



**PERANCANGAN VIDEO KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA
PENYAMPAIAN INFORMASI TERKAIT LAYANAN KEMENTERIAN
AGAMA JAWA TIMUR**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

Muhammad Rangga

Wardana

21420100035

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERANCANGAN VIDEO KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA
PENYAMPAIAN INFORMASI TERKAIT LAYANAN KEMENTERIAN
AGAMA JAWA TIMUR**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik



Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Rangga
Wardana
NIM : 21420100035
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

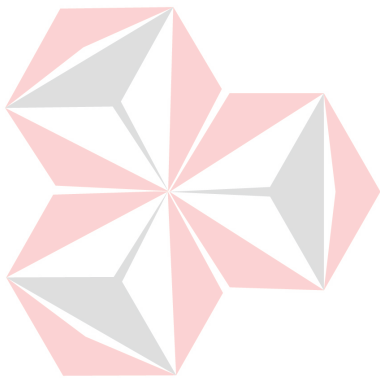
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“ lebih baik gagal karena mencoba, daripada tidak mencoba sama sekali ”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

“Dengan rasa hormat saya, laporan kerja praktik ini saya persembahkan kepada orang tua saya , taman saya dan semua pihak yang telah terlibat dan memberikan support kepada saya selama proses pengerjaannya.

Terima Kasih.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN INFORMASI TERKAIT LAYANAN KEMENTERIAN AGAMA JAWA TIMUR

Laporan Kerja Praktik Oleh :

Muhammad Rangga Wardana

NIM. 21420100035

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 11 Desember 2024



Dosen Pembimbing,

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

NIDN. 0704017701

Penyelia,



(Dwiki Iqbal Rahmawan, S.Sos.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS
Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : **Muhammad Rangga Wardana**
NIM : **21420100035**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **PERANCANGAN VIDEO KONTEN MEDIA SOSIAL
SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN INFORMASI
TERKAIT LAYANAN KEMENTERIAN AGAMA
JAWA TIMUR**

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, 15 November 2024



Muhammad Rangga Wardana
NIM : 21420100035

ABSTRAK

Perancangan video konten media sosial menjadi salah satu upaya Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur untuk menyampaikan informasi terkait layanan-layanan yang di sediakan. Sebagai bagian dari divisi Humas, penulis diberi tanggung jawab untuk merancang dan menciptakan konten video yang informatif dan menarik bagi masyarakat. Proses perancangan dimulai dari membuat brief, pengambilan video, editing video, hingga implementasi di media sosial. beberapa topik konten yang dirancang antara lain informasi IKJHI (Index Kepuasan Jamaah Haji Indonesia), dokumentasi pelantikan, serta upacara peringatan hari Kesaktian Pancasila. Melalui perancangan konten video yang kreatif dan sesuai kebutuhan, dengan harapan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai layanan-layanan yang disediakan oleh Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.

Kata Kunci: Konten Media Sosial, Video, Kementerian Agama Jawa Timur, Informasi layanan.

UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan ramhat dan karunianya saya masih diberikan kesehatan dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini dengan lancar dan baik. Oleh karena itu Laporan Kerja Praktik ini berjudul “Perancangan Video Konten Media Sosial Sebagai Media Penyampaian Informasi Terkait Layanan Kementerian Agama Jawa Timur” dapat terselesaikan dengan lancar sesuai dengan waktu dan ketentuan yang ditetapkan.

Laporan Kerja Praktik yang disusun ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika. Dengan kesuksesan Kerja Praktik dan penyusunan Laporan Kerja Praktik ini berkat adanya dukungan dari berbagai pihak yang mulai dari secara langsung maupun tidak. Dengan adanya itu diucapkan Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. Bapak Karsam, MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif;
3. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA. selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
4. Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan, memberikan saran dan masukan, selama pelaksanaan Kerja Praktik.
5. Bapak Mohammad Muflih selaku Kepala Humas Kanwil Kementerian Agama Jawa Timur.
6. Bapak Dwiki Iqbal Rahmawan, S.Sos. selaku penyelia selama Kerja Praktik Serta Rekan kerja di Kanwil Kementerian Agama Khususnya team Humas yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang berharga.



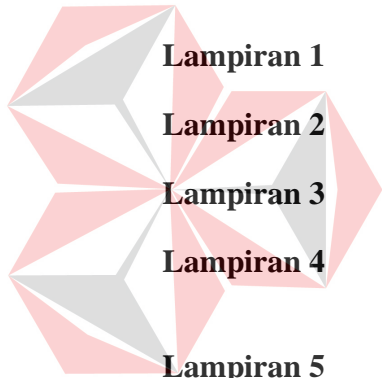
Surabaya, 5 Januari 2025
Muhammad Rangga Wardana.

