



DESAIN GRAFIK DAN KONTEN KREATOR DI KINETIC INDONESIA

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:

ELITIUS WAKLA

NIM: 19420100070

UNIVERSITAS
Dinamika

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2023**

DESAIN GRAFIK DAN KONTEN KREATOR DIKINETIC INDONESIA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan laporan kerja praktik

Disusun Oleh :

Nama : Elitius Wakla

NIM : 19420100070

Program : S1 (Desain komunikasi visual)

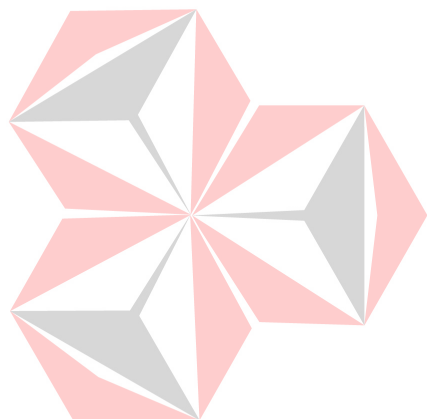
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

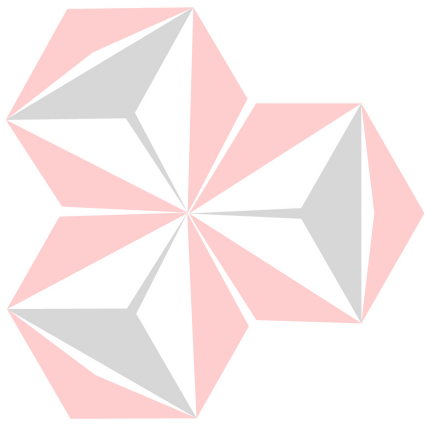
**UNIVERSITAS
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2023

Dinamika



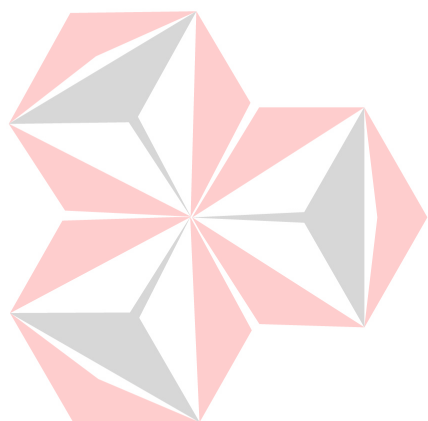
HALAMAN MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“ Tak memandang lelah juang sampai titik akhir “

HALAMAN PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

“ Karya ini kupersembahkan untuk membahagiakan kedua orang tua dan demi menuntut ilmu“

LEMBAR PENGESAHAN
DESAIN GRAFIK DAN KONTEN KREATOR
DI KINETIC INDONESIA

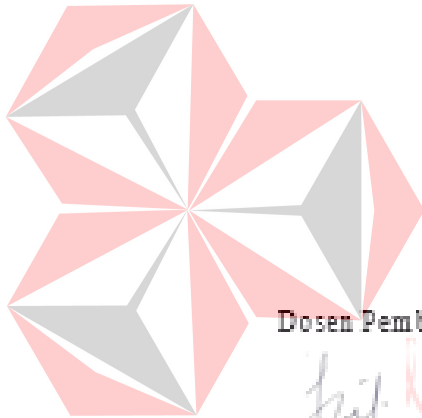
Laporan Kerja Praktik

oleh Elitius Wakla

NIM:19420100070

Telah diperiksa, diraji dan disetujui

Surabaya, 24, 01, 2023




UNIVERSITAS

Dinamika

Disetujui:

Dosen Pembimbing


Universitas Dinamika
Fakultas Desain
Jl. Raya Darmasari, No. 11,
Surabaya, 60132,
Telp. +62 31 25 11 07 11
-02702

**Fenty Fahminansih, S.T.,
MMT.**

NIDN.0706028502

Penyelia


kinetic

Toufan MH

Mengetahui :

Ketua program studi S1 Desain Komunikasi Visual


Dhika Yuan
Yurisma,
M.Ds

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN.0720028701

PERNYATAAN^{vi}

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : ELITIUS WAKLA
NIM : 19420100070
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain Industri Dan Kreatif
Jenis Kerja : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : Desain Grafik Dan Konten Kreator

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 distribusikan atau publikasikan demi kepentingan akademisi 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. Apa bila demikian hari yang ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.



NIM : 19420100070

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik tentang “ desain grafis dan konten kreator kebutuhan PT.Kinetic Indonesia“ Menyadari bahwa di dunia desain grafik dan konten kreator banyak persaingan yang tak bisa ragukan sebab itu di kinetic indonesia juga tak kalah saing dengan berbagai platform yang ada.

Laporan Kerja Praktik ini ditulis demi mengakhiri sebagai salah satu mata kuliah yang wajib mengambil disemester ini. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika Surabaya.

Melalui kesempatan yang berharga ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik, terutama kepada:

1. Tuhan Allah
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika Surabaya.
3. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Kaprodi DKV.
4. Ibu Fenty Fahminansih, S.T., M.MT. selaku Dosen pembimbing
5. Toufan mh selaku Directur PT. Kinetic Indonesia
6. Mas Muhammad Riski selaku Chief Marketing Officer Kinetic Indonesia
7. Kedua orang tua yang selalu memberi semangat dan motivasi
8. Teman-teman magang serta teman-teman kampus yang telah membantu saya menyelesaikan Kerja Praktik
9. Dan semua pihak lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu dalam kesempatan berharga ini.

Semoga Tuhan Yang punya hikmat dan marifat dapat memberikan kemudahan dalam urusan di dunia maupun di akhirat kepada kita semua.

ABSTRAK

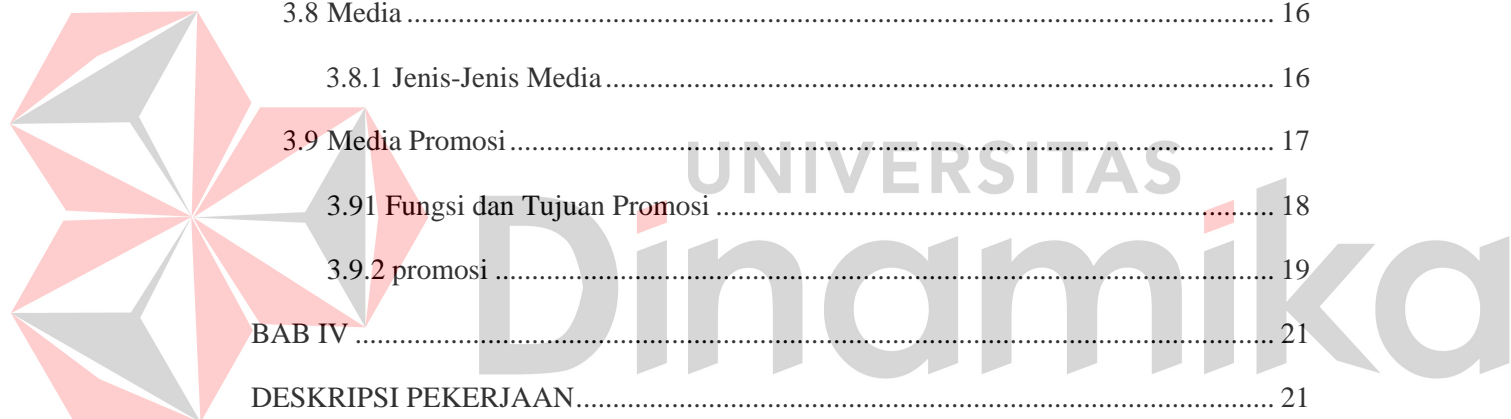
Perkembangan teknologi Era dimana adanya internet yang begitu berkembang pesat seperti 2g,3g 4g dan 5g. *Speed internet* awalnya 2g atau (generasi kedua) disini penulis tidak dicantumkan atau mencertakan generasi pertama karena itu akan dibahas di lain waktu. Kemudian kemunculan generasi kedua ini pada tahun 1995 internet semakin berkembang, industri selular di Indonesia sebagai operator gsm Nasional. Kala itu jaringan yang digunakan masih 2g hanya telponan, sms dan gsm 2g. Pertama kali diperkenalkan pada tahun 1991 di Finlandia tempat dimana menemukan ponsel bermerek nokia. jaringan generasi kedua membawa teleponan dari analog ke komunikasi digital tahap awal. persaingan teknologi semakin meningkat dan pada tahun 2003 muncullah teknologi komunikasi 3g atau generasi ke tiga menjadi harapan pemburu para peminat *video call* atau video memperlihatkan waja. Mesik banyak problem dalam penggunaan misalnya jarigan erro dan lain sebagainya namun para peminat tak hiraukan hal itu. Mereka cukup kepo hal baru video call dan livestreaming. Jaringan 3G di dunia *sejatinya* mulai diperkenalkan pada 1998. Di sinilah mulai muncul istilah mobile broadband. Kecepatan maksimum yang ditawarkan 3G digadang mencapai 2 Mbps saat dalam posisi diam, dan 384 Kbps saat dalam keadaan bergerak. Tak kala penting juga sekarang yang di tunggu tunggu adalah munculnya 4g (generasi 4). Untuk jaringan selular generasi ke-4, mulai diperkenalkan di Indonesia pada 2008 dengan mengembangkan WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access). Namun kemudian, teknologi LTE yang setara WiMAX lebih populer. Telkomsel pun menjadi operator pertama dalam komersialisasi teknologi 4G LTE ini. Pasalnya, kecepatan maksimum layanan di jaringan 4G mencapai 100 Mbps. Bayangkan, menjual produk di toko online bisa langsung tersebar ke seluruh dunia dalam hitungan detik. Bahkan bisa mempromosikan dalam hitungan jam. Maka Kinetic Indonesia berpran aktif dalam memanfaatkan teknologi jaringan internet berkecepat tinggi ini sebagai salah satu peluang yang bisa menawarkan *Bran Activator* kepada Kline dengan teknik manajemen marketing seperti mempublikasikan karya visual. Pembentukan konten, Desain grafis dan konten kreator dalam bentuk poster, brosur dan video dokumentasi sebagaimana menjelaskan setiap even dan produksi yang di lakukan oleh Kinetic Indonesia itu sendiri.

