



**PERANCANGAN VIDEO *REELS* UNTUK MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. GROEDU
LIMARDI INDONESIA**

KERJA PRAKTIK



Oleh:

INDRIA NISHFU NURLAIL

17420100036

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

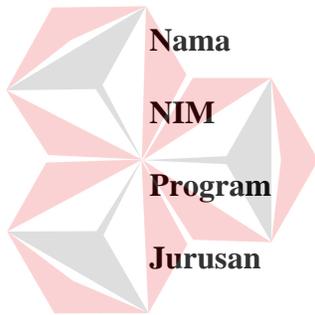
**PERANCANGAN VIDEO REELS UNTUK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. GROEDU LIMARDI INDONESIA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana Desain

Disusun Oleh :



Nama

: Indria Nishfu Nurlail

NIM

: 17420100036

Program

: S1 (Strata Satu)

Jurusan

: Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

Kupersembahkan karya ini kepada

Ibu, ayah, adik,

Sahabat beserta orang – orang yang selalu mendukungku selama ini



UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Life is what happens when you’re busy making other plans. Hidup adalah apa yang terjadi ketika Anda sibuk membuat rencana lain.”

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN VIDEO REELS UNTUK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. GROEDU LIMARDI INDONESIA**

Laporan Kerja Praktik

Oleh Indria Nishfu Nurlail

NIM : 17420100036

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

14 Agustus 2024




Siswo Martono, S.Kom., M.M.
NIDN. 0726027101



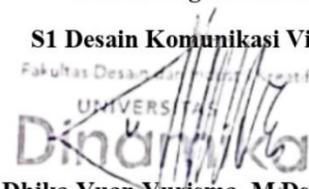

Frans M. Royan

Mengetahui,

Ketua Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual




Fakultas Desain dan Seni Kreatif
UNIVERSITAS
Dindamika
Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

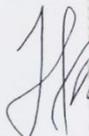
Nama : **Indria Nishfu Nurlail**
NIM : **17420100036**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **PERANCANGAN VIDEO REELS UNTUK MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PT. GROEDU LIMARDI 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 keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 25 September 2024




Indria Nishfu Nurlail
NIM : 17420100036

ABSTRAK

Video adalah media yang menggabungkan gambar bergerak dan suara untuk menciptakan pengalaman visual dan auditori yang menyeluruh. Kata "video" berasal dari bahasa Latin "videre," yang berarti "melihat," mencerminkan tujuan utamanya sebagai alat untuk menyajikan informasi secara visual. Video yang dirancang merupakan video berbentuk *reels* tentang Marketing dan sejenisnya. Dengan demikian, video *reels* ini akan meningkatkan kesadaran akan jasa yang ditawarkan oleh PT. Groedu Limardi Indonesia. Di dalam produksi video *reels* sering kali melibatkan proses yang cepat dan fleksibel, memanfaatkan alat kreatif yang tersedia di platform. Kreator dapat bereksperimen dengan berbagai gaya, tema, dan teknik editing untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan audiens mereka. Selain itu, diharapkan video *reels* ini dapat membantu untuk memperluas jaringan bisnis yang bergerak di bidang kemasan dan desain sehingga bisa bersaing dengan para kompetitor lainnya. Bukannya hanya itu, dengan video *reels* akan membuat Groedu Limardi Indonesia lebih dikenal masyarakat dengan konten marketing yang menarik dan dapat meningkatkan kesadaran.



Kata Kunci *Video, Reels, Promosi, PT. Groedu Limardi Indonesia*

UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Visual Merchandise Sebagai Media Promosi PT. Groedu Limardi Indonesia” ini dapat diselesaikan.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika Surabaya

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika Surabaya.
2. Karsam, MA., Ph.D, selaku Dekan fakultas Desain & Industri kreatif dan juga dosen wali.
3. Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing.
4. Frans M.Royan selaku Koodinator perusahaan PT. Groedu Limardi Indonesia dan Founder perusahaan D’royan Digital Marketing Agency
5. Mas Rahmad Hidayat selaku Sub Koordinator dan Chief Editor perusahaan D’royan Agency
6. Dan semua pihak – pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu demi satu yang telah membantu penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan kemudahan dalam kehidupan dunia maupun di akhirat kepada kita semua.

Akhir kata, semoga laporan ini bermanfaat untuk para pembaca sekalian.

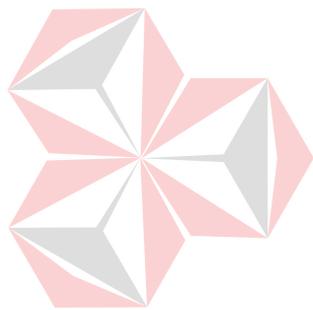
Surabaya, 12 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