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	10
BAB I	11
PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Tujuan.....	13
1.5 Manfaat	13
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	13
1.5.2 Bagi Instansi	13
1.5.3 Bagi Akademik	13
1.6 Pelaksanaan	14
1.6.1 Detail Intstansi.....	14
1.6.2 Periode.....	14
1.7 Sistematika penulisan	14
BAB II.....	16
GAMBARAN UMUM INSTANSI	16
2.1 Sejarah Instansi.....	16

2.2	Visi dan Misi	18
2.3	Profil Instansi	18
2.3.1	Visi	19
2.3.2	Misi	19
2.4	Logo Instansi	19
2.5	Lokasi	20
2.6	Struktur Organisasi.....	20
BAB III		22
LANDASAN TEORI		22
3.1	Sosial Media.....	22
3.2	Konten	22
3.1.1	Instagram.....	22
3.1.2	Reels.....	23
3.3	Promosi	23
3.4	Video.....	23
3.5	Warna.....	23
3.6	Tipografi	24
BAB IV.....		25
DESKRIPSI PEKERJAAN		25
4.1	Penjelasan Pekerjaan.....	25
4.2	Posisi dalam Pekerjaan.....	25
4.3	Briefing.....	25
4.4	Software dan Alat yang digunakan	26
4.5	Proses Perancangan Video Konten.....	26
4.5.1	Tahapan pembuatan	26
4.5.2	Tahap Pengambilan Video	27
4.5.3	Tahap Editing Video	27
4.5.4	Tahap Pengajuan	28

4.5.5	Tahap Rendering.....	28
4.5.6	Tahap Implementasi Media	29
A.	Konten informasi IKJHI	29
B.	Konten Dokumentasi Pelantikan.....	30
C.	Konten Upacara Hari Kesaktian Pancasila.....	30
BAB V	31
PENUTUP	31
5.1	Kesimpulan.....	31
5.2	Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1	Surat Balasan Instansi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2	Form KP – 5 Acuan Kerja.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3	Form KP – 6 Log Harian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4	Form KP – 7 Presensi Kerja Praktik	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5	Kartu Bimbingan Dosen	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 DATA PERKEMBANGAN SOCIAL MEDIA	11
GAMBAR 2.4.1 LOGO KEMENTERIAN AGAMA.....	19
GAMBAR 2.5.1 PETA LOKASI WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI JAWA TIMUR.....	20
GAMBAR 2.6.1 GEDUNG KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI JAWA TIMUR	20
GAMBAR 2.6.2 STRUKTUR ORGANISASI KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI JAWA TIMUR	21
GAMBAR 3.5.1 TEORI WARNA.....	24
GAMBAR 4.5.1.1 PEMBUATAN STORYLINE	26
GAMBAR 4.5.2.1 TAHAP PENGAMBILAN VIDEO	27
GAMBAR 4.5.3.1 TAHAP EDITING VIDEO	28
GAMBAR 4.5.5.1 TAHAP RENDERING	28
GAMBAR 4.5.6.1 IMPLEMENTASI VIDEO KONTEN IKJHI	29
GAMBAR 4.5.6.2 IMPLEMENTASI VIDEO DOKUMENTASI PELANTIKAN	30
GAMBAR 4.5.6.3 IMPLEMENTASI KONTEN UPACARA HAR KESAKTIAN PANCASILA.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media Kementerian Agama merupakan lembaga pemerintah yang bertugas mengurus hal-hal yang berkaitan dengan agama sesuai dengan kepercayaan umat di Indonesia. Di setiap provinsi terdapat kementerian agama, khususnya di Provinsi Jawa Timur yang terletak di jalan raya Bandara Juanda No.26, Gedangan, Sidoarjo, Jawa Timur. Kementrian agama mempunyai beberpa misi tersendiri yaitu antara lain meningkatkan kualitas kesalehan umat beragama, memperkuat moderasi beragama dan kerukunan umat beragama, meningkatkan layanan keagamaan yang adil, mudah dan merata, serta meningkatkan layanan pendidikan yang bermutu dan merata.



Gambar 1.1 Data Perkembangan Social Media

(Sumber: Wearesocial.com)

Pada Zaman digital saat ini telah menghasilkan perubahan yang sangat signifikan pada berbagai bidang kehidupan masyarakat, termasuk pola interaksi sosial mereka. Penggunaan teknologi digital yang semakin meluas ke segala aspek kehidupan telah mempengaruhi tren komunikasi masyarakat yang berpindah ke ruang virtual melalui media sosial. Sehingga hal ini dapat dimanfaatkan sebagai alat penyampai informasi mulai dari tiap individu, perusahaan, organisasi, bahkan sampai instansi pemerintahan. Di era sekarang jutaan orang di dunia termasuk indonesia menggunakan platform seperti Tiktok, Instagram, Facebook, X, Dan youTube sebagai alat berinteraksi, mencari informasi atau berita dan juga sebagai alat berkomunikasi di media sosial. Dilansir dari We Are Social, pada Januari 2024 jumlah pengguna media sosial yang aktif di indonesia yaitu 139 juta pengguna sama halnya dengan 49.9 %

populasi Negara.

Setiap organisasi memiliki struktur yang dimana salah satu bagian yang memiliki fungsi hubungan masyarakat (HUMAS). Humas dalam suatu instansi pemerintahan memiliki peranan yang sangat penting. Humas memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang jelas dan relevan kepada masyarakat serta membangun hubungan positif antara masyarakat tertentu

Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang penting bagi Humas untuk melakukan kampanye dan sosialisasi program kepada masyarakat. Humas dapat dengan mudah menyebarkan informasi ke lini depan melalui update status/postingan di media sosial.

Memanfaatkan seluruh media sosial yang digunakan oleh masyarakat saat ini seperti Instagram, Tiktok, Facebook, X dan Youtube adalah salah satu cara bagian Humas Kantor wilayah Kementerian Agama untuk menyampaikan informasi kepada Masyarakat

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam Kerja Praktik di Kanwil Kementerian Agama Jawa Timur adalah:

“Bagaimana merancang video konten media sosial sebagai media penyampaian informasi terkait layanan Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur?”

