



**PERANCANGAN VIDEO KONTEN DAN FOTOGRAFI EVENT YANG
AKAN DITERAPKAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI CV.
AFFECTION GROUP**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Oleh:

ANDRE ADI FIRMANDA

20420100044

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERANCANGAN VIDEO KONTEN DAN FOTOGRAFI EVENT YANG AKAN
DITERAPKAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI CV. AFFECTION
GROUP**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik

Disusun Oleh;

Nama : Andre Adi Firmanda

NIM : 20420100044

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual



UNIVERSITAS
Dinamika

**FAKULTAS DESAIN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

LEMBAR MOTTO



“Suatu pekerjaan akan selesai pada waktunya apabila telah dikerjakan dengan fokus”

LEMBAR PERSEMBAHAN



Laporan kerja praktik ini saya persembahkan kepada bapak ibu dosen dan semua orang yang sudah memberikan saya semangat dan motivasi.

Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN VIDEO KONTEN DAN FOTOGRAFI EVENT YANG
AKAN DITERAPKAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI CV.
AFFECTION GROUP**

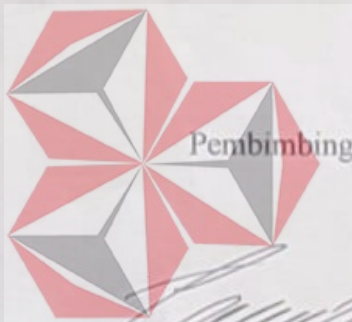
Laporan Kerja Praktik oleh :

Andre Adi Firmanda

NIM : 20420100044

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 25 Januari 2024



Pembimbing

UNIVERSITAS

Dinamika

Penyelia



Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN, 0717029106

Muhammad Hamzah Rizaldi

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS

Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Andre Adi Firmanda**
NIM : **20420100044**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **Perancangan Video Konten dan Fotografi Event yang Akan Diterapkan pada Media Sosial Instagram di CV. Affection Group.**

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, 26 Januari 2024



Andre Adi Firmanda
NIM : 20420100044

ABSTRAK

Media sosial memiliki peran krusial dalam dunia event organisasi, karena media sosial menyediakan platform yang beragam dan memungkinkan penyelenggara acara untuk terhubung dengan audiens secara langsung.

Melalui strategi promosi yang matang, event dapat mencapai eksposur yang lebih luas dan mendapatkan keterlibatan yang intens dari peserta potensial. Dampak positif sosial media pada event organisasi juga mencakup penciptaan komunitas daring yang berdedikasi, memungkinkan pertukaran ide, umpan balik, dan kolaborasi antara peserta sebelum, selama, dan setelah acara.

Selain itu, media sosial memfasilitasi berbagi momen secara instan, menciptakan atmosfer positif, dan meningkatkan kepercayaan serta loyalitas peserta terhadap brand atau organisasi penyelenggara. Oleh karena itu, integrasi yang bijak antara event organisasi dan media sosial bukan hanya meningkatkan visibilitas acara, tetapi juga memberikan dampak positif secara sosial dan komunitas, menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan berkesan bagi semua peserta.

Oleh karena itu, baik media sosial maupun event organization merupakan aspek yang tidak dapat terlepas dari proses dokumentasi. Dalam konteks laporan ini, penulis memiliki peran untuk tidak hanya mendokumentasikan setiap proyek yang akan dikerjakan, tetapi juga untuk menciptakan konten yang dapat dijadikan aset berharga bagi perusahaan, khususnya oleh CV. Affection Group.

Kata Kunci: *Event Organization, Sosial media*

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, saya sampaikan laporan kerja praktek dengan judul “**Perancangan Video Konten dan Fotografi Event yang Akan Diterapkan pada Media Sosial Instagram di CV. Affection Group.**” dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Laporan Kerja Praktik ini disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika.

Laporan ini sukses dibuat karena adanya bentuk bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu disampaikanlah terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika
2. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual
3. Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan untuk menyelesaikan laporan kerja praktik
4. Muhammad Hamzah Rizaldi selaku penyelia dan semua kolega dari CV Affection Group yang sudah memberikan izin untuk melaksanakan kerja praktik serta sudah memberikan motivasi serta ilmu.

Harapan penulis dalam Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan

banyak manfaat dan penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan maupun kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, Januari 2024

Andre Adi Firmanda



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA PRAKTIK.....	1
LEMBAR MOTTO.....	3
LEMBAR PERSEMBAHAN	3
LEMBAR PENGESAHAN	4
LEMBAR PERNYATAAN	5
ABSTRAK	6
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I	15
1.1 Latar Belakang Masalah.....	15
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Batasan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Kerja Praktik	16
1.5 Manfaat	17
1.5.1 Bagi Mahasiswa	17
1.5.2 Akademik	18
1.5.3 Bagi Perusahaan	18
1.6 Waktu Pelaksanaan.....	19
1.7 Sistematis Penulisan	19
BAB 1 PENDAHULUAN	20
BAB 2 GAMBARAN UMUM INSTANSI	20
BAB 3 LANDASAN TEORI	20
BAB 4 DESKRIPSI PEKERJAAN	21

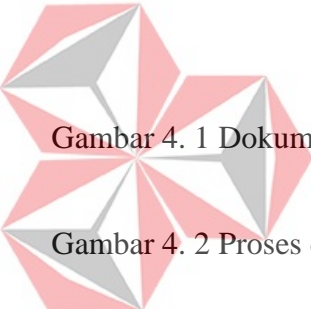
BAB 5 PENUTUP	21
DAFTAR PUSTAKA.....	21
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI	8
2.1 Sejarah Perusahaan.....	8
2.2 Profil Perusahaan	10
2.3 Visi dan Misi	11
2.4 Logo Perusahaan	13
2.5 Lokasi perusahaan.....	13
2.6 Struktur Organisasi.....	14
2.7 Deskripsi Pekerjaan	15
1. Project Manager.....	15
2. Stage Manager	15
3. Stage Controller	16
4. Pic atau divisi penanggung jawab	16
5. Divisi social media	16
BAB III LANDASAN TEORI.....	18
3.1 Media Sosial	18
3.2 Fotografi	18
3.3 Viedography.....	19
3.3.1 Audio	19
3.3.2 Angle.....	19
3.3.3 Editing dan scripting	19
3.4 Desain Grafis.....	15
3.5 Prinsip Desain	15
3.5.4 Proportion	17
3.6 Unsur Desain.....	17
3.6.3 Warna.....	19
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....	22
4.1 Penjelasan Pekerjaan	22
4.2 Agenda selama magang	22
4.2.1 Interview dan test	22
4.2.2 Proyek pertama	23
4.2.3 Proyek ke dua	25
4.2.4 Proyek ke tiga	26
4.2.5 Proyek ke empat.....	28
4.2.6 Proyek terakhir	29
4.3 Brief	33

4.4	Konsep video	34
4.5	Software.....	35
4.6	Fotografi.....	37
4.6.1	Editing	38
4.7	Desain	38
4.7.1	Menentukan tema desain.....	38
4.7.2	Proses perancangan desain.....	40
4.8	Videografi.....	41
4.8.1	Perancangan konten	41
4.8.2	Editing video	41
4.8.3	Proses editing video.....	42
4.8.4	Final editing video	43
BAB V PENUTUP		45
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Saran.....	45
5.2.1	Bagi Perusahaan	46
5.2.2	Bagi Mahasiswa	46
DAFTAR PUSTAKA.....		47
LAMPIRAN.....		49



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kantor CV Affection Group.....	10
Gambar 2. 2 Logo perusahaan Affection	13
Gambar 2. 3 Lokasi Kantor CV. Affection Group.....	13
Gambar 2. 4 Bagan kepengurusan kantor	14
Gambar 3. 1 Lingkaran warna.....	19
Gambar 3. 2 Pengertian tipografi	21
 Gambar 4. 1 Dokumentasi kegiatan di Luminor.....	23
Gambar 4. 2 Proses color grading.....	24
Gambar 4. 3 Dokumentasi kegiatan kerja praktek sebagai tim media social perusahaan CV affection group di mall Marvell City	26
Gambar 4. 4 Dokumentasi kegiatan perayaan ulang tahun mall Royal Plaza Surabaya.....	27
Gambar 4. 5 Proses editing foto.....	28
Gambar 4. 6 Dokumentasi kegiatan kerja praktek sebagai tim media social perusahaan CV affection group di Kampus UNESA.....	28

Gambar 4. 7 Proses editing foto acara di kampus Unesa.....	29
Gambar 4. 8 Dokumentasi kegiatan kerja praktek sebagai tim media social perusahaan CV affection group pada acara gelar karya boga pandhalungan November 2023.....	30
Gambar 4. 9 Proses mendesain booklet (buku menu) dari acara gelar karya boga pandhalungan	31
Gambar 4. 10 Proses mendesain Poster dari acara gelar karya boga pandhalungan	32
Gambar 4. 11 Proses pengeditan video gelar karya boga pandhalungan.....	33
Gambar 4. 12 Software	36



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan	49
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1)	50
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2)	51
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 4)	53
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1)	54
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1)	55
Lampiran 6 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2)	56
Lampiran 6 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 3)	56
Lampiran 7 Form Bimbingan Dosen	58
Lampiran 8 Biodata Penulis	59




UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kerja Praktik (KP) merupakan salah satu matakuliah wajib yang harus di tempuh oleh setiap mahasiswa di Universitas Dinamika. Bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual Kerja Praktik merupakan bentuk pengaplikasian dari ilmu yang telah di pelajari selama perkuliahan.



