



**SEBAGAI EDITOR DALAM PEMBUATAN
COMPANY PROFILE DI CREATIVEPEDIA
INDONESIA**

Kerja Praktik



**Program Studi
D4 Produksi Film dan Televisi**

**Oleh :
Rama Galasepta
18510160038**

**FAKULTAS DESAIN DAN
INDUSTRI KREATIF UNIVERSITAS DINAMIKA
2024**

**SEBAGAI EDITOR DALAM PEMBUATAN
COMPANY PROFILE DI
CREATIVEPEDIA INDONESIA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

Disusun Oleh:

Nama : Rama Galasepta

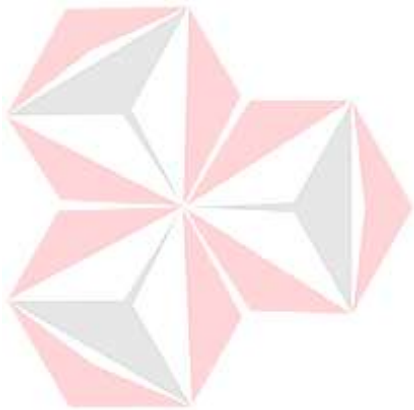
NIM : 18510160038

Program Studi : D4 Produksi Film Dan Televisi

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

LEMBAR MOTTO

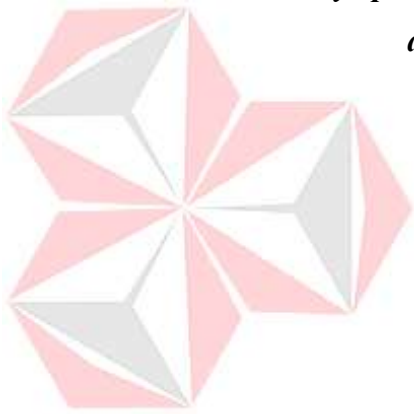


“Mimpi adalah kunci”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN

*Saya persembahkan untuk kedua Orang Tuaku, Temanku D4 Produksi film
dan Televisi 18, serta kampus tercinta Universitas Dinamika*



UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

**SEBAGAI EDITOR DALAM PEMBUATAN
COMPANY PROFILE DI CREATIVEDIA INDONESIA**

Laporan Kerja Praktik oleh:

Rama Galasepta

NIM: 18510160038

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 26 Juni 2024

Disetujui:

Pembimbing



Yunano Tri Laksono, M.Pd.

NIDN. 0704068505



Mengetahui,

Ketua Program Studi D4 Produksi Film dan Televisi



Fakultas Desain dan Seni Kreatif
UNIVERSITAS
Dinamika

Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0704017701

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : Rama Galasepta
NIM : 18510160038
Program Studi : D4 Produksi Film dan Televisi
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : SEBAGAI EDITOR DALAM PEMBUATAN COMPANY PROFILE DI CREATIVEPEDIA INDONESIA

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 Juni 2024



Rama Galasepta
NIM : 18510160038

ABSTRAK

Kegiatan ini menginvestigasi peran seorang editor dalam proses pembuatan company profile di Creativepedia Indonesia. Fokus utama adalah untuk memahami kontribusi editor dalam mengoordinasikan konten, memastikan konsistensi naratif, dan mempertahankan kualitas visual untuk mencapai tujuan komunikasi perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap editor dan anggota tim kreatif lainnya, serta analisis konten dari beberapa proyek company profile yang telah diselesaikan. Temuan menunjukkan bahwa editor memiliki peran krusial dalam menyatukan visi perusahaan dengan presentasi visual dan naratif yang efektif, sehingga mendukung pencapaian tujuan branding dan komunikasi perusahaan secara keseluruhan. Studi ini memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi industri kreatif dan akademisi yang tertarik pada manajemen konten perusahaan dan proses editorial dalam produksi multimedia korporat.

