



KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE DI “SRI BUTIK BATIK SIDOARJO”

KERJA PRAKTIK



Program Studi

DIV Produksi Film Dan Televisi

Oleh:

BAKTI KURNIAWAN

17510160003

UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2021

**KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY
PROFILE DI “SRI BUTIK BATIK SIDOARJO”**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan Tugas Akhir**



Disusun Oleh:

Nama : BAKTI KURNIAWAN

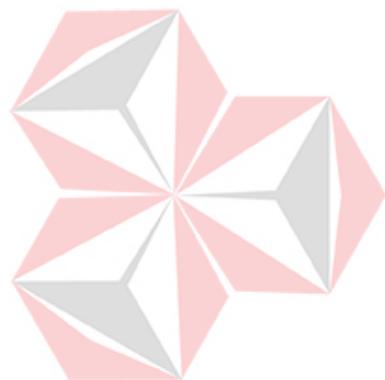
NIM : 17.51016.0003

Program : DIV (Diploma Empat)

Jurusan : Produksi Film Dan Televisi

**FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2021**

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika
“Sesuatu yang kau bayangkan adalah nyata”

LEMBAR PERSEMBAHAN



LEMBAR PENGESAHAN
KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE DI
“SRI BUTIK BATIK SIDOARJO”

Laporan Kerja Praktik oleh

Bakti Kurniawan

NIM: 17.51016.0003

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 10 Januari 2021

Disetujui :

Pembimbing


Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date:
2021.01.15
11:16:51 +07'00'
Yunanto Tri Laksono, M.Pd.
NIDN. 0704068505

Penyelia

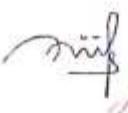


Sri Asih

Mengetahui,

Ketua Program Studi

DIV Produksi Film dan Televisi


Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2021.01.15
11:57:17 +07'00'

Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom.

NIDN. 07110

PERNYATAAN

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Bakti Kurniawan
NIM : 17510160003
Program Studi : D4 Produksi Film dan Televisi
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : KAMERAMEN DALAM PEMBUATAN VIDEO COMPANY PROFILE DI "SRI BUTIK BATIK SIDOARJO"

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
 2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
 3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi 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 sebenar-benarnya.

Surabaya, 10 Januari 2021



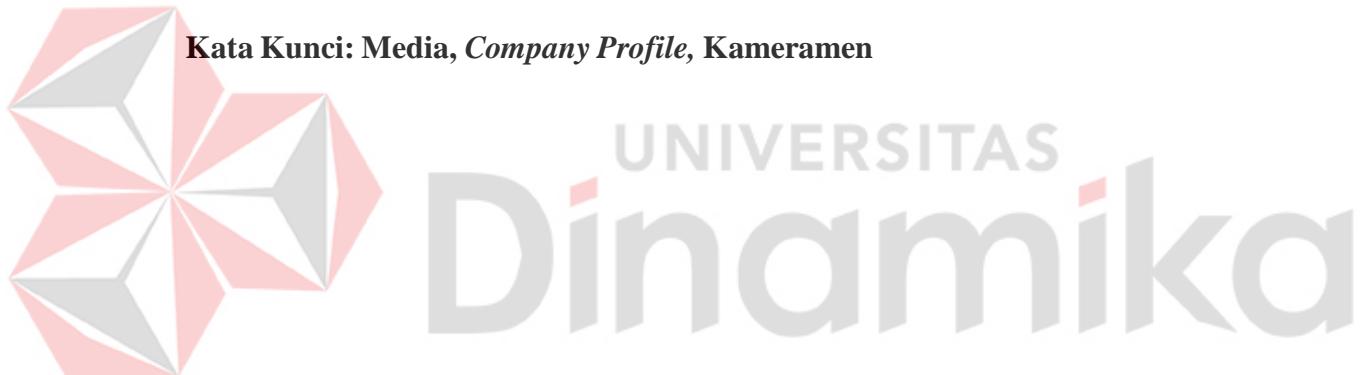
Bakti Kurniawan
NIM : 17510160003

ABSTRAK

Media itulah yang disebut dengan media promosi berguna untuk mempromosikan atau mengenalkan suatu barang atau jasa kepada khalayak umum. *Company Profile* mempunyai peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dapat memprsentasikan visi, misi, dan jasa yang ada diperusahaan untuk costumer. *Company profile* merupakan pencitraan sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai alat *merketing*.

