



**PERAN VIBES MEDIA DALAM MENDOKUMENTASIKAN
BERBAGAI ACARA SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUKSI
MEDIA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh :

MUHAMMAD FIKRON KHOIRUDIN

22420100004

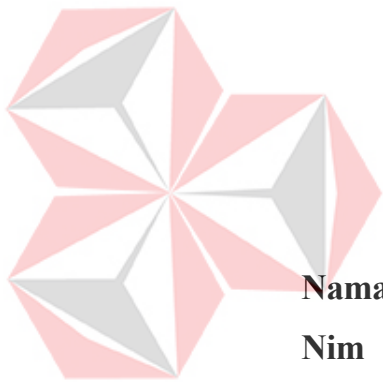
FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

**PERAN VIBES MEDIA DALAM MENDOKUMENTASIKAN
BERBAGAI ACARA SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUKSI
MEDIA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik**



Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Fikron Khoirudin
Nim : 22420100004
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

LEMBAR MOTTO



“Melangkah Pasti, Menjadi Arti”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

PERAN VIBES MEDIA DALAM MENDOKUMENTASIKAN BERBAGAI ACARA SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUKSI MEDIA

Laporan Kerja Praktik Oleh:

Muhammad Fikron Khoirudin

NIM : 22420100004

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Disetujui :

Dosen Pembimbing,



Dr. Mochammad Arifin, S.Pd.,

M.SI, MOS

NIDN. 0717106501



Surabaya, 17 Juli 2025

Kezia Angelique Riwong

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Dhika Yuan Yurisma. M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Muhammad Fikron Khoirudin**
NIM : **22420100004**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **PERAN VIBES MEDIA DALAM
MENDOKUMENTASIKAN BERBAGAI ACARA
SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUKSI MEDIA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

4. 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.
5. 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.
6. 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, 17 Juli 2025



Muhammad Fikron Khoirudin
NIM : 22420100004

ABSTRAK

Kerja praktik merupakan sarana penting bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja profesional. Laporan ini membahas pengalaman kerja praktik penulis di Vibes Media, bagian dari PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, yang bergerak di bidang desain dan branding konsultan. Penulis ditempatkan dalam divisi dokumentasi, dengan tugas utama mendokumentasikan berbagai kegiatan perusahaan dan klien melalui foto dan video, serta melakukan proses penyuntingan menggunakan perangkat lunak CapCut dan DaVinci Resolve.

Proses kerja dilakukan melalui tahapan briefing, pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Selain menghasilkan materi visual untuk media sosial dan promosi, kegiatan ini juga menjadi sarana pengembangan keterampilan teknis seperti penguasaan kamera dan editing, serta soft skill seperti komunikasi dan problem solving. Hasil kerja praktik menunjukkan bahwa dokumentasi visual yang terkonsep dengan baik mampu memperkuat identitas brand dan meningkatkan kualitas komunikasi visual perusahaan.

Kata kunci: dokumentasi visual, videografi, kerja praktik, media sosial.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PERAN VIBES MEDIA DALAM MENDOKUMENTASIKAN BERBAGAI ACARA SEBAGAI BAGIAN DARI PRODUKSI MEDIA”** dapat terselesaikan dengan baik.

Selesainya laporan kerja praktik ini dikarenakan adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada orang tua tercinta atas segala doa, dukungan, semangat, dan pengorbanan yang tiada henti.
2. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
3. **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual dan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Ibu Kezia Angelique Riwong** selaku Penyelia, seluruh Kolega Senior dan seluruh teman-teman di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;

Surabaya, Juli 2025

Muhammad Fikron Khoirudin

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Kerja Praktik.....	2
1.5. Manfaat.....	2
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	2
1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan	3
1.5.3 Bagi Akademik	3
1.6. Pelaksanaan	3
1.7. Sistematika Penulisan	4
BAB II.....	6
GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	6
2.1 Sejarah Perusahaan.....	6
2.2 Profil Perusahaan.....	7
2.3 Visi dan Misi.....	7
Menjadi mitra strategis yang mendukung pertumbuhan merek klien secara berkelanjutan melalui solusi branding yang relevan dan terukur.....	7
2.4 Logo Perusahaan	8
2.5 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia	8
2.6 Struktur Organisasi	9
2.7 Deskripsi Pekerjaan	10
BAB III.....	11
LANDASAN TEORI.....	11