Tim kreatif atau yang bertanggung jawab mengumpulkan informasi yang relevan tentang perusahaan, termasuk sejarah perusahaan, visi dan misi, produk atau layanan yang ditawarkan, keunggulan kompetitif, nilai-nilai perusahaan, dan prestasi terkini. Menetapkan tujuan dari company profile yang akan dibuat serta menentukan audiens target yang akan dituju dengan dokumen tersebut (misalnya, calon investor, pelanggan potensial, atau mitra bisnis). Tim kreatif menciptakan konsep dan desain visual yang akan digunakan dalam company profile. Ini termasuk pemilihan gaya visual, warna, grafik, dan layout yang sesuai dengan identitas visual perusahaan. Penulisan konten dilakukan dengan memperhatikan tone of voice yang sesuai dengan brand perusahaan. Editor memainkan peran penting dalam memastikan kualitas tulisan, kejelasan informasi, dan konsistensi gaya bahasa. Setelah semua revisi selesai, company profile final disusun dan siap untuk dipublikasikan. Ini bisa berarti publikasi secara digital di situs web perusahaan, distribusi kepada calon klien atau investor, atau penggunaan dalam presentasi bisnis.

Kata Kunci: *Company Profile, Editing, Creativepedia Indonesia*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan Laporan Kerja Praktik berjudul: *"Sebagai Editor Dalam Pembuatan Company Profile Di Creativepedia Indonesia"*, dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam Penyelesaian Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan masukan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu diucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua serta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik.
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika.
3. Karsam, M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Dinamika.
4. Dr. Muh, Bahruddin, M.Med.Kom., selaku Ketua Program Studi D4 Produksi Film dan Televisi Universitas Dinamika.
5. Yunanto Tri Laksono, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik.
6. Teman-teman angkatan 2018 yang selalu mendukung dalam keadaan apapun.
7. Keluarga besar program studi D4 Produksi Film dan Televisi.

Demikian Laporan Kerja Praktik ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan Laporan Kerja Praktik ini dimohon memberikan kritik dan saran. Sehingga Laporan Kerja Praktik ini menjadi lebih baik. Semoga Laporan Kerja ini bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya teman-teman Program Studi D4 Produksi Film dan Televisi.

Surabaya, 26 Juni 2024



Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.	1
1.2 Rumusan Masalah.	1
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	3
2.1 Profil Instansi	3
2.2 Sejarah Singkat Creativepedia Indonesia	3
2.3 Overview Perusahaan.....	4
2.4 Visi dan Misi Creativepedia Indonesia	6
2.5 Tujuan.....	6
BAB III LANDASAN TEORI	7
3.1 Film	7
3.3.1 Film Pendek 7	7
Film Sebagai Pendidikan.....	7
Editor	8
Company Profile.....	8
Creativepedia Indonesia	8

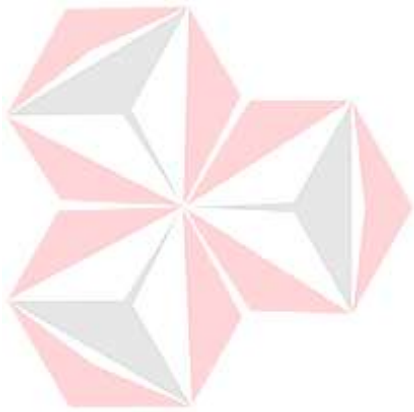
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	9
4.1 Analisa Sistem	9
4.2 Posisi dalam Instansi	9
4.3 Kegiatan Selama Creativepedia Indonesia	9
4.3.1 Minggu Ke -1	9
4.3.2 Minggu Ke -2	10
4.3.3 Minggu ke-3.	11
4.3.4 Minggu Ke-4	11
4.3.5 Minggu Ke-5	11
4.3.6 Minggu Ke-6	12
BAB V PENUTUP	13
4.1 Kesimpulan	13
4.2 Saran	13
DAFTAR PUSTAKA	14
BIODATA PENULIS	21



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Creativepedia Indonesia	5
Gambar 2. 2 Peta Lokasi Creativepedia Indonesia	5
Gambar 2. 3 Letak Creativepedia Indonesia	5
Gambar 4. 1 Pra Produksi Meet atau Rapat	10
Gambar 4. 2 Produksi naskah untuk Presenter	10
Gambar 4. 3 Recce di Creativepedia Indonesia	11
Gambar 4. 4 Recce di Creativepedia Indonesia	11
Gambar 4. 5 Produksi di Creativepedia Indonesia	11
Gambar 4. 6 Produksi di Creativepedia Indonesia	12
Gambar 4. 7 Evaluasi Bersama Tim Produksi	12