1.3 Batasan Masalah

Terdapat batasan masalah yang telah ditetapkan agar laporan Kerja Praktek lebih jelas dan terarah, sebagai berikut :

1. Merancang kebutuhan ide konten media sosial untuk memenuhi tugas pokok bagian Humas dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada masyarakat secara kreatif.
2. Merancang video konten media sosial yang masih dalam lingkup dan menyesuaikan kebutuhan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.
3. Software yang digunakan selama kerja Praktik ini mengikuti software yang terpasang dan digunakan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur. Software yang digunakan yaitu CapCut , Adobe Premiere Pro,

Adobe Illustrator dan Canva.

1.4 Tujuan

Tujuan dari melakukan kegiatan Kerja Praktik di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur adalah sebagai berikut :

1. Merancang video konten media sosial sebagai media penyampaian informasi terkait layanan Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.
2. Merancang kebutuhan ide konten media sosial untuk memenuhi tugas pokok bagian Humas dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada masyarakat secara kreatif.
3. Merancang video konten media sosial yang masih dalam lingkup dan menyesuaikan kebutuhan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.

1.5 Manfaat

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Memperoleh pengalaman kerja secara langsung atau secara nyata disuatu instansi atau Perusahaan.
2. Memperoleh jejaring atau realsi dalam industri kreatif.
3. Dapat Memperoleh pengalaman cara bekerja sama dalam satu Tim secara Profesional.

1.5.2 Bagi Instansi

1. Membantu perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan selama malakukan kegiatan Kerja Praktik berlangsung.
2. Mempermudah Perusahaan dalam mencari tenaga kerja di bidang Desain Komunikasi Visual.
3. Mempererat hubungan perusahaan dengan perguruan tinggi.

1.5.3 Bagi Akademik

1. Perguruan tinggi menjalin hubungan dan kerjasama dengan pihak perusahaan.
2. Perguruan tinggi semakin dikenal oleh perusahaan.

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Intstansi

Detail Intstansi	: Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur
Alamat	: Jl. Raya Bandara Juanda No.26, Semalang, Semabung, Kec. Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61253
Telepon	: +62 811 3018 113
Email	: kanwiljatim@kemenag.go.id
Website	: https://jatim.kemenag.go.id/

1.6.2 Periode

Tanggal Pelaksanaan : 04 September 2024 – 04 Oktober 2024
07.30 - 16.00 Senin - Jumat

1.7 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan ditujukan untuk memberikan manfaat dan mempermudah pembaca dalam memahami pembahasan dalam laporan kerja praktik ini, antara lain:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), serta sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang profil dari perusahaan tempat pelaksanaan Kerja Praktik yaitu Kantor Wilayah Kementerian Agama Jawa Timur, yang memuat beberapa profil, visi, misi, sampai deskripsi pekerjaan.

BAB III: LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan mengenai beberapa teori yang mendukung dalam perancangan konten media atau teori-teori yang mendukung dalam penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV: DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini menjelaskan tentang proses-proses dari pekerjaan yang telah dilakukan di instansi selama Kerja Praktik tepatnya di Kantor Wilayah Kementerian Agama Jawa Timur.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran mengenai Laporan KerjaPraktik di Kantor Wilayah Kementerian Agama Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian daftar pustaka berisi informasi yang terkait dengan referensi yang digunakan sebagai acuan dalam penulisan Laporan Kerja Praktik yang diperoleh dari jurnal, *website* di internet.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah Instansi

Kementerian Agama adalah kementerian yang bertugas menyelenggarakan pemerintahan dalam bidang agama. Usulan pembentukan Kementerian Agama pertama kali disampaikan oleh Mr. Muhammad Yamin dalam Rapat Besar (Sidang) Badan Penyelidik Usaha – Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia (BPUPKI), tanggal 11 Juli 1945. Dalam rapat tersebut Mr. Muhammad Yamin mengusulkan perlu diadakannya kementerian yang istimewa, yaitu yang berhubungan dengan agama.

Menurut Yamin, "Tidak cukuplah jaminan kepada agama Islam dengan Mahkamah Tinggi saja, melainkan harus kita wujudkan menurut kepentingan agama Islam sendiri. Pendek kata menurut kehendak rakyat, bahwa urusan agama Islam yang berhubungan dengan pendirian Islam, wakaf dan masjid dan penyiaran harus diurus oleh kementerian yang istimewa, yaitu yang kita namai Kementerian Agama".