Cabang ilmu Fotografi dan Videografi merupakan salah satu matakuliah yang di pelajari dalam perkuliahan Desain Komunikasi Visual. Menurut Ansel Adams, fotografi adalah sebuah seni kreatif yang lebih dari sekedar sarana ide komunikasi faktual. Fotografi juga diartikan sebagai media berekspresi dan komunikasi yang kuat, menawarkan beragam persepsi, interpretasi, dan eksekusi yang tak terbatas. Sedangkan videografi adalah media untuk merekam suatu momen/kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat dinikmati di kemudian hari baik sebagai kenangan ataupun bahan kajian untuk mempelajari sesuatu.

Affection Group adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penawaran jasa. Affection Group berdiri sejak 27 Mei 2021 dan didirikan oleh Muhammad Hamzah Rizaldi. Jasa yang ditawarkan adalah jasa pembuatan berbagai event, jasa wedding, dan jasa foto. Affection Group mempunyai dua anak perusahaan yaitu

Affection Organizer yang berfokus pada penawaran jasa pengadaan event dan pengadaan wedding, dan Affection Photography yang berfokus pada penawaran jasa foto dan video. Dalam melakukan proses menawarkan jasa, Affection mempromosikan jasa yang ditawarkan melalui media sosial instagram

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini yaitu :

“Bagaimana dan merancang video media social Instagram milik CV Affection Group?”

1.3 Batasan Masalah

Di dalam laporan ini terdapat beberapa Batasan masalah yang akan dirancang sebagai berikut:

1. Merancang konten video untuk perusahaan menggunakan *software* Adobe illustrator, Adobe Premiere, Canva, Capcut.
2. Merekam konten video promosi untuk *Tiktok* dan *Instagram* beserta editing dari videonya untuk CV Affection Group.
3. Mendokumentasikan foto dari kegiatan perusahaan sebagai portofolio untuk social media.

1.4 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan internal dalam kerja praktik yang saya lakukan yakni bisa menerapkan ilmu desain komunikasi visual didalam dunia kerja, terutama di tempat kerja praktik saya CV. Affection Group. Dalam melaksanakan mata kuliah Kerja Praktik Desain Komunikasi Visual, mata kuliah ini sangat berdampak untuk kelulusan dari perkuliahan saya di kampus Universitas Dinamika, selain menjadi mata kuliah yang penting, di sini saya bertujuan untuk memperoleh pengalaman kerja yang relevan, sehingga dapat menambah wawasan saya didunia pekerjaan agar lebih terampil dan memiliki kemampuan yang cukup dibidang yang akan saya tekuni dimasa depan.

Tujuan eksternal dari mata kuliah kerja praktik yang saya lakukan adalah saya bisa mengembangkan softskill yang saya miliki dan menyimpannya menjadi album portofolio yang akan sangat berguna untuk mengici curriculum vitae (CV) saat Ketika akan melamar pekaerjaan dimasa nanti. Dengan sedikit bantuan yang saya berikan kepada CV Affection group, saya bisa membantu meringankan tugas dari tim konten inti. Disini saya dituntut untuk belajar etika dalam dunia keja sehingga dapat memahami bagaimana cara saat menghadapi berbagai macam client saat terjun langsung didunia pekerjaan.

1.5 Manfaat

Dalam laporan kerja praktik yang sudah ditulis oleh penulis terdapat beberapa manfaat antara lain yaitu :

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Mendapatkan pengalaman serta ilmu dari kerja praktik

2. Menerapkan ilmu yang diperoleh dari kampus dan merealisasikan di tempat kerja praktik
3. Dapat mengembangkan soft skill dan hard skill untuk bekerja secara professional

1.5.2 Akademik

1. Kerja praktik yang sudah dilaksanakan akan ditambahkan ke dalam portofolio untuk melengkapi pengalaman pekerjaan serta berguna juga untuk dilampirkan dalam curriculum vitae (CV)
2. Menjadi bekal untuk menjadi pekerja yang professional
3. Memberikan citra yang baik kepada perguruan tinggi terhadap tempat kerja praktik yang telah dilaksanakan.

1.5.3 Bagi Perusahaan

1. Perusahaan mendapatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dibutuhkan dan dapat membantu berjalanya perusahaan.
2. Memberi ide-ide dan inovasi baru kepada perusahaan

1.6 Waktu Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Tempat : **CV. AFFECTION GROUP**
Alamat : Jl. Beton Raya Perum No.30 B, Ponganganrejo,
Pongangan, Indah, Kabupaten Gresik
Telpon & Faks : +62 857-3095-5824
Contact Person : Kak Soraya | +62 813-1152-0236
Email : affection.organizer@gmail.com
Website : Instagram @affection.organizer



b. Tanggal Pelaksanaan :

Periode pelaksanaan : 01 September 2023 – 30 November 2023
Hari Kerja : Senin s.d Jumat & Sabtu
Jam Kerja : 08:00 – 17:00 WIB & 09:00 – 13:00 WIB

UNIVERSITAS
Dinamika

1.7 Sistematis Penulisan

Laporan ini di harapkan dapat menjadi manfaat untuk para pihak yang membutuhkan secara teoritis maupun praktisi, seperti berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 ini membahas latar belakang dari kerja praktik, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan kerja praktik dan sistematis penulisan laporan kerja peraktik.

BAB 2 GAMBARAN UMUM INSTANSI

Bab 2 membahas mengenai instansi tempat kerja praktik di CV Affection Group, yang berisikan mengenai profil, logo, visi, misi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB 3 LANDASAN TEORI

Di dalam bab 3 ini berisikan mengenai berbagai teori yang relevan dan cocok dengan topik untuk penunjang penulisan laporan kerja praktik ini.

BAB 4 DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab 4 membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat kerja praktik di Cv Affection Group yang diangkat dalam laporan kerja praktik.

BAB 5 PENUTUP

Bab 5 berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan terhadap laporan kerja praktik. Kesimpulan ini berisikan keseluruhan hasil dalam laporan kerja praktik dan saran berisikan beberapa masukan untuk masalah yang diangkat.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Dan yang terakhir yaitu Daftar Pustaka. Daftar Pustaka berisikan daftar berbagai referensi yang digunakan untuk menulis laporan kerja praktik ini.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah Perusahaan

CV. Affection Group, sebuah badan usaha yang terus berkembang dalam sektor layanan Event Organizer, menonjolkan diri dengan menyajikan beragam jasa event, mulai dari pelaksanaan pernikahan hingga berbagai acara istimewa. Selain itu, perusahaan ini juga menawarkan layanan Fotografi dan Videografi yang menjadi pilar penting dalam membentuk kenangan abadi dari setiap momen berharga. Affection Group tidak hanya sekadar penyelenggara acara, tetapi juga muncul sebagai pionir dalam seni visual, menjadikan Fotografi dan Videografi sebagai elemen utama dalam portofolio layanannya.

Perjalanan Affection Group dimulai dari gagasan pemilik perusahaan yang telah menjelajahi dunia event selama lebih dari tujuh tahun, meresapi dinamika industri, dan melihat peluang bisnis yang menggodanya. Dengan fondasi pengalaman yang kuat, Affection Group telah menjelma menjadi kekuatan di industri ini, tidak hanya sebagai penyelenggara acara, tetapi juga sebagai pelopor dalam seni visual.

Keputusan untuk mendirikan perusahaan ini tidak hanya didasari oleh hasrat untuk menciptakan pengalaman event yang tak terlupakan, tetapi juga oleh tekad untuk menjadi pelaku utama di industri tersebut. Affection Group tidak hanya memandang event sebagai peristiwa biasa, melainkan sebagai panggung di mana setiap momen menjadi bagian dari kisah yang layak dikenang.

Selama perjalanan panjangnya, Affection Group telah mengukuhkan eksistensinya dengan menjadi anggota aktif dari Gekraf Jatim dan Hipmi Indonesia. Keanggotaan ini bukan hanya sebagai pengakuan terhadap dedikasi perusahaan terhadap pertumbuhan industri di tingkat regional, tetapi juga sebagai wujud komitmen Affection Group untuk terus berinovasi dan memberikan layanan berkualitas tinggi.

Melalui kolaborasi yang erat dengan Gekraf Jatim dan Hipmi Indonesia, Affection Group terus mengembangkan jaringan dan menjalin kemitraan strategis. Hal ini bertujuan untuk memperluas cakupannya, terlibat dalam inisiatif yang mendukung perkembangan industri event di Indonesia, dan membawa pengalaman event yang tak terlupakan kepada lebih banyak orang.

Dengan semangat yang membara dan visi jangka panjang, Affection Group tetap berkomitmen untuk menjadi pilihan utama bagi mereka yang menginginkan pelaksanaan acara yang mengesankan dan dokumentasi visual yang istimewa. Sebagai pelopor dan inovator, Affection Group terus mengejar keunggulan dalam menciptakan pengalaman yang melebihi harapan, menjadikan setiap event sebagai karya seni yang abadi dalam ingatan setiap klien.

2.2 Profil Perusahaan



Gambar 2. 1 Kantor CV Affection Group

(Sumber: Dokumentasi pribadi)



CV. Affection Group, telah aktif sejak 27 Mei 2021, adalah sebuah badan usaha yang memberikan berbagai macam layanan acara, pernikahan, dan fotografi yang istimewa. Berdiri atas visi Muhammad Hamzah Rizaldi, perusahaan ini tak hanya memenuhi kebutuhan klien, tapi juga menciptakan kenangan berharga.

Affection Group memiliki dua anak perusahaan utama: Affection Organizer yang fokus pada acara dan pernikahan, serta Affection Photography yang ahli dalam foto dan video. Kedua anak perusahaan ini memastikan setiap klien dapat menemukan solusi sesuai keinginan mereka.