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Ke- 1 Surat dari Creativepedia Indonesia	15
Lampiran Ke- 2 Form KP 5 (Acuan Kerja).	16
Lampiran Ke- 3 Form KP 5 (Garis Besar Rencana Kerja Mingguan).	17
Lampiran Ke- 4 Log Harian dan Catatan Perubahan Acuan Kerja	18
Lampiran Ke- 5 Kehadiran Kerja Praktik	19
Lampiran Ke- 6 Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing.	20



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya, tujuan adanya program Kerja Praktek adalah ntuk mempersiapkan dan membina tenaga kerja baik struktural maupun fungsional yang memiliki kemampuan melaksanakan loyalitas, kemampuan melaksanakan dedikasi dan kemampuan berdisiplin yang baik. Manfaat kerja praktik adalah kesempatan untuk melatih dan menerapkan langsung teori, konsep, atau prinsip yang telah dipelajari di kelas.

Sementara untuk lulusan Perguruan Tinggi manfaat yang didapatkan dari mengikuti program kerja praktik adalah untuk memperoleh pengalaman di dunia kerja dan menumbuhkan rasa percaya diri. Selain itu, melalui praktik kerja lapangan siswa dapat melatih dan menunjang *skill* yang telah dipelajari di sekolah untuk diterapkan, dapat menghayati dan mengenal lingkungan kerja sehingga siswa siap kerja di dunia usaha maupun dunia industri setelah lulus dari sekolah. Dan tujuan lainnya dari program Kerja Praktik adalah menumbuhkan dan meningkatkan sikap profesional yang dibutuhkan siswa untuk memasuki dunia kerja.

Program Studi D4 Produksi Film dan Televisi menawarkan dua peminatan, yaitu Peminatan Film dan Peminatan Animasi. Basis pembelajaran kedua peminatan ini diturunkan dari kata kunci VISI Fakultas, yaitu Teknologi. Dimana kata kunci Teknologi tersebut digabungkan dengan pengetahuan perfilman atau animasi, estetika, sosial dan budaya, dengan penguatan pada ketrampilan teknis produksi film atau animasi. Dalam proses pembelajarannya, mahasiswa dilengkapi dengan kemampuan penguasaan komunikasi, baik secara oral maupun tulisan dan visual. Gabungan pengetahuan dan ketrampilan ini akan menjadi pondasi utama dalam pembuatan film yang sanggup mempengaruhi emosi penonton.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam program Kerja Praktik yaitu bagaimana cara melaksanakan tugas sebagai editor dalam pembuatan video company profile di Creativepedia Indonesia.

1.3 Batasan Masalah

Dalam pelaksanaan kegiatan Kerja Praktek (KP) ini proses produksi dilaksanakan oleh tim. Penulis berperan sebagai editor di kegiatan pembuatan video company profile di Creativepedia Indonesia. Adapun batasan masalah yang dibahas di dalam Kerja Praktik ini antara lain:

1. Pembuatan video company profile di Creativepedia Indonesia.

1.4 Tujuan

Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah mendapatkan lebih banyak pengalaman dan mengembangkan skill sebagai seorang editor.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan Kerja Praktik ini, yaitu:

1. Manfaat bagi Mahasiswa

- a. Menjalin kerja sama yang baik antara universitas dan perusahaan terkait, baik dalam dunia usaha maupun dunia Industri.
- b. Mengenalkan kepada mahasiswa dan mahasiswi pada pekerjaan lapangan di dunia industri dan usaha sehingga pada saatnya mereka terjun ke lapangan pekerjaan yang sesungguhnya dapat beradaptasi dengan cepat.
- c. Sebagai bentuk pengakuan dan penghargaan bahwa pengalaman kerja sebagai bagian dari proses pendidikan.

2. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Mendapatkan bantuan tenaga kerja sementara.
- b. Mendukung program perusahaan.
- c. Meningkatkan citra perusahaan.

3. Manfaat bagi Akademik

- a. Mengaplikasikan keilmuan pada editing, pada pembuatan *company profile* perusahaan.
- b. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik di tengah-tengah dunia kerja.
- c. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dunia industri.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Instansi

Nama Instansi	: Creativepedia Indonesia
Alamat	: Jl. Kebonsari III/15-B Surabaya
Telp/Fax	: 0813-2645-1353
Email	: creativepediaindonesia@gmail.com
Website	: creativepedia.id

2.2 Sejarah Singkat Creativepedia Indonesia

Besarnya laju pertumbuhan penduduk serta tingginya aktivitas ekonomi di kota besar maupun di daerah telah memunculkan usaha-usaha berbasis industri kreatif serta ekonomi kreatif berbasis digital. Munculnya Covid-19 menjadikan aktifitas masyarakat lebih banyak dilakukan dirumah terkait dengan aturan dan kebijakan yang diberlakukan oleh Pemerintah. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021, disampaikan dalam pertemuan *Friends of Creative Economy* (FCE) pada 11 November 2020 lalu, Indonesia diharapkan mampu mendorong implementasi Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia 2021 secara efektif, baik bagi pemulihan sektor ekonomi kreatif maupun ekonomi dunia.