Kata kunci, desain grafik dan konten kreator

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi.
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I.....	1
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
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	3
1.6 Pelaksanaan.....	3
1.7 Sistematika Penulisan	3
BAB II.....	5
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	5
2.1 Sejarah Kinetic Indonesia.....	5
2.1.1 Profil kinetic Indonesia.....	5
2.1.2 Sejarah Perusahaan	5
2.2 Struktur Perusahaan	7
2.3 Kondisi Lingkungan	7
BAB III.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Media Video	9
3.1.1 Pengertian Video.....	9
3.1.2 Komponen Media.....	10
3.2.1 Pengertian Video.....	12

3.2.2 Video Menurut Ahli	13
3.2.3 Video Digital.....	13
3.2.5 Resolusi.....	13
3.2.6 Laju Frame	14
3.2.7 Audio	14
3.3 Desain Grafik.....	15
3.4 Video Dokumentasi	15
3.6 Proses Etiding	15
3.6.1 Pra Editing	15
3.6.2 Final editing	16
3.7 Editing.....	16
3.8 Media	16
3.8.1 Jenis-Jenis Media	16
3.9 Media Promosi	17
3.9.1 Fungsi dan Tujuan Promosi	18
3.9.2 promosi	19
BAB IV	21
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	21
4.1 Analisa Sistem	21
4.2 Briefing	22
4.3 Briefing	22
4.3.1 Konsep	22
4.3.2 Refensi	22
4.3 Menyiapkan video.....	23
4.4 satukan footage	23
BAB V.....	28
PENUTUP.....	28
5.1 Kesimpulan	28
5.2 Saran	28



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi terus berkembang pesat inovasinya, juga disesuaikan dengan kebutuhan manusia untuk mempermudah kehidupan saat ini, hampir semua aktivitas hanya bergantung pada teknologi itu sendiri mulai dari perancangan sampai dengan mempromosikannya. Dulunya manual sekarang semua serba bisa dan mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Apalagi di era sekarang adanya media sosial sebagai jalan utama untuk mempermudah diakses dan dipromosikan karya-karya terbaiknya. Karena itu, pembuatan konten banyak orang berlomba-lomba demi mendapatkan *viewer's dan follower's* nya di media sosial mereka melakukan hal apapun misalnya mempromosikan berbagai cara salah satunya dalam bentuk desain grafik dan konten kreator sebab itu, di Kinetic Indonesia juga tidak terlepas dari berbagai perlombaan diatas.

Kemudian kita akan bahas tentang segi Desain Grafik Dan Konten Kreator, desain grafik dan konten kreator bertujuan untuk bagaimana orang yang masih awam bisa menarik perhatian karyanya. Oleh sebab itu menarik perhatian konsumen, desain grafik dan konten kreatornya disesuaikan dengan tempat dimana akan dipromosikan dan kepada siapa akan menawarkan pembuatan konten tersebut. Menginformasikan desain grafik dan konten kreatornya itu tidak terlepas dari ukuran, bentuk, font, warna, pencahayaan teknik pengambilan video. Di Kinetic Indonesia (Kinetic Id) sendiri mampu memproduksi dan berkolaborasi antara even-even besar sampai dengan even event kecil agen pemasarannya *Digital Brand Activator*. Jadi, kinetic id mempunyai product even, launching, podcast, kolaborasi. Kolaborasi/ kerja sama antara satu pihak ke pihak lain. Disini sangat membutuhkan seorang desain grafik dan konten kreator.

Desain grafis, biasanya mengeluarkan informasi dalam bentuk poster dan brosur jauh sebelum kegiatan itu dilaksanakan. Kemudian setelah tentukan pelaksanaan tanggal seorang videographer hadir sebagai mengambil atau merekam video dokumentasi selama kegiatan berlangsung. Kinetic id atau kinetic Indonesia adalah *Brand Activator* yang berlokasi di Surabaya, Indonesia. Aktif sejak tahun 2012 dan dikukuhkan sebagai badan usaha di tahun 2015 dan memiliki pengalaman lebih dari 5 tahun. Kinetic Indonesia konsisten pada jasa pengembangan

manajemen bisnis serta pemasaran terpadu berbisnis internet didasari riset akurat dan analisis yang mendalam. Tidak terlepas dengan videographer sebagai mendokumentasi. Videografi sendiri berperan aktif dalam mendokumentasikan setiap event yang diadakan dan atau kolaborasi dengan tim perusahaan lain. Misalnya even tahunan sebut saja wuling. Wuling sendiri bekerjasama dengan beberapa perusahaan, salah satunya Kinetic Indonesia (Kinetic Id). Kinetic.id bekerjasama dengan pihak Wuling Motors untuk menentukan pekerjaan yang harus dilakukan ke depannya. Jadi, disaat Wuling di bulan 27 April sampai dengan 13 Mei ketika itu, Kinetic Indonesia membangun dan menyiapkan satu kamar kecil untuk istirahat para pengunjung sambil menunggu mobil Wuling bila ada kendala seperti cek ban, ganti oli, cek angin ban, cek mesin dan ganti ban mobil. Lalu dalam kamar tersebut disiapkan beberapa alat diantaranya kipas angin, beberapa pula satu buah TV poskonya tersedia di beberapa titik diantaranya: Rest areanya berlokasi di, Batang, Ngawi dan Sragen. Penulis sendiri sebagai pegawai magang ditempatkan di Kota Batang Jawa Tengah. Di sana Kinetic Id mengambil aktivitas keseharian video dokumentasi lalu mengedit.

Kinetic.id memiliki beberapa tingkatan pekerjaan, antara lain tim produksi, analisa, manajemen dan desain grafik sekaligus videografi. beberapa job utama diantara tim produksi, tim analisa, tim manajemen dan tim desain grafik dan videografi. Penulis ditugaskan sebagai desainer grafis dan videograger.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, terdapat rumusan masalah dalam laporan kerja praktik ini sebagai berikut:

"Bagaimana merancang konten desain grafis dan video untuk kebutuhan Kinetic Indonesia?"

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan pada rumusan masalah, maka batasan masalah laporan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Mengedit video Dokumentasi
2. Mendesain poster dan brosur

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah yang sudah dibuat, tujuan penulisan laporan ini, yaitu desain grafik dan konten kreator.pembuatan konten video dokumentasi mengedit untuk kinetic Indonesia

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Laporan ini diharapkan memiliki manfaat seperti menjadi referensi dan sumber acuan laporan kerja praktik di masa depan dengan pembahasan yang Sama.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis sebagai berikut:

1. Sebagai pengenalan Kinetic Indonesia.
2. Sebagai perbandingan untuk desain grafik dan konten kreator yang di promosi berbentuk poster, brosur dan video dokumentasi
3. Kerja praktek ini diharapkan dapat membantu kebutuhan video dokumentasi di kinetic indonesia

1.6 Pelaksanaan

Pembuatan konten desain grafik dan konten video dokumentasi promosikan di Kinetic Indonesia sebagai media promosi yang mana sudah dilakukan pada tanggal 13 April 2022 s/d 15 Juni 2022

1.7 Sistematika Penulisan

Para pembaca dapat memahami dengan mudah persoalan dan pembahasan, maka penulisan dari laporan kerja praktik akan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan membahas beberapa materi, seperti Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat, Pelaksanaan dan Sistematika Penulisan yang menjelaskan tentang pembuatan desain gradik dan konten kreator berbentuk video dokumentasi untuk Kinetic Indonesia yang sudah dilakukan di Kerja Praktik selama 3 bulan yang lalu.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, akan membahas tentang gambaran perusahaan tempat Kerja Praktik, yaitu gambaran umum tentang Kinetic Indonesia.

BAB III: LANDASAN TEORI

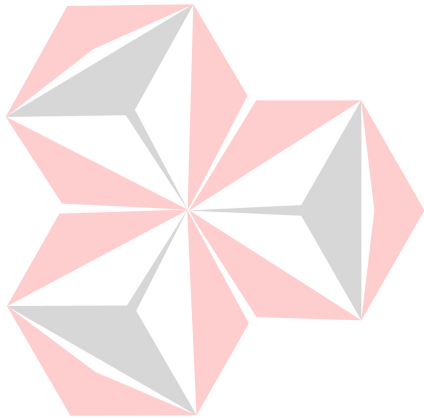
Pada Bab ini,Akan menjelaskan tentang jenis-jenis teori, konsep dan pengertian yang menjadi landasan dalam pembuatan desain grafik dan konten kreator berbentuk video dokumentas untuk kinetic Indonesia

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada Bab ini, akan membahas deskripsi pekerjaan, yakni hasil pembuatan konten desain grafik dan konten kreator selama melaksanakan kerja praktik di Kinetic Indonesia, Surabaya berdasarkan kendala maupun tata cara Pembuatan yang telah dibuat dan dikerjakan.

