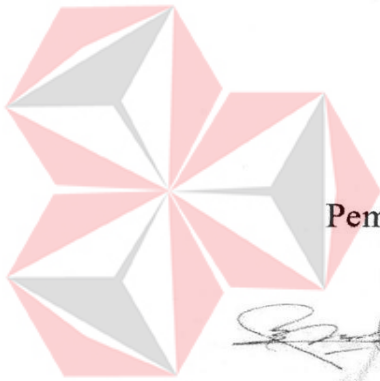
oleh

Rizki Farrakhan

NIM: 18510160029

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 19 Juni 2021



Disetujui:

Pembimbing,

Digitally signed by karsam
Date: 2021.06.27
12:57:01 +07'00'

Karsam, MA., Ph.D.

NIDN 0705076802

Penyelia,

Digitally signed by Wahyu Luhur Pamujo
Date: 2021.06.27
12:57:01 +07'00'

Wahyu Luhur Pamujo

Mengetahui,

Ketua Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi

Digitally signed by Hardman Budiarjo
Date: 2021.07.07
20:18:16 +07'00'

Ir. Hardman Budiarjo, M.Med., MOS

NIDN. 0711086702

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Universitas Dinamika, saya:

Nama : Rizki Farrakhan

NIM : 18.51016.0029

Program Studi : DIV Produksi Film & Televisi

Fakultas : Desain & Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Jenis Karya : Pembuatan Iklan Video Dan Grafis Serta *Company Profile*
Dewan Kesenian Jawa Timur

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, dialihkan, dikelola dalam bentuk pangakalan 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, 19 Juni 2021



Rizki Farrakhan

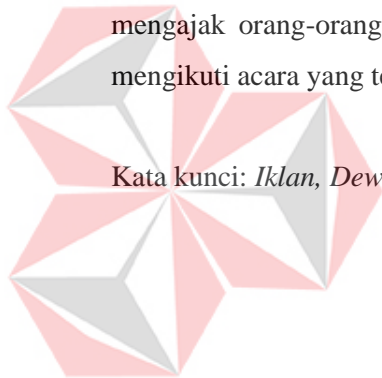
ABSTRAK

Periklanan merupakan bentuk komunikasi yang digunakan untuk membujuk audiens (pemirsa, pembaca atau pendengar) untuk mengambil beberapa tindakan sehubungan dengan produk, ide, atau layanan. Tujuan dari disampaikannya iklan tersebut adalah mengarahkan perilaku konsumen terhadap suatu penawaran komersial ataupun mempersuasi seseorang dalam melakukan sesuatu (seperti iklan politik/layanan masyarakat yang nonkomersial).

Saat ini iklan tidak hanya dalam bentuk brosur maupun di televisi. Kini iklan juga bisa kita cari maupun kita lihat di sosial media, baik promosi sebuah produk maupun acara – acara tertentu. Kini hampir setiap hari kita menemui iklan yang beredar di sosial media. Ketika kita membuka sosial media, kita akan disugahi dengan promosi – promosi sebuah acara, maupun produk yang ditampilkan pada sosial media tersebut.

Iklan yang saya buat di Dewan Kesenian Jawa Timur salah diantaranya adalah promosi dalam bentuk banner, yang dimana juga dapat berfungsi sebagai media promosi di sosial media serta mengajak orang-orang yang melihat untuk mengambil tindakan apakah mereka tertarik untuk mengikuti acara yang telah dipromosikan dalam bentuk poster tersebut ataukah tidak.

Kata kunci: *Iklan, Dewan Kesenian*



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penyusunan Laporan Kerja Praktik ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam penyelesaian masukkan dapat dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu diucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua serta keluarga yang senantiasa mendo'akan dan memberi dukungan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik.
2. Bapak Ir. Hardman Budiarjo, M.Med.Kom., MOS. Selaku Ketua Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi.
3. Bapak Karsam, MA., PhD selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik.
4. Bapak Wahyu Luhur Pamujo yang telah bersedia memberikan tempat untuk melakukan Kerja Pratik.
5. Teman – teman angkatan 2018 yang selalu mendukung dalam keadaan apapun.
6. Rekan-rekan dewan kesenian jawa timur atas ilmu yang telah dibagikan.
7. Keluarga besar program studi DIV Produksi Film dan Televisi.
8. Dan lain sebagainya yang mungkin belum disebutkan satu persatu di sini.