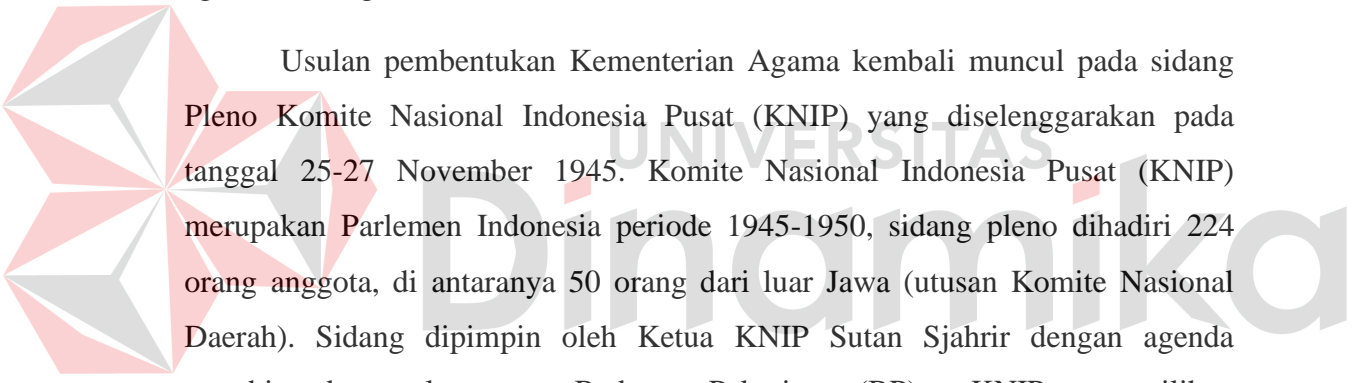
Namun demikian, realitas politik menjelang dan masa awal kemerdekaan menunjukkan bahwa pembentukan Kementerian Agama memerlukan perjuangan tersendiri. Pada waktu Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia (PPKI) melangsungkan sidang hari Ahad, 19 Agustus 1945 untuk membicarakan pembentukan kementerian/departemen, usulan tentang Kementerian Agama tidak disepakati oleh anggota PPKI. Salah satu anggota PPKI yang menolak pembentukan Kementerian Agama ialah Mr. Johannes Latuharhary.

Keputusan untuk tidak membentuk Kementerian Agama dalam kabinet Indonesia yang pertama, menurut B.J. Boland, telah meningkatkan kekecewaan orang-orang Islam yang sebelumnya telah dikecewakan oleh keputusan yang berkenaan dengan dasar negara, yaitu Pancasila, dan bukannya Islam atau Piagam Jakarta.

Diungkapkan oleh K.H.A. Wahid Hasjim sebagaimana dimuat dalam buku Sedjarah Hidup K.H.A. Wahid Hasjim dan Karangan Tersiar (Kementerian Agama, 1957: 856), "Pada waktu itu orang berpegang pada teori bahwa agama

harus dipisahkan dari negara. Pikiran orang pada waktu itu, di dalam susunan pemerintahan tidak usah diadakan kementerian tersendiri yang mengurus soal-soal agama. Begitu di dalam teorinya. Tetapi di dalam prakteknya berlainan."

Lebih lanjut Wahid Hasjim menulis, "Setelah berjalan dari Agustus hingga November tahun itu juga, terasa sekali bahwa soal-soal agama yang di dalam prakteknya bercampur dengan soal-soal lain di dalam beberapa tangan (departemen) tidak dapat dibiarkan begitu saja. Dan terasa perlu sekali berpusatnya soal-soal keagamaan itu di dalam satu tangan (departemen) agar soal-soal demikian itu dapat dipisahkan (dibedakan) dari soal-soal lainnya. Oleh karena itu, maka pada pembentukan Kabinet Parlementer yang pertama, diadakan Kementerian Agama. Model Kementerian Agama ini pada hakikatnya adalah jalan tengah antara teori memisahkan agama dari negara dan teori persatuan agama dan negara."



Usulan pembentukan Kementerian Agama kembali muncul pada sidang Pleno Komite Nasional Indonesia Pusat (KNIP) yang diselenggarakan pada tanggal 25-27 November 1945. Komite Nasional Indonesia Pusat (KNIP) merupakan Parlemen Indonesia periode 1945-1950, sidang pleno dihadiri 224 orang anggota, di antaranya 50 orang dari luar Jawa (utusan Komite Nasional Daerah). Sidang dipimpin oleh Ketua KNIP Sutan Sjahrir dengan agenda membicarakan laporan Badan Pekerja (BP) KNIP, pemilihan keanggotaan/Ketua/Wakil Ketua BP KNIP yang baru dan tentang jalannya pemerintahan.

Dalam sidang pleno KNIP tersebut usulan pembentukan Kementerian Agama disampaikan oleh utusan Komite Nasional Indonesia Daerah Keresidenan Banyumas yaitu K.H. Abu Dardiri, K.H.M Saleh Suaidy, dan M. Sukoso Wirjosaputro. Mereka adalah anggota KNI dari partai politik Masyumi. Melalui juru bicara K.H.M. Saleh Suaidy, utusan KNI Banyumas mengusulkan, "Supaya dalam negeri Indonesia yang sudah merdeka ini janganlah hendaknya urusan agama hanya disambulkan kepada Kementerian Pendidikan, Pengajaran dan Kebudayaan saja, tetapi hendaklah Kementerian Agama yang khusus dan tersendiri".

Usulan anggota KNI Banyumas mendapat dukungan dari anggota KNIP

khususnya dari partai Masyumi, di antaranya Mohammad Natsir, Dr. Muwardi, Dr. Marzuki Mahdi, dan M. Kartosudarmo. Secara aklamasi sidang KNIP menerima dan menyetujui usulan pembentukan Kementerian Agama. Presiden Soekarno memberi isyarat kepada Wakil Presiden Mohammad Hatta akan hal itu. Bung Hatta langsung berdiri dan mengatakan, "Adanya Kementerian Agama tersendiri mendapat perhatian pemerintah." Pada mulanya terjadi diskusi apakah kementerian itu dinamakan Kementerian Agama Islam ataukah Kementerian Agama. Tetapi akhirnya diputuskan nama Kementerian Agama.