BAB V: PENUTUP

Pada Bab ini, Akan dijabarkan kesimpulan dan saran selama pembuatan desain grafik dan konten kreator berbentuk video dokumentasi untuk mempromosi Kinetic Indonesia



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Kinetic Indonesia

2.1.1 Profil kinetic Indonesia

Kinetic Indonesia adalah digital brand activator yang berlokasi di Surabaya, Indonesia. Aktif sejak mulai tahun 2012 dan dikukuhkan sebagai badan usaha di tahun 2015. Perusahaan ini konsisten pada jasa pengembangan manajemen bisnis serta pemasaran terpadu berbasis internet yang didasari riset akurat dan analisis yang mendalam. Kinetic Indonesia bekerja dengan pendekatan automasi, dimana pembuatan produk selalu dilakukan dengan bantuan framework dan engine yang kinetic ciptakan sendiri. Pendekatan automasi (penggantian tenaga manusia dengan tenaga mesin yang mengatur secara otomatis sehingga tidak memerlukan lagi) memungkinkan tercapainya efisiensi waktu produksi dan mengurangi tingkat kesalahan yang terjadi karena faktor manusia (*human error*). Selain itu, pendekatan tersebut memungkinkan auto-delegasi sehingga produk kami terselesaikan 100% sesuai jadwal, dengan berpedoman pada prinsip *contingency plan*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Kinetic Indonesia

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

PT. Kinetic Indonesia sendiri berdiri sejak tahun 2012 yang lalu, kemudian dikukuhkan atau memperkuat perusahaan Tahun 2015. Kinetic Indonesia

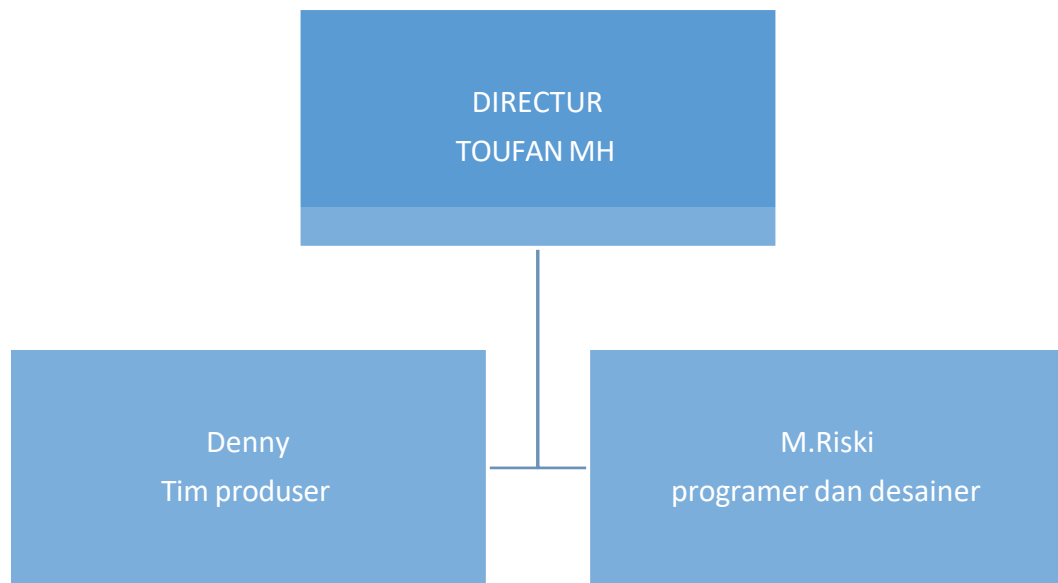
bergerak di bidang Bran Activator agen pemasaran dengan modal marketing pemasaran yang cukup berpengalaman selama lebih dari 5 Tahun. Kinetic id mempunyai dua Tim yaitu Tim Tigital Marketing Dan Tim Produksi dan planner

Kinetic id tidak hanya berperan dalam aktivitas digital marketing, tetapi juga terlibat pada keseluruhan proses pengembangan bisnis, tidak terlepas dari desan grafik dan konten kreator. Mulai dari perencanaan keuangan, pengembangan sumber daya manusia, hingga produksi, semua diintegrasikan dalam platform digital.

Tim Produksi tentukan keunikannya semisal dari segi finishing-nya, konten, bentuk, design atau lainnya sehingga mudah diingat dan bersentuhan secara terus menerus oleh target market. Aktivitas pemasaran *offline* tentunya sangat membutuhkan material branding untuk mendukung terselenggaranya suatu acara kegiatan. Untuk itu, kinetic turut menyediakan jasa produksi material branding, baik cetak maupun meubel dan tidak terlepas dari video dokumentasi sebagai menguatkan kepada para klien untuk bagaimana menjelaskan dengan setiap produksi yang di lakukan oleh tim produksi. Di perusahaan ini mampu menawarkan hasil produksi mebel kepada kline dengan teknik marketing yang sudah berpengalaman lebih dari 5 tahun. Untuk menawarkan hasil produksinya diimbangi dengan desain grafik dan konten kreator. Sebab tim pembuatan konten kreator mampu menjelaskan Gaya visual seperti desain grafis dan video dokumentasi sebagai bukti bahwa proses pembuatan sebuah mebel sesuai dengan pesanan kline. Perusahaan kinetic id punya mimpi besar untuk membangun bebarapa cabang tiggital marketing dan tim produksi di beberapa kota. Hal itu masuk dalam jangka panjang visi misinya kinetic Indonesia sesuai visi misi. untuk mewujudkan perubahan besar dan berkontribusi secara masif dan dasari dengan bersikap baik terhadap siapa saja. tidak cukup bersikap baik, tidak cukup bermodal senyum dan tidak cukup bermodal ramah, tapi harus punya bermental berani untuk mewujudkan visi yang besar itulah tujuan utama Kinetic Indonesia.



2.2 Struktur Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Kinetic Indonesia

(Sumber : Dokumen Perusahaan)

PT. Kinetic Indonesia memiliki 6 orang dan dari enam orang itu tiga orang tiga orang adalah mahasiswa magang dan tiga orang lainnya adalah pekerja tetap. Dari tiga orang itu pak Toufan sendiri menjabat sebagai seorang direktur sekaligus founder Kinetic Indonesia. Kemudian Mas Denny sendiri dijabat sebagai Tim Produksi event dan M. Riski sendiri programmer dan desainer dari Tim produksi mahasiswa magang dibantu oleh Muhammad Fajarudin, kemudian Tim programmer dan desainer dibantu oleh Elitius Wakla dan Awangga Satya

2.3 Kondisi Lingkungan

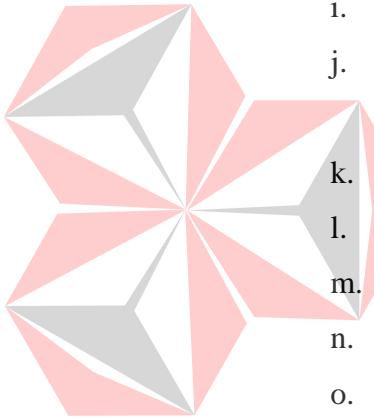
Kantor PT. Kinetic Indonesia berada di Gedung Brand Activator Marketing. Kantor tersebut tidak hanya diisi oleh PT. Kinetic Indonesia letaknya di Puri Gununganyar Regency Blok R no.10. Kantor ini tidak hanya mengisi sebuah saja namun masih ada Produksi Mebel juga. Maka Kondisi lingkungan PT. Kinetic Indonesia tidak cukup untuk strategis dan aman mengingat letak kantor berada disamping Tim Produksi Mebel dan berada di depan pintu samping dari kantor ada Perumahan Puri Gununganyar Regency Karena kantor berada dalam perumahan maka setiap motor dan mobil yang masuk harus menunjukkan tanda pengenal

berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) maupun Surat Izin Mengemudi (SIM) kepada satpam yang berada di gerbang masuk.

Fasilitas-fasilitas yang tersedia di kantor sebagai berikut :

- a. Wi-fi gratis.
- b. Ruang kerja yang cukup luas.
- c. Meja dan kursi yang cukup banyak untuk para peserta magang dan para karyawan.
- d. AC +Kipas Angin.
- e. Kabel roll yang cukup banyak.
- f. Proyektor.
- g. Tv LCD.
- h. Ruang rapat.
- i. Ruang untuk presentasi dan diskusi bersama.
- j. Papan tulis dan spidol yang digunakan saat mas Toufan Mh Memberikan materi.
- k. Dispenser air hangat.
- l. Dapur jika ingin memasak.
- m. Kamar mandi.
- n. Mushola, terdapat sajadah, sarung, mukenah, dan Al Quran.
- o. Parkir sepeda motor yang cukup luas.

Misi perusahaan Kinetic Id untuk mewujudkan perubahan besar dan berkontribusi positif secara masif



UNIVERSITAS

Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Video

3.1.1 Pengertian Video

Kata media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Dalam bahasa arab, medoe yang artinya perantara antara pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan menurut Azhar Arsyad (2011: 3). Hamidjojo dan Latuheru (Azhar Arsyad, 2011: 4) mengemukakan bahwa media sebagai bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai pada penerima yang dituju. Hal ini diperkuat dengan pendapat dari Romiszowski (Basuki Wibawa dan Farida Mukti, 1991: 8) media adalah pembawa pesan yang berasal dari suatu sumber pesan (yang dapat berupa orang atau benda) kepada penerima pesan.

Media dalam proses belajar mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal. Media pendidikan digunakan dalam rangka komunikasi dan interaksi guru dan siswa dalam proses pembelajaran. Media pembelajaran dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga dapat memperlancar dan meningkatkan proses dan hasil belajar.