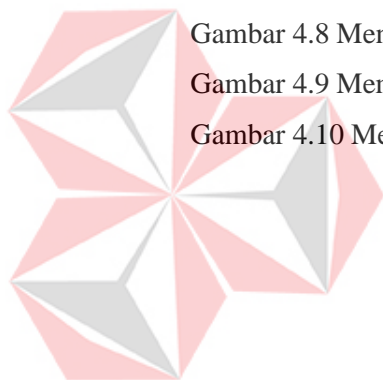
Demikian mohon kritik dan saran sehingga Laporan Kerja Praktik ini menjadi lebih baik. Semoga Laporan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat khususnya bagi teman-teman prodi DIV Produksi Film dan Televisi Universitas Dinamika.

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	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Batasan masalah.....	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	3
2.1 Profil Instansi	3
2.2 Sejarah Singkat Dewan Kesenian Jawa Timur	3
2.3 Overview Perusahaan	4
2.4 Visi dan Misi Dewan Kesenian Jawa Timur.....	7
BAB III LANDASAN TEORI	8
3.1 Pengertian iklan video dan grafis serta <i>company profile</i>	8
3.2 Bahasa iklan video dan grafis serta <i>company profile</i>	8
3.3.Konsep iklan video dan grafis serta <i>company profile</i>	9
3.4 Unsur dasar iklan video dan grafis serta <i>company profile</i>	9
3.5 Fungsi iklan video dan grafis serta <i>company profile</i>	9
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	11
4.1 Analisa Sistem	11
4.2 Posisi Dalam Instansi	11
4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik di Dewan Kesenian Jawa Timur	11
BAB V PENUTUP	17
5.1 Kesimpulan	17
5.2 Saran	17
DAFTAR PUSTAKA	18
LAMPIRAN	19
BIODATA PENULIS	20

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Dewan Kesenian Jawa Timur	5
Gambar 2.2 Peta Lokasi Dewan Kesenian Jawa Timur	5
Gambar 2.3 Dewan Kesenian Jawa Timur.....	6
Gambar 2.4 Struktur mapping Dewan Kesenian Jawa Timur.....	6
Gambar 4.1 <i>Software</i> yang digunakan	11
Gambar 4.2 Mengedit logo perusahaan	11
Gambar 4.3 Kunjungan ke pemprov jatim.....	12
Gambar 4.4 Penjurian Lomba Puisi	12
Gambar 4.5 Pengarsipan Buku.....	13
Gambar 4.6 Mengedit video kegiatan tahun 2020	13
Gambar 4.7 Kerja Bakti	14
Gambar 4.8 Mengedit video festival teater api	14
Gambar 4.9 Membuat Poster Event Teater Musim Maut	15
Gambar 4.10 Mengedit video Festival Tari	15



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran ke 1. Surat Balasan Dewan Kesenian Jawa Timur	18
Lampiran ke 2. Form KP-5 (Acuan Kerja)	19
Lampiran ke 3. Form KP-5 (Garis Besar Rencana Kerja Mingguan).....	20
Lampiran ke 4. Log Harian Acuan Kerja Selama 1 Bulan.....	21
Lampiran ke 5. Kehadiran Kerja Praktik Selama 1 Bulan	23
Lampiran ke 6. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing	25



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi Informasi merupakan suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu relevan, akurat dan tepat waktu. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang terus bahkan dewasa ini berlangsung dengan pesat. Perkembangan itu bukan hanya dalam hitungan tahun, bulan, atau hari, melainkan jam, bahkan menit atau detik terutama berkaitan dengan teknologi informasi dan komunikasi yang ditunjang dengan teknologi elektronika. Pengaruhnya meluas dampak positif dan dampak negatif. Perkembangan ilmu dan teknologi berdampak positif dengan semakin terbuka dan tersebar informasi dan pengetahuan dari keseluruhan dunia menembus batas ruang dan waktu.

Perkembangan di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi saat ini sangat pesat dan berpengaruh sangat signifikan terhadap pribadi maupun komunitas, segala aktivitas, kehidupan, cara kerja, metode belajar, gaya hidup maupun cara berpikir.

Media penyampaian informasi cukup beragam dan memiliki keunggulan masing-masing, salah satu contoh dari media video. Video merupakan penyampaian informasi yang menggabungkan teknologi yang berupa audio dan visual secara bersamaan sehingga menjadi satu tayangan informasi yang dinamis dan menarik. Kerja Praktik ini juga dapat mengembangkan kreatifitas penulis serta mental mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja saat ini dengan nyata.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas permasalahan dalam Kerja Praktik ini dapat dirumuskan yaitu bagaimana pembuatan iklan video dan grafis serta *company profile*.