Karena pada company profile terdapat unsur visual berupa gambar, suara, maupun teks yang dapat meyakinkan kepercayaan customer terhadap suatu perusahaan atau organisasi. *Company Profile* adalah sebuah asset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan lembaga atau instansi tertentu. Di dalam aspek perkembangan media tak luput juga dari seorang Kameramen yakni seseorang yang bertugas mengambil gambar video. Kameramen atau biasa disebut Juru Kameramen adalah seseorang yang mengoprasikan cameramen film atau video untuk merekam gambar di film, video, atau media penyimpanan komputer.

Kata Kunci: Media, *Company Profile*, Kameramen



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan Laporan Kerja Praktik dengan judul *Kameramen Dalam Pembuatan Video Company Profile Di “Butik Sri Batik”* dapat diselesaikan dengan baik. Dalam Penyelesaian laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan masukkan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu diucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua serta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik.
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor.
3. Dr. Jusak selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
4. Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom. selaku Ketua Program Studi DIV Produksi Film Dan Televisi
5. Novan Andrianto, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik
6. Ibu Sri Asih selaku Pemilik dari butik “Sri Butik” bersedia memberikan tempat untuk melakukan Kerja Praktik.
7. Rekan-rekan *crew* dari Sri Butik Surabaya yang sudah membagi ilmunya sehingga saya bisa seperti sekarang.
8. Dan lain sebagainya yang mungkin belum disebutkan satu persatu di sini.

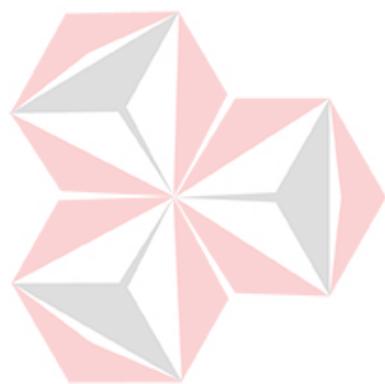
Demikian Laporan Kerja Praktik ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan Laporan Kerja Praktik ini dimohon memberikan kritik dan saran. Sehingga Laporan Kerja Praktik ini menjadi lebih baik. Semoga Laporan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya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

Surabaya, Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan	2
1.5. Manfaat	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1. Profil Instansi.....	4
2.2. Sejarah Singkat Butik Sri Batik	4
2.3. Overview Perusahaan	4
2.4. Visi dan Misi Butik Sri Batik.....	7
BAB III LANDASAN TEORI.....	7
3.1. Company Profile	7
3.2. Kameramen.....	8
3.3. Jenis Kamera	8
3.4. Sudut Pengambilan Gambar	9
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....	12
4.1. Analisa Sistem.....	12
4.2. Posisi Dalam Instansi	12
4.3. Kegiatan Selama Kerja Praktik di Humas Pemerintahan Kota Surabaya	12
BAB V PENUTUP.....	17
5.1. Kesimpulan	17
5.2. Saran	17
DAFTAR PUSTAKA	19
LAMPIRAN	20
BIODATA PENULIS	26



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo Butik Sri Batik Sidoarjo.....	05
Gambar 2.2 Peta Lokasi Butik Sri Batik Sidoarjo	05
Gambar 2.3 Letak Butik Sri Batik Sidoarjo.....	06
Gambar 2.4 Instagram Butik Sri Batik	06
Gambar 4.1 Kamera yang Digunakan	13
Gambar 4.2 Dokumentasi <i>brainstorming</i>	13
Gambar 4.3 Penulis bersama tim melakukan <i>briefing</i>.....	14
Gambar 4.4 Penulis bersama tim melakukan <i>briefing</i>.....	14
Gambar 4.5 Gambar 4.5 Proses Produksi.....	15
Gambar 4.6 Produksi tambahan	15
Gambar 4.7 Rapat Produksi Final	16



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Balasan Butik Sri Batik Sidoarjo	20
Lampiran 2 Acuan Kerja.....	21
Lampiran 3 Garis Besar Rencana Mingguan	22
Lampiran 4 Log Harian.....	23
Lampiran 5 Kehadiran Kerja Praktik	24
Lampiran 6 Kartu Bimbingan.....	25



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era modern ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan pada seluruh aspek kehidupan. Hal ini pula yang mempengaruhi perkembangan dunia media. Secara bahasa, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media adalah alat; sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk yang terletak diantara dua pihak. Maka, dapat disimpulkan bahwa media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan maupun menerima informasi dari berbagai sumber.