Media Video Pembelajaran dapat digolongkan kedalam jenis media Audio Visual Aids (AVA) atau media yang dapat dilihat atau didengar. Media audio motion visual (media audio visual gerak) yakni media yang mempunyai suara, ada gerakan dan bentuk obyeknya dapat dilihat, media ini paling lengkap. Informasi yang disajikan melalui media ini berbentuk dokumen yang hidup, dapat dilihat dilayar monitor atau ketika diproyeksikan ke layar lebar melalui projector dapat didengar suaranya dan dapat dilihat gerakannya (video atau animasi).

Menurut Dwyer, video mampu merebut 94% saluran masuknya pesan atau informasi kedalam jiwa manusia melalui mata dan telinga serta mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar dari tayangan program. Pesan yang disampaikan melalui media video dapat

mempengaruhi emosi yang kuat dan juga dapat mencapai hasil cepat yang tidak dimiliki oleh media lain.

Menurut Cheppy Riyana (2007) media video pembelajaran adalah media yang menyajikan audio dan visual yang berisi pesan-pesan pembelajaran baik yang berisi konsep, prinsip, prosedur, teori aplikasi pengetahuan untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran. Video merupakan bahan pembelajaran tampak dengar (audio visual) yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan/materi pelajaran. Dikatakan tampak dengar karena unsur dengar (audio) dan unsur visual/video (tampak) dapat disajikan serentak.

Terdapat banyaknya media pembelajaran, mulai dari yang sangat sederhana hingga ke kompleks, mulai dari yang hanya menggunakan indera mata hingga perpaduan lebih dari satu indera. Dari yang harganya murah dan tidak memerlukan listrik hingga yang mahal dan sangat tergantung pada perangkat keras. Seiring berkembangnya teknologi, muncullah berbagai macam bahan ajar baru yang semakin canggih, mulai dari berkembangnya bentuk bahan ajar cetak, lalu merambah ke bahan ajar audio, hingga bahan ajar audio-video. Ini semua menunjukkan bahwa bentuk bahan ajar selalu mengikuti perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Hal ini diperkuat dengan pendapat Webster (Azhar Arsyad, 2011: 5) teknologi merupakan suatu perluasan konsep media, dimana teknologi bukan sekedar benda, alat, bahan, atau perkakas, tetapi tersimpul pula sikap, perbuatan, organisasi, dan manajemen yang berhubungan dengan penerapan ilmu. Teknologi yang paling tua yang dimanfaatkan dalam proses belajar adalah percetakan yang bekerja atas dasar prinsip mekanis. Kemudian lahir teknologi audio-visual yang menggabungkan penemuan mekanis dan elektronis untuk tujuan pembelajaran. Pengajaran dengan menggunakan audio-visual bercirikan adanya pemakaian perangkat keras selama proses belajar, seperti mesinproyektor film, tape recorder, dan proyektor visual lebar. Jadi, pengajaran melalui audiovisual adalah produksi dan penggunaan materi yang penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran. Teknologi audio visual yang sering digunakan dalam pembelajaran adalah film, slide, dan video

3.1.2 Komponen Media

Komponen dalam media menurut Munir (2013) adalah :

a. Teks

Teks adalah suatu kombinasi huruf yang membentuk satu kata atau kalimat yang menjelaskan suatu maksud atau materi pembelajaran yang dapat dipahami oleh orang yang membacanya. Teks tidak bisa dipisahkan dalam penggunaan computer. Teks merupakan dasar dari pengolahan kata dan informasi berbasis multimedia. Multimedia menyajikan informasi kepada pengguna dengan cepat, karena tidak diperlukan membaca secara rinci dan teliti.

b. Grafik

Grafik merupakan komponen penting dalam multimedia. Grafik berarti juga gambar (image, picture, atau drawing). Gambar merupakan sarana yang tepat untuk menyajikan informasi, apalagi pengguna sangat berorientasi pada gambar yang bentuknya visual (visual oriented).

c. Gambar

Gambar merupakan penyampaian informasi dalam bentuk visual. Elemen gambar di gunakan untuk mendeskripsikan sesuatu dengan lebih jelas. Gambar digunakan dalam presentasi atau penyajian multimedia karena lebih menarik perhatian dan dapat mengurangi kebosanan dibandingkan dengan teks.

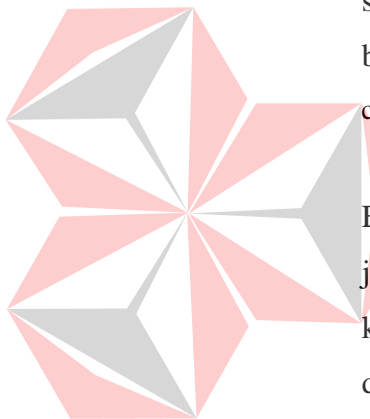
d. Video

Video pada dasarnya adalah alat atau media yang dapat menunjukkan simulasi benda nyata. Video juga sebagai sarana untuk menyampaikan informasi yang menarik, langsung dan efektif. Video pada multi media digunakan untuk menggambarkan suatu kegiatan atau aksi.

e. Audio

Audio didefinisikan sebagai macam-macam bunyi dalam bentuk digital seperti suara, music, narasi, dan sebagainya yang bisa didengar untuk suara latar, penyampaian pesan duka, sedih, semangat dan juga dapat meningkatkan daya ingat serta bisa membantu bagi pengguna yang memiliki kelemahan dalam pengelihatannya.

kemampuan computer sepenuhnya. Aspek interaktif pada multimedia dapat berupa navigasi, simulasi, permainan dan latihan.



3.2.1 Pengertian Video

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, video merupakan rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi, atau dengan kata lain video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Video sebenarnya berasal dari bahasa Latin, *video-vidivisum* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan); dapat melihat. Media video merupakan salah satu jenis media audio visual. Media audio visual adalah media yang mengandalkan indera pendengaran dan indera penglihatan. Media audio visual merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam pembelajaran yang menyenangkan. Media ini dapat menambah minat siswa dalam belajar karena siswa dapat menikmati sekaligus melihat gambar.

Video adalah gambar-gambar dalam frame di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar itu hidup. Media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

Menurut Dwyer, video mampu merebut 94% saluran masuknya pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia melalui mata dan telinga serta mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar dari tayangan program. Pesan yang disampaikan melalui media video dapat mempengaruhi emosi yang kuat dan juga dapat mencapai hasil cepat yang tidak dimiliki oleh media lain.

Menurut Cheppy Riyana (2007) media video pembelajaran adalah media yang menyajikan audio dan visual yang berisi pesan-pesan pembelajaran baik yang berisi konsep, prinsip, prosedur, teori aplikasi pengetahuan untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran. Video merupakan bahan pembelajaran tampak dengar (audio visual) yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan/materi pelajaran. Dikatakan tampak dengar karena unsur dengar (audio) dan unsur visual/video (tampak) dapat disajikan serentak.. Video merupakan gambar bergerak. Jika obyek dalam animasi adalah buatan, maka obyek pada video adalah nyata. (Munir, 2013:289)

3.2.2 Video Menurut Ahli

Video merupakan gambar bergerak. Jika obyek dalam animasi adalah buatan, maka obyek pada video adalah nyata. (Munir, 2013:289)

Dan berikut pengertian video menurut para ahli :

1. Sukiman (2012: 187-188) menyatakan media video pembelajaran adalah seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara dalam waktu bersamaan.
2. Cecep Kustandi (2013: 64) mengungkapkan bahwa video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperlambat waktu dan mempengaruhi sikap.
3. Daryanto (2010: 88), mengungkapkan media video adalah segala sesuatu yang memungkinkan sinyal audio dapat dikombinasikan dengan gambar bergerak secara sekuensial

3.2.3 Video Digital

Video digital pada dasarnya tersusun atas serangkaian frame. Rangkaian frame tersebut ditampilkan pada layar dengan kecepatan tertentu, bergantung pada laju frame yang diberikan (dalam frame/detik). Jika laju frame cukup tinggi, mata manusia tidak dapat menangkap gambar per frame, melainkan menangkapnya sebagai rangkaian yang kontinue. Masing-masing frame merupakan gambar/ citra 8 (image) digital. Suatu image digital direpresentasikan sebuah matriks yang masing-masing elemennya merepresentasikan nilai intensitas. Jika I adalah matriks dua dimensi, $I(x,y)$ adalah nilai intensitas yang sesuai pada posisi baris x dan kolom y pada matriks tersebut. Titik-titik di tempat image di-sampling disebut picture elements, atau sering dikenal sebagai piksel. Karakteristik suatu video digital ditentukan oleh resolusi (resolution) atau dimensi frame (frame dimension), kedalaman piksel (pixel depth), dan laju frame (frame rate). Karakteristik-karakteristik ini menentukan perbandingan antara kualitas video dan jumlah bit yang dibutuhkan untuk menyimpan dan mentransmisikannya.

3.2.5 Resolusi

Resolusi (resolution) atau dimensi frame (frame dimension) adalah ukuran sebuah frame, yang dinyatakan dalam piksel x piksel. Semakin tinggi resolusinya, semakin baik kualitas video tersebut, dalam pengertian bahwa dalam

ukuran fisik yang sama, video dengan resolusi tinggi akan lebih detail. Tetapi, resolusi yang tinggi akan mengakibatkan jumlah bit yang diperlukan untuk menyimpan atau mentransmisikannya meningkat

3.2.6 Laju Frame

Laju frame (frame rate) menunjukkan jumlah frame yang digambar tiap detik dinyatakan dalam frame/detik. Sehubungan dengan laju frame ini, ada dua hal yang perlu diperhatikan, yaitu kehalusan gerakan (smooth motion) dan kilatan (flash). Kehalusan gerakan ditentukan oleh jumlah frame yang berbeda per detik.