1.3 Batasan Masalah

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

1. Melakukan pengecekan video bersama sebelum diedit
2. Mengatur kameramen untuk mengambil shot yang sesuai dengan shot list.
3. Menyusun hasil video supaya lebih bagus dan terkesan menarik

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam Kerja Praktik ini adalah untuk menghasilkan iklan video dan grafis serta company profile sebagai video promosi lembaga Dewan Kesenian Jawa Timur.

1.5 Manfaat

Kerja Praktik ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat bagi Penulis
 - a. Mengetahui proses pembuatan
 - b. Mengetahui proses produksi dalam industri kreatif.
 - c. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan di dunia kerja (kerja lapangan).
 - d. Menambah pengalaman kerja di bidang film dan televisi.
 - e. Membentuk sikap kerja profesional, kritis serta memahami *deadline* kerja.
 - f. 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 film, televisi, dan animasi.
3. Manfaat bagi Akademik/Perguruan Tinggi
 - a. Mengaplikasikan keilmuan fotografi, videografi dan sinematografi pada proses pembuatan dokumentasi acara.
 - 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 : DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR
Alamat : Jl. Genteng Kali No.85, Genteng Kec.
Genteng, Kota SBY, Jawa Timur 60275
Telp/Fax : 03152402399

2.2 Sejarah Singkat Dewan Kesenian Jawa Timur

Lembaga Dewan Kesenian Jawa Timur merupakan lembaga yang berdiri berdasarkan inmen dagri nomer 5A tahun 1993 tentang dkjt dan surat keputusan (SK) gubernur. Dewan Kesenian Jawa Timur berdiri pertama kali itu pada tahun 1998-2003 diketuai oleh bapak Ari Bowo, pada periode selanjutnya 2003-2008 diketuai oleh Bapak Prof.DR.Setio Yuonosudika, periode ketiga dan keempat pada tahun 2008-2015 itu diketuai oleh Bapak Ahmad Fauzi namun saat menjabat ketua pada periode keempat Dewan Kesenian beliau sakit dan meninggal dunia.

Pada tahun 2015 Bapak Taufiq Hidayat melanjutkan kepemimpinan Dewan Kesenian Jawa Timur hingga tahun 2019 sebagai pelaksanaan tugas. Pada tahun 2020 hasil musyawarah daerah ke 5 Dewan Kesenian Jawa Timur tercetuslah format Dewan Kesenian Jawa Timur yang baru yaitu dalam bentuk presidium yang terdiri dari 7 orang, yaitu:

1. Taufik(kordinator presidium)
2. Nonot (Presidium)
3. Fuat Dwiyono (Presidium)
4. Luhur Kayungga (Presidium)
5. Eko Suargono (Presidium)
6. Arim Kamandaka (Presidium)
7. M.Nor.Muhlas (Presidium)

Pada saat ini Dewan Kesenian Jawa Timur terdiri atas :

- 1. Badan Pengurus Harian (BPH)**
 - a. Prosidium
 - b. Sekretaris Jenderal
 - c. Wakil Sekjen 1
 - d. Wakil Sekjen 2

- e. Sekretaris eksekutif
- f. Bendahara dan wakil bendahara

2. Departement

- a. Departement Tari
- b. Departement music
- c. Departement film
- d. Departement sastra
- e. Departement Teater
- f. Departement Rupa
- g. Departement Penelitian dan pengembangan
- h. Departement humas dan media
- i. Departement Penerbitan dan Publikasi
- b. Departement Hukum & HAM
- c. Departement kerjasama dan pemasaran

3. Majelis Pertimbang

- a. Seniman
- b. Budayawan
- c. Akademisi
- d. Pemerintah Provinsi Jawa Timur
- e. Tokoh Masyarakat (inromal)
- f. Pelaku Usaha
- g. Pemerhati Seni dan Budaya

4. Pengurus Ex Officio

- a. Asisten kesejahteraan masyarakat, Setda Provinsi Jawa Timur
- b. Kepala badan perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur
- c. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provisni Jawa Timur
- d. Kepala Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur
- e. Kepala Biro Administrasi Kemasyarakatan, Setda Provinsi Jawa Timur

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 menjalankan masa kerja.