Pembentukan Kementerian Agama dalam Kabinet Sjahrir II ditetapkan dengan Penetapan Pemerintah No 1/S.D. tanggal 3 Januari 1946 (29 Muharram 1365 H) yang berbunyi; Presiden Republik Indonesia, Mengingat: usul Perdana Menteri dan Badan Pekerja Komite Nasional Pusat, memutuskan: Mengadakan Kementerian Agama.

Pembentukan Kementerian Agama pada waktu itu dipandang sebagai kompensasi atas sikap toleransi wakil-wakil pemimpin Islam, mencoret tujuh kata dalam Piagam Jakarta yaitu "Ketuhanan dengan kewajiban menjalankan syariat Islam bagi pemeluk-pemeluknya."

Maksud dan tujuan membentuk Kementerian Agama, selain untuk memenuhi tuntutan sebagian besar rakyat beragama di tanah air, yang merasa urusan keagamaan di zaman penjajahan dahulu tidak mendapat layanan yang semestinya, juga agar soal-soal yang bertalian dengan urusan keagamaan diurus serta diselenggarakan oleh suatu instansi atau kementerian khusus, sehingga pertanggung jawaban, beleid, dan taktis berada di tangan seorang menteri.

2.2 Visi dan Misi

2.3 Profil Instansi

PT. Menggala Garuda Lokatara sebuah perusahaan otobus yang sudah beroperasi dari 1981 di singaraja, yang memiliki rute tetap Surabaya-Malang dan Surabaya-Jakarta. Berikut ini adalah detail informasi tentang PT. Menggala Garuda Lokatara:

Detail Instansi	: Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur
Alamat	: Jl. Raya Bandara Juanda No.26, Semalang, Semabung, Kec. Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61253.
Telepon	: +62 811 3018 113
Email	: kanwiljatim@kemenag.go.id
Website	: https://jatim.kemenag.go.id/

2.3.1 Visi

“Kementerian Agama yang profesional dan andal dalam membangun masyarakat yang saleh, moderat, cerdas dan unggul untuk mewujudkan Indonesia maju yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berdasarkan gotong royong.” perusahaan transportasi kepercayaan masyarakat

2.3.2 Misi

1. Meningkatkan kualitas kesalehan umat beragama.
2. Memperkuat moderasi beragama dan kerukunan umat beragama.
3. Meningkatkan layanan keagamaan yang adil, mudah dan merata.
4. Meningkatkan layanan pendidikan yang merata dan bermutu.
5. Meningkatkan produktivitas dan daya saing pendidikan.
6. Memantapkan tata kelola pemerintahan yang baik (Good Governance).

2.4 Logo Instansi



Gambar 2.4.1 Logo Kementerian Agama

(Sumber: jatim.kemenag.go.id)

2.5 Lokasi

Lokasi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur terletak di Jl. Raya Bandara Juanda No.26, Semalang, Semabung, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur.