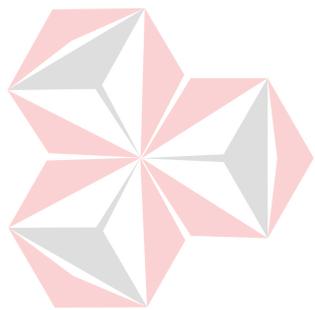
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
1.6 Sistem Penulisan	3
BAB II.....	5
2.1 Gambaran Umum PT.Groedu Limardi Indonesia	5
2.2 Foto PT.GROEDU LIMARDI INDONESIA.....	6
2.3 Alamat dan Kontak Perusahaan.....	6
2.4 Visi dan Misi PT. Groedu Limardi Indonesia	7
2.4.1 Visi	7
2.4.2 Misi	7
2.5 Struktur Perusahaan.....	7
2.6 Fokus Bidang Kerja.....	8
BAB III	9
3.1 Media Sosial.....	9
3.2 Video.....	10
3.3 Tujuan Video Promosi	10
BAB IV	12
4.1 Deskripsi Pekerjaan.....	12
4.2 Ide dan Konsep.....	13
4.3 Proses Pengambilan Video.....	13

4.4 Proses Editing dan Penggunaan Aplikasi.....	15
4.5 Hasil Karya Jadi	15
4.6 Implementasi Karya	16
BAB V.....	18
5.1 Kesimpulan	18
5.2 Saran.....	18
DAFTAR PUSTAKA	19
LAMPIRAN.....	21



UNIVERSITAS
Dinamika

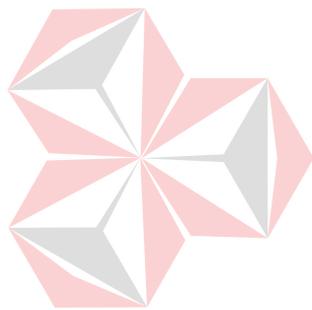
DAFTAR TABEL



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

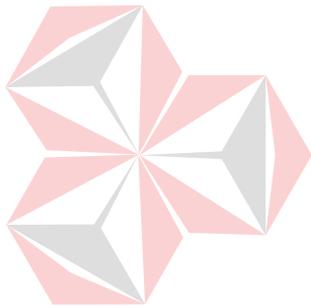
Gambar 2.1 Head Office PT.Groedu Limardi Indonesia	6
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT.Groedu Limardi Indonesia.....	7
Gambar 4.1 Storyboard video <i>reels</i> marketing	14
Gambar 4.2 Storyboard video <i>reels</i> Sales	14
Gambar 4.3 Proses Editing Video Reels Marketing	15
Gambar 4.4 Proses Editing Video Reels Sales.....	15
Gambar 4.5 Hasil karya video <i>reels</i> untuk instagram	16
Gambar 4.6 Implementasi video reels sales di instagram.....	16
Gambar 4.7 Implementasi video reels di instagram.....	17
Gambar 4.8 Implementasi video reels di instagram.....	17



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Praktik Perusahaan	21
Lampiran 2 Form KP-5 Halaman 1.....	22
Lampiran 3 Form KP-5 Halaman 2.....	23
Lampiran 4 Form KP-6.....	24
Lampiran 5 Form KP-7 Halaman 1.....	25
Lampiran 6 Form KP-7 Halaman 2.....	26
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	27



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Video adalah media yang menggabungkan gambar bergerak dan suara untuk menciptakan pengalaman visual dan auditori yang menyeluruh. Kata "video" berasal dari bahasa Latin "videre," yang berarti "melihat," mencerminkan tujuan utamanya sebagai alat untuk menyajikan informasi secara visual.

Sejarah video dimulai dengan penemuan film dan teknologi perekaman gambar bergerak pada akhir abad ke-19. Pada awalnya, video direkam menggunakan film seluloid dan diputar melalui proyektor. Dengan kemajuan teknologi, video kemudian beralih ke format digital, memungkinkan penyimpanan dan distribusi yang lebih mudah melalui media elektronik dan internet. (Kurniawan, 2022)

Reels adalah format video pendek yang diperkenalkan oleh platform media sosial untuk memungkinkan pengguna berbagi konten video dengan durasi singkat. Fitur ini dirancang untuk memudahkan pembuatan dan konsumsi video kreatif, seringkali dengan penambahan musik, efek, dan filter. Reels sangat mirip dengan format video pendek lainnya, seperti TikTok, dan sering digunakan untuk hiburan, edukasi, atau promosi.

Pada Agustus 2020, Instagram meluncurkan fitur Reels sebagai tanggapan terhadap popularitas TikTok dan untuk memperluas opsi konten video di platform mereka. Reels memungkinkan pengguna Instagram membuat video hingga 90 detik dengan berbagai alat kreatif.

Groedu Limardi Indonesia merupakan perusahaan yang bergelut dalam manajemen, pemasaran dan desain. Groedu Limardi Indonesia memiliki beberapa anak perusahaan, Salah satunya adalah D'Royan digital marketing agency. Groedu sendiri berfokus pada perusahaan jasa yang bergerak dalam Pendidikan dan Konsultasi Manajemen pemasaran dan kewirausahaan, sedangkan anak perusahaan D'royan Marketing Agency adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang penyediaan Content berbasis digital untuk mengisi aktivitas Digital Marketing baik perusahaan start up, perusahaan yang sudah berjalan atau perusahaan yang sedang mengembangkan strategi Digital marketingnya. Selain bidang produksi konten, D'Royan Marketing Agency juga menangani penyediaan infrastruktur terkait e-

commerce dari pembuatan website, pembukaan akun di market place, pembuatan akun social media, serta strategic Digital marketing sebagai Pohon dari kegiatan produksi konten, infrastruktur dan lainnya terkait Digital Marketing.