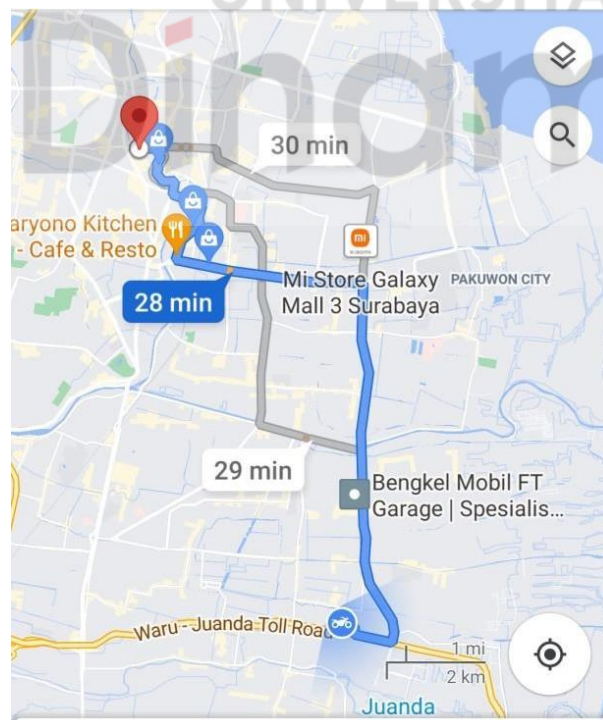
DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR yang termasuk dalam lembaga yang memiliki jurusan media grafis serta kesenian dan budaya yang beralamat di Jl. Genteng Kali No.85, Genteng, Kec. Genteng, Kota SBY, Jawa Timur

Berikut ini adalah logo DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR



Gambar 2.1 Logo Dewan Kesenian Jawa Timur

(Sumber: Dewan Kesenian Jawa Timur)



Gambar 2.2 Peta Lokasi Dewan Kesenian Jawa Timur

(Sumber: [www. Maps.google.com](http://www.Maps.google.com))



Gambar 2.3 Dewan Kesenian Jawa Timur

(Sumber : Foto Pribadi)



Gambar 2.4 Struktur mapping Dewan Kesenian Jawa Timur

(Sumber : Dewan Kesenian Jawa Timur)

2.4 Visi dan Misi Dewan Kesenian Jawa Timur

Visi

Membangun konsep-konsep kebudayaan berbasis seni untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia berkepribadian dalam kebudayaan.

Misi

Melakukan penguatan terhadap 9 subkultur kebudayaan yang berada di 38 Kota & Kabupaten, serta melakukan penajaman pengayaan pengarsipan karya-karya seni yang berada di Jawa Timur demikian.

2.5 Tujuan Dewan Kesenian Jawa Timur

1. Menggali dan mengakomodasi segenap potensi seni dan budaya dengan mempertimbangkan karakteristik seni dan budaya daerah dalam rangka pembentukan kebudayaan nasional.
2. Meningkatkan kualitas pembinaan dan pengembangan seni dan budaya guna mendorong pengembangan kreativitas seni di Jawa Timur
1. Menumbuhkembangkan wawasan ketahanan nasional di bidang seni dan budaya
2. Memajukan industri kesenian
3. Meningkatkan kerjasama di bidang kesenian
4. Mengadakan koordinasi dengan instansi terkait dan Dewan Kesenian di Kabupaten/Kota se-Jawa Timur serta masyarakat agar ikut berpartisipasi dalam perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, pembinaan dan pelestarian seni budaya Jawa Timur
5. Menyampaikan usulan mengenai program pembinaan dan pengembangan kesenian pada setiap awal tahun anggaran dan jika dianggap perlu serta melaporkan hasil pelaksanaan tugasnya kepada Gubernur Provinsi Jawa Timur tiap akhir tahun anggaran

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian iklan video dan grafis serta company profile

Video iklan adalah salah satu untuk memperkenalkan produk atau barang kepada masyarakat luas. karena mereka sudah memahami pola pikir manusia, dengan adanya video mereka akan mudah mengartikan apa isi dari video tersebut.

Video company profile adalah media komunikasi berbentuk video yang diperuntukkan untuk menyajikan data, informasi dan promosi suatu perusahaan ke khalayak umum. dengan video profil perusahaan, khalayak umum baik calon klien maupun calon consumer akan mendapat informasi mengenai perusahaan anda.

3.2 Bahasa iklan video dan grafis serta company profile

1. Nama produk

Unsur iklan yang pertama adalah nama produk. Nama produk atau jasa yang diiklankan harus ada pada iklan sebagai identitas dari produk yang ditawarkan.

Informasi nama produk harus menonjol agar mudah dikenali oleh khalayak ramai. Maka dari itu, perlu menyiapkan nama produk yang bagus dan kreatif agar calon pembeli tertarik membeli produk tersebut.