Affection Group bukan hanya penyedia jasa biasa, tapi juga berperan

sebagai pengubah pengalaman, memberikan sesuatu yang lebih dari yang diharapkan. Untuk mencapai lebih banyak orang, perusahaan aktif memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, untuk mempromosikan layanannya. Dengan pendekatan kreatif, mereka berusaha agar setiap penawaran jasa mencapai banyak orang dan memberikan dampak positif pada citra merek serta pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Berikut adalah informasi mengenai CV. Affection Group

- Alamat : Jl. Beton Raya Perum No.30 B, Ponganganrejo,
Pongangan, Indah, Kabupaten Gresik
- Telpon & Faks : +62 857-3095-5824
- Contact Person : Kak Soraya | +62 813-1152-0236
- Email : affection.organizer@gmail.com
- Website : Instagram : [affection.organizer](https://www.instagram.com/affection.organizer)
- Hari Kerja : Senin s.d Jumat & Sabtu
- Jam Kerja : 08:00 – 17:00 WIB & 09:00 – 13:00 WIB

2.3 Visi dan Misi

1. Visi:

Menjadi suatu perusahaan yang memiliki reputasi baik di lingkungan Domestik maupun Nasional dengan menyediakan berbagai pilihan bidang usaha. Dan juga menjalin kerjasama dengan berbagai pihak atau klien dalam berpromosi. Dengan demikian, eksistensi kerja yang berkelanjutan dapat terjalin dan terjaga

dengan adanya kredibilitas yang tinggi

2. Misi :

Menciptakan karya-karya dan kreasi dibidang jasa dan produk dan menciptakan suatu motivasi menjadi yang terbaik sebagai partner kerja bersama klien dan calon klien. Menunjukkan eksistensi dan kuantitas yang terus meningkat dari waktu ke waktu, dalam penanganan suatu project/Event



UNIVERSITAS
Dinamika

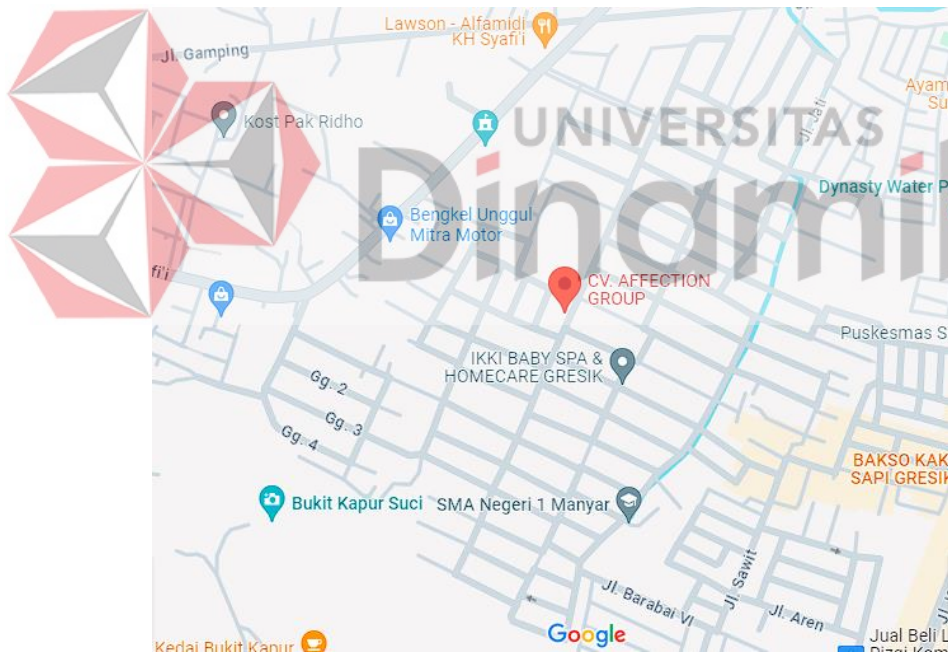
2.4 Logo Perusahaan



Gambar 2. 2 Logo perusahaan Affection

(Sumber : siapkerja.sidoarjo.kab.go.id)

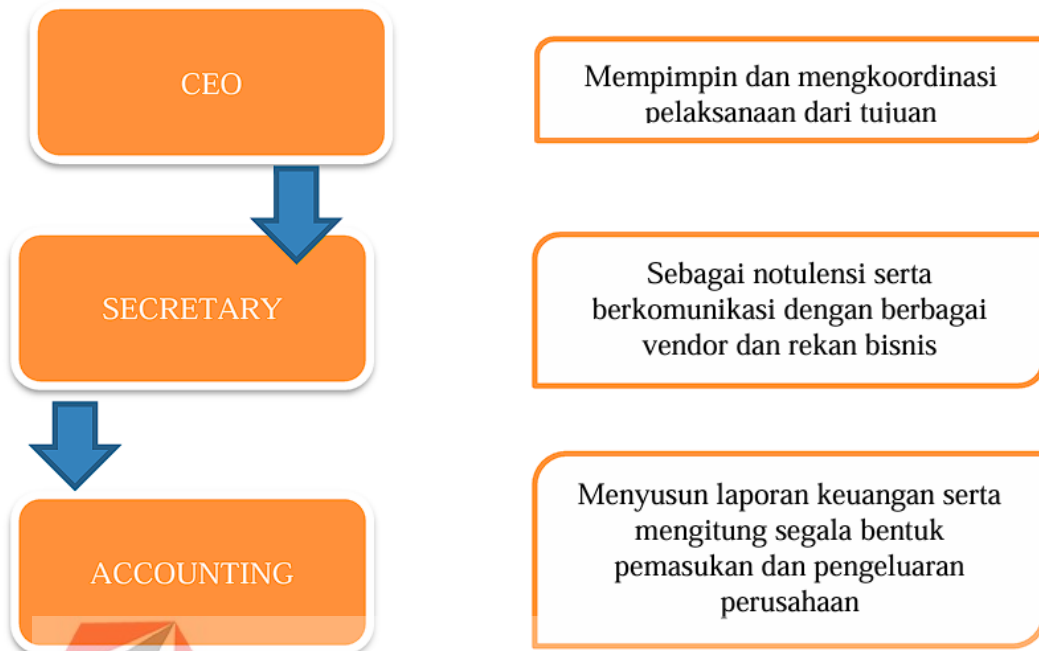
2.5 Lokasi perusahaan



Gambar 2. 3 Lokasi Kantor CV. Affection Group

(Sumber : Google maps)

2.6 Struktur Organisasi



Gambar 2. 4 Bagan kepengurusan kantor



UNIVERSITAS
Dinamika

2.7 Deskripsi Pekerjaan

1. Project Manager

Project Manager dalam susunan event organization bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi keseluruhan proyek acara. Tugasnya melibatkan pengelolaan tim, penentuan tujuan yang jelas, serta pemantauan dan pengendalian seluruh aspek proyek. Dalam konteks event, Project Manager merancang rencana acara yang terinci, memastikan koordinasi yang efektif antara tim, dan mengawasi aspek logistik termasuk anggaran, lokasi, dan sumber daya. Mereka juga berperan penting dalam komunikasi dengan penyelenggara dan pihak terkait, serta menangani perubahan atau kendala yang mungkin muncul selama perjalanan acara. Sebagai pemimpin proyek, Project Manager memiliki peran integral dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan acara, membawa visi acara menjadi kenyataan dengan efisiensi dan profesionalisme.

2. Stage Manager

Stage Manager memegang peranan yang sangat penting sebagai pengawas panggung atau stage dalam mengelola dan menyelenggarakan berbagai aspek saat acara berlangsung. Tanggung jawabnya meliputi koordinasi detail dari persiapan hingga pelaksanaan, mulai dari menyusun jadwal latihan, mengelola peralatan panggung, hingga memastikan kelancaran perpindahan pemain, properti, dan perlengkapan panggung selama pertunjukan. Selain itu, Stage Manager juga berinteraksi erat dengan tim produksi, penyelenggara, dan artis untuk memastikan semua elemen artistik dan teknis terkoordinasi dengan baik. Kemampuan

multitasking, kepemimpinan yang efektif, serta kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi kualitas utama yang diperlukan oleh Stage Manager untuk menciptakan pengalaman panggung yang sukses dan berkesan bagi penonton.

3. Stage Controller

Dalam konteks event organization, Stage Controller memiliki peran yang serupa dalam mengelola aspek panggung dan teknis selama acara berlangsung. Tugasnya melibatkan koordinasi intensif dengan berbagai tim, termasuk tim produksi, teknis, dan performa, untuk memastikan semua elemen panggung berjalan sesuai rencana. Mereka mengawasi peralatan audio, pencahayaan, dan elemen panggung lainnya, serta berkomunikasi dengan jelas dan efektif dengan semua pihak terkait. Kemampuan untuk mengatasi masalah dengan cepat dan memberikan bantuan teknis saat diperlukan tetap menjadi aspek kunci dari peran Stage Controller dalam konteks event organization. Dengan fokus pada koordinasi teknis dan aspek panggung, Stage Controller berkontribusi pada kesuksesan dan kelancaran pelaksanaan acara secara keseluruhan..

4. Pic atau divisi penanggung jawab

Divisi disini bertugas penting di setiap acara yang diadakan oleh CV Affection Group karena bagian dari pic akan terpecah pecah pada saat di dalam acara yang dilaksanakan. Divisi tersebut yakni PIC Pendopo area Bazaar dan Regist, PIC Pameran in/out, PIC Juri & Talent, Crowd Control Hall (bertugas seperti sie keamanan), dan PIC tamu undangan.