Pengembangan usaha model baru ini tentu tidak dapat dilakukan tanpa perencanaan awal yang matang. Riset awal perlu dilakukan untuk memastikan industri kreatif dan ekonomi kreatif memiliki produktivitas yang jauh lebih optimal dengan menggunakan sistem digital tanpa meninggalkan konsep konvensional. Tahun pertama akan digunakan untuk riset di bidang pertanian hingga menemukan kombinasi yang pas untuk memaksimalkan potensi usaha masyarakat yang ada dan 1 tahun setelahnya digunakan untuk memulai perjalanan bisnis yang telah dirancang. Kami optimis, dalam waktu 4 tahun, model usaha ini dapat menjadi contoh pola pengembangan dan dapat memberikan manfaat ke seluruh wilayah terutama daerah di seluruh Indonesia.

Dalam Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan Pasal 3 disebutkan bahwa maksud dan tujuan perusahaan adalah: “Turut melaksanakan dan menunjang

kebijakan dan program Pemerintah di bidang Ekonomi dan Pembangunan Nasional pada umumnya dan khususnya dalam bidang Industri Kreatif serta ekonomi kreatif, yang mencakup bidang-bidang Broadcasting, Multimedia, Teknologi Informasi, Elektronika Industri dan Prasarana serta rekayasa di bidang keteknikan lainnya serta optimalisasi aset-aset Perseroan, dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

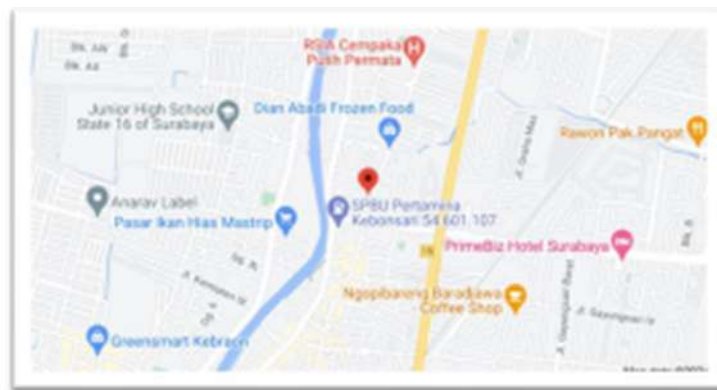
2.3 Overview Perusahaan

Creativepedia Indonesia adalah perusahaan kreatif yang berfokus pada penyediaan layanan produksi konten multimedia dan solusi pemasaran digital. Berdiri dengan visi untuk menghadirkan inovasi dan kreativitas dalam setiap proyeknya, Creativepedia Indonesia menyediakan berbagai layanan yang mencakup pembuatan video promosi, animasi, fotografi, serta pengembangan konten digital untuk berbagai keperluan komersial dan korporat. Sebagai pemimpin di industri ini, Creativepedia Indonesia tidak hanya menawarkan kemampuan teknis yang tinggi, tetapi juga mengutamakan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan tujuan bisnis setiap klien. Dengan pendekatan yang berorientasi pada hasil dan pengalaman panjang dalam mengelola proyek dari konseptualisasi hingga implementasi, perusahaan ini telah berhasil membangun reputasi yang solid di pasar.

Selain itu, Creativepedia Indonesia juga dikenal karena komitmennya terhadap integritas dan kualitas, yang tercermin dalam setiap aspek karyanya. Tim yang terdiri dari profesional yang berbakat dan berpengalaman di bidangnya, memastikan bahwa setiap proyek diselesaikan dengan standar tertinggi dalam hal kreativitas, keunggulan teknis, dan ketepatan waktu. Secara strategis berlokasi di Jl. Kebonsari III/15-B Surabaya, Creativepedia Indonesia tidak hanya melayani klien lokal, tetapi juga internasional, membantu merek merek untuk menghadirkan pesan mereka dengan cara yang efektif dan menarik di pasar global yang kompetitif saat ini. Dengan terus berinovasi dan mengadaptasi teknologi terbaru.