Untuk mendapatkan gerakan yang halus, video digital setidaknya harus berada pada 25 frame/detik. Kilatan ditentukan oleh jumlah berapa kali layar digambar per detik. Dengan 20 frame/detik, kilatan sudah dapat dilyapkan. Video yang berkualitas baik akan memiliki laju frame minimal 30 frame/detik, setidaknya sesuai dengan mata manusia, yang membutuhkan jumlah bit yang lebih tinggi.

3.2.7 Audio

Gelombang audio adalah gelombang akustik satu dimensi. Ketika suatu gelombang akustik memasuki telinga, gendang telinga akan bergetar, yang menyebabkan tulang rawan telinga tengah bergetar juga, dan mengirimkan pulsapulsa saraf ke otak. Pulsa-pulsa saraf ini diketahui sebagai suara oleh pendengar. Dengan cara yang sama, ketika suatu gelombang akustik mengenai sebuah mikropon, maka mikropon akan menghasilkan signal listrik, yang merupakan amplitudo suara sebagai fungsi waktu. Representasi, pengolahan, penyimpanan, dan transmisi signal-signal audio seperti itu merupakan bagian penting penelitian system multimedia. Range frekuensi pendengaran manusia berada di antara 20Hz hingga 20.000Hz, walaupun sebagian binatang, terutama anjing, dapat mendengar frekuensi yang lebih tinggi.

Telinga mendengar gelombang suara secara logaritmik, karena itu ratio dua suara dengan amplitudo A dan B secara konvesi diekspresikan dalam dB(decibel).

Bila mendefinisikan batas bawah daya dengar (suatu tekanan kira-kira 0,0003 dyne/cm²) bagi sebuah gelombang sinus 1 kHz sama dengan 0 dB, maka percakapan biasa akan sama dengan kira-kira 50 dB dan ambang sakit kira-kira pada 120 dB, range dinamik dengan factor 1 juta. Agar tidak membingungkan, A

12 dan B diatas adalah amplitude. Bila kita memakai tingkat daya, yang proporsional dengan kuadrat amplitude, koefisien logaritma akan sama dengan 10, bukan 20. Telinga sensitive terhadap variasi suara yang hanya berlangsung beberapa milidetik. Sebaliknya, mata tidak mengetahui adanya perubahan tingkat cahaya yang berlangsung beberapa milidetik. Hasil pengamatan ini adalah bahwa kejutankejutan beberapa milidetik selama transmisi multimedia mempengaruhi kualitas suara yang diterima lebih kuat disbanding dengan kualitas gambar yang diterima. Gelombang suara dapat dikonversi ke dalam bentuk digital dengan ADC (Analog Digital Converter). Sebuah ADC mengambil tenaga listrik sebagai input dan menghasilkan bilangan biner sebagai output.

3.3 Desain Grafik

Desain grafik adalah jenis desain yang mendesain berbagai produk maupun jasa serta menunjukkan keunggulan dari produk atau jasa tersebut dari kompetitor lainnya. Tujuan mendesain desain grafik adalah untuk membangun kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa yang kita tawarkan dan untuk membangkitkan minat dan menarik target audiens yang dituju. desain ini juga dapat menjadi salah satu cara alternatif untuk mempromosikan suatu perusahaan maupun instansi.

3.4 Video Dokumentasi

Video Dokumentasi adalah video yang dapat dijelaskan sebagai bentuk promosi dari setiap produksi mebel maupun aktivitas kinetic id. Durasi sebuah trailer rata-rata 2-3 menit. Dalam perekamannya mencakup plot inti cerita yang termasuk didalamnya adalah pemeran, sutradara, produser, hingga kapan video tersebut akan tayang. Video dokumentasi muncul pertama kali pada tahun 1922 oleh karya Robert Flaherty

3.6 Proses Editing

Proses pembuatan Video terdiri dari 3 bagian yaitu, pra produksi, produksi dan pasca produksi.

3.6.1 Pra Editing

Pra Produksi merupakan tahapan perencanaan. Secara umum merupakan tahapan persiapan sebelum memulai proses produksi (shooting film atau video).

3.6.2 Final editing

Setelah tahap pra produksi selanjutnya yaitu produksi, tahapan produksi merupakan tahapan bentuk implementasi dari pra-produksi yang sudah dirancang sejak awal. Tahapan ini di mulai dari persiapan peralatan produksi, mulai dari kamera, microphone, komputer,serta teknik sudut pengambilan gambar atau video, dan menetapkan jadwal serta tempat untuk pengambilan gambar maupun

3.7 Editing

Seperti yang ditulis oleh Franky Cutuhatunewa di dalam website www.caraeditvideo.com (2014) Editing video adalah sebuah proses edit terhadap klip-klip video hasil dari proses shooting, dimana pada proses ini seorang editor memilih atau menyunting gambar dalam bentuk Video tersebut dengan cara memotong klip-klip video (cut to cut) kemudian menggabungkan potonganpotongan video tersebut, menjadi sebuah video yang utuh untuk kemudian menjadi sebuah video yang baik untuk ditonton. Dalam proses editing itu sendiri seorang editor akan menambahkan berbagai effect serta menyisipkan transisi, sehingga video akan terlihat lebih menarik saat ditonton. Oleh sebab itu proses editing menjadi salah satu elemen penting di dalam sinematografi dan tidak dapat dipisahkan dari dunia broadcasting. Dalam proses editing, tidak cukup hanya menggabungkan gambar begitu saja, tetapi banyak sekali variabel yang harus diketahui dalam proses editing, misalnya, seorang editor harus juga bisa memberi sentuhan rasa dalam memandang sebuah angle camera yang baik, sehingga bisa bisa memberi sentuhan editing yang menarik. Editing juga ada dua yaitu editing offline dan editing online.

3.8 Media

Menurut Yudha Ardhi (2013: 4), media merupakan sarana pengirim pesan dalam suatu proses komunikasi menuju kepada penerima pesan. Dan menurut AECT (Assosiation for Education and Communication Technology) media adalah segala sesuatu yang digunakan untuk melakukan proses komunikasi agar penyampaian pesan sampai pada tujuan.

3.8.1 Jenis-Jenis Media

Secara umum, media memiliki tiga jenis, yaitu media visual yang berarti media yang dapat dilihat seperti koran dan majalah, media audio yang berarti

media yang hanya dapat didengar seperti radio, dan media audio visual yang berarti media yang dapat dilihat serta didengar seperti film atau video yang tayang pada televisi.

Media Visual

Media visual adalah media yang dapat dilihat serta dibaca secara langsung. Media visual mengandalkan indera penglihatan dan indera peraba. Media visual banyak dan mudah ditemukan dimana saja, contohnya yaitu foto, gambar, komik, majalah, koran, buku, rambu lalu lintas, dan sebagainya.

Media Audio

Audio adalah suara. Maka media audio adalah media yang memiliki suara, hanya dapat didengarkan tanpa dilihat. Media audio membutuhkan penghayatan yang kuat melalui indera pendengaran. Sebagai contoh media audio ialah siaran radio, tape, dan sebagainya.

Media Audio Visual

Media audio visual dalam website pelajar.co.id merupakan gabungan dari media visual dan media audio. Media audio visual merupakan media yang dapat dilihat dan didengar secara bersamaan. Penghayatannya tidak hanya mengandalkan satu panca indera, namun menggunakan indera penglihatan dan indera pendengaran. Contohnya adalah media drama, pertelevisian, dan sebagainya. Internet juga termasuk dalam media audio visual, namun lebih disebut kepada multimedia karena di dalam internet memiliki lebih banyak jenis format media.

3.9 Media Promosi

Media promosi menurut Ardhi (2013:4) adalah salah satu sarana atau alat yang digunakan untuk mempromosikan suatu barang. Media promosi juga sebagai salah satu cara mengkomunikasikan suatu produk, jasa, brand atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas.

Menurut Kotler (2000 : 199) pengertian promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi “promotional mix”.

Menurut Stanton (1993) promosi bertujuan memberikan informasi kepada para konsumen dan mempengaruhi khalayak umum

Menurut Saladin (2003) promosi merupakan bagian dari unsur bauran pemasaran yang digunakan untuk memberitahukan, mengingatkan serta membujuk konsumen

Menurut Boone dan Kurtz, Promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Suryana (2001: 112).

Menurut Kusmono, Promosi adalah usaha yang dilakukan pasar untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran.

Berdasarkan Para ahli di atas bisa disimpulkan promosi adalah cara untuk mengenalkan, menginformasikan, mengedukasi kepada masyarakat atau calon konsumen terhadap apa yang ingin dipromosikan sehingga membuat suatu tindakan dari masyarakat atau konsumen tertarik kepada apa yang sudah dipromosikan dan membuat masyarakat atau konsumen lebih loyal terhadap apa yang sudah dipromosikan. Sedangkan media promosi sendiri adalah tempat atau wadah untuk melakukan promosi dimana media promosi sangat berpengaruh dalam hal promosi, penempatan media promosi juga harus dipertimbangkan dari segi segmentasi dan sasaran yang ingin menjadi target promosi.

3.91 Fungsi dan Tujuan Promosi

Menurut (Ardhi 2013 : 8) fungsi media promosi secara garis besar ada tiga, yaitu menarik perhatian audiens, menciptakan daya Tarik, dan mengembangkan keingintahuan audiens akan produk yang kita tawarkan. Untuk mengenalkan suatu produk supaya orang dapat tertarik, kita sebagai pemilik usaha harus menggunakan promosi agar produk yang dijual dikenal oleh masyarakat. Terutama produk baru yang sudah memiliki banyak pesaing. Produk dapat dikemas dengan menarik supaya nanti konsumen akan lebih tertarik pada apa yang kita jual.