Video yang dirancang merupakan video berbentuk reels tentang Marketing dan sejenisnya. Dengan demikian, video reels ini akan meningkatkan kesadaran akan jasa yang ditawarkan oleh PT. Groedu Limardi Indonesia.

Untuk itu, kerja praktek ini bertujuan merancang video yang menarik dan sesuai dengan karakteristik perusahaan yang menjadi salah satu bentuk media promosi PT. Groedu Limardi Indonesia untuk menjadi salah satu alat pendukung promosi perusahaan. Di dalam produksi video Reels sering kali melibatkan proses yang cepat dan fleksibel, memanfaatkan alat kreatif yang tersedia di platform. Kreator dapat bereksperimen dengan berbagai gaya, tema, dan teknik editing untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan audiens mereka. Selain itu, diharapkan video reels ini dapat membantu untuk memperluas jaringan bisnis yang bergerak di bidang kemasan dan desain sehingga bisa bersaing dengan para kompetitor lainnya. Bukannya hanya itu, dengan video reels akan membuat Groedu Limardi Indonesia lebih dikenal masyarakat dengan konten marketing yang menarik dan dapat meningkatkan kesadaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada tugas akhir ini adalah Bagaimana merancang video reels untuk media social Instagram sebagai bagian dari promosi Perusahaan PT Groedu Limardi?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan latar masalah dan rumusan masalah diatas, dapat disusun batasan masalah sebagai berikut :

1. Mendesain video reels sesuai konsep yang di inginkan.
2. Merancang media promosi video reels.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dengan kerja praktek ini yang ditujukan untuk menjawab rumusan masalah yaitu adalah merancang video reels PT. Groedu Limardi Indonesia sehingga dapat di implementasikan untuk mendukung proses pemasaran lainnya.

1.5 Manfaat

Dari pengembangan dan pengelolaan tersebut diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penyusunan video reels dalam menciptakan kesadaran.
2. Dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain mengenai strategi bisnis melalui video reels.

1.6 Sistem Penulisan

Sistem penulisan yang dipakai dalam pengerjaan laporan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan laporan kerja parktik tentang “PERANCANGAN VIDEO REELS UNTUK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. GROEDU LIMARDI INDONESIA”.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan PT. Groedu Limardi Indonesia.

BAB III : LANDASAN TEORI

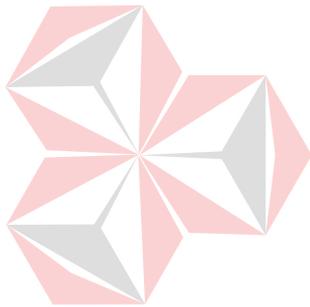
Bab ini akan menjelaskan tentang teori – teori yang melandasi dalam pengelolaan visual merchandise yang melatarbelakangi konsep yang akan dibuat.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini akan penulis jelaskan tentang *merchandise* yang dibuat saat kerja praktek di PT.Groedu Limardi Indonesia berdasarkan permasalahan dan metode yang telah di kerjakan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari semua jawaban pernyataan yang ada di dalam keseluruhan masalah dan beberapa saran yang mungkin dapat membantu dalam pembuatan video reels untuk social media instagram PT. Groedu Limardi Indonesia



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum PT.Groedu Limardi Indonesia

PT. Groedu Limardi Indonesia adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang pendidikan dan konsultasi seputar pemasaran, kewirausahaan, pengembangan sumber daya manusia dan organisasi bisnis. Groedu didirikan karena terpanggil untuk ikut berperan serta dalam meningkatkan wawasan dan skill sumber daya manusia Indonesia yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi era persaingan bisnis yang semakin mengglobal. Groedu Limardi Indonesia memiliki beberapa anak perusahaan, Salah satunya adalah D’Royan digital marketing agency.

D’royan Marketing Agency adalah anak perusahaan PT. Groedu Limardi yang berfokus pada perusahaan jasa yang bergerak dibidang penyediaan Content berbasis digital untuk mengisi aktivitas Digital Marketing baik perusahaan start up, perusahaan yang sudah berjalan atau perusahaan yang sedang mengembangkan strategi Digital marketingnya. Selain bidang produksi konten, D’Royan Marketing Agency juga menangani penyediaan infrastruktur terkait e-commerce dari pembuatan website, pembukaan akun di market place, pembuatan akun social media, serta strategic Digital marketing sebagai Pohon dari kegiatan produksi konten, infrastrutur dan lainnya terkait Digital Marketing.