Gambar 2. 1 Logo Creativepedia Indonesia
(Sumber. creativepedia.id)



Gambar 2. 2 Peta Lokasi Creativepedia Indonesia
(Sumber: <https://www.googlemaps.co.id>).



Gambar 2. 3 Letak Perusahaan Creativepedia
(Sumber: creativepedia.id)

2.4 Visi dan Misi Creativopedia Indonesia

Visi

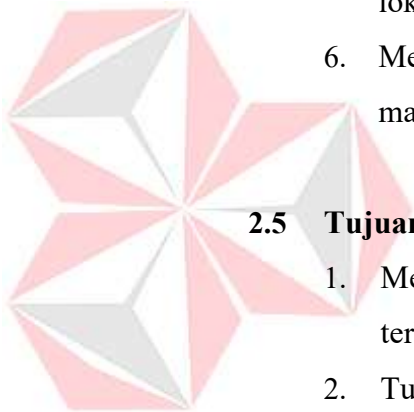
“Menjadi Industri Kreatif Yang Inovatif, Kreatif, Dan Produktif Berbasis Digital Berorientasi Nasional Dan Internasional”.

Misi

1. Kami Industri Kreatif Terbaik Berbasis Teknologi Dan Informasi.
2. Kami memberikan integrasi sistem yang inovatif dan berorientasi kepada konsumen.
3. Kami memberikan produk dan layanan terbaru dan berkelanjutan dengan menjamin keselamatan dan keamanan yang responsif.
4. Kami berkontribusi menjaga dan meningkatkan kualitas hidup melalui pengembangan industri kreatif.
5. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan berbasis budaya lokal, yang diakui secara internasional.
6. Memanfaatkan ilmu pengetahuan perfilman untuk peradaban bangsa dan masyarakat internasional.

2.5 Tujuan

1. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melalui produk-produk terbaru.
2. Turut serta menjaga kedaulatan negara, dengan produk-produk unggulan.
3. Sebagai teknologi pendukung kedua peran di atas.
4. Semua usaha tersebut pada akhirnya bermuara pada target yaitu untuk mengembangkan kemandirian teknologi yang berdaya saing.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Company Profile

Company Profile adalah media yang membantu semua pelaku bisnis agar informasi dan company profile dirancang untuk menarik target audience. Umumnya, Company Profile (Tandjung & Yudani, 2022). Company profile adalah media yang digunakan oleh PT Jawa Pos Grup Multimedia untuk memperkenalkan JawaPos.com kepada masyarakat. Karena company profile memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan, maka company profile perlu dievaluasi untuk mengetahui aspek yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki (Goeinawan et al., 2021).

Sistem Informasi company profile adalah metode yang digunakan oleh perusahaan untuk mengenalkan diri kepada masyarakat umum dan menyampaikan informasi mengenai jenis usaha yang sedang dijalankan oleh perusahaan tersebut (Damara & Arribe, 2023). Company Profile adalah tulisanpraktisi yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Company profile sebagai media komunikasi customer relations, karena customer relations adalah strategi dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitable. Customer Relations ditunjang dengan data pelanggan berkualitas tinggi dan difasilitasi teknologi informasi (Bakiyah et al., 2023).

3.2 Editing

Editing secara harafiah adalah usaha penyambungan akhir dari sebuah shot dengan awal dari shot berikutnya, dan begitu seterusnya. Pembahasan lebih lanjut dari sekedar menyambung gambar, ternyata selalu menjadi pembahasan yang menarik (Prayuda & Risang, 2022). Editing adalah proses pemilihan, pemotongan, dan penggabungan gambar-gambar sehingga menghasilkan sebuah film/program/tayangan. Orang yang melakukan editing disebut sebagai editor (Roberts, 2020). Dalam perancangan desain UI/UX prototype aplikasi My Cic ini penulis memberi solusi untuk merancang desain sebuah aplikasi my

CIC dengan user interface dan user experience yang menarik, minimalis dan modern. Dalam perancangan ini software editing yang digunakan adalah Figma (Muhyidin et al., 2020). Video dan editing digolongkan sebagai salah satu bagian media massa untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ramai. Dalam pembuatan video hal yang paling penting adalah pada tahap editing (Tri Susanti et al., 2021).