Tahap berikutnya menciptakan dan menumbuhkan rasa tertarik pada diri audiens. Proses ini menjadi inti promosi. Sesuatu yang menarik dari suatu produk adalah hal yang harus diangkat dan ditonjolkan dalam promosi itu. Meski setiap produk ada kelebihan dan kekurangannya, orang akan lebih tertarik jika ditawarkan kelebihan dari pada kekurangannya. Kelebihan juga lebih ditonjolkan untuk membangun citra positif dari produk tersebut dan membangun kepercayaan pelanggan.

Promosi bertujuan untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Dalam tahap selanjutnya, promosi ini digunakan untuk memperbaiki kesan yang kurang untuk mengurangi keraguan konsumen menggunakan produk tersebut. Dalam jangka panjang diharapkan media promosi ini dapat mengangkat nama perusahaan. Dalam iklan juga sering dijumpai adanya visualisasi yang menarik untuk menarik konsumen dan memberikan kepercayaan konsumen untuk membeli atau menggunakan produk maupun jasa yang kita jual, visual, maupun kata – kata verbal diharapkan mampu mengubah persepsi dari *audiens* dan mau menerima produk tersebut. Tujuan selanjutnya dari promosi dalam jangka panjang adalah mengingatkan. Hal ini penting agar produk ini bisa diingat audiens dalam waktu yang lama dan tidak kalah mendapatkan perhatian dibandingkan dengan produk – produk baru lain yang bermunculan dan menjadi kompetitornya

3.9.2 promosi

Menurut Ardhi (2015:15) berbagai macam media promosi sangat penting untuk dikenal serta dipahami setiap karakteristiknya. Berikut ini adalah penjelasan jenis – jenis dari media promosi yang terbagi menjadi tiga yaitu:

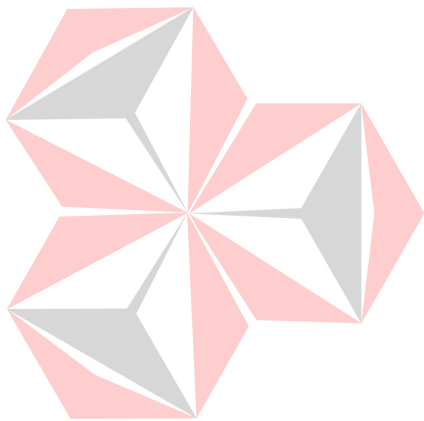
Media Above The Line (ATL)

Media above the line, adalah media promosi dengan strategi menarik perhatian para konsumen, melalui iklan yang menarik sehingga memancing rasa penasaran orang untuk mencoba produk tersebut. Penggunaan media above the

linemembutuhkan budget yang besar, dan hasilnya juga dapat menjangkau target pasar secara luas. Contohnya yaitu televisi, koran, radio, billboard, dan lainnya.

Media Below The Line (BTL)

Media below the line, adalah media promosi dengan strategi mendorong target konsumen untuk membeli serta mencoba produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan promosi below the line para konsumen ikut serta merasakan, berinteraksi, serta dapat melakukan pembelian produk secara langsung jika tertarik dengan produk yang ditawarkan. Contoh kegiatan yang berkaitan dengan media below the line pameran, event, penjualan secara langsung ke masyarakat atau konsumen dan lainnya



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini penulis akan dijelaskan mengenai deskripsi pekerjaan atau tugas laporan kerja praktik yang dilakukan di Kinetetic Indonesia selama tiga bulan mulai dari tanggal 13 April sampai dengan 15 Juni. Ketika kerja praktik di Kinetetic id penulis ditugaskan mengedit video, kemudian disuruh untuk desain brosur inspirasi pagi dengan masing masing tiga background yang berbeda diantaranya pertama biru, merah dan hijau. Aplikasi yang saya menggunakan adalah adobe premiere dan adobe illustrator dan after effect, tujuannya adalah setelah mendesain brosur di di ilustrasi saya animasikan di after effect dan untuk masuk ke soundnya ke adobe premier pro disinilah Video Animasi hasil terakhir.

4.1 Analisa Sistem

Kerja praktik yang dilaksanakan penulis ialah sebagai berikut:

Nama perusahaan : KINETIC INDONESIA (KINETIC.ID)

Divisi/Bagian : DESAIN GRAFIK DAN KONTEN KREATOR

Tempat : Puri Gununganyar Regency Blok R No 10 – 2nd Floor Surabaya 60294, Indonesia

Kerja praktik dilaksanakan selama satu bulan di KINETIK INDONESIA, dimulai pada tanggal 13 April – 15 Juni 2022, dengan alokasi waktu sebagai berikut:

a) Senin – Jum'at : 09.00 - 17.00

b) Sabtu : 09.00 - 17.00

Pada pelaksanaan kerja praktik ini penulis diberi tugas ketika ada perkaitannya dengan desain grafik dan konten kreator dan dengan tujuan nantinya akan dipromosikan di akun media sosial milik Kinetetic Indonesia

4.2 Briefing

Dalam proses pembuatan media promosi berbentuk poster, brosur dan spanduk pembuatan konten video dokumentasi di Kinetic Indonesia, hal paling awal yang dilakukan adalah briefing terlebih dahulu mulai dari proses hingga akhir. Adanya urutan tersebut dapat mempermudah jalannya produksi desain grafis dan video dokumentasi, dengan urutan pra-editing, editing, pasca editing. Dengan adanya proses tersebut nantinya akan mempermudah mengorganisir video. Setelah itu memilah-milah potongan video, mencari pola dan menjadi satuan yang dapat dikelola.

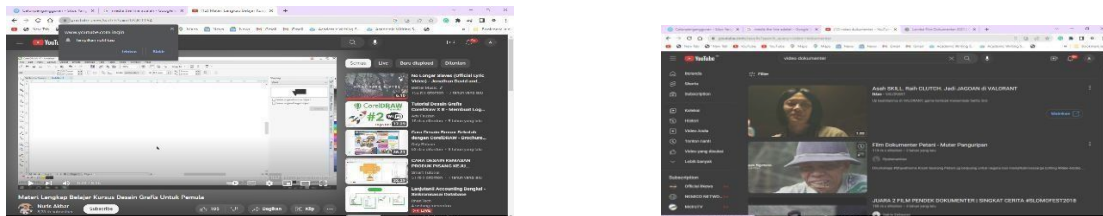
4.3 Briefing

4.3.1 Konsep

Dalam proses pembuatan media promosi berbentuk desain grafis pengeditan video di desain grafik dan konten kreator. Yang nantinya akan menjadi media promosi di media sosial akun milik Kinetic id. Tujuan dari pembuatan desain grafis dan video pengeditan video ini yaitu untuk meningkatkan daya tarik pada para desain visual. Konsep dalam pembuatan konten yaitu menginformasikan kepada calon pembeli gambaran dasar tentang desain grafis dan konten kreator.

4.3.2 Referensi

Mempelajari cara desain grafik dan mengedit video baik dan benar yang dipresentasikan oleh Nuris akbar dan Valoran sebelum pengeditan di *Software* adobe premier dan illustrator baik cara memotong, cara memastikan *footage cut* video, menambahkan *sound* dan *mengreder* video akhir.

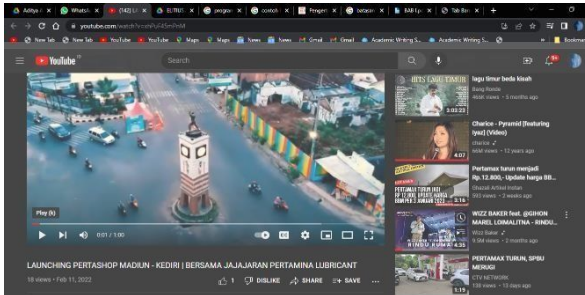


Gambar 4.1 Referensi video trailer

(Sumber : youtube link youtube Nuris dan Valoran)

4.4 Menyiapkan video

Di tahap ini Kinetic Id diperintahkan untuk mengerjakan beberapa video yang sudah pernah upload di media sosial seperti Youtube ada yang juga video mentahan. File ini dikirim melalui whatsapp pribadi dan berikut ini *screenshot* file videonya .

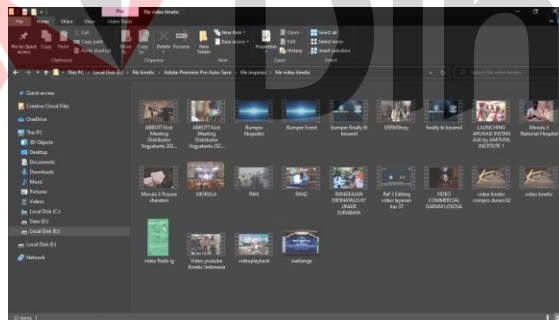


Gambar 4.4 screenshot link video youtube

(Sumber : olahan penulis, 2022)

4.5 Satukan footage

Di tahap ini, tahap dimana semua file disatukan dalam satu file, agar disaat mengeditnya mudah di akses.

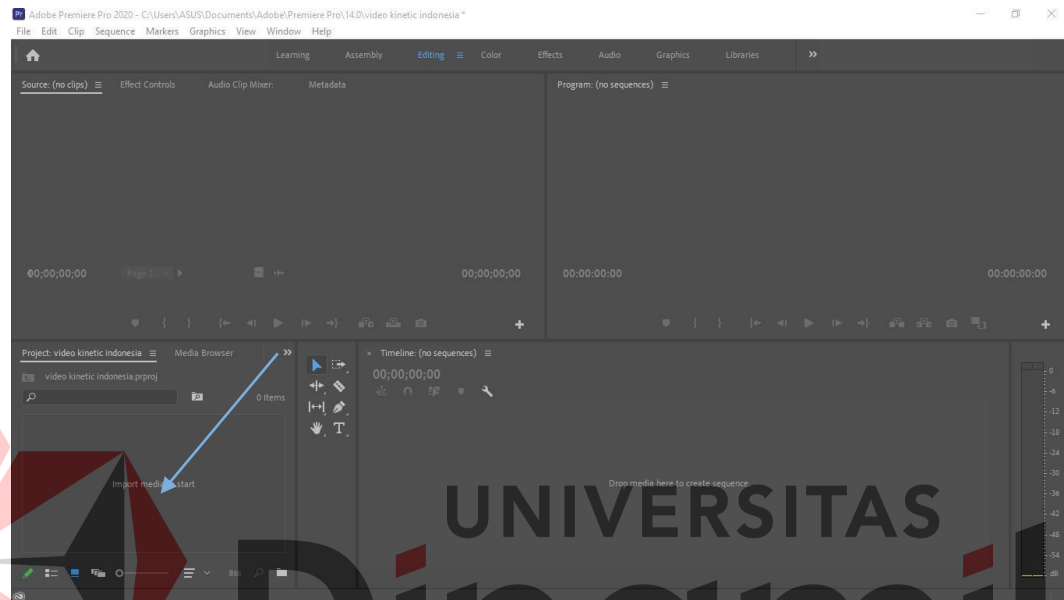


Gambar 4.5 satukan video

(Sumber : olahan penulis,2022)

4.6 Tahap membuka Adobe Premiere

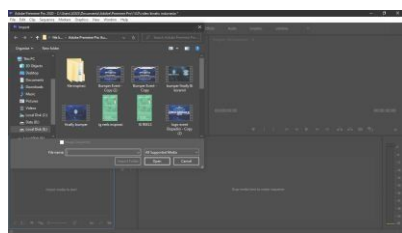
Pada tahap ini setelah mendownload dan mengumpulkan *footage* membuka langsung adobe premiere untuk memasukan footagenya.berikut ini tampilan awal software adobe premiere pro cc 2020 jadi setelah membuka klik kanan di screenshot tanda ara panah bagian kiri kemudia pilih import file



Gambar 4.5 Membuka Adobe Premiere Pro
(Sumber : olahan penulis,2022)

4.7 Tahap memasukan footage

Tahap dimana memasukan *Footage* di *Adobe premiere pro* dengan dengan cara mengklik dikanan dan pilih import lalu muncul gambar seperti ini pilih sesuai kebutuhannya.



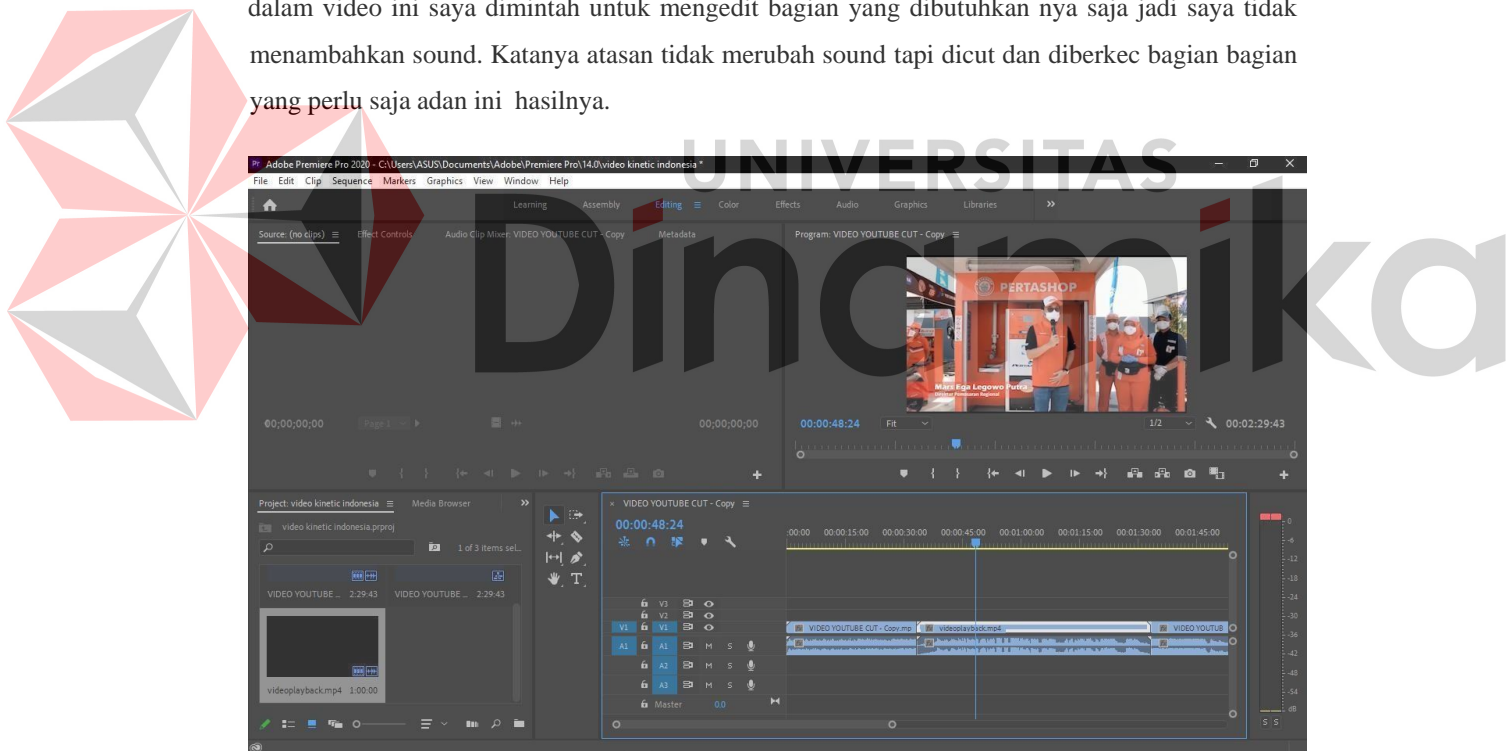
Gambar 4.7Proses mengambil *footage*

(Sumber : olahan penulis, 2022)

4.8 Tahap masukan *footage*

Setelah mengambil *footage* dari file yang sudah disiapkan tadi, kemudian mengambil dengan cara yang sudah disampaikan di gambar 4.5 dan 4.6 berikut ini hasil masukan videonya seperti gambar dibawa ini. Dalam video ini. Dari Tim Satgas Pertamina Pertashop menit ke 15.3 mengatakan bahwa mereka ingin memberikan layanan terbaik kepada masyarakat selama Natal dan Tahun baru 2021/2022 berada di pertashop wilaya Madiun kediri jawa timur mereka sudah melakukan kesiapan persiapan dan menyapkan layanan kebutuhan kepada warga negara kita yang kita cintai ini katanya *public speakers* dalam video ini ada ucapkan terima kasih dari beberapa warga setempat kepada pemerintah yang sudah bangun layanan kebutuhan transportasi. <https://www.youtube.com/watch?v=xhPuF45mPnM>

dalam video ini saya diminta untuk mengedit bagian yang dibutuhkan nya saja jadi saya tidak menambahkan sound. Katanya atasan tidak merubah sound tapi dicut dan diberkec bagian bagian yang perlu saja adan ini hasilnya.

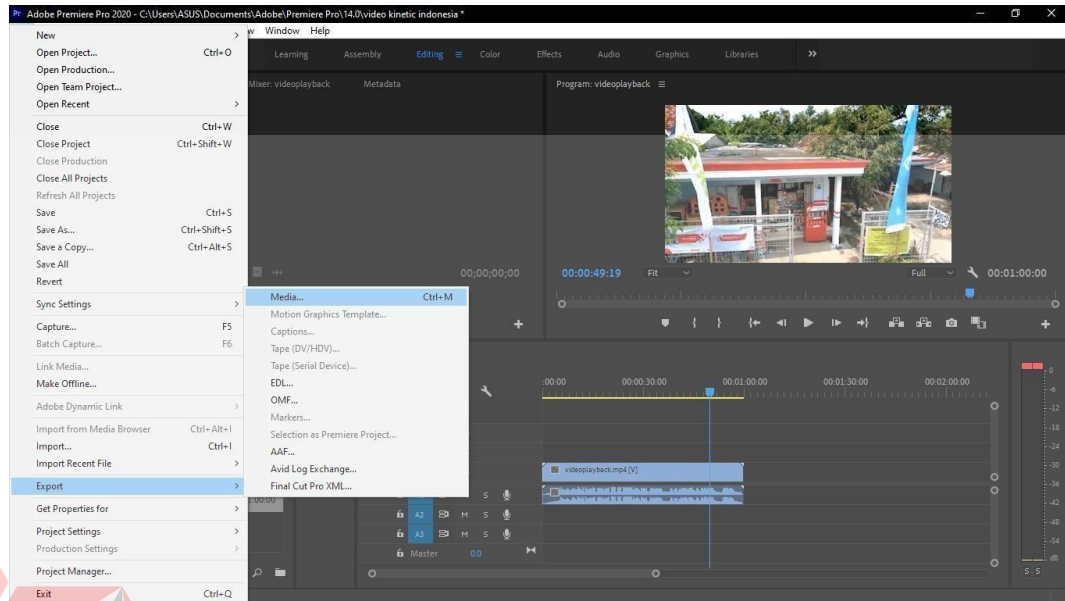


Gambar 4.7 setelah memasukan *footage*

(Sumber : olahan penulis, 2022)