Pembeli juga akan selalu teringat tentang produk yang dipasarkan melalui iklan yang unik dan memiliki ciri khas.

3. Gambar produk

Iklan yang hanya berupa teks atau tulisan saja, tentu membosankan. Adanya unsur visual seperti gambar atau gambar bergerak (video) akan lebih menarik bagi masyarakat agar mau melihatnya.

Apalagi jika bisa memadukan unsur teks, gambar, gambar bergerak, dan video, audio, serta musik untuk membuat iklanmu lebih kece dan kekinian.

4. Tonjolkan keunggulan

Dalam iklan, keunggulan-keunggulan produk harus dijelaskan dan ditonjolkan. Keunggulan produk dan jasa yang diiklankan ini menjadi nilai plus dan jadi alasan mengapa target konsumen harus membeli atau menggunakan produk tersebut.

5. Kalimat deskriptif

Kalimat deskriptif pada iklan sangat penting untuk menjelaskan dan menguraikan spesifikasi produk atau jasa yang akan diiklankan. Penggunaan kata pada kalimat ini harus menarik dan mudah dipahami oleh khalayak ramai.

Kalimat yang susah dipahami akan mengurangi tujuan iklan itu sendiri.

6. Kalimat persuasif atau ajakan

Selain deskriptif, harus ada kalimat persuasif atau ajakan. Fungsi kalimat persuasif penting untuk mengajak atau membujuk orang untuk memakai suatu produk atau jasa yang sedang diiklankan.

Kata-kata yang dipakai harus singkat dan bisa berbentuk slogan agar mudah diingat banyak orang.

3.3 Konsep Dasar iklan video dan grafis serta *company profile*

1. Memiliki video yang menarik
2. Mengedit video secara rapi danurut
 - a. Mengatur Angle dan shoot untuk digunakan dalam pembuatan video
 - b. Memiliki konsep jalan cerita yang menarik
 - c. dll.

3.4 Unsur Dasar iklan video dan grafis serta *company profile*

Unsur-unsur dasar iklan video dan grafis serta *company profile* terdiri dari beberapa unsur, yaitu:

1. Memiliki Visi dan Misi nilai Perusahaan
2. Adanya produk atau layanan
3. Adanya Pencapaian dari Perusahaan Tersebut
4. Adanya human untuk membuat video tersebut (Sumber Daya Manusia)
5. Isi cerita video *company profile* perusahaan

3.5 Fungsi iklan video dan grafis serta *company profile*

1. Fungsi video *company profile*
 - a. Sebagai Representasi dari Perusahaan
 - b. Sebagai alat Marketing
 - c. Sebagai Pelengkap proposal / penawaran
 - d. Sebagai Materi Branding
2. Fungsi iklan video

- a. Memberikan informasi kepada pengunjung mengenai suatu produk barang / jasa yang di tawarkan
- b. Mempengaruhi / mengajak para pengunjung lain yang merupakan target market untuk menggunakan dan membeli produk / jasa yang ada tawarkan.

3.6 Klasifikasi & Pembagian Lokasi Pada Produksi iklan video dan grafis serta *company profile*

Selama kerja praktik kemarin, produksi hanya dilakukan di lingkungan sekitar Dewan Kesenian Jawa Timur. Ada juga yang dimana kita hanya diberikan file-file video mentahan hasil dokumentasi perusahaan yang telah direkam oleh pihak perusahaan tersebut.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DEKSRIPSI PEKERJAAN

Dalam Bab IV ini dibahas mengenai deskripsi pekerjaan selama melakukan Kerja Praktik di DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR. Pada pelaksanaan Kerja Praktik, diberikan tugas yang berhubungan dengan program studi DIV Produksi Film dan Televisi dan juga sekaligus berhubungan dengan internal DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR. Dalam kesempatan ini penulis diberikan kepercayaan untuk mengedit dan membuat iklan video dan grafis serta *company profile* tentang DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR.

4.1 Analisa Sistem

Kerja Praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut:

Nama Institusi : DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR

Divisi : Staff

Tempat : Jl. Genteng Kali No.85, Genteng, Kec. Genteng, Kota SBY

Kerja Praktik dilaksanakan selama satu setengah bulan, dimulai pada 10 Maret 2021 sampai 7 Mei 2021, dengan alokasi waktu Senin sampai Jum'at pada pukul 10.00 – 16.00 Waktu Indonesia Bagian Barat.