2.2 Foto PT.GROEDU LIMARDI INDONESIA



Gambar 2.1 Head Office PT.Groedu Limardi Indonesia

2.3 Alamat dan Kontak Perusahaan

Berikut adalah alamat dan kontak PT. Groedu Limardi Indonesia:

Tempat: PT. Groedu Limardi Indonesia

Alamat: Jl. Graha Gunung Anyar Kav 35 – Surabaya

Telpon & Faks: 081-13444910 (Call Only)

Contact Person: Stanislaus Dwi, ST., MBA | Direktur | 0818521172/081252982900

Email: groedu@gmail.com

Website: <https://digitalmarketingindonesia.com/>

2.4 Visi dan Misi PT. Groedu Limardi Indonesia

PT. Groedu Limardi Indonesia memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

2.4.1 Visi

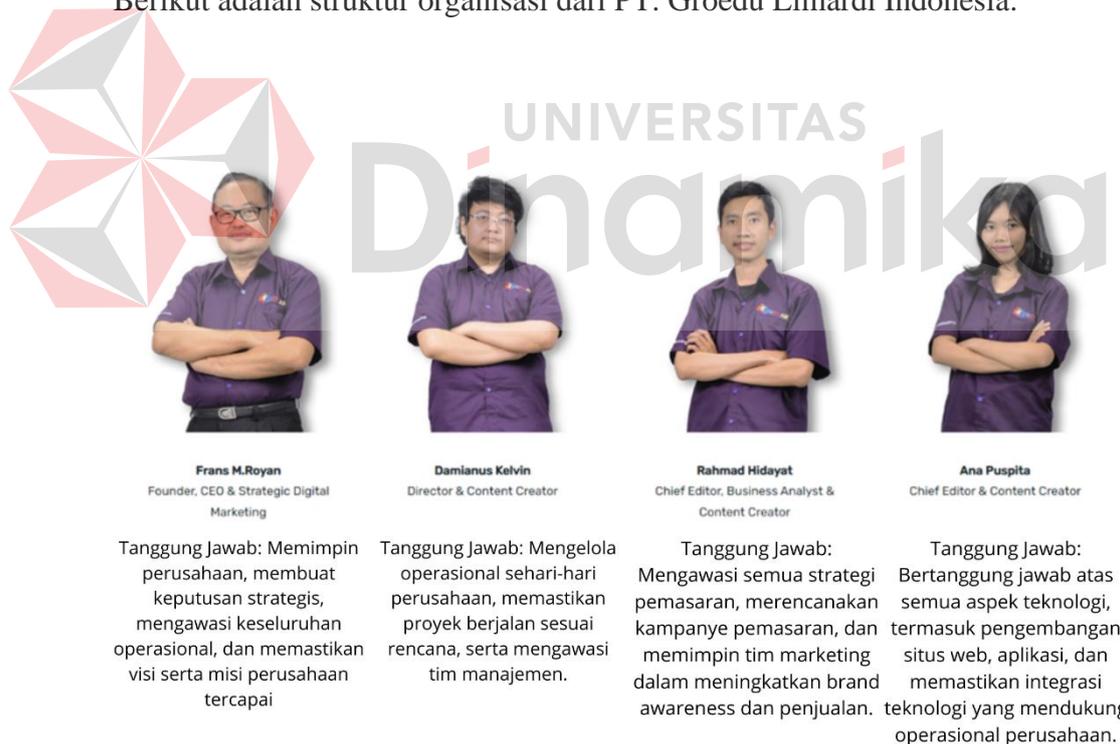
Menjadi perusahaan terkemuka dan terpercaya dibidang jasa pendidikan dan konsultasi bisnis di Indonesia yang berstandar internasional.

2.4.2 Misi

Menyediakan jasa pendidikan dan konsultasi manajemen bisnis di bidang pemasaran, kewirausahaan dan pengembangan sumber daya manusia, dengan standard internasional.

2.5 Struktur Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi dari PT. Groedu Limardi Indonesia:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Groedu Limardi Indonesia

Berikut adalah proposi karyawan di PT. Groedu Limardi Indonesia :

1. Founder, CEO & Strategic Digital Marketing : Yang memiliki perusahaan, pihak yang mempunyai hak untuk mengawasi serta memobilisasi perkembangan perusahaan agar bisa berjalan lancar dan sesuai visi & misi perusahaan.
2. Director & Content Creator : bagian yang mengelola operasional sehari-hari perusahaan, memastikan proyek berjalan sesuai rencana, serta mengawasi tim manajemen.
3. Chief Editor, Business Analyst & Content Creator : selaku supervisor tim manajemen yang mengawasi semua strategi pemasaran, merencanakan kampanye pemasaran, dan juga memimpin tim marketing dalam meningkatkan brand *awareness* dan penjualan.
4. Chief Editor & Content Creator : bertanggung jawab atas jalannya operasional pemasaran, mendukung supervisor dalam usaha meningkatkan brand *awareness* dan penjualan.

2.6 Fokus Bidang Kerja

PT.Groedu Limardi Indonesia memiliki beberapa tim marketing yang dimana kerja praktik ini penulis bergabung dengan bagian digital marketing yang fokus pada pembuatan media – media website dan instagram untuk PT.Groedu Limardi Indonesia.

BAB III

LANDASAN TEORI

Dalam pengembangan dan pengelolaan yang dilakukan, diperlukan teori – teori yang akan membantu dalam mengerjakan penelitian laporan ini dan dapat mengembangkan dan mengelola media sosial dengan baik. Pada bab ini akan dijelaskan tentang teori – teori yang akan digunakan dalam pengembangan dan pengelolaan media sosial agar menjadi sebuah laporan yang terancang rapih. Teori – teori yang digunakan juga disertakan sumber teori tersebut yang membedakan isi laporan dan sumber sehingga terhindar dari penjiplakan.