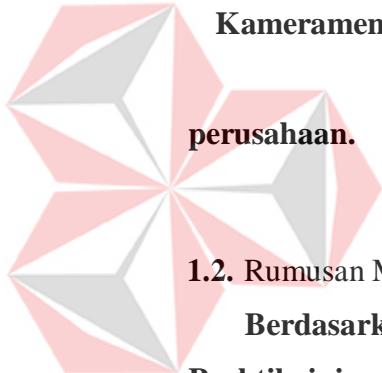
Peran media sangat besar dan tidak dapat dilepas dari kehidupan masyarakat. Dari sekian media yang ada, salah satu media yang sangat diminati dan berkembang pesat adalah video dan film. Media itulah yang disebut dengan media promosi berguna untuk mempromosikan atau mengenalkan suatu barang atau jasa kepada khalayak umum

Company profile mempunyai peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dapat mempresentasikan visi, misi, dan jasa yang ada di perusahaan untuk customer. *Company profile* merupakan pencitraan sebuah perusahaan yang dapat digunakan sebagai alat *marketing*. karena pada *company profile* terdapat unsur visual berupa gambar, suara, maupun teks yang dapat meyakinkan kepercayaan customer terhadap suatu perusahaan atau organisasi. *Company Profie* adalah sebuah asset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, Lembaga dan instansi yang terkait lainnya. (Wibowo, 2015)

Di dalam aspek perkembangan media tak luput juga dari seorang Kameramen yakni seseorang yang bertugas mengambil gambar video. Kameramen atau biasa disebut Juru Kameramen adalah seseorang yang mengoprasikan cameramen film atau video untuk merekam gambar di film, video, atau media penyimpanan komputer. Juru kamera yang bertugas dalam kapasitas di proses pembuatan film bisa disebut sebagai operator kamera, kameramen, juru

kameramen televisi, juru kameramen video atau videographer bergantung pada teknologi yang digunakan

Pada pembahasan kali ini, Sri Butik menjadi pilihan penulis untuk melakukan kerja praktik karena Sri Butik adalah sebuah butik konveksi yang berdiri sejak 2008. Sebelum itu Ibu Sri Asih mendirikan butik di tempat sederhana karena minimnya modal. Berawal dari seseorang yang senang dengan sikap, sifat dan kegigihan Ibu Sri Asih, orang itu pun memberikan modal besar untuk investasi dan berkembang sampai saat ini. Sri Batik menawarkan berbagai Fashion hingga pernak pernik lain. Dalam kerja praktik ini diharapkan dapat mengukur kemampuan dan mengembangkan kreatifitas serta kemandirian mental penulis dan pembaca khususnya mahasiswa dalam dunia kerja. Lingkup materi yang akan didapat dari adanya kerja praktik ini ialah bagaimana menjalankan tugas sebagai Kameramen dalam menciptakan sebuah karya yang berguna sebagai media promosi sebuah perusahaan.



1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam Kerja Praktik ini adalah bagaimana proses pembuatan sebuah *Company Profile* video dengan tema Promosi Perusahaan yang menarik.

1.3. Batasan Masalah

Dalam Kerja Praktik ini dilakukan oleh tim. Penulis berperan sebagai *Kameramen Video Company Profile* Yayasan dan di Butik Sri Batik. Adapun batasan masalah yang dibahas di dalam Kerja Praktik ini antara lain:

1. Penanggung jawab pengambilan gambar untuk video *Companny Profile*
2. Teknik dan teori Kameramen serta pengambilan gambar

1.4. Tujuan

Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah mempraktikkan keilmuan dibidang pengambilan gambar dan Kameramen.