3.3 Creativepedia Indonesia

Creativepedia Indonesia adalah sebuah perusahaan yang berfokus pada industri kreatif dan pemasaran digital di Indonesia. Misi utama Creativepedia adalah untuk memberikan solusi kreatif dan inovatif dalam produksi konten multimedia yang berkualitas tinggi. Mereka mengkhususkan diri dalam pembuatan video promosi, animasi, fotografi, dan pengembangan konten digital untuk berbagai kebutuhan perusahaan dan komersial. Sebagai pemimpin di bidangnya, Creativepedia Indonesia menonjolkan diri dengan menggabungkan keahlian teknis yang tinggi dengan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran dan branding. Mereka tidak hanya menyediakan layanan produksi, tetapi juga berperan sebagai mitra strategis bagi klien mereka, membantu merancang dan mengimplementasikan kampanye pemasaran yang efektif.

Perusahaan ini didukung oleh tim yang terdiri dari profesional berbakat yang memiliki pengalaman luas dalam industri kreatif. Mereka berkomitmen untuk memberikan hasil yang berkualitas tinggi, yang mencerminkan integritas, kreativitas, dan ketepatan waktu. Dengan basis operasi di Jakarta, Creativepedia Indonesia tidak hanya melayani pasar lokal, tetapi juga internasional. Mereka terus berinovasi dan mengadaptasi teknologi terbaru dalam industri mereka, memastikan bahwa setiap karya yang dihasilkan tidak hanya memenuhi, tetapi juga melebihi harapan klien mereka. Secara keseluruhan, Creativepedia Indonesia adalah salah satu dari sedikit perusahaan di Indonesia yang tidak hanya menghasilkan konten kreatif berkualitas tinggi, tetapi juga menjadi mitra strategis yang dapat diandalkan dalam menghadirkan solusi pemasaran digital yang efektif dan terukur.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Di Creativepedia Indonesia, terdapat beberapa peran utama yang mendukung berbagai aspek dalam industri kreatif dan pemasaran digital. Setiap posisi di Creativepedia Indonesia membutuhkan kreativitas yang tinggi, kemampuan berkolaborasi dalam tim, serta ketepatan dalam menangani detail. Karyawan di perusahaan ini diharapkan untuk selalu mengikuti perkembangan terbaru dalam industri kreatif dan teknologi digital untuk memberikan solusi terbaik kepada klien.

4.1 Analisa Sistem

Kerja Praktik dilaksanakan ialah sebagai berikut:

Nama	:	Creativepedia
Institusi	:	Indonesia
Divisi	:	Editor
Tempat	:	Surabaya, Indonesia

KP dilaksanakan selama satu semester, dimulai pada 20 Mei 2024 sampai dengan 20 Juni 2024, dengan alokasi waktu Senin sampai Jum'at pada pukul 08.00-18.00 Waktu Indonesia Barat (WIB).

4.2 Posisi dalam Instansi

Pada saat pelaksanaan Kerja Praktik, posisi yang didapat oleh penulis adalah sebagai editor, yang memiliki tugas membantu menjalankan proses pasca produksi untuk memastikan hasil sesuai dengan permintaan perusahaan.

4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik di Creativepedia Indonesia

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan di Creativepedia Indonesia dilaporkan dengan rincian sebagai berikut. Laporan kegiatan disertai gambar hasil pekerjaan serta keterangan pada tiap gambar.

4.3.1 Minggu Ke-1

Di Minggu pertama kegiatan Kerja Praktik (KP) saya mengawalinya dengan pra produksi meet atau rapat yang ditujukan untuk membahas breakdown naskah, *timeline*, *recce* dan *reading*.



Gambar 4.3.1 Pra Produksi Meet atau Rapat.