5. Divisi social media

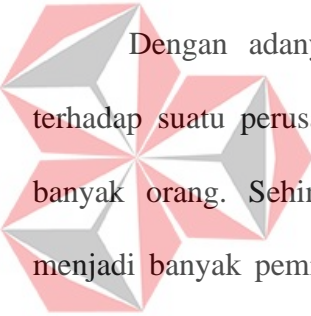
Divisi ini akan memusatkan perhatian pada strategi pemasaran yang komprehensif, mengelola kampanye iklan dari berbagai platform media sosial yang dimiliki oleh CV Affection Group.



BAB III LANDASAN TEORI

3.1 Media Sosial

Menurut Nasrullah dalam (Puspitarini & Nuraeni, 2019) media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk merepresentasikan diri mereka, berinteraksi, bekerjasama, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain. Selain itu, media sosial juga berperan dalam membentuk ikatan sosial secara virtual, memungkinkan individu untuk terhubung dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan lokasi secara global.



Dengan adanya media sosial yang dapat memberikan benefits lebih terhadap suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan banyak dikenal oleh banyak orang. Sehingga Produk yang dipasarkan oleh perusahaan tersebut menjadi banyak peminat. Media sosial pun membuat perusahaan memiliki cara baru dalam berkomunikasi, layanan terhadap pelanggan, dan memasarkan produk dengan cara yang instan melalui sosial media.

3.2 Fotografi

Menurut Maynard, fotografi merupakan sains (atau lebih tepatnya seni) menghasilkan gambar dengan menggunakan aktivitas penandaan (marking) pada

suatu permukaan sensitif dengan menggunakan bantuan cahaya.⁴ Proses penandaan itu melibatkan peran teknologi optis-kimiawi (dalam fotografi analog) atau optis- elektronik dalam fotografi digital (Setiawan & Bornok, 2015)

3.3 Videography

Videography adalah sebuah Teknik merekam sebuah moment dimana pengambilan gambar tersebut dapat menentukan sebuah penyampaian pesan dan informasi yang akan disuguhkan. Dengan banyaknya sudut pengambilan semakin banyak juga cerita yang bisa terdeskripsikan melalui foto atau pun video tersebut.

(Christian et al., 2019)

3.3.1 Audio

Dalam penjelasan di jurnal (Kausar et al., 2015) audio dapat didefinisikan sebagai macam-macam bunyi dalam bentuk digital yakni seperti suara, musik, narasi dan sebagainya yang bisa untuk suara latar.

3.3.2 Angle

Camera angle dalam fotografi maupun videografi sangat menentukan dalam penyampaian pesan dan informasi yang akan disuguhkan. Dengan banyaknya sudut pengambilan semakin banyak juga cerita yang bisa terdeskripsikan melalui foto atau pun video tersebut.

3.3.3 Editing dan scripting

Dalam proses pembuatan konten pe Camera angle dalam fotografi maupun videografi sangat menentukan dalam penyampaian pesan dan informasi yang akan

disuguhkan. Dengan banyaknya sudut pengambilan semakin banyak juga cerita yang bisa terdeskripsikan melalui foto atau pun video tersebut.



3.4 Desain Grafis

Desain grafis pada dasarnya adalah pekerjaan berkomunikasi di mana pesan yang disampaikan adalah visual (gambar dan tipografi/elemen-elemen desain dalam seni). Dan beberapa penelitian membuktikan media komunikasi visual lebih efektif ketimbang media lainnya yang hanya mengandalkan teks. (Setiawan & Bornok, 2015)

3.5 Prinsip Desain

3.5.1 *Unity*



Kesatuan (Unity) Kesatuan dalam prinsip desain grafis adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi. Dengan prinsip kesatuan dapat membantu semua elemen menjadi sebuah kepaduan dan menghasilkan tema yang kuat, serta mengakibatkan sebuah hubungan yang saling mengikat (Kusumowardhani, 2020)

Kesatuan (Unity) dihasilkan dari Prinsip Desain yaitu Keseimbangan antara irama dan penekanan yang seimbang.

3.5.2 *Balance*

Menurut Lia, keseimbangan merupakan pembagian berat yang sama, baik secara visual maupun optik. Desain dikatakan seimbang apabila obyek pada bagian kiri atau kanan, bagian atas atau bawah terkesan berat (Kusumowardhani,

2020)



UNIVERSITAS
Dinamika

Keseimbangan (Balance) ditunjukkan pada bidang geometris yang masing-masing sama, dari segi pembagian bidang yang dibuat, yaitu bidang lingkaran yang sama satu sama lain, di ikuti aksen bentuk segitiga yang memotong lingkaran,

3.5.3 Rhythm and Repetition

Repetisi merupakan elemen yang dibuat secara berulang-ulang dan konsisten. Sedangkan secara variasi, irama adalah pengulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi (Kusumowardhani, 2020)



Irama (Rhythm) ditunjukkan pada perubahan warna monokromatik putih ke hitam, sehingga menghasilkan irama.

UNIVERSITAS
Dinamika

3.5.4 Proportion

Proporsi / Kesebandingan Proporsi/Kesebandingan merupakan hubungan perbandingan antara bagian dengan bagian lain atau bagian dengan elemen keseluruhan (Kusumowardhani, 2020)

3.6 Unsur Desain

Sebuah karya seni memiliki unsur desain yang harus dipahami oleh pelaku seni. Dalam suatu karya seni pastilah terdapat satu atau lebih unsur desain yang dimasukkan ke dalam karya. Berikut ini merupakan beberapa rangkaian unsur yang terdapat dalam desain (Rochmawati, 2020)

3.6.1 *Line* (Garis)

Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain.

Di dalam dunia komunikasi visual seringkali kita menggunakan dotted line, solid line, dan garis putus-putus (Rochmawati, 2020).

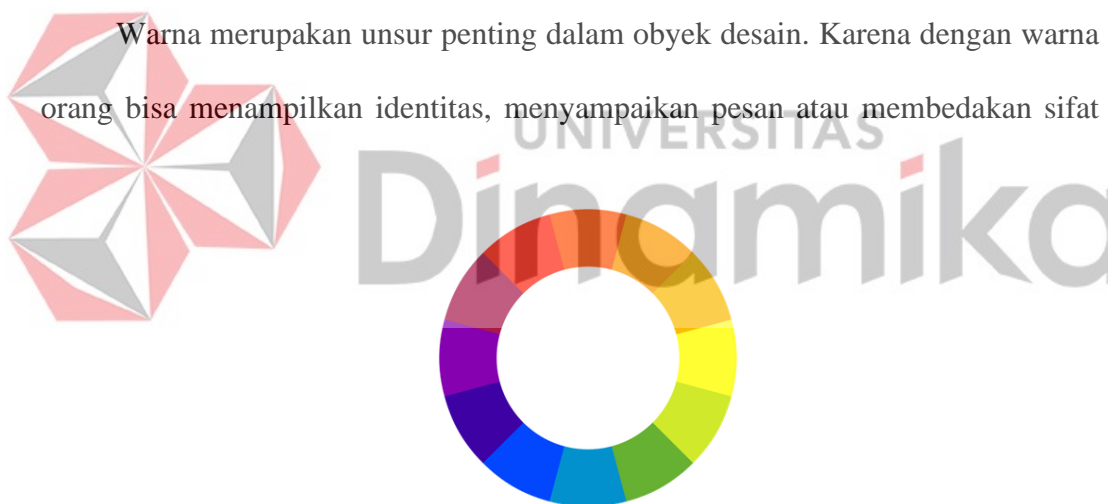


UNIVERSITAS
Dinamika

3.6.2 Shape (Bentuk)

Bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak (rectangle), lingkaran (circle), dan segitiga (triangle). Pada desain komunikasi visual akan mempelajari bentuk dasar dan bentuk turunan (Rochmawati, 2020).

3.6.3 Warna



Gambar 3. 1 Lingkaran warna

dari bentuk-bentuk bentuk visual secara jelas (Rochmawati, 2020).

(Sumber : Kompas.com diakses 26 November 2023)

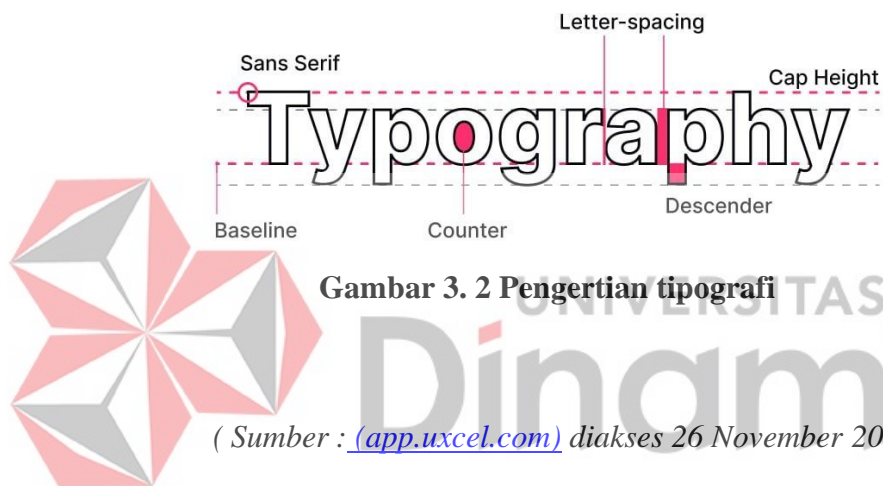
3.7 Layout

Layout merupakan tata peletakan elemen dalam desain seperti elemen grafis, elemen visual, elemen teks, dan lainnya memiliki impact yang besar dalam desain tersebut. Layout dapat memberi kesan atau pesan yang akan disampaikan kepada audiens. layout dapat mempengaruhi isi konteks dan informasi yang ingin disebarluaskan, serta ide dan tema desain (Angela & Suhartono, 2022)



3.8 *Typography*

Menurut Sihombing (2001:3) dalam (Sekarlaranti & Junaedi, 2016) Tipografi adalah sebuah ilmu dalam desain grafis yang mempelajari tentang seluk beluk huruf. Tipografi sering digunakan sebagai pedoman untuk mendesain tulisan yang akan digunakan baik pada iklan maupun kemasan.