Gambar 2.5.1 Peta Lokasi Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

2.6 Struktur Organisasi

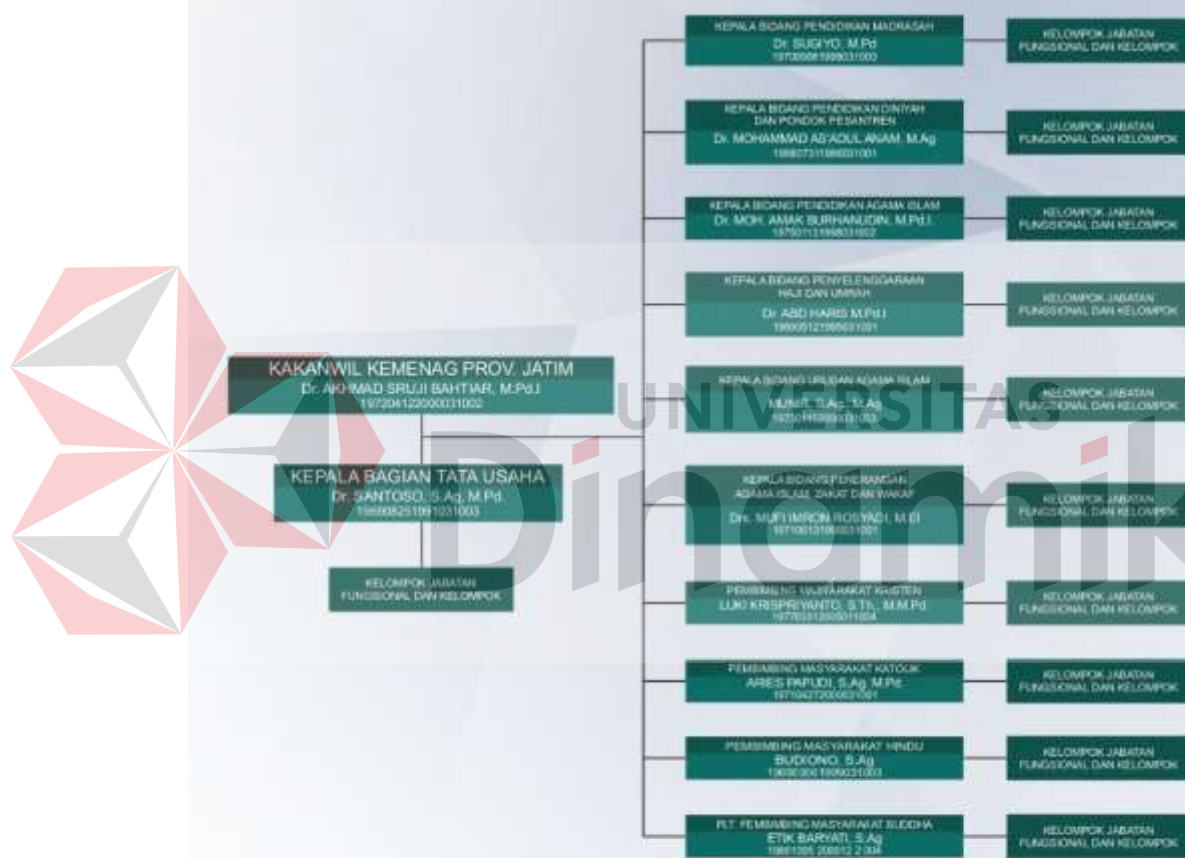


Gambar 2.6.1 Gedung Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur

(Sumber : Berkas Penulis, 2024)

Struktur organisasi adalah susunan kepengurusan atau susunan jabatan dalam suatu organisasi. Berdasarkan data perusahaan, diperoleh struktur organisasi pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur seperti berikut :

Struktur Organisasi Kanwil Kemenag Prov. Jatim Berdasarkan PMA No. 6 Tahun 2022



*Update 08 Oktober2024

Gambar 2.6.2 Struktur Organisasi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur
(Sumber : jatim.kemenag.go.id)

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Sosial Media

Media Sosial merupakan platform media online yang dimana penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi informasi, serta menghasilkan konten melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum diskusi dan dunia maya secara online (Liedfray et al., 2022).

3.2 Konten

Konten merupakan substansi atau muatan informasi digital yang dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, grafis, video, dokumen, laporan, dan lain sebagainya yang mempunyai fungsi untuk menyampaikan pesan, pengetahuan, dan hiburan kepada audiens atau pengguna media sosial (Mahmudah & Rahayu, 2020)

Sederhananya, konten dapat didefinisikan sebagai isi atau muatan informasi digital dalam berbagai bentuk dan format. Kualitas dan kreativitas konten juga menjadi kunci keberhasilan dalam menarik minat dan keterlibatan khalayak pada media sosial

3.1.1 Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan mempublikasikan foto, video, serta konten visual lainnya. Pengguna dapat menambahkan caption, efek, filter dan berbagi konten tersebut dengan teman atau pengikut (*followers*) di platform isntagram. Selain itu isntagram juga menyediakan fitu-fitur lain seperti berinteraksi dengan pengguna lain melalui likes, komentar, direct message, dan mengikuti akun-akun yang menarik bagi pengguna.

3.1.2 Reels

Reels adalah salah satu platform yang di rancang untuk video berdurasi pendek maupun panjang, dengan batas waktu hingga 10 menit saja. Reels juga merupakan tempat video yang ideal untuk konten yang berisikan tentang video penjelasan, seperti video wawancara.

3.3 Promosi

Menurut Garaika & Feriyan, (2019) Promosi atau yang juga dikenal sebagai komunikasi pemasaran merupakan proses pengkomunikasian informasi yang berguna mengenai suatu perusahaan atau produk untuk mempengaruhi calon pembeli potensial dengan tujuan membantu pencapaian tujuan pemasaran dan bisnis secara lebih luas, dimana perusahaan dapat menetapkan program promosinya berdasarkan satu atau lebih tujuan seperti memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menstabilkan penjualan, memposisikan produk, serta membentuk citra merek.

Adapun tujuan promosi menurut Martin, Alan Wayne Collins, Alex Hass, (2015) tujuan promosi adalah untuk mendukung pencapaian tujuan pemasaran dan tujuan perusahaan secara lebih luas. Perusahaan dapat merancang program promosinya berdasarkan satu atau lebih dari tujuan berikut:

1. Memberikan informasi.
2. Meningkatkan penjualan.
3. Menstabilkan penjualan.
4. Memposisikan produk.
5. Membentuk citra produk.

3.4 Video

Video berasal dari bahasa latin, *Video -Vidivisium* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan) atau dapat melihat, Video adalah media yang merekam dan menampilkan gambar-gambar bergerak yang disertai dengan unsur suara, video dapat berupa rekaman pertunjukan, acara televisi, film atau bentuk-bentuk visual bergerak lainnya yang ditampilkan melalui perangkat televisi atau layar digital (Kabelen, 2021)

3.5 Warna



Gambar 3.5.1 Teori Warna

(Sumber <https://isdi.in/blog/importance-of-colour-theory/>)

Warna dapat di definisikan sebagai kesan yang di timbulkan oleh cahaya oleh mata, menurut Monica & Luzar, (2011) menyatakan bahwa penggunaan warna yang dapat meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan informasi, ide, atau pesan yang ingin disampaikan kepada *audience*, atau target penerima. Warna juga dapat mempengaruhi persepsi, *mood*, dan emosi manusia berdasarkan maknanya. Dalam teori warna terdapat dua konsep dasar, yaitu warna *additive* dan *subtractive*. Warna *Additive* merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran cahaya, dengan warna dasar *Red, Green, Blue* (RGB), warna *additive* banyak digunakan di teknologi layar digital seperti monitor, televisi, dan proyektor. Sedangkan warna *subtractive* merupakan warna yang dihasilkan dari pencampuran pigmen atau bahan yang menyerap sebagian cahaya, warna dasar *subtractive* terdiri dari (CMYK) *cyan, magenta, yellow and key (black)*. Warna *subtractive* banyak digunakan dalam bidang percetakan, pewarnaan, dan media fisik lainnya.