4.2 Posisi Dalam Instansi

Pada saat pelaksanaan Kerja Praktik, posisi yang didapat oleh penulis ialah sebagai pembuat dan editing iklan video dan grafis serta *company profile*, yang memiliki tugas memproduksi dan mengedit video kegiatan/acara yang telah berlangsung untuk dibuat iklan video dan video *company profile*, baik itu kegiatan *indoor* ataupun kegiatan *outdoor* menjadi satu kesatuan video yang mempunyai alur.

4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik di DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik di DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR 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 Microsoft Office Word 2010, Adobe Premiere pro

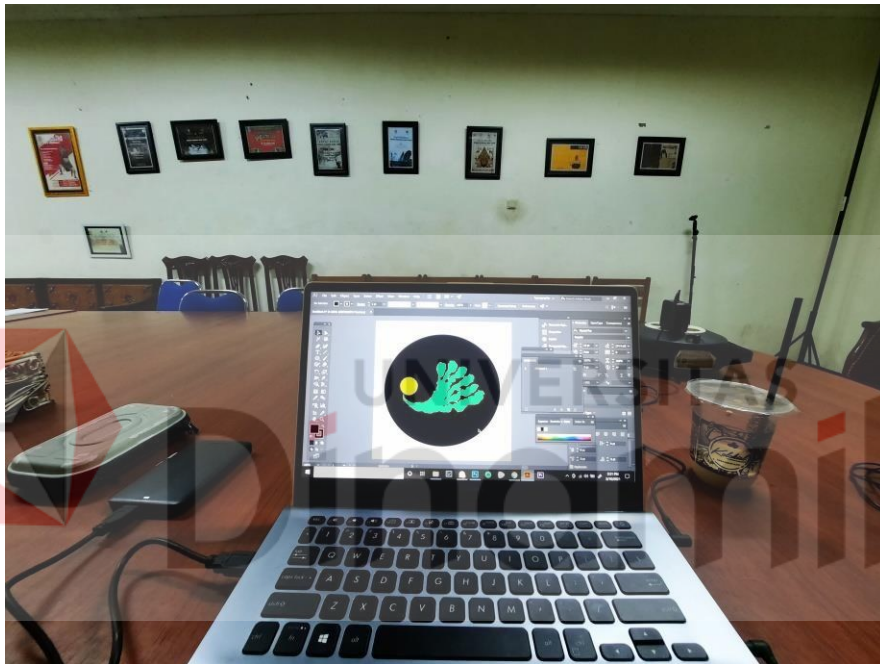
CC 2018, Adobe Photoshop CC 2018, serta Adobe Illustrator 2018 seperti pada gambar berikut.



Gambar 4.1 *Software* yang digunakan

Minggu ke-1

Minggu pertama Kerja Praktik (KP) penulis mengawalinya dengan melakukan kontrak kerja yang harus dilakukan selama KP bersama beberapa staff lainnya.



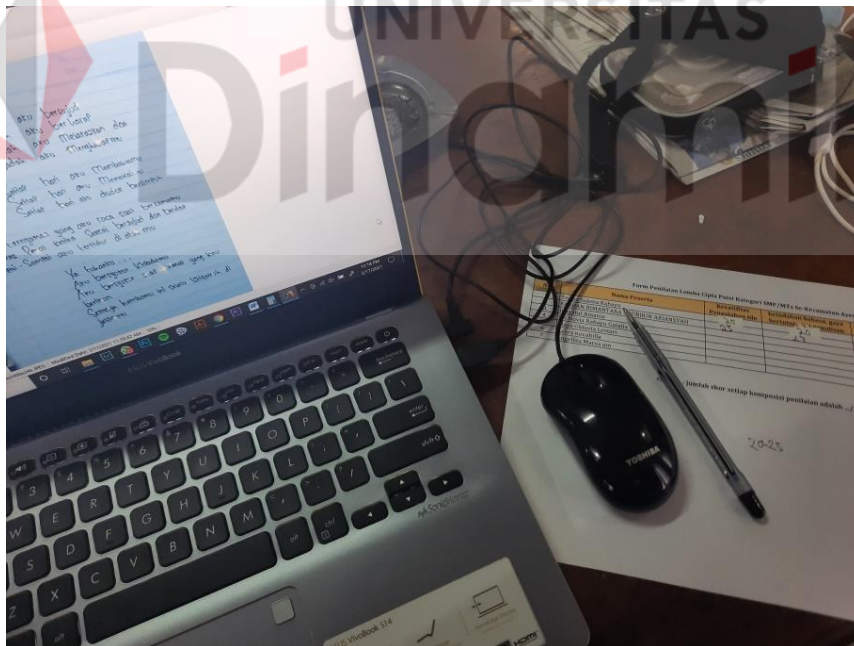
Gambar 4.2 Edit Logo Perusahaan

(Sumber: Foto Pribadi)