3.1 Media Sosial

Media Sosial merupakan sebuah media instan yang memiliki berbagai macam fungsi dan perannya. Media Sosial digunakan bukan hanya sebagai sarana pertukaran pesan melainkan juga menyediakan sarana bagi para penggunanya untuk memperoleh dan mengakses sebuah informasi melalui berbagai macam platform yang tersedia. Adapun berbagai macam media sosial saat ini, yakni Instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok. Kebutuhan manusia yang tidak dapat dipisahkan. Sosial Media pada era ini dianggap sebagai sebuah wadah bertukar pesan dan memperoleh suatu informasi yang terbilang cukup efektif dan efisien yang digunakan untuk menyebarluaskan berbagai jenis informasi kepada khalayak luas, terlepas jarak ataupun waktu.

Media sosial Instagram sangat cocok digunakan sebagai media promosi, karena fitur-fitur yang disediakan sangat membantu untuk aktivitas promosi berbagai macam brand. Instagram diketahui menjadi salah satu dari beberapa jenis media sosial yang disukai oleh masyarakat diseluruh dunia. Indonesia dianggap sebagai target pasar yang terbilang baik dalam kaitan penggunaan Instagram. Fitur-fitur yang tersedia pada Instagram seperti *Reels*, Instagram Story dan Instagram Post menjadi salah satu alasan para pebisnis memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi produk yang dihasilkan.

3.2 Video

Secara empiris kata video berasal dari sebuah singkatan yang dalam bahasa Inggris yaitu visual dan audio. Kata “Vi” adalah singkatan dari Visual yang berarti gambar, kemudian pada kata Deo adalah singkatan dari Audio yang berarti suara. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan pemahaman bahwa video merupakan seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara dalam waktu bersamaan. Pada dasarnya hakekat video adalah mengubah suatu ide atau gagasan menjadi sebuah tayangan gambar dan suara. (Tonni Limbong, 2020)

Sejarah video dimulai dengan penemuan film dan teknologi perekaman gambar bergerak pada akhir abad ke-19. Pada awalnya, video direkam menggunakan film seluloid dan diputar melalui proyektor. Dengan kemajuan teknologi, video kemudian beralih ke format digital, memungkinkan penyimpanan dan distribusi yang lebih mudah melalui media elektronik dan internet. (Kurniawan, 2022)

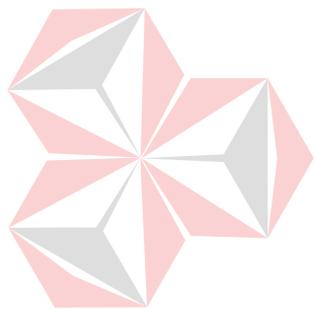
Reels adalah format video pendek yang diperkenalkan oleh platform media sosial untuk memungkinkan pengguna berbagi konten video dengan durasi singkat. Fitur ini dirancang untuk memudahkan pembuatan dan konsumsi video kreatif, seringkali dengan penambahan musik, efek, dan filter. Reels sangat mirip dengan format video pendek lainnya, seperti TikTok, dan sering digunakan untuk hiburan, edukasi, atau promosi.

Pada Agustus 2020, Instagram meluncurkan fitur Reels sebagai tanggapan terhadap popularitas TikTok dan untuk memperluas opsi konten video di platform mereka. Reels memungkinkan pengguna Instagram membuat video hingga 90 detik dengan berbagai alat kreatif.

3.3 Tujuan Video Promosi

Untuk menunjukkan produk dan layanan kepada target audiens dengan cara yang menarik dan efektif. Video promosi dapat digunakan untuk instansi, perusahaan, organisasi, maupun individu. Tujuan video promosi adalah untuk membangun *awareness* masyarakat tentang produk atau layanan. Dalam rangka mencapai tujuan kampanye pemasaran, analisis dan evaluasi juga penting untuk dilakukan. Perusahaan dapat memantau kinerja video promosi dengan mengumpulkan data dan

statistik yang relevan, seperti jumlah tampilan, interaksi, dan konversi. Data ini dapat membantu perusahaan dalam membuat keputusan tentang strategi pemasaran selanjutnya dan menyesuaikan kampanye pemasaran agar lebih efektif. (Tangsi, 2023)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini akan penulis jelaskan tentang apa yang dikerjakan selama bekerja di PT.Groedu Limardi Indonesia.

4.1 Deskripsi Pekerjaan

Penulis diberikan beberapa tugas dari perusahaan pada saat pelaksanaan kerja praktik di PT.Groedu Limardi Indonesia. Penulis pada saat itu bergabung dengan salah satu anak perusahaan D'royan digital marketing yaitu tim digital marketing, disini penulis diberi tugas meliputi membuat artikel untuk website PT.Groedu Limardi Indonesia, desain grafis pembuatan *feed* media sosial yang akan di *posting* di Instagram PT.Groedu limardi Indonesia, dan membuat content video berupa reels *instagram*. Berikut adalah tahapan proses dan detail pengerjaan :

Artikel:

1. Melakukan riset sesuai topik yang akan dipakai di dalam artikel.
2. Memperkuat konsep artikel agar target pembaca tertarik.
3. Membuat artikel lebih ke spesifik target pembacanya.
4. Baca, revisi, dan ulangi.