Gambar 3. 2 Pengertian tipografi

(Sumber : (app.uxcel.com) diakses 26 November 2023)

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Kegiatan kerja praktik yang dilaksanakan oleh penulis di CV Affection Group adalah sebagai seorang Fotografer dan Videographer untuk meningkatkan promosi dan dokumentasi di sosial media perusahaan. Penulis yang menjadi seorang fotografer mempunyai tugas sebagai tim dokumentasi yang akan diterapkan pada design social media perusahaan dan akan diunggah di media sosial. Penulis juga menjadi seorang videographer dengan tugas yang sama yakni merekam dan juga mengedit dengan Brief yang telah ditentukan oleh perusahaan penulis juga sesekali menjadi tim design, hasil dari design yang dibuat akan diterapkan di acara dan sosial media seperti poster, booklet (buku katalog) acara, dan juga feed Instagram. Dan pada saat pengerjaan penulis tidak akan membuat storyboard karena moment dilapangan akan sangat berbeda sekali, akan tetapi penulis melakukan briefing terlebih dahulu agar memahami alur dari acara.

4.2 Agenda selama magang

Penulis melaksanakan kerja praktik selama tiga (3) bulan. Seiring berjalannya waktu di CV Affection Group, penulis terlibat dalam berbagai macam kegiatan yang melibatkan peningkatan keterampilan, kolaborasi tim, serta kontribusi positif terhadap proyek disetiap acara yang digelar oleh perusahaanperusahaan.

4.2.1 Interview dan test

Dalam konteks proyek pertama tersebut, penulis dengan cepat diberi tanggung jawab untuk merancang dan mengembangkan sebuah platform media

sosial yang tidak hanya mencakup aspek desain, tetapi juga melibatkan uji coba fungsionalitas sebagai bagian dari proses seleksi untuk mendapatkan kesempatan kerja praktek. Hal ini menciptakan peluang bagi penulis untuk menggali lebih dalam dalam dunia pengembangan perangkat lunak dan mengasah keterampilan teknis serta kreativitasnya dalam merancang antarmuka yang responsif dan menarik untuk pengguna.

4.2.2 Proyek pertama

Pada proyek selanjutnya tepatnya bulan September 2023, karena penulis telah diterima di perusahaan sebagai kameramen, pengalamannya profesionalnya dimulai dengan mendokumentasikan sebuah acara ulang tahun yang diselenggarakan di hotel LUMINOR Surabaya, Jawa Timur. Dalam tugasnya kali ini, penulis memiliki fokus utama untuk merinci setiap momen yang berharga selama acara tersebut, dengan tujuan untuk membangun portofolio visual yang mengesankan di platform media sosial perusahaan. Dengan tantangan ini, penulis tidak hanya menjalankan peran sebagai kameramen, tetapi juga sebagai pencipta



Gambar 4. 1 Dokumentasi kegiatan di Luminor

naratif visual yang menarik, menciptakan konten yang tidak hanya merekam momen, tetapi juga mampu memperkuat citra perusahaan melalui media sosial.

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Setelah menyelesaikan pengambilan dokumentasi, penulis melanjutkan dengan melakukan proses editing dan color grading pada hasil tersebut. Hal ini menjadi suatu keharusan karena ruangan di dalam hotel memiliki pencahayaan yang sangat minim, sehingga foto-foto yang diambil dalam kondisi ini memerlukan perbaikan agar dapat dengan jelas terlihat. Proses editing dan color grading menjadi langkah kritis untuk memastikan bahwa hasil akhir dari dokumentasi tersebut mencerminkan kualitas visual yang optimal dan memenuhi standar yang diharapkan.



Gambar 4. 2 Proses color grading

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

4.2.3 Proyek ke dua

Selanjutnya, pada proyek kedua di bulan Oktober 2023, penulis bergabung sebagai bagian dari tim dokumentasi media dalam acara game carnival yang diadakan di Mall Marvell City, Surabaya, Jawa Timur. Dalam proyek ini, tugas utama penulis tetap konsisten, yaitu merekam momen-momen berharga dan mendokumentasikan setiap aspek acara untuk memperkuat citra perusahaan melalui portofolio media sosial. Dengan berpartisipasi dalam acara game carnival, penulis tidak hanya menangkap kegembiraan dan keintiman dalam setiap momen, tetapi juga berperan dalam menyampaikan atmosfer yang dinamis dan penuh kegembiraan melalui hasil dokumentasi yang dikreasikan.



UNIVERSITAS
Dinamika



Gambar 4. 3 Dokumentasi kegiatan kerja praktek sebagai tim media social perusahaan CV affection group di mall Marvell City

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Dalam menjalankan tugas sebagai tim media untuk acara di Mall Marvel City, penulis memutuskan untuk tidak melakukan proses editing, melainkan hanya fokus pada kegiatan merekam menggunakan dua perangkat. Perangkat utama yang digunakan adalah iPhone dari kantor sehingga penulis tidak perlu mengedit file yang sudah diambil, karena file tersebut akan diedit oleh tim konten dari perusahaan.

4.2.4 Proyek ke tiga

Setelah beberapa hari, diikuti oleh proyek ketiga, penulis kembali mendapatkan tugas yang baru. Kali ini, tugasnya menjadi sedikit lebih berbeda karena penulis diberi tanggung jawab untuk mengelola seluruh proses

dokumentasi acara Bersama rekan kerja prakteknya yang akan diubah menjadi short video di platform TikTok dan Reels Instagram. Dalam proyek ini, peran

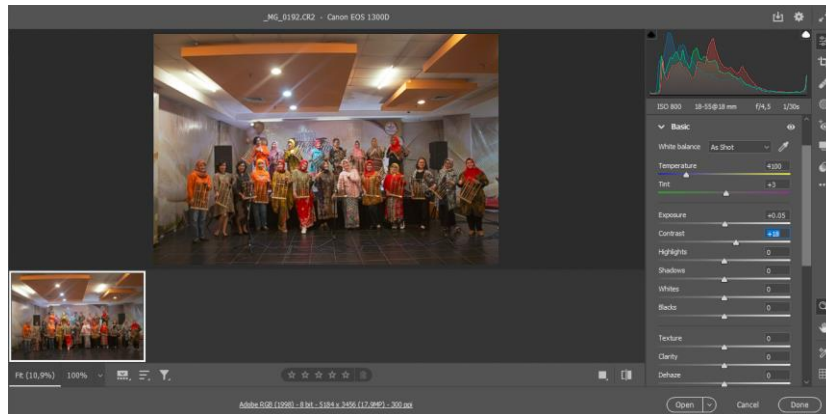


Gambar 4. 4 Dokumentasi kegiatan perayaan ulang tahun mall Royal Plaza Surabaya

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

penulis tidak hanya terbatas pada pengambilan gambar, tetapi juga melibatkan kreativitas dalam menyusun momen-momen yang menarik agar sesuai dengan format singkat yang diperlukan oleh TikTok dan Instagram Reels. Dengan demikian, penulis tidak hanya berfungsi sebagai dokumenter, melainkan juga sebagai pengarah kreatif yang bertanggung jawab menciptakan konten visual yang menarik perhatian di dunia digital.

Setelah penulis menyelesaikan dokumentasi, langkah selanjutnya adalah melibatkan proses editing, di mana setiap gambar diperinci dan disempurnakan untuk memastikan kualitas visual yang optimal. Setelah tahap editing selesai, hasilnya akan diunggah ke Google Drive sebagai platform penyimpanan, memastikan aksesibilitas dan kolaborasi yang efisien bagi semua anggota tim dan pemangku kepentingan terkait.



Gambar 4. 5 Proses editing foto

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

4.2.5 Proyek ke empat

Di bulan November 2023, terdapat dua proyek berbeda yang melibatkan penulis. Pada proyek awal, penulis diberikan tanggung jawab untuk mendokumentasikan proses persiapan pembuatan video trailer dari program studi tata boga Universitas Negeri Surabaya (Unesa). Dalam tugas ini, penulis tidak hanya menjadi saksi proses kreatif di balik pembuatan trailer, tetapi juga terlibat aktif dalam mencatat setiap detail penting yang melibatkan tim produksi. Dari perencanaan hingga pelaksanaan, penulis memiliki peran penting didalam

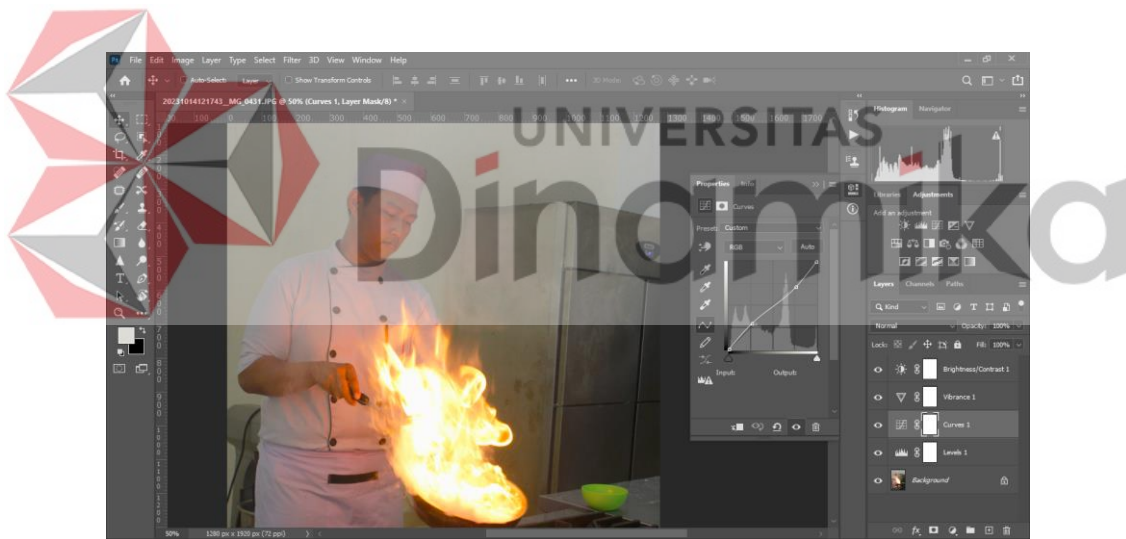


Gambar 4. 6 Dokumentasi kegiatan kerja praktek sebagai tim media social perusahaan CV affection group di Kampus UNESA

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

mengabadikan momen-momen penting yang nantinya akan menjadi bagian integral dari trailer tersebut karena pengambilan dokumentasi ini akan dijadikan asset untuk tim desainer perusahaan.