Gambar 4.3 Kunjungan ke PEMPROV JATIM

(Sumber: Foto Pribadi)



Gambar 4.4 Penjurian Lomba Puisi

(Sumber: Foto Pribadi)



Gambar 4.5 Pengarsipan Buku
(Sumber: Foto Pribadi)

Minggu ke-2

Selanjutnya pada minggu ke-2, diminta untuk membantu mengedit video kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Dewan Kesenian Jatim Sepanjang 2020, serta melakukan kerja bakti.



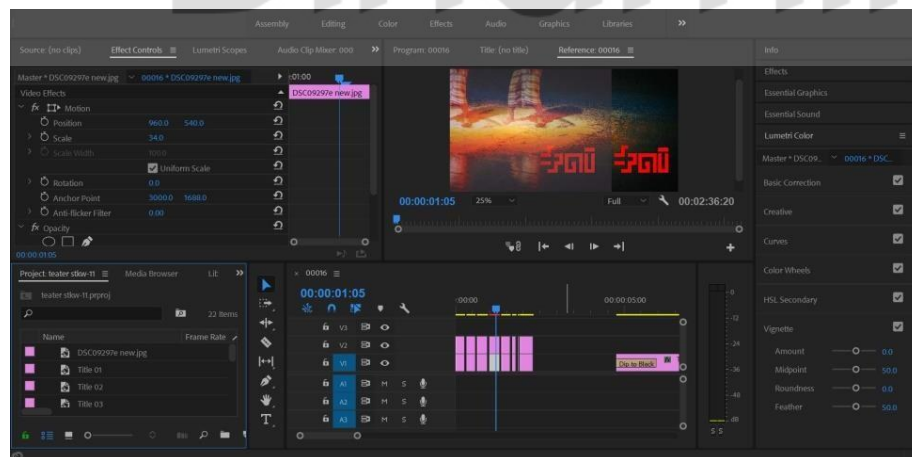
Gambar 4.6 Mengedit Video Kegiatan Tahun 2020
(Sumber: Foto Pribadi)



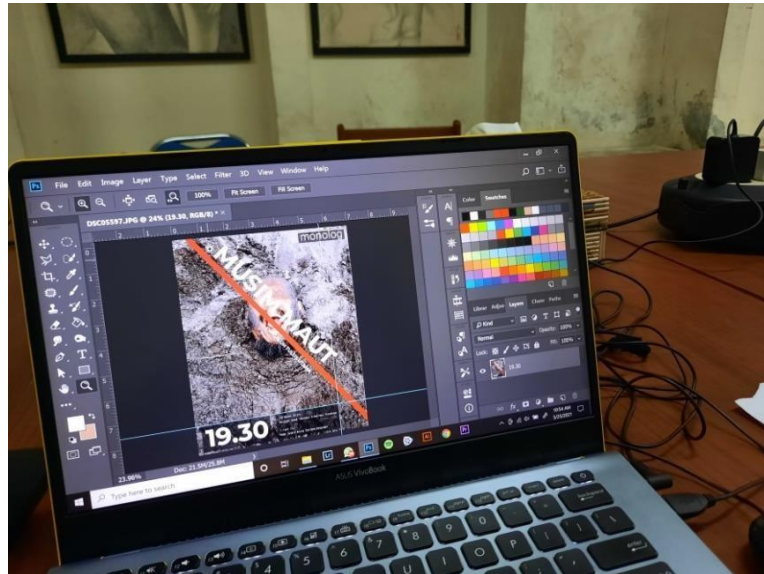
Gambar 4.7 Kerja Bakti
(Sumber: Foto Pribadi)

Minggu Ke-3

Selanjutnya pada minggu ke-3, diminta untuk membantu mengedit video event yang bernama “Teater Api”. Pada video yang saya edit, saya mewawancarai sutradara dari pertunjukan teater api tersebut. Tidak hanya itu saja, saya juga diminta untuk membuat poster sebuah event teater yang bernama “Musim Maut”



Gambar 4.8 Edit Video Event Teater Api
(Sumber: Foto Pribadi)