4.3.2 Minggu Ke -2

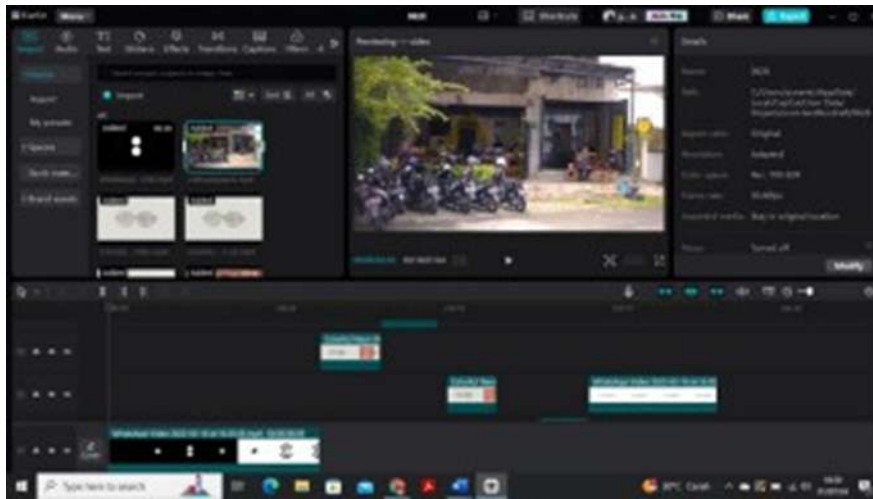
Editor bertanggung jawab untuk menyunting konten multimedia seperti teks, video, dan animasi. Mereka memastikan bahwa konten tersebut bebas dari kesalahan tata bahasa, ejaan, dan gramatikal. Selain itu, editor juga memastikan konsistensi gaya bahasa yang sesuai dengan brand dan audiens target.



Gambar 4.3.2 Produksi Video.

4.3.3 Minggu ke-3

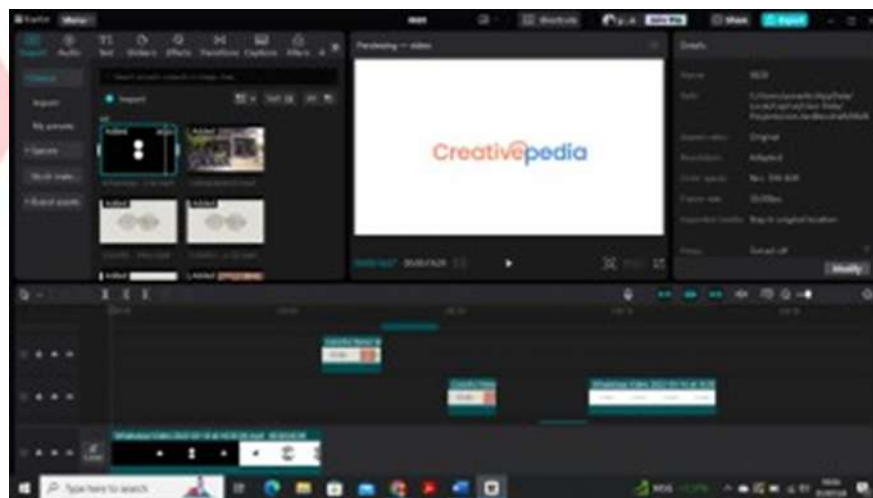
Editor berperan dalam merancang narasi atau cerita yang diceritakan dalam konten multimedia. Mereka memastikan bahwa alur cerita atau pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan dapat dipahami dengan jelas oleh audiens.



Gambar 4.3.3 Editing Video Company Profile Creativepedia.

4.3.4 Minggu Ke-4

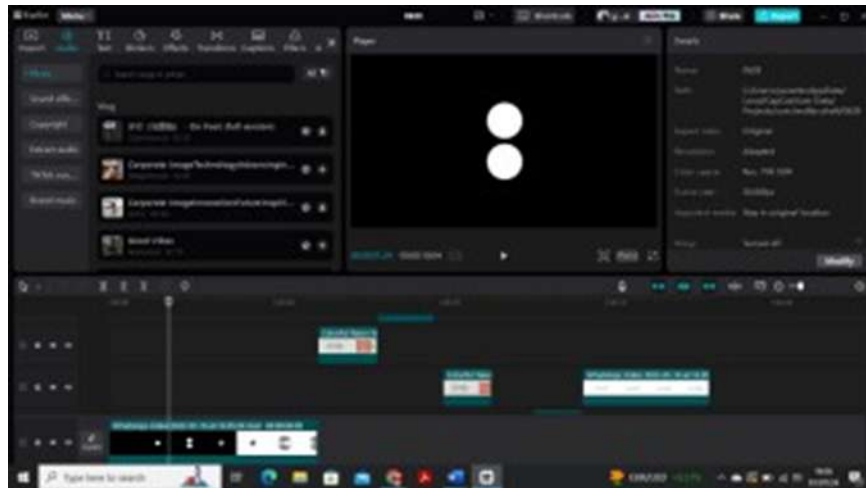
Editor bekerja sama dengan tim kreatif seperti penulis, desainer grafis, animator, dan videografer untuk memastikan bahwa semua elemen konten terintegrasi secara mulus. Mereka mengoordinasikan kontribusi dari berbagai anggota tim untuk mencapai hasil akhir yang kohesif dan berkualitas tinggi.