Setelah menyelesaikan pengambilan gambar pada acara, penulis mengimplementasikan proses editing yang bertujuan untuk menyamakan tone warna pada setiap gambar, menciptakan konsistensi visual yang menarik. File hasil editing, setelah melalui tahap peningkatan kualitas tersebut, kemudian diunggah ke Google Drive sebagai platform penyimpanan, memastikan aksesibilitas yang mudah dan kolaborasi yang efisien antara anggota tim dan pihak terkait.



Gambar 4. 7 Proses editing foto acara di kampus Unesa

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

4.2.6 Proyek terakhir

Dalam proyek terakhir yang diberikan oleh CV Affection, penulis diberikan

tugas sebagai panitia yang menanggung peran sebagai si Informasi dan Konten (Sie Dokumentasi dan Konten). Di samping tanggung jawab mendokumentasikan seluruh rangkaian acara, penulis juga memiliki peran yang signifikan dalam mendesain booklet menu makanan untuk acara tersebut. Tugas ini melibatkan penulis dalam merancang secara kreatif layout dan konten booklet menu, menggabungkan elemen visual yang menarik dengan informasi yang relevan mengenai menu makanan yang disajikan oleh mahasiswa dari prodi tataboga Universitas negeri Surabaya (UNESA). Sebagai bagian dari panitia, penulis tidak hanya berkontribusi pada aspek dokumentasi, tetapi juga turut berperan dalam memberikan sentuhan artistik yang memperkaya pengalaman visual peserta acara.

mmlckslkm

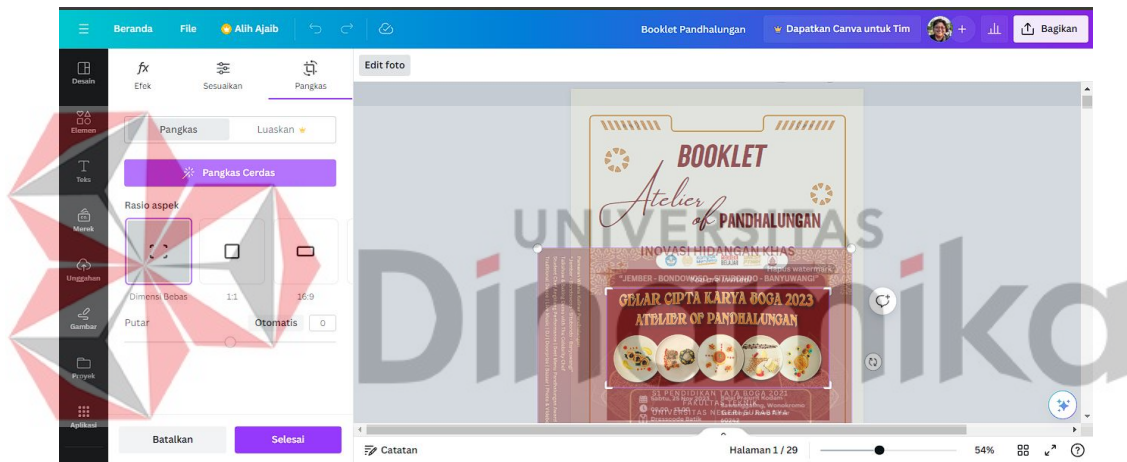


Gambar 4. 8 Dokumentasi kegiatan kerja praktek sebagai tim media social perusahaan CV affection group pada acara gelar karya boga pandhalungan

November 2023

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Dalam pelaksanaan tugasnya, penulis melibatkan diri tidak hanya dalam mengambil dokumentasi untuk kepentingan perusahaan, tetapi juga terlibat secara kreatif dalam merancang dan mendesain buku menu serta poster yang akan menjadi elemen visual kunci pada acara "Gelar Karya Boga Pandhalungan 2023". Dengan memadukan keterampilan dokumentasi dan keahlian desain, penulis berperan penting dalam menciptakan elemen-elemen visual yang tidak hanya mencerminkan identitas perusahaan namun juga memberikan daya tarik artistik dan estetika yang mendukung kesuksesan acara tersebut.



Gambar 4. 9 Proses mendesain booklet (buku menu) dari acara gelar karya boga pandhalungan

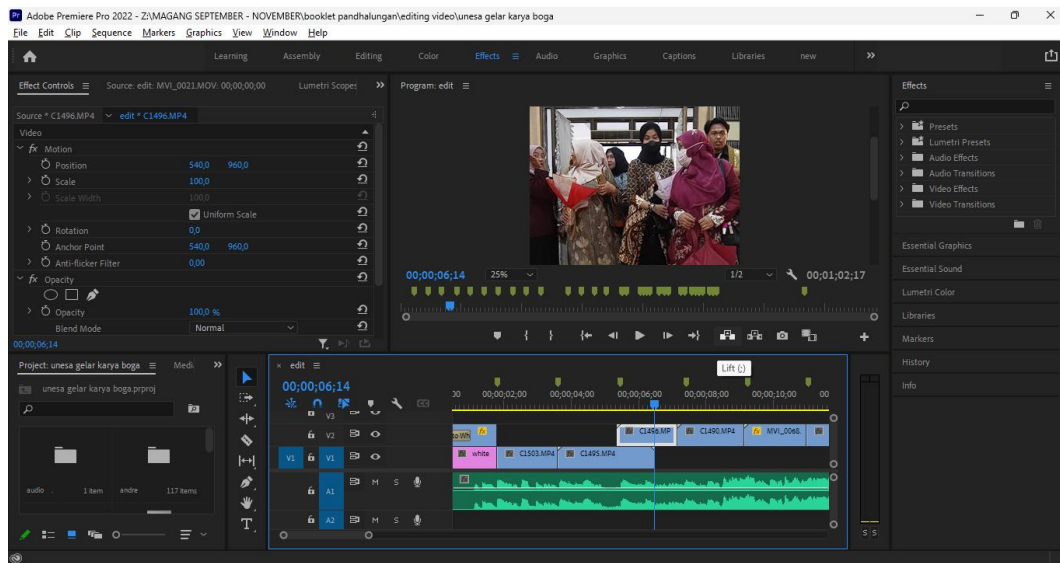
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4. 10 Proses mendesain Poster dari acara gelar karya boga pandhalungan

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Tidak hanya sebatas itu, pasca berakhirnya sesi dari acara tersebut, peran penulis tidak berhenti begitu saja. Penulis melibatkan diri dalam tahap kreatif dan teknis, melakukan proses editing menyeluruh pada rekaman akhir sesi acara tersebut. Dengan menggunakan keahlian editing yang dimilikinya, penulis berusaha memperbaiki dan meningkatkan aspek visual, audio, dan storytelling dari materi tersebut. Hasil editing ini bukan hanya ditujukan untuk meningkatkan kualitas konten, tetapi juga untuk menciptakan narasi yang menarik dan memikat, sekaligus memastikan bahwa momen puncak dari acara tersebut dapat diabadikan dalam format yang optimal untuk kemudian diunggah ke platform Instagram reels. Dengan pendekatan ini, penulis berupaya memberikan pengalaman yang mendalam dan menyeluruh kepada penonton, tidak hanya melalui kehadiran fisik pada acara, tetapi juga melalui pengalaman visual yang dapat diakses melalui media sosial.



Gambar 4. 11 Proses pengeditan video gelar karya boga pandhalungan

(Sumber : Dokumentasi Penulis 2023)

4.3 Brief



UNIVERSITAS
Dinamika

Brief berperan sebagai penunjang sebelum mengerjakan suatu pekerjaan

agar ketika mengerjakan tidak salah Langkah. Di bawah ini ada beberapa *brief* yang diberikan perusahaan kepada penulis saat melaksanakan kerja praktik.

1. Brief take video
2. Brief model untuk difoto
3. Menata objek untuk difoto
4. Membuat short video social media
5. Membuat *short video* untuk story Instagram
6. Membuat Video Short untuk story Instagram

7. *Take* video dan foto untuk dokumentasi

8. Pemilihan audio untuk video

4.4 Konsep video

Konsep video, sebagai panduan utama dalam menggarap produksi suatu video, mencakup serangkaian elemen yang mencerminkan kreativitas dan strategi. Mulai dari perumusan tema, penyusunan narasi, penentuan gaya visual, pengaturan elemen suara, pemilihan musik, hingga perincian pesan yang ingin disampaikan, semua ini menjadi pondasi utama yang memberikan arah bagi tim produksi. Dengan merinci setiap aspek ini, konsep video menjadi landasan yang memandu tim produksi dalam mengarahkan serta mengimplementasikan gagasan dan ide-ide kreatifnya hingga terwujud dalam bentuk akhir video yang memikat dan efektif.