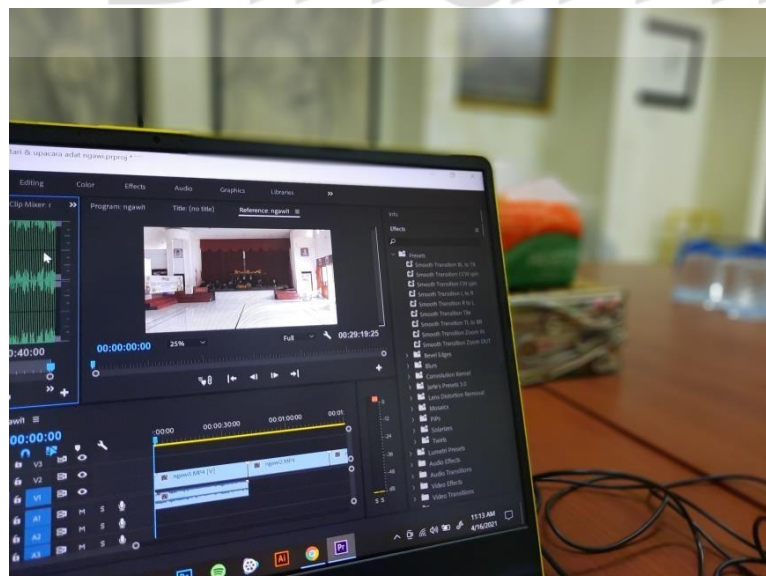


Gambar 4.9 Membuat Poster Event Teater Musim Maut

(Sumber: Foto Pribadi)

Minggu ke-4

Selanjutnya pada minggu ke-4, diminta untuk membantu mengedit video Dokumentasi kegiatan Festival Tari yang dilaksanakan di berbagai kota di Jawa Timur. Dalam proses editing tersebut saya diminta menggabungkan tiap video yang terpotong-potong serta menggabungkannya menjadi 1, tetapi dalam tiap kota tetap saya pisah video-video tersebut.



Gambar 4.10 Mengedit video Festival Tari

(Sumber: Foto Pribadi)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang didapat selama melakukan Kerja Praktik di DEWAN KESENIAN JAWA TIMUR, maka dapat disimpulkan beberapa hal yakni:

1. Sebagai pembuat dan edior pada iklan video dan grafis serta *company profile*, haruslah mengetahui seluk beluk proses angle kamera dan *teknik-teknik editing iklan video dan grafis serta company profile* disaat hasil pembuatan video telah selesai.
2. Dengan adanya iklan video dan grafis serta *company profile* akan memudahkan masyarakat luas umumnya dan Dewan Kesenian Jawa Timur khususnya untuk mempromosikan sebuah lembaga mereka dan dikemas sedemikian rupa sehingga menghasilkan sesuatu video yang menarik dan dapat diunggah di sosial media sebagai promosi lembaga. Dibutuhkan kerja sama tim dan koordinasi yang sangat kuat pada saat proses produksi/kegiatan berlangsung dan proses editing. Oleh sebab itu memahami satu sama lain pada proses komunikasi kepada tim merupakan hal yang wajib dilakukan, supaya hasil video berjalan semaksimal mungkin

5.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan Kerja Praktik ini sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Menyiapkan peralatan pendukung proses produksi dan proses *editing* video dokumentasi acara seperti, kamera, komputer atau laptop yang memiliki spesifikasi yang memadai agar mempermudah dan mempercepat proses produksi dan proses *editing*.
2. Bagi Mahasiswa
Bagi mahasiswa yang tertarik dengan bidang iklan video dan grafis serta *company profile* yang nantinya dapat menjadi bagian atau kerja di *production house* (PH), diharapkan lebih menambah bahkan meningkatkan wawasannya, khususnya dalam membuat iklan video dan grafis serta *company profile*, baik dari segi teknik, kerja tim dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Diambil dari internet :

Fungsi Video Company Profile Dan Cara Membuatnya,
<https://bieproduction.com/fungsi-video-company-profile-dan-cara-membuatnya/#:~:text=Video%20Company%20Profile%20merupakan%20salah,batik%20internal%20maupun%20eksternal%20perusahaan.> Diakses tanggal 24 Maret 2021.

Fungsi Video Company Profile Dan Cara Membuatnya,
[:https://www.bola.com/ragam/read/4388936/pengertian-dan-unsur-unsur-iklan-penting-diketahui-untuk-menarik-konsumen.](https://www.bola.com/ragam/read/4388936/pengertian-dan-unsur-unsur-iklan-penting-diketahui-untuk-menarik-konsumen) Diakses tanggal 22 Oktober 2020



UNIVERSITAS
Dinamika