1.5. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari Kerja Praktik ini adalah sebagai berikut:

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



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Instansi

Nama Instansi : **Butik Sri Batik**
Alamat : **Jalan Bluru Kidul No 63 Sidoarjo, Jawa Timur**
Telp/Fax : **0813-3017-6389**

2.2. Sejarah Singkat Butik Sri Batik

Butik Sri Batik adalah sebuah Butik yang beralamat di Jl. Bluru Kidul No.63 Sidoarjo, Jawa Timur. Batik ini adalah butik konveksi yang berdiri sejak 2008. sebelum itu Ibu Sri Asih mendirikan butik di tempat sederhana karena minimnya modal. Berawal dari seseorang yang senang dengan sikap, sifat dan kegigihan Ibu Sri Asih, orang itu pun memberikan modal besar untuk investasi dan berkembang sampai saat ini. Sri Batik menawarkan berbagai Fashion hingga pernak pernik lain.

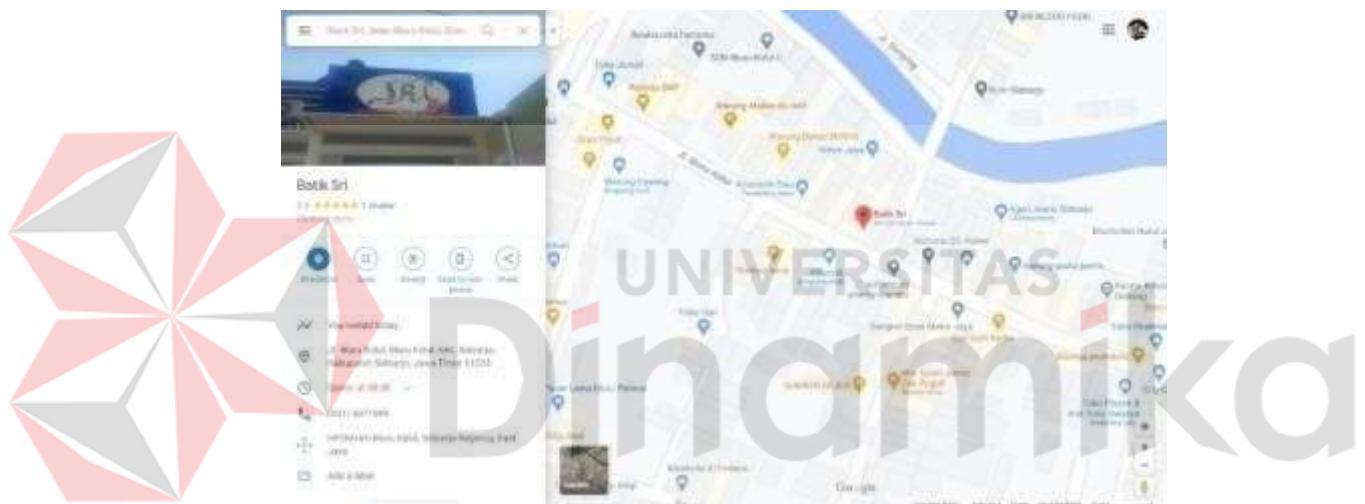
2.3. Overview Perusahaan

Dalam melakukan Kerja Praktik, sangat penting sekali bagi mahasiswa dalam mengenal sebuah lingkungan dari perusahaan tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan di sekitar perusahaan. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja. Butik Sri Batik bertempat di Jl. Bluru Kidul No.63 Sidoarjo, Jawa Timur.

Gambar 2.1 adalah logo Butik Sri Batik , **gambar 2.2** merupakan lokasi Butik Sri Batik dilihat dari peta, **Gambar 2.3** merupakan bangunan Butik Sri Batik, **gambar 2.4** merupakan tampilan instagram Butik Sri Batik yang berisi pemberitahuan program dan acara di yayasan.