Desain grafis:

1. Perancangan konsep yang akan dipakai.
2. Peletakan (logo dan Isi postingan) dan ukuran post (1000px x 1000px) yang sesuai dengan yang ditentukan.
3. Proses pembuatan *feed*.

Content Video:

1. Menentukan tujuan video.
2. Melakukan riset target audiens

3. Membuat storyboard
4. Mencari asset konten video yang relevan dan menarik disesuaikan dengan storyboard.
5. Editing

4.2 Ide dan Konsep

Dalam proses pengerjaan perancangan video *reels* ide dan konsep yang sesuai dengan “gaya visual” dari pihak PT.Groedu Limardi Indonesia Pada tahapan ini dilakukannya pembuatan ulang apabila terjadi kesalahan dan dapat diulang berkali – kali hingga mendapat hasil yang diinginkan.

Untuk pencarian ide dan konsep dilakukannya *brainstorming* dan pencarian referensi yang dapat digunakan dalam merancang video *reels* tersebut. Pemakaian video yang sesuai dengan gaya visual dan juga konten video yang dapat membuat orang tertarik adalah hal yang diperlukan dalam proses pembuatan video *reels* tersebut.

Konsep disesuaikan dengan keperluan atau sesuai dengan gaya visual PT.Groedu Limardi Indonesia, yaitu:

1. Sempel

Sempel atau sederhana dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mudah dikerjakan atau dimengerti (tidak berbelit-belit); sederhana. Visual video *reels* yang akan diterapkan dengan desain yang tidak terlalu berbelit-belit

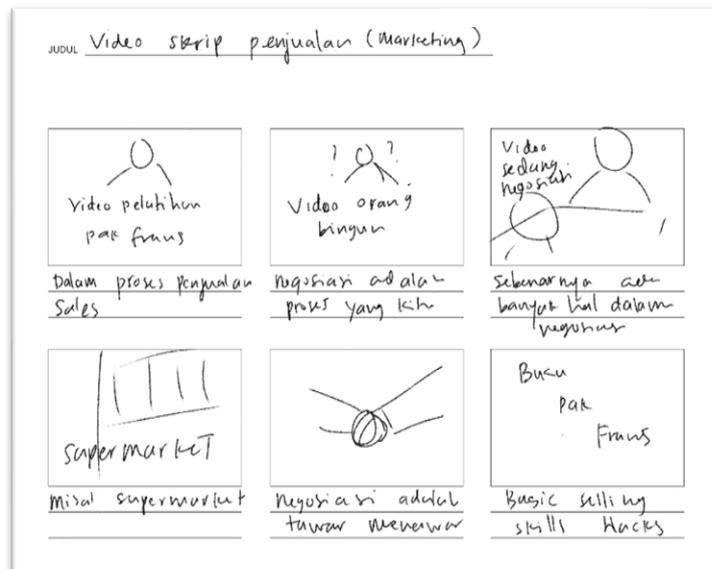
2. Profesional

Profesionalisme atau Profesional dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang dengan mutu, kualitas, dan tindak tanduk. Video *reels* yang akan diterapkan dengan desain yang rapi, kons

4.3 Proses Pengambilan Video

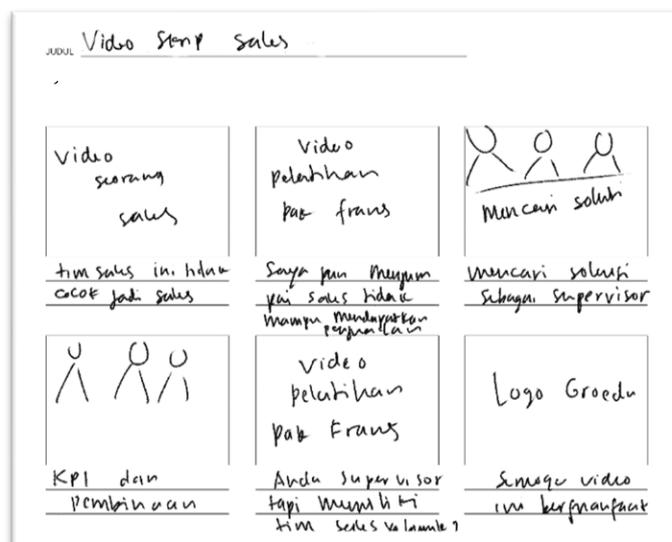
Dalam proses pengerjaan, dilakukannya proses pembuatan storyboard untuk pembuatan *reels* yang nantinya akan dibuat. Proses ini dilakukan agar desain yang

akan dibuat lebih maksimal dan sesuai dengan konsep dan permintaan sebelum dilanjutkan ke proses pengambilan video.



Gambar 4.1 Storyboard video reels marketing

Gambar 4.1 merupakan perancangan storyboard berupa video reels pelatihan sales Perusahaan PT. Groedu Limardi Indonesia. Video reels adalah alat pemasaran yang digunakan untuk PT.Groedu Limardi Indonesia. Tujuan utama video adalah untuk memperluas *awareness* tentang jasa yang ditawarkan oleh PT.Groedu Limardi Indonesia.