3.1	Branding	11
3.2	Dokumentasi Foto dan Video dalam Dunia Profesional.....	12
3.3	Peran Dokumentasi dalam Branding	12
3.4	Keterampilan yang Dikembangkan Melalui Dokumentasi Visual	12
3.5	Pengembangan Keterampilan Melalui Magang	13
3.6	Instagram	14
3.7	Media Sosial	14
BAB IV		15
DESKRIPSI PEKERJAAN		15
BAB V PENUTUP		20
5.1.1	Bagi Perusahaan	20
5.1.2	Bagi Mahasiswa.....	21



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kantor PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia (Sumber: Dokumentasi Intern, April 2025)	7
Gambar 2. 2 Logo Perusahaan PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia setelah redesain (Sumber: Peneliti).....	8
Gambar 2. 3 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia	8
Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Capcut	15
Gambar 4. 2 Tangkapan Layar Capcut	18



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lewat pengalaman magang, mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga kemampuan beradaptasi, bekerja dalam tim, serta memahami alur kerja profesional di industri yang sesuai dengan bidang studinya. Penulis menjalani magang di Vibes Media Group, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang desain dan branding konsultan. Vibes Media membantu berbagai brand untuk membangun identitas visual dan strategi komunikasi yang kuat, baik melalui desain grafis, konten digital, hingga branding secara menyeluruh. Dalam proses branding, dokumentasi visual seperti foto dan video memiliki peran penting untuk memperkuat citra brand dan menyampaikan pesan kepada audiens dengan cara yang menarik dan tepat sasaran. Selama menjalani masa magang, penulis ditempatkan di bagian dokumentasi foto dan video.

Tugas penulis meliputi pengambilan gambar saat kegiatan internal maupun eksternal, dokumentasi event, serta pembuatan konten visual yang mendukung kebutuhan branding klien maupun kebutuhan internal perusahaan. Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses penyuntingan video dan foto agar sesuai dengan identitas visual brand yang sedang dikerjakan. Pengalaman ini sangat berarti bagi penulis karena tidak hanya menambah wawasan dan keterampilan di bidang fotografi dan videografi, tetapi juga memberikan gambaran nyata tentang bagaimana dunia kreatif bekerja, khususnya dalam mendukung proses branding yang profesional dan terarah. Melalui laporan ini, penulis ingin membagikan pengalaman, tanggung jawab, serta pembelajaran yang penulis peroleh selama magang di Vibes Media Group.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada laporan kerja praktik ini adalah :

“Bagaimana perancangan produksi media dalam mendukung kebutuhan publikasi di Vibes Media””

1.3. Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang ditentukan agar laporan tersusun dengan rapi, yaitu sebagai berikut:

1. laporan ini hanya membahas pengalaman dan kegiatan magang penulis selama berada di bagian dokumentasi foto dan video di Vibes Media Group.
2. Produksi Media yang dirancang, menyesuaikan dengan memiliki ciri khas.

1.4. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan pelaksanaan kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia melalui perancangan materi visual proyek adalah sebagai berikut:

1. Mengaplikasikan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan dalam dunia kerja nyata. Mendapatkan insight baru dan relasi yang lebih luas
2. Mengaplikasikan pengetahuan desain komunikasi visual dalam konteks dokumentasi acara musik.
3. Mengetahui alur kerja dokumentasi visual dalam lingkungan profesional.

1.5. Manfaat

Manfaat yang diperoleh selama melaksanakan kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia antara lain:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Menambah pengalaman nyata di industri kreatif.
2. Mengasah keterampilan teknis di bidang fotografi dan

videografi.

3. Memperluas relasi kerja
4. Memahami bagaimana peran dokumentasi visual dalam dunia branding.
5. Meningkatkan kesiapan menghadapi dunia kerja setelah lulus.

1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Mendapatkan kontribusi tenaga tambahan untuk mendukung proses dokumentasi dan produksi konten.
2. Menjalin hubungan kerja sama dengan dunia akademik.
3. Berbagi ilmu dan pengalaman kepada generasi muda yang tertarik di bidang desain dan branding.

1.5.3 Bagi Akademik

1. Menjadi bentuk evaluasi sejauh mana ilmu yang diberikan relevan dengan dunia kerja.
2. Dapat mengaplikasikan ilmu desain grafis pada konten media sosial dan proyek di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia
3. Meningkatkan kualitas lulusan dengan pengalaman langsung dari lapangan.

1.6. Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

Alamat : Ruko Northwest Boulevard No NV5/25/
Citriland Utara, Kec. Pakal, Surabaya, Jawa
Timur

Telepon 0821 33802358
E-mail : vibesmediamanagement@gmail.com
Website : Vibes Media

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 23 Januari 2025 – 23 Mei 2025
Waktu : Senin s.d Jumat 15.00 – 21.00 WIB (WFH dan WFO)

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 tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB II : GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, yang berisikan mengenai profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB III : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

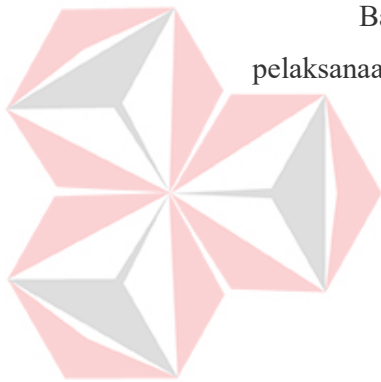
Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Kesimpulan berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan Kerja Praktik ini, sementara saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan kerja praktik.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang *Design and Branding Consultant* di Indonesia. Didirikan pada tahun 2021 dengan nama PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia yang berkantor di Ruko Northwest Boulevard No NV5/25/ Citraland Utara, Kec. Pakal, Surabaya, Jawa Timur. Perseroan dan anak perusahaan ini sama-sama bergerak di bidang *Design and Branding Consultant* yang menerima segala bentuk brand baik yang kecil maupun yang besar untuk di konsultasikan baik videografi, fotografi, desain dan branding.

Vibes Media Group adalah bagian dari PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia yang dikelola oleh PT itu sendiri. Vibes Media Group yang menyediakan tempat untuk *Design and Branding Consultant* yang juga memulai usaha pada tahun 2021 yang berlokasi sama dengan PT. Sistem karyawan dari Vibes Media Group adalah dengan menghire karyawan freelance saat ada project, videografi, fotografi, desain dan branding.

2.2 Profil Perusahaan



Gambar 2. 1 Kantor PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia (Sumber: Dokumentasi Intern, April 2025)

2.3 Visi dan Misi

Visi :

Menjadi perusahaan *Design and Branding Consultant* yang inovatif dan terpercaya dalam menciptakan identitas visual yang kuat dan berdampak melalui solusi kreatif yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Misi :

1. Memberikan layanan desain dan branding yang profesional, kreatif, dan sesuai kebutuhan klien dari berbagai sektor.
2. Mengembangkan identitas visual klien yang kuat melalui desain, fotografi, videografi, dan media promosi lainnya.
3. Meningkatkan kehadiran dan daya saing klien melalui optimalisasi media sosial dan platform digital.

Menjadi mitra strategis yang mendukung pertumbuhan merek klien secara berkelanjutan melalui solusi branding yang relevan dan terukur.