**Gambar 2.1 Logo Butik Batik Sri
Batik (Sumber : Olahan Instansi)**



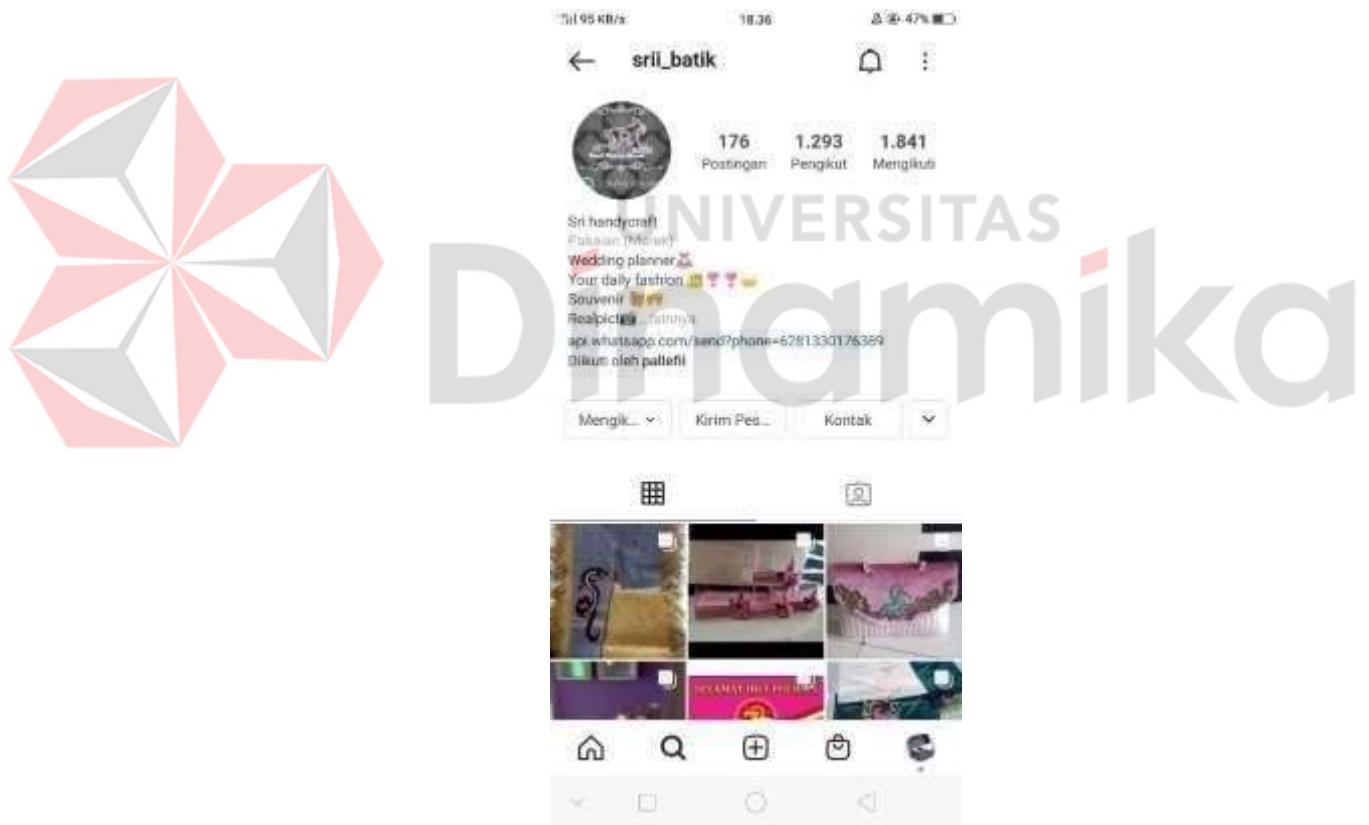
**Gambar 2.2 Peta lokasi Butik Sri
Batik (sumber:**

[www.maps.google.com\)](http://www.maps.google.com)



Gambar 2.3 Bangunan Butik Sri Batik

(sumber: <https://www.google.co.id/maps/place/Batik+Sri/>)



Gambar 2.4 Instagram Butik Sri Batik

(sumber:

https://www.instagram.com/srii_batik/)

2.4. Visi dan Misi Butik Sri Batik

Visi

“Melestarikan Batik Sebagai Karya Produk Asli Indonesia”