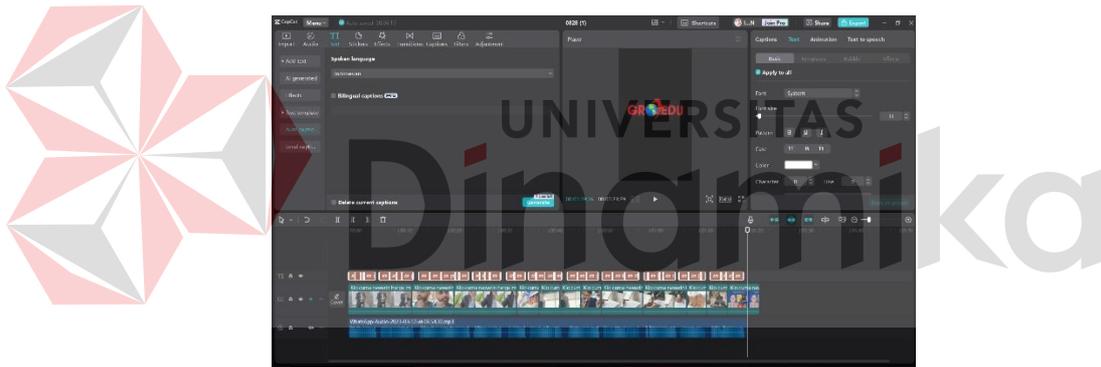


Gambar 4.2 Storyboard video reels Sales

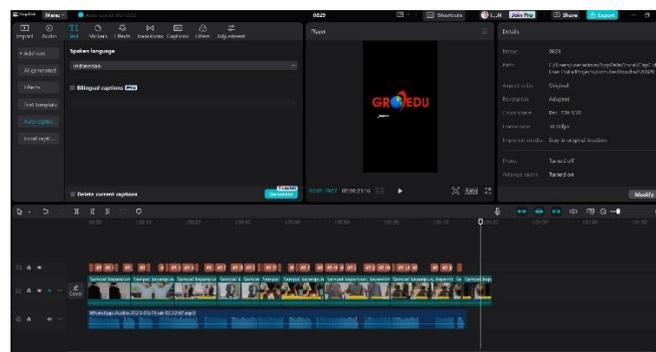
Pada Gambar 4.2 storyboard video *reels* PT. Groedu Limardi Indonesia bagian belakang. Video harus terlihat menarik dengan gaya visual PT.Groedu Limardi Indonesia Simple dan profesional dan bahasanya mudah dipahami oleh audiens agar orang mudah tertarik dengan apa yang dipromosikan. Video *reels* adalah video yang berdurasi satu menit yang memberikan detail singkat tentang apa yang dipromosikan. Video biasanya berisi informasi dan dibuat untuk menarik perhatian. Gaya video *reels* yang umum adalah satu menit, kadang ada kalanya video *reels* berkelanjutan atau memiliki episode atau *part*.

4.4 Proses Editing dan Penggunaan Aplikasi Capcut

Setelah melakukan proses storyboard, selanjutnya dilakukannya proses editing dan pemilihan aplikasi yang akan dipakai untuk video *reels* dari storyboard yang telah dibuat sebelumnya. Aplikasi yang dipakai oleh penulis untuk menyusun dan editing adalah aplikasi Capcut.



Gambar 4.3 Proses Editing Video Reels Marketing



Gambar 4.4 Proses Editing Video Reels Sales

4.5 Hasil Karya Jadi

Setelah melakukan proses *editing*, dilakukannya revisi video *reels* Instagram untuk *step* selanjutnya. Video memiliki ratio 9:16 dengan ukuran 1080 x 1920

piksel. Pada gambar 4.5 dan gambar 4.6 Desain video *reels* perusahaan memakai warna *background* kuning dengan warna hitam untuk tulisan skrip video, nama perusahaan yaitu groedu consultant dengan warna putih transparan dan juga asset gambar logo, disini diambil dari logo perusahaan dengan bentuk persegi panjang menyesuaikan logo dari PT. Groedu Limardi Indonesia.