3.6 Tipografi

Tipografi merupakan salah satu unsur fundamental dalam karya seni grafis yang berupa huruf, tipografi mempunyai peran ganda, yaitu sebagai elemen visual yang memiliki tampilan rupa atau bentuk huruf, serta elemen verbal yang dapat dibaca secara tekstual.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Pada saat melaksanakan kerja praktik di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur, penulis ditempatkan atau ditugaskan untuk sub bagian informasi dan Humas. Sub bagian ini bertanggung jawab atas pengelolaan kebutuhan data dan informasi secara keseluruhan, termasuk pembuatan berita dan sumber informasi yang akurat di lingkungan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur. Selain itu bagian, sub bagian informasi dan Humas mempunyai tanggung jawab dalam mengelola media sosial dan pengembangan konten kreatif yang bernilai edukasi di lingkup Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur. Pembuatan dan pengembangan konten kreatif dan edukatif sejalan dengan program yang ada di program studi Desain Komunikasi Visual, yang dimana nantinya akan di jelaskan secara umum beberapa contoh konten yang dibuat selama pelaksanaan kerja praktik..

4.2 Posisi dalam Pekerjaan

Selama melaksanakan kerja praktek di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur, penulis diberi tanggung jawab untuk melakukan membuat konten media sosial tentang layanan kepada masyarakat atau informasi, mulai dari pembuatan ide konsep konten, pengambilan video, dan juga tahap editing video. Selain itu penulis juga di berikan tugas dalam mengambil moment atau event untuk di jadikan konten harian dan upload di sosial media Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.

4.3 Briefing

Pada tahapan ini merupakan tahapan paling awal dalam melakukan perancangan video konten sosial media yang akan dibuat. Pengarahan atau briefing adalah tahap paling penting karena menjadi acuan penulis dalam membuat sebuah konten video yang sesuai dengan Kantor Wilayah Kementerian

Agama mulai dari briefing konten, persiapan peralatan, waktu dan tempat yang ditentukan. Pada tahapan pengarahan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu secara langsung maupun komunikasi melalui media elektronik. Tahap pengarahan yang didapat penulis yaitu pemberian pengarahan secara langsung.

4.4 Software dan Alat yang digunakan

Software yang digunakan selama pelaksanaan magang dan disediakan oleh pihak perusahaan Kantor Wilayah Kementerian Agama adalah software editing video yang umum seperti, Adobe Premiere Pro CC dan juga Capcut untuk alat yang digunakan untuk syuting atau take video menggunakan Camera DSLR atau Camera mirrorless, atau juga Camera Handphone.

4.5 Proses Perancangan Video Konten

4.5.1 Tahapan pembuatan

Pada Tahapan ini merupakan tahapan yang paling awal yaitu sebuah visual yang digunakan untuk merencanakan alur cerita dalam sebuah konten. pada pembuatan storyline setiap dilengkapi oleh catatan tentang dialog, adegan, dan juga aksi. Dalam proses pembuatan storyline ini dapat membantu tim dalam memahami bagaimana cerita akan berkembang, memastikan kesinambungan visual dan memudahkan komunikasi dengan.

STORYLINE KONTEN WAJIB

Wajib: 1. Dialog 1.
2. Dialog 2

Lokasi: Kantor Wilayah Kementerian Agama

No	Scene	Tempat	Waktu
1.	Scene 1: Pembukaan video dengan logo dan judul	Dialog 1: (salam pembuka)	00:00 - 00:10
2.	Scene 2: Pembukaan video dengan logo dan judul	Dialog 2: (salam pembuka)	00:10 - 00:20
3.	Scene 3: Dialog 1 (salam pembuka)	Dialog 1: (salam pembuka)	00:20 - 00:30
4.	Scene 4: Dialog 2 (salam pembuka)	Dialog 2: (salam pembuka)	00:30 - 00:40
5.	Scene 5: Pembukaan video dengan logo dan judul	Dialog 1: (salam pembuka)	00:40 - 00:50
6.			
7.			

Gambar 4.5.1.1 Pembuatan Storyline

(Sumber: Berkas Pebulis, 2024)

4.5.2 Tahap Pengambilan Video

Setelah menyelesaikan *storyline* penulis, tahap berikutnya yaitu pengambilan video, yang dimana proses ini merupakan pengambilan video yang sesuai dengan *storyline*. Pengambilan ini mengikuti urutan adegan sesuai *storyboard* dan juga melakukan pengambilan video dari berbagai sudut pandang, penulis juga melakukan pengambilan video cadangan untuk antisipatif.