Gambar 4.3.4 Rough Cut In Video Editing.

4.3.5 Minggu Ke-5

Editor memeriksa dan mengevaluasi kualitas visual dan audio dari konten multimedia. Mereka dapat memberikan masukan tentang pengaturan pencahayaan, komposisi visual, atau kualitas suara untuk memastikan bahwa produksi multimedia mencapai standar yang diharapkan.



Gambar 4.3.5 Sound Design.

4.3.6 Minggu Ke-6

Editor juga terlibat dalam pengelolaan proyek, memastikan bahwa semua tahapan produksi berjalan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Mereka dapat melakukan revisi dan perbaikan pada draft konten sesuai dengan umpan balik dari klien atau manajemen perusahaan.



Gambar 4. 3.6 Evaluasi Bersama Tim Produksi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Studi ini menyoroti peran sentral seorang editor dalam proses pembuatan company profile di Creativepedia Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif yang melibatkan wawancara mendalam dengan editor dan analisis konten dari beberapa proyek company profile, temuan utama menunjukkan bahwa editor memiliki kontribusi yang signifikan dalam mengkoordinasikan konten, memastikan konsistensi naratif, dan memperkuat kualitas visual dari setiap produksi multimedia. Peran editor bukan hanya terbatas pada aspek teknis penyuntingan, tetapi juga mencakup perancangan narasi yang memadukan informasi perusahaan dengan cara yang menarik dan informatif. Mereka berperan sebagai penghubung antara visi perusahaan dan presentasi yang efektif kepada audiens target, memastikan bahwa pesan yang disampaikan mencerminkan nilai-nilai dan identitas perusahaan secara konsisten.

5.2 Saran

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

1. Memberikan sarana dan prasarana lebih lengkap seperti meja, kursi, dan ac agar menciptakan suasana yang kondusif dan untuk kenyamanan para mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakiyah, H., Astuti, F. D., Yuniani, H., & Indarsih, M. (2023). PENERAPAN COMPANY PROFILE PT. GRIYA IDOLA INDUSTRIAL REAL ESTATE DALAM CUSTOMER RELATIONS. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1).
<https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v8i1.2023>
- Damara, M. Z., & Arribe, E. (2023). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI COMPANY PROFILE DAN PEMESANAN LAYANAN JASA BERBASIS WEB PT GEOTERRA. *JURNAL ILMIAH INFORMATIKA*, 11(02).
<https://doi.org/10.33884/jif.v11i02.8028>
- Goeinawan, V. T., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2021). Perancangan Ulang Company Profile Jawapos.Com Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18).
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., & Seviana, A. (2020). PERANCANGAN UI/UX APLIKASI MY CIC LAYANAN INFORMASI AKADEMIK MAHASISWA MENGGUNAKAN APLIKASI FIGMA. *Jurnal Digit*, 10(2).
<https://doi.org/10.51920/jd.v10i2.171>
- Prayuda, Y. Y., & Risang, R. M. W. (2022). Rate of Cutting Sebagai Metode untuk Meningkatkan Tempo Adegan pada Dua Puluh Enam Menit Pertama Film Penyalin Cahaya Karya Wregas Bhanuteja. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 13(2). <https://doi.org/10.52290/i.v13i2.75>
- Roberts, C. (2020). What Is Editing? In *Digital Video Editing with Final Cut Express*.
<https://doi.org/10.4324/9780080574981-9>
- Tandjung, N. V., & Yudani, H. D. (2022). Pengaruh Teori Pipeline Dalam Proses Pembuatan Companyprofile. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(1).
- Tri Susanti, S. Prawira, N., & Kasman. (2021). PELATIHAN VIDEOGRAFI PENYULUHAN BAHAYA NARKOBA MENGGUNAKAN APLIKASI ADOBE PREMIER PRO BAGI MAHASISWA STT PAGAR ALAM. *NGABDIMAS*, 4(02).
<https://doi.org/10.36050/ngabdimas.v4i02.413>