Gambar 4.5 Hasil karya video *reels* untuk instagram



Gambar 4.6 Implementasi video reels sales di instagram

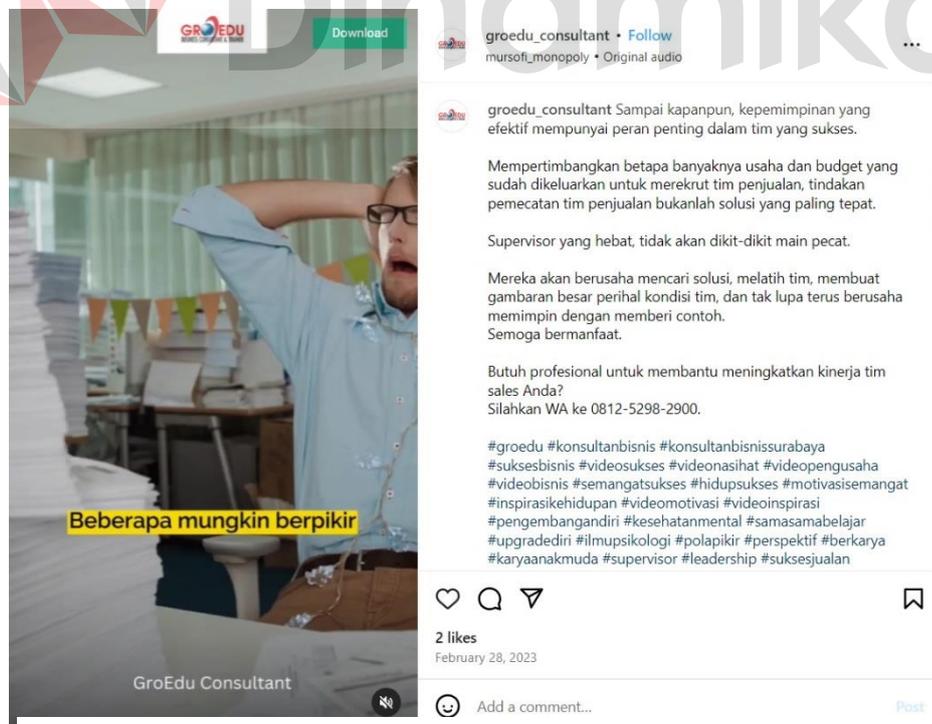
4.6 Implementasi Karya

Setelah melakukan semua proses dari ide dan karya, proses sketsa, hingga proses digital dan juga setelah dilakukannya penyesuaian atau revisi maka akan

didapatkannya hasil yang diinginkan. Hasil yang sudah sesuai dengan keinginan kemudian akan di mockup agar terlihat bagaimana hasilnya.



Gambar 4.7 Implementasi video reels di instagram



Gambar 4.8 Implementasi video reels di instagram

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam perancangan dan pengelolaan video *reels* untuk instagram perusahaan PT. Groedu Limardi Indonsia penggunaan konsep yang minimalis dan professional sangatlah menjadi poin utama. Proses pembuatan video *reels* perusahaan PT.Groedu Limardi Indonesia, pertama dilakukannya proses story board, kedua proses editing, dan yang terakhir implementasi media.

Dalam perancangan video *reels* ini dibuat menggunakan elemen desain yang sesuai dengan perancangan video *reels* lainnya, seperti tipografi, layout dan logo yang ada pada video PT. Groedu Limardi Indonesia disesuaikan dengan karakteristik perusahaan.

5.2 Saran

Saran yang diberikan oleh penulis setelah dilakukannya evaluasi untuk kedepannya dari perancangan video *reels*. Dianjurkan setiap perusahaan harus memperhatikan promosi yang akan dilakukan dalam meningkatkan produknya. Dikarenakan penulis sudah mencoba untuk merancang video *reels* untuk perusahaan jasa, selanjutnya penulis menyarankan untuk mencoba pengelolaan kampanye promosi pada media promosi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

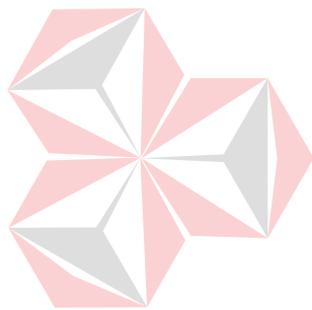
- Adi, T. (2022, April 19). *siker.id/detail/tips/1652/artikel/4-media-sosial-untuk-desainer-grafis*. Retrieved from *siker.id*: <https://www.siker.id/detail/tips/1652/artikel/4-media-sosial-untuk-desainer-grafis>
- An dhita, S. Sos., M. I. Kom, P. R. (2021). *Komunikasi Visual Volume 1*. Zahira Media Publisher.
- Baktiar, F., Damajanti, M. N., & Cahyadi, J. (2014). Perancangan Media Komunikasi Visual Tentang Perilaku Pacaran Sehat Bagi Remaja Indonesia. *Jurnal Perancangan Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1-12.
- Brown, T. (2021). *Video Content Marketing Strategies*. Los Angeles: Marketing Insights.
- Gordon, M., & Ellis, R. (2019). *The Art of Video Production*. London: Creative Media Publishing.
- Harris, S. (2018). *Video Editing: A Beginner's Guide*. San Francisco: Filmcraft Books.
- Johnson, L. (2020). *Video for Social Media: Creating Engaging Content*. Chicago: Social Media Books.
- Kurniawan, A. (2022). *Sejarah dan Evolusi Teknologi Video*. Jakarta: Media Pustaka.
- Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2013). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 1-8.
- Liu, H. (2023). *Streaming Media and the Future of Video Distribution*. Boston: Media Trends Publishing.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). PERILAKU KONSUMTIF DIKALANGAN REMAJA. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 1-6.
- Miller, J. (2019). *Film and Video Production: An Overview*. Oxford: Oxford University Press.
- Roberts, D. (2021). *The Science of Motion and Video*. Cambridge: Academic Press.
- Ratsja Putri, W. S., Nurwati, N., & Budiarti S., M. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA. *PROSIDING KS: Riset & PKM*, 1 - 154.

Smith, J. (2020). *Digital Video: A Comprehensive Guide*. New York: Tech Press.

Tangsi, D. C. (2023). *Video promosi*. Makassar: Badan Penerbit UNM .

Tonni Limbong, E. n. (2020). *Multimedia : Editing Video dengan Corel VideoStudio X10*. Medan: Yayasan kita menulis.

Wang, Y. (2022). *Innovations in Video Technology: From Analog to Digital*. Seoul: Tech World Publishing.



UNIVERSITAS
Dinamika