Berikut adalah beberapa elemen kunci yang umumnya tercakup dalam konsep video

- *Tema* Tema video adalah inti dari konsepnya. Ini menggambarkan topik atau ide sentral yang akan dijelajahi atau disampaikan melalui video tersebut.
- *Narasi* Narasi melibatkan cara cerita atau informasi disusun dan disajikan. Ini mencakup struktur cerita, karakter (jika ada), dan alur cerita untuk memastikan pesan atau tujuan video dapat dipahami dengan baik oleh penonton.
- *Gaya Visual* Ini mencakup keputusan desain visual seperti pengaturan kamera, pencahayaan, warna, dan gaya editing. Gaya visual dapat memberikan identitas unik pada video dan memengaruhi cara penonton meresapi kontennya.
- *Suara dan Musik* Suara dan musik dapat memberikan dimensi emosional pada

video. Penggunaan efek suara, dialog, atau latar belakang musik dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

- *Durasi dan Format* Keputusan mengenai durasi video dan format distribusinya juga termasuk dalam konsep video. Apakah video tersebut pendek untuk media sosial, panjang untuk dokumenter, atau mungkin interaktif untuk pengalaman pengguna yang lebih mendalam.
- *Tujuan Komunikasi* Setiap video biasanya memiliki tujuan komunikatif tertentu, seperti memberikan informasi, menghibur, memotivasi, atau menjual suatu produk atau ide. Konsep video harus mendukung pencapaian tujuan tersebut.
- *Target Audien* Menentukan siapa target penonton atau audiens video akan mempengaruhi banyak aspek konsep, termasuk bahasa yang digunakan, gaya penyampaian, dan keputusan kreatif lainnya.

4.5 Software

Software yang menjadi andalan penulis dalam menjalankan tugas di perusahaan melibatkan sejumlah platform kreatif, di antaranya adalah Adobe premiere, capcut, dan Canva. Adobe Premiere dan Capcut menjadi pilihan utama penulis saat menggarap konten-konten yang ditujukan untuk video reels Instagram, story, dan tahap finishing dari berbagai materi video. Dalam proses kreasi konten yang bersifat grafis, penulis akan memanfaatkan kecanggihan dari Canva karena dapat memberikan penulis fleksibilitas untuk menghasilkan desain-desain yang estetis dan berkesan.

untuk menciptakan video pendek yang menarik, terutama untuk keperluan reels di platform Instagram. Dengan demikian, penggunaan beragam software ini

memberikan penulis kemampuan untuk menghasilkan karya-karya yang berkualitas dan menarik perhatian dalam dunia digital yang terus berkembang.



Gambar 4. 12 Software

(Sumber : Dokumentasi Penulis 2024)



4.6 Fotografi

Pengambilan gambar pada setiap acara yang ada di CV. Affection group tidak hanya menjadi dokumentasi visual semata, melainkan juga menjadi bahan utama untuk pembuatan konten feed Instagram guna mempromosikan media social dan jasa untuk perusahaan. Proses pengambilan gambar dilakukan dengan format portrait dan landscape, strategi yang terbukti efektif dalam menciptakan tata letak visual yang memudahkan proses penyuntingan dan penyesuaian untuk keperluan feed Instagram.

Setiap tangkapan layar yang diambil akan sangat membutuhkan komposisi dan resolusi, dimana komposisi akan sangat dibutuhkan untuk menyanggah ke elokan dari gambar yang mempunyai tingkat resolusi yang tinggi. Dalam hal ini, komposisi yang diaplikasikan adalah komposisi The Rule of Thirds, sebuah pendekatan yang membantu menciptakan keseimbangan visual dengan membagi gambar menjadi sembilan bagian sejajar.

Dalam bidang ini, penulis mengadopsi pendekatan yang lebih dinamis dan tidak memerlukan brief khusus, sebab penulis akan secara proaktif mencari dan mengidentifikasi momentum yang tepat pada suatu acara. Dengan demikian, penulis merangkul kebebasan kreatif untuk menangkap esensi dan dinamika setiap situasi, menggali inspirasi dari interaksi langsung dengan lingkungan sekitar serta partisipasi aktif dalam acara tersebut. Pendekatan tanpa brief ini memungkinkan penulis untuk bersifat responsif terhadap perubahan situasional, menjadikan setiap kesempatan sebagai peluang untuk merancang konten yang tidak hanya mencerminkan esprit acara, tetapi juga memberikan dampak dan kesan yang

mendalam bagi audiens yang terlibat.

4.6.1 Editing

Pada proses editing foto, penulis menemukan bahwa kebutuhan untuk melakukan banyak penyuntingan tidaklah begitu mendesak, karena keseimbangan warna yang diperlukan telah cocok dengan harapan, sehingga penyesuaian utama terkait warna telah tercapai secara memuaskan. Sebagai gantinya, penulis memfokuskan usaha penyuntingan pada penerapan gaya kolase, mempertahankan keselarasan visual dan menghadirkan elemen-elemen yang tidak hanya menambah dimensi estetika, tetapi juga memperkuat naratif visual secara menyeluruh. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi kreativitas dalam proses penyuntingan, menciptakan hasil akhir yang tidak hanya teknis memuaskan, tetapi juga artistik dan mengundang apresiasi mendalam.

4.7 Desain

Desain sangat penting untuk keberhasilan acara dari CV. Affection group karena membentuk identitas, atmosfer, dan pengalaman peserta. Ini mencakup logo, warna, dan elemen visual untuk menciptakan citra merek yang konsisten. Desain juga mempengaruhi navigasi peserta, kenyamanan, dan fungsionalitas ruang acara.

Selain itu, desain digunakan untuk memvisualisasikan konsep dan tema acara, serta menciptakan pengalaman digital dan daya tarik visual untuk media sosial. Keseluruhan, desain berperan dalam memberikan dimensi visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional, mencapai tujuan acara, dan memberikan pengalaman tak terlupakan.

4.7.1 Menentukan tema desain

Penulis memandang bahwa menentukan tema saat mendesain bukanlah semata-mata tindakan rutin, tetapi sebuah tahapan yang melibatkan proses cermat dalam menyusun bentuk yang menjadi pondasi utama untuk mencapai fokus yang tajam, konsistensi yang mendalam, dan identitas merek yang melekat. Proses ini tidak hanya berperan sebagai panduan yang memberikan arah pada pengambilan keputusan desain dan perancangan pesan yang efektif, melainkan juga berfungsi sebagai pendorong utama dalam mendorong pengembangan kreativitas yang terarah. Selain itu, menentukan tema menciptakan peluang untuk meningkatkan pengalaman pengguna, dengan menghadirkan antarmuka yang tidak hanya intuitif tetapi juga konsisten, sehingga memperkuat daya tarik desain.

Lebih jauh lagi, dalam konteks persaingan yang ketat, menentukan tema mampu membentuk desain yang mampu membedakan dirinya dengan unik dan efektif dari lingkungan kompetitif sekitarnya. Tema yang terdefinisi dengan baik tidak hanya menjadi cermin dari identitas merek, tetapi juga menjadi fondasi yang kuat untuk memahami dan merespon kebutuhan serta preferensi target audiens.

Tidak hanya itu, menentukan tema menciptakan kerangka kerja yang solid, mampu memudahkan proses iterasi dan adaptasi. Sebuah desain yang mendasarkan dirinya pada tema yang kuat tidak hanya mampu bertahan dalam perubahan, tetapi juga mampu berkembang seiring waktu dengan tetap mempertahankan kesinambungan dan relevansi.

Dengan demikian, menentukan tema saat mendesain bukan hanya langkah teknis, melainkan investasi strategis yang menyeluruh dalam membentuk karakter, daya tarik, dan evolusi desain yang dapat merespon secara efektif terhadap tuntutan dinamis dari lingkungan dan audiens yang terus berubah.

4.7.2 Proses perancangan desain

Setelah penentuan tema dan penerimaan brief dari perusahaan yang memberikan arah konsep desain, penulis memasuki tahap realisasi yang melibatkan serangkaian proses kreatif dan keputusan strategis. Dalam merancang layout, penulis tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika semata, tetapi juga berusaha menciptakan suatu tata letak yang tidak hanya menarik tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan yang diinginkan. Pemilihan palet warna diarahkan untuk mencapai harmoni visual yang konsisten dengan tema dan nilai-nilai merek, sehingga menciptakan identitas yang kuat.

Tidak hanya itu, penulis juga secara teliti menambahkan objek-objek pendukung yang tidak hanya bersifat dekoratif, tetapi juga memiliki kedalaman makna dan relevansi dengan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Proses ini melibatkan pertimbangan mendalam terhadap penggunaan elemen-elemen visual seperti gambar, ikon, atau elemen grafis lainnya, yang secara holistik memberikan kontribusi pada pemahaman dan daya tarik visual desain.

Melalui langkah-langkah ini, penulis berusaha menciptakan desain yang tidak hanya memenuhi kriteria estetika, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif. Dengan merinci setiap elemen, dari layout hingga objek-objek pendukung, penulis bertujuan untuk menghasilkan karya yang memiliki dampak visual dan naratif yang kuat, sejalan dengan tujuan dan nilai-nilai yang ingin diterapkan oleh perusahaan.