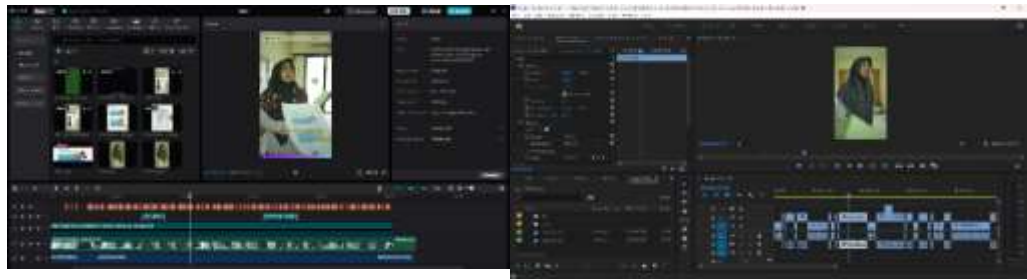


Gambar 4.5.2.1 Tahap Pengambilan Video

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

4.5.3 Tahap Editing Video

Pada tahap ini merupakan tahap *editing* video yang dimana setelah proses pengambilan video mentah selesai, tahap editing dimulai untuk menyusun, memotong, dan menyempurnakan materi, dan juga menambahkan tipografi, *background* dan *sound effect* agar menghasilkan video yang menarik dan informatif.



Gambar 4.5.3.1 Tahap Editing Video

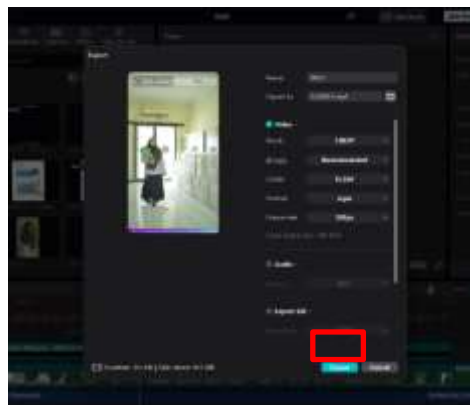
(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

4.5.4 Tahap Pengajuan

Tahap ini merupakan proses pengajuan editing video kepada kepala humas dan penyelia. Pada tahap ini, desain di evaluasi ulang untuk menentukan jika ada yang perlu di revisi atau di tambahkan, agar desain tersebut sesuai dengan konsep konten.

4.5.5 Tahap Rendering

Setelah tahap pengajuan di setuju, langkah selanjutnya yaitu tahap rendering, dimana video yang telah diedit diproses menjadi format akhir untuk siap dibagikan atau di posting di sosial media. Tahap *rendering* ini menggunakan format MP4, resolusi 1080p X 1920p, dan frame rate 30 fps agar menghasilkan hasil video yang bagus dan *High Quality*.



Gambar 4.5.5.1 Tahap Rendering

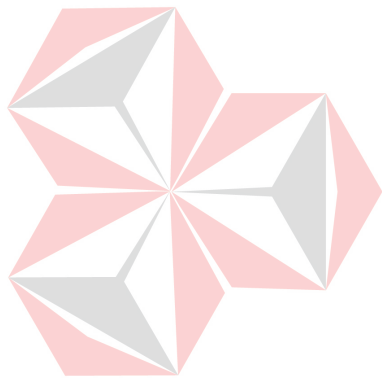
(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

4.5.6 Tahap Implementasi Media

Pada Tahap terakhir adalah implementasi, yaitu mengunggah video konten yang telah selesai ke media sosial untuk dipublikasikan. Instagram dipilih sebagai platform publikasi dan promosi karena jangkauan instagram lebih luas terhadap masyarakat. Besar harapan video konten yang telah dirancang dapat menyampaikan pesan dan informasi dengan efektif kepada masyarakat.

A. Konten informasi IKJHI

Konten ini berisikan informasi tentang IKJHI (Index Kepuasan Jamaah Haji Indonesia) yang berupa hasil survei badan pusat statistik terhadap layanan haji selama di tanah suci ditahun 2024.



Gambar 4.5.6.1 Implementasi Video Konten IKJHI

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

B. Konten Dokumentasi Pelantikan

Video ini berisikan dokumentasi Pelantikan dan pengukuhan jabatan fungsional di lingkungan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.



Gambar 4.5.6.2 Implementasi video dokumentasi pelantikan

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

C. Konten Upacara Hari Kesaktian Pancasila

Video ini merupakan dokumentasi dari acara upacara peringatan hari Kesaktian Pancasila di Kantor Wilayah Kementerian provinsi Agama Jawa Timur.



Gambar 4.5.6.3 Implementasi Konten Upacara Har Kesaktian Pancasila

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam waktu satu bulan telah melaksanakan perancangan konten-konten video yang berupa penyampaian informasi terkait layanan Kementerian Agama Jawa Timur, dan selain itu juga merancang video konten keseharian mulai dari Meet, Upacara Hari Nasional, Apel pagi. Proses perancangan video konten mencakup pengumpulan materi, pengambilan video, dan editing video, melalui perancangan video konten yang menarik dan informatif. Diharapkan dapat meningkatkan pemahaman Masyarakat mengenai berbagai layanan yang disediakan oleh Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.

5.2 Saran

Penulis menyarankan kepada perusahaan untuk terus konsisten dalam membuat konten-konten yang informatif, menarik, dan kreatif kepada masyarakat. Sehingga masyarakat bisa menerima informasi yang di butuhkan terkait layanan Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Kabelen, N. W. (2021). Perjalanan Dan Perkembangan Videography Dari Ilmu Hingga Menjadi Sebuah Profesi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 4(2), 79–86. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v4i2.600>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Martin, Alan Wayne Collins, Alex Hass, R. M. (2015). *Graphic Design and Print Production Fundamentals*. Bccampus, 196.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>