Misi

Dengan mewujudkan visi dan subtansi yang telah di jabarkan diatas maka misi dari Butik Sri Batik adalah :

1. Menciptakan lapangan kerja
2. Memberi manfaat lewat karya-karya yang telah dibuat

BAB III LANDASAN TEORI

3.1. *Company Profile*

Tujuan utama *Company Profile* adalah memperkenalkan kepada masyarakat informasi tentang suatu perusahaan atau instansi terentu berkaitan dengan nama perusahaan atau instansi, Tag Line dan Logo. (Fitriyanti, 2015) *Company Profile* memiliki beberapa pengertian antara lain :

- a. *Company Profile* merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk productnya secara verbal maupun grafik yang mengangkat *Corporate Value* serta *Product Value* serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing berdasarkan kedua *value* di atas *Comporate Value* atau nilai perusahaan dapat dilihat melalui hal hal antara lain sejarah berdirinya usaha, visi, misi usaha, dan kinerja perusahaan *Product Value* atau nilai produk atau servis yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dicerminkan oleh factor-factor mix marketing, khususnya 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Placement, People, Process, dan Physical Evidence*
- b. *Company Profile* merupakan salah satu media *Public Relations* yang mempresentasikan sebuah perusahaan (organisasi). *Product Public Relations* ini berisi gambaran umum perusahaan, dimana perusahaan bisa

memilih poin-poin apa yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya disesuaikan dengan kepentingan publik sasaran.

- c. *Company Profile* merupakan sebuah paparan dan penjelasan mengenai perusahaan termasuk productnya secara verbal maupun dalam bentuk grafik yang meningkatkan Corporate Value (Nilai-nilai perusahaan)

Dengan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan sarana yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan atau instansi tertentu dengan berbagai media yang ada.

3.2. Kameramen



Pengertian Kameramen atau disingkat campers adalah seseorang yang mengoprasikan cameramen film atau video untuk merekam gambar di film, video atau media penyimpanan komputer. Kameramen yang bertugas dalam kapasitas di proses pembuatan film bisa disebut kameramen operator, kameramen, juru kamera video atau videographer, tergantung dari konteks dan teknologi yang digunakan

3.3. Jenis Kamera

Jenis kamera tentu saja banyak ragamnya, mulai dari yang hanya bisa dipakai untuk memotret gambar yang kita kenal masih menggunakan pita film, dan zaman yang sudah maju ini makin banyak kamera yang dapat dipakai untuk merekam video atau gambar berjalan

1. Kammeramen DSLR (Digital Single Lens Reflex)

Adalah kamera yang menggunakan sistem cermin otomatis dan pentamirror untuk meneruskan cahaya dari lensa menuju *viewfinder*.

2. Kamera Video

Adalah perangkat perekam gambar video yang mampu menyimpan gambar digital dari model gambar analog

3. Mirroless Camera

Adalah cameramen yang tidak memiliki cermin dari jendela bidik optic (viewvinder) seperti kamera DSLR, namun kualitas gambar yang dihasilkan seara karena image sensor yang digunakan sama besar

4. Boutique Kamera

Jika kita lihat secara sekilas, boutique kamera tidak lebih besar dari sebuah kamera. Jika ditelaah dan diperhatikan lebih dalam dan seksama, ternyata kia salah jika kamera digital ini di embel-embeli kata butik di depannya mengingatkan tampilannya yang stylish dan elegant, meski bentuknya ringkas kamera jenis ini mempunyai sensor full frame yang bahkan melebihi kemampuan kamera DSLR sekalipun. Kamera butik ini rata rata mengguakan sensor full frame (Leica M9) atau APS-C (X100) dengan kualitas foto atau gambar yang tidak perlu diragukan lagi.

3.4. Sudut Pengambilan Gambar

Dalam pengambilan gambar, arah pengambilan subject maupun object tak kalah penting di dalam memainkan emosi penonton. Biasanya titik acuan ketinggian sudut pandangan karema adalah mata subject untuk talent atau garis horizon untuk pemandangan atau lokasi.

1. Birt Eye View

Pengambilan gambar dilakukan diatas ketinggian tertentu sehingga memperlihatkan lingkungan yang sedemikian luas dengan benda-benda lain dibawah terlihat kecil. Pengambilan gambar biasanya menggunakan helicopter, drone maupun dari ketinggian.

2. Low Angel

Pengambilan gambar diambil dari object dengan sudut pengambilan gambar merupakan kebalikan dari pengambilan gambar dengan matode High Angel

3. High Angel

High angel sendiri adalah pengambilan gambar tepat diatas object, pengambilan gambar seperti ini memiliki arti yang dramatic yaitu kecil atau kerdil.

4. Eye Level

Pengambilan gambar diambil dari sudut sejajar dengan mata object yang memperlihatkan pandangan mata object.

5. Frog Level

Pengambilan gambar dengan mengambil sudut pandang dari bawah object, maka object terlihat seperti besar saat diambil dari bawah.

3.5. Gerakan Kamera

1. Zomming (In/Out)

Gerakan yang dilakukan oleh lensa kamera mendekat maupun menjauh dari object. Gerakan ini merupakan fasilitas yang disediakan oleh kamera video, sehingga penngguna hanya mengoprasikan.

2. Panning (Left/Right)

Kamera bergerak dari tengah ke kanan atau dari tengah ke kiri. Bukan kameranya yang bergerak namun tripot yang digerakkan sesuai arah yang di inginkan.

3. Dolly (In/Out)

Gerakan yang dilakukan yaitu Gerakan maju dan mundur. Hampir sama dengan Gerakan zooming, tetapi pada dolly yang bergerak adalah tripot yang telah diberikan roda sehingga memudahkan proses mendorong maju ataupun menariknya mundur

4. Tiltting (Up/Down)

Gerakan Tilting adalah Gerakan keatas dan kebawah. Masih menggunakan tripod sebagai alat bantu agar hasil gambar yang di dapat stabil.

5. Fading (In/Out)

Merupakan pengambilan gambar secara perlahan-lahan apabila gambar yang diambil gambar baru masuk menggantikan gambar yang ada disebut fade in, jika gambar yang sudah ada diambil perlahan-lahan menghilang digantikan gambar baru disebut fade out.



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam Bab IV ini akan dibahas mengenai deskripsi pekerjaan selama melakukan Kerja Praktik di Butik Sri Batik. Dalam kesempatan ini diberikan kepercayaan untuk menjadi *Kameramen* untuk Video *Company Profile*.

4.1. Analisa Sistem

Kerja praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut: Nama Institusi : Butik Sri Batik
Divisi : Kameramen
Tempat : Sidoarjo

Kerja praktik dilaksanakan selama satu bulan, dimulai pada 23 November 2020 hingga 18 Desember 2020, dengan alokasi waktu senin sampai jumat pada pukul 15.00-21.00 WIB di Butik.

4.2. Posisi Dalam Instansi

Pada saat pelaksanaan Kerja Praktik, posisi yang didapat oleh penulis ialah sebagai *Kameramen* yang memiliki tugas bertanggung jawab dalam pengambilan gambar Video untuk *Company Profile*.

4.3. Kegiatan Selama Kerja Praktik di Humas Pemerintahan Kota Surabaya

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik Butik Sri Batik. Dilaporkan dengan rincian sebagai berikut. Laporan kegiatan disertai gambar hasil pekerjaan serta keterangan pada tiap gambar. Hal yang juga paling pentng dalam proses kegiatan adalah *kamera* yang dipakai untuk menunjang pekerjaan dan kegiatan selama Kerja Praktik seperti pada gambar 4.1 berikut.



Gambar 4.1 Kamera utama yang digunakan.

(Sumber : internet)

1. Minggu Ke -1

Pada Minggu pertama kegiatan Kerja Praktik di Butik Sri Batik minggu pertama adalah penulis bersama teman-teman melakukan pengenalan terhadap butik dan melakukan *brainstorming* terkait ide dan konsep yang akan digunakan dalam pembuatan *Video Company Profile*. Seeperti yang terlampir dibawah ini. Gambar 4.2



Gambar 4.2 Dokumentasi *brainstorming*

(sumber: Olahan Penulis)

2. Minggu Ke-2

Pada minggu ini penulis dan tim sudah memulai produksi *video company profile*. Mulai dari *briefing talent*, Menata lokasi, dan shoot sesuai *script* dan penentuan angel pengambilan gambar.