4.8 Videografi

Ketika terlibat dalam proses videografi, penulis menetapkan fokusnya pada penciptaan konten yang memanfaatkan perangkat-perangkat yang tersedia di kantor, menjadikan penggunaan device tersebut sebagai pijakan kreatif yang strategis untuk menghasilkan hasil visual yang mencerminkan profesionalitas dan inovasi. Dengan memaksimalkan penggunaan perangkat yang ada, penulis tidak hanya menghemat sumber daya tetapi juga menciptakan suatu sinergi antara teknologi kantor yang canggih dan kebutuhan artistik yang mendasar, menghasilkan konten video yang tidak hanya memenuhi standar teknis tinggi, tetapi juga memancarkan daya tarik visual yang unik dan memikat. Pendekatan ini memberikan dimensi ekstra dalam penciptaan konten, menciptakan suatu simbiosis yang harmonis antara teknologi dan kreativitas untuk menghasilkan karya yang meyakinkan dan menginspirasi

4.8.1 Perancangan konten

Dengan merancang konten sebelum produksi, penulis dapat menetapkan tujuan yang jelas, menyusun cerita yang efektif, mengidentifikasi target audiens, memilih gaya dan format yang tepat, mengoptimalkan penggunaan waktu dan sumber daya, memilih kata kunci yang relevan, menjaga konsistensi merek, dan merumuskan call-to-action yang kuat. Semua ini bersama-sama membantu memastikan bahwa video yang dihasilkan tidak hanya memiliki kualitas tinggi, tetapi juga dapat secara efektif mencapai tujuan yang diinginkan dan berdampak positif pada audiens yang dituju.

4.8.2 Editing video

Dalam konteks kerangka kerja praktik ini, penulis bukan hanya memusatkan

perhatian pada kegiatan perekaman foto dan video, melainkan juga aktif terlibat dalam proses kreatif penyusunan konten video yang menjadi bagian integral dari upaya dokumentasi, yang selanjutnya diunggah dan dibagikan melalui platform media sosial seperti Instagram. Dalam perincian Laporan Kerja Praktik ini, penulis dengan bangga memperlihatkan tingkat keterlibatannya yang tinggi dalam berbagai tahapan editing video, mulai dari pemilihan dan penyusunan klip hingga pengaplikasian efek visual, memastikan bahwa setiap elemen visual mencerminkan standar estetika dan pesan yang ingin disampaikan. Dengan menggarap setiap tahapan editing secara cermat, penulis dengan yakin mempersembahkan hasil akhir dari upaya kolaboratif tersebut, menciptakan suatu naratif visual yang kuat dan menggugah perasaan.

4.8.3 Proses editing video

Berbagai tahapan dalam proses penggarapan video yang penulis lakukan dapat diuraikan sebagai berikut:

Pada langkah pertama, penulis memulai dengan melakukan pemindahan file video yang telah diambil menggunakan kamera atau handphone milik perusahaan ke perangkat pengeditan yang digunakan. Setelah itu, penulis memasuki tahap pemilihan, melakukan pemotongan file video dengan tujuan untuk menyaring dan memilah klip yang memiliki kualitas terbaik, sedangkan klip yang kurang sesuai atau membutuhkan penyempurnaan dapat dikeluarkan dari proses editing.

Selanjutnya, penulis melibatkan diri dalam tahap penerapan transisi dan color grading untuk meningkatkan kualitas visual dari video yang sedang diedit. Penerapan transisi membantu menciptakan alur yang mulus antara klip, sementara color grading memberikan sentuhan estetika yang konsisten dengan tema

keseluruhan, menjadikan video lebih menarik dan profesional.

Sebelum melangkah ke tahap selanjutnya, penulis melibatkan diri dalam proses pengecekan dan asistensi, di mana evaluasi menyeluruh dilakukan untuk memastikan bahwa setiap aspek, mulai dari pemilihan klip hingga penerapan efek visual, memenuhi standar kualitas dan tujuan yang telah ditetapkan. Proses ini menjadi langkah kritis untuk memastikan bahwa video yang dihasilkan mencapai tingkat keunggulan yang diinginkan.

Barulah setelah semua tahapan tersebut dilalui dan diverifikasi, penulis melanjutkan ke tahap akhir, yaitu melakukan proses ekspor file. Dengan demikian, melalui pendekatan bertahap ini, penulis dapat memastikan bahwa setiap video yang dihasilkan mencerminkan dedikasi tinggi terhadap kualitas dan kesempurnaan dalam setiap langkah proses produksi.

4.8.4 Final editing video

Mengekspor video dengan kualitas tinggi menjadi kritis, tidak hanya untuk memberikan pengalaman penonton yang memuaskan dan mendukung reproduksi visual yang jelas, tetapi juga untuk mencerminkan tingkat profesionalitas, kredibilitas, dan fleksibilitas dalam adaptasi ke berbagai platform, memastikan pemeliharaan kualitas pada tahap produksi berikutnya, serta memungkinkan penggunaan kembali materi tanpa mengorbankan kualitas.

Perusahaan CV Affection Group membuat keputusan bijak dengan mengadopsi pendekatan eksportasi video minimal dengan resolusi 1080x1920 (1080p/4k). Langkah ini diambil dengan pertimbangan yang matang, tidak hanya untuk mencegah potensi pecahnya kualitas video, tetapi juga dengan memperhatikan preferensi audiens yang mayoritas menggunakan perangkat

smartphone. Oleh karena itu, resolusi 1080x1920 dipilih dengan penuh pertimbangan karena dapat memberikan pengalaman visual yang optimal pada layar perangkat seluler, menciptakan daya tarik visual yang maksimal dan memastikan pesan atau konten yang disampaikan dapat dinikmati secara menyeluruh tanpa kompromi pada kualitas visual..



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang sudah dialami oleh penulis selama menjalani Kerja Praktik di CV Affection group dapat disimpulkan dalam beberapahal sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana sistem dari penyusunan sebuah event organisation.
2. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang dunia pekerjaan yang nyata.
3. Mengetahui tata cara untuk bekerja dalam sebuah tim.
4. Mendapatkan ilmu public speaking dalam mengarahkan model baik fotografi dan videografi.
5. Menambah relasi dalam dunia event organisation.

Dengan kesimpulan tersebut penulis berharap semua pengalaman yang telah di dapat dapat menjadi penunjang penulis dalam menjalani hari sebagai mahasiswa dan menjadi bekal dikemudian hari saat memasuki dunia pekerjaan yang sebenarnya.

5.2 Saran

Saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di CV Affection group,

antara lain sebagai berikut : Saran dari saya andre adi firmanda selaku penulis laporan ini, Dorong diri Anda untuk meresapi pengalaman baru, khususnya di lingkungan kerja di mana kita belum akrab satu sama lain. Meski mungkin terasa kurang menyenangkan pada awalnya, berikan diri Anda kesempatan untuk mengeksplorasi dan menangani tugas-tugas yang mungkin belum begitu disukai. Lakukan ini dengan semangat pembelajaran, dan pergunakan kesempatan ini sebagai peluang untuk lebih memahami tugas-tugas tersebut. Dengan menghadapi tantangan dan menjalankan tugas yang mungkin tidak sesuai dengan preferensi, Anda dapat membuka peluang untuk pengembangan pribadi dan profesional yang lebih luas.

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Dengan adanya kerja praktik ini diharapkan perusahaan dan univeristas dapat bekerja sama dengan baik.
2. Dengan adanya kerja praktik ini semoga mahasiswa yang selain penulis di perusahaan tersebut diharapkan selalu bisa meningkatkan inovasi lebih kreatif lagi dalam pembuatan konten maupun non konten.
3. Dan yang terakhir dengan adanya penulis semoga tempat dari kerja praktik dapat menjadi jembatan bagi mahasiswa yang lain sebagai tempat menimba ilmu sebanyak banyaknya.

5.2.2 Bagi Mahasiswa

1. Melaksanakan tugas sesuai dengan *brief* yang sudah diberikan oleh perusahaan
2. Membawa dan menjaga nama baik Universitas di tempat kerja praktik
3. Melakukan kerja sama yang sehat dengan tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, C. V., & Suhartono, A. W. (2022). Analisa Terhadap Feeds Instagram Dyandra Academy Sebelum Dan Sesudah Penerapan Teori Layout. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2022, 1–11. <https://datareportal.com/reports/digital-2022->
- Christian, O. :, Sitorus, P., & Rohanasimbolon, B. (2019). Penerapan Angle Camera Dalam Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita Di Metro Tv Biro Medan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 2019.
- Kausar, A., Sutiawan, Y. F., & Rosalina, V. (2015). Perancangan Video Company Profile Kota Serang Dengan Teknik Editing Menggunakan Adobe Premier Pro Cs 5. *Jurnal PROSISKO*, 2(1).
- Kusumowardhani, P. (2020). Penerapan Prinsip Desain Pada Matakuliah Nirmana Melalui Metode Research Through Design. *Seminar Nasional Seni Dan Desain 2020*, 198–204.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rochmawati, I. (2020). Unsur-Unsur Desain Pengantar Desain Grafis. *Unsur-Unsur Desain Pengantar Desain Grafis*, 1–13. [https://repository.unikom.ac.id/63038/1/04-Unsur unsur Desain.pdf](https://repository.unikom.ac.id/63038/1/04-Unsur%20unsur%20Desain.pdf)
- Sekarlaranti, A., & Junaedi, S. (2016). Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis Dan Gambar Pada Kemasan Produk Dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 9–24.

<https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2656>

Setiawan, R., & Bornok, M. B. (2015). Estetika Fotografi. *Research Report Humanities and Social Science, 1*, 1–113.

<https://journal.unpar.ac.id/index.php/Sosial/article/view/1468>



UNIVERSITAS
Dinamika