2.4 Logo Perusahaan



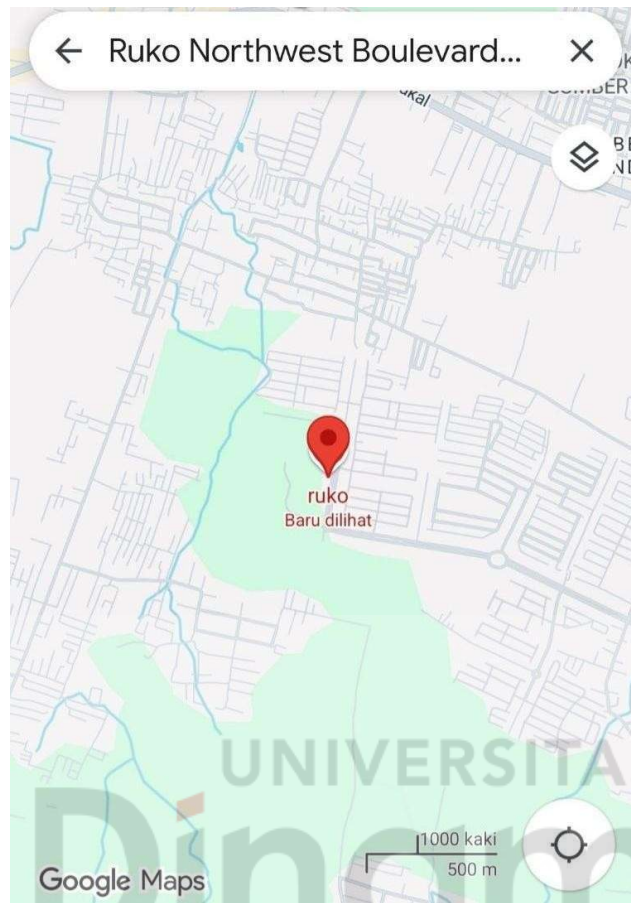
Gambar 2. 2 Logo Perusahaan PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia setelah redesain (Sumber: Peneliti)

2.5 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia



Gambar 2. 3 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

(Sumber: Dokumentasi Intern dan Penulis, April 2025)



2.6 Struktur Organisasi

PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia atau Vibes Media Group mempunyai sistem hire karyawan freelance tergantung dengan briefing job yang diberikan klien dan mempunyai 4 karyawan tetap yaitu :

1. Johan Ekatama – CEO + Founder + Creative Departement (Photographer)
2. Christopher Kevin – CMO + Creative Director (Videografer)
3. Kezia Angelique Riwong – Creative Departement + Social Media Strategist
4. Francesco Erastian Rastana – Creative Departement + Graphic Designer

2.7 Deskripsi Pekerjaan

Penulis melaksanakan kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia sebagai intern pada divisi Dokumentasi. Selama masa kerja praktik, penulis bertugas mendokumentasikan berbagai kegiatan sesuai arahan dari perusahaan dan klien. Salah satu proyek utamanya adalah mendokumentasikan acara dari klien, yang mencakup kegiatan briefing, asistensi, hingga pengambilan dokumentasi dari acara tersebut, dan editing video.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Branding

Branding adalah proses menciptakan persepsi dan citra tertentu terhadap suatu produk, layanan, atau perusahaan di benak konsumen. Branding tidak hanya soal nama atau logo, tetapi menyangkut bagaimana suatu brand membangun hubungan emosional dan kepercayaan dengan audiensnya melalui komunikasi yang konsisten dan bermakna. Menurut Keller (2016:332), *"Branding is endowing products and services with the power of a brand. It's all about creating differences."* Artinya, branding bertujuan untuk menciptakan pembeda yang membuat suatu produk lebih dikenal, diingat, dan dipercaya oleh konsumen. Dalam era digital saat ini, branding tidak hanya dilakukan melalui media cetak atau promosi verbal, tetapi juga melalui media visual seperti foto dan video.

Visual memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara cepat, membangkitkan emosi, dan memperkuat identitas sebuah brand secara lebih efektif. Seperti dijelaskan oleh (Pieters & Wedel, 2004), "People trust brands that tell compelling stories and stories are most powerful when told visually." Oleh karena itu, dokumentasi foto dan video menjadi alat penting dalam membangun narasi dan kesan yang diinginkan oleh sebuah brand. Contoh penerapan branding melalui dokumentasi visual adalah saat perusahaan merekam kegiatan internal seperti event, behind the scenes, atau aktivitas sosial. Konten ini kemudian dibagikan ke publik sebagai bentuk transparansi, pendekatan emosional, atau penguatan citra positif perusahaan.

3.2 Dokumentasi Foto dan Video dalam Dunia Profesional

Dokumentasi foto dan video adalah proses merekam momen atau kegiatan secara visual untuk keperluan penyimpanan, komunikasi, atau publikasi. Dalam dunia profesional, dokumentasi digunakan sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada publik secara visual. Menurut J. Hedgecoe (2006) dalam bukunya *The Art of Digital Photography*, "A photograph is not just a picture. It is a story captured in a frame." Pernyataan ini menekankan bahwa