Gambar 4.3 Penulis bersama tim melakukan *briefing*

(sumber: Olahan Penulis)

3. Minggu Ke-3

Kegiatan minggu ini penulis mulai melakukan pengambilan gambar *footage* yang nanti akan dipakai dalam *editing video company profile*. Terlihat pada gambar dibawah ini seperti proses produksi dan pengambilan gambar.



Gambar 4.4 Pengambilan Gambar

(sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.5 Proses Produksi

(sumber: Olahan Penulis)

4. Minggu Ke-4

Minggu terakhir kerja praktik penulis mulai melakukan pengambilan gambar tambahan yakni *footage-footage* sebagai tambahan gambar untuk proses *editing video* untuk *video company profile* Butik Sri Batik.



Gambar 4.6 Produksi tambahan

(sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.7 Rapat Produksi Final

(sumber: Olahan Penulis)



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang didapat selama melakukan kerja praktik di Butik Sri Batik Sidoarjo, maka dapat disimpulkan beberapa hal yakni:

1. Sebagai seorang *manager production* dokumentasi acara haruslah mengetahui proses pra produksi hingga produksi mencakup keseluruhan keperluan seluruh *crew*. Mengetahui pula puncak acara/kegiatan yang menjadi momentum paling penting, dan melalukan pengawasan proses pasca produksi kegiatan yang nantinya akan diolah dalam bentuk foto maupun video dokumentasi acara yang menarik serta berdasarkan konsep yang diinginkan.
2. Dengan adanya video *Company Profile* memudahkan media promosi pengenalan perusahaan atau instansi kepada masyarakat luas.
3. Dalam proses produksi video dokumentasi dibutuhkan konsentrasi tinggi dikarenakan ketika *kameramen* mengamati/mencari gambar yang menarik didalam rangkaian kegiatan tidak kehilangan momentum.
4. Dibutuhkan kerja sama tim dan koordinasi yang sangat kuat pada saat proses produksi/kegiatan berlangsung dikarenakan dalam sebuah produksi video. Dengan pengemasan yang menarik dalam sebuah format tampilan video dan foto Oleh sebab itu pada proses produksi, komunikasi kepada tim merupakan hal yang wajib dilakukan terutama bagi seorang *kameramen* agar proses dokumentasi dapat berjalan dengan lancar.

5.2. Saran

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

1. Bagi Perusahaan

Komunikasi antar crew ditingkatkan pada saat pra produksi kegiatan acara. Menyiapkan kamera dengan peforma tinggi sebagai sarana dalam proses pengambilan gambar. Menyiapkan peralatan pendukung proses video dan alat

penunjang seperti *lighting/flash* sebagai pencahayaan utama yang sangat penting saat foto *indoor*, beberapa lensa yang bisa menyesuaikan keadaan seperti lensa fix untuk ruang yang lebih redup, lensa tele untuk foto jarak jauh dari objek.

2. **Bagi Mahasiswa yang akan Melakukan Kerja Praktik**

Bagi mahasiswa yang tertarik dengan bidang manajemen produksi yang mana menjadi Manager Production suatu produksi film, acara televisi ataupun dokumentasi acara terutama *Company Profile* diharapkan lebih menambah wawasan dan referensi mengenai manajemen produksi serta sering-sering bekerja dengan tim. Karena dalam proses dokumentasi acara tidak akan lepas dari kerja tim serta *deadline* yang menumpuk.



DAFTAR PUSTAKA

1. Diambil dari Buku:

Poerwadarminta, W. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.

2. Diambil dari Internet:

Fitriyanti, D. A. (2015). *Perancangan company profile dan media promosi pariwisata pabrik gula cepiring kabupaten kendal , 11.*

Poerwadarminta, W. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.

Pustaka. Wibowo, W. T. (2015). *Analisis Dan Perancangan Company Profile Berbasis*

Web Sebagai

Srana Promosi Pada CV.OAK MERCH YOGYAKARTA, 2.