4.8 Cara Render

Cara *Render* videonya pertama ke menu file dibagian kiri pojok lalu pilih *export* kemudian pilih media sesuai *screenshot* di gambar 4.8 dibawa ini

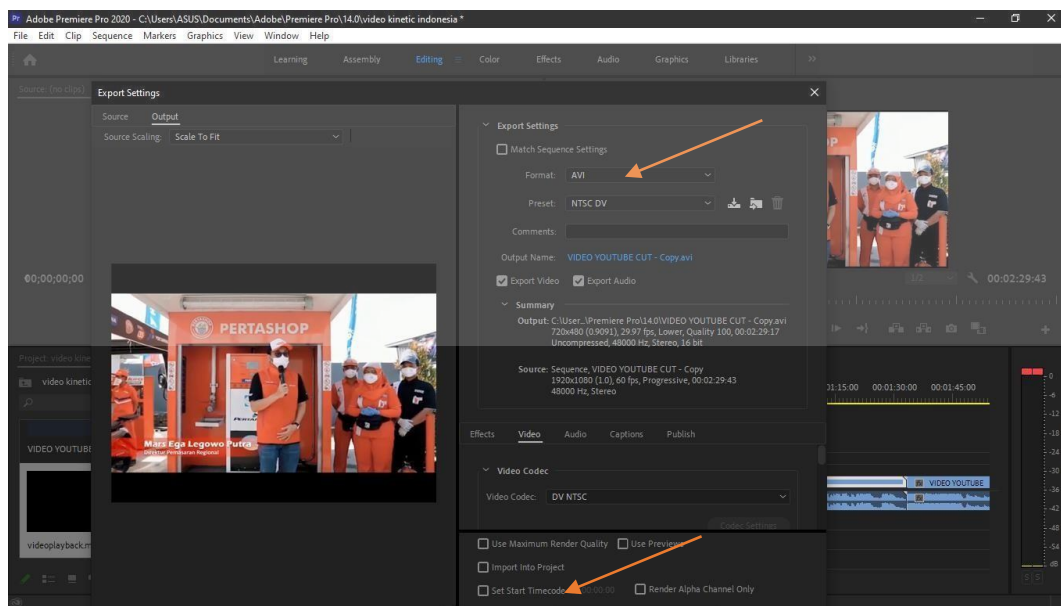


Gambar. 4. 8 cara *render* di *adobe premiere*

(Sumber : olahan penulis,2022)

4.9 Menentukan Resolusi dan Render

Pada Tahap ini setelah mengikuti langkah seperti gambar 4.8 selanjutnya akan muncul seperti yang kita ketahui bersama dibawa ini. Jadi disinilah akan menentuka resolusi video tersebut pilih format seperti arah panah dibawa ini pilih

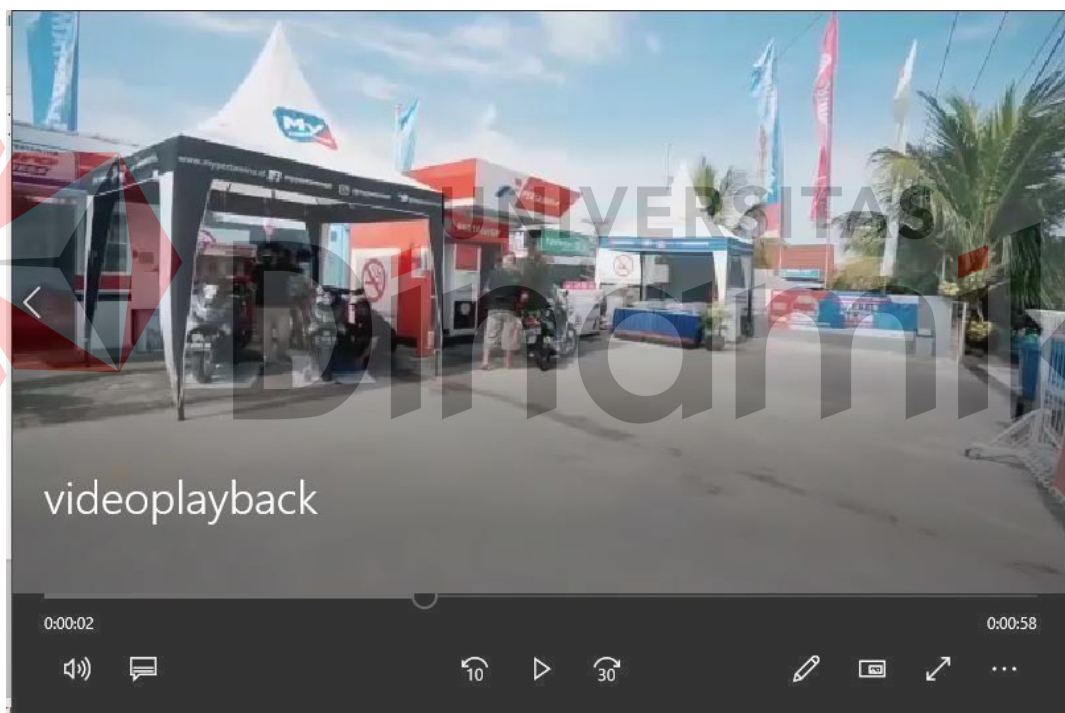


Gambar 4.9 Proses Rendering video
(Sumber : olahan penulis,2022)

H.264 1920x1080 lalu pilih audio formatnya ACC, audio codec ACC, simple rate 48000hz, langkah selanjutnya pilih channel pilih stereo, lalu audio kualitasnya pilih high, bitrate 320 kbps

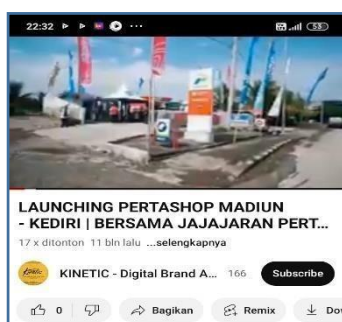
4.10 Hasil Rendering

Setelah melewati beberapa tahap diatas seperti proses mengumpulkan atau satukan video yang mau diedit disatukan kemudian membuka software dan masukan footage dengan cara mengklik kanan bagian kotak kiri adobe premiere lalu muncul import dan setelah muncul video seperti yang lite diatas maka berikut ini hasil dari proses editing video pertamina pertashop. Video ini dengan durasi satu menit (1 menit).



Gambar 4.10 hasil akhir video pertamina pertashop

Berikut ini setelah mengedit video peresmian pertamina pertashop di Madiun, Kediri Jawa Timur mengupload di youtube KINETIC Indonesia berikut ini hasil *screenshot* di media youtube.



Gambar.4.8 Hasil *screenshot*
(Sumber : olahan penulis,2022)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

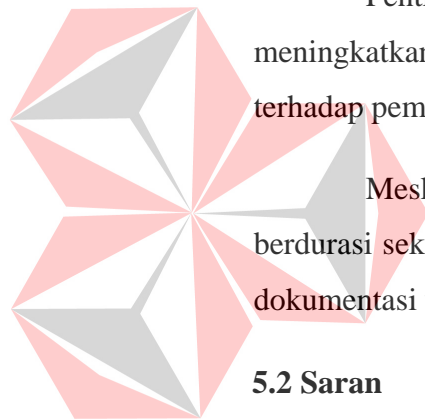
Dalam pembuatan laporan desain grafik dan pembuatan konten kreator media promosi berbentuk video dokumentasi dan editing untuk *video* dokumentasi Kinetic Indonesia ini dapat disimpulkan sebagai :

Pentingnya desain grafik dan pembuatan konten kreator untuk meningkatkan *awareness* kepada calon Kline dan meningkatkan daya tarik terhadap pembeli.

Meskipun hanya berbentuk poster, brosur dan video dokumentasi berdurasi sekitar 1menit, tetap ada teori dan pacuan tentang cara membuat video dokumentasi yang baik dan benar.

5.2 Saran

1. Pada perancangan media promosi berbentuk video dokumentasi Kinetic Indonesia dapat berguna dan bermanfaat. Sebagai penulis mohon maaf jika adanya salah dalam penulisan maupun pembuatan desain grafik dan konten kreator . Berdasarkan penjelasan perancangan diatas, adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di Kinetic Indonesia adalah :
2. Sering-seringlah berkonsultasi dan *brainstorming* dengan penyelia atau atasan anda untuk mendapatkan hasil yang maksimal.
3. Perbanyak referensi desain grafis,video dokumentasi, entah itu video trailer, video *teaser* ataupun video pendek agar memudahkan saat pencarian ide atau konsep.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Azhar Arsyad. 2011. Media Pembelajaran. Jakarta: Rajawali Pers

Hamidjojo dan Latuheru (Azhar Arsyad, 2011: 4)

Romiszowski (Basuki Wibawa dan Farida Mukti, 1991: 8)

Komponen dalam media menurut Munir (2013)

Obyek pada video adalah nyata.(Munir, 2013:289)

Menurut Cheppy Riyana (2007)

Menurut Webster (Azhar Arsyad, 2011: 5) berpendapat teknologi merupakan suatu perluasan konsep media

Refrensi link youtube nusr akbar <https://www.youtube.com/@NurisAkbar>

Refrensi link youtube kinetic id pengeditan video pertamina pertashop,

<https://www.youtube.com/watch?v=xhPuF45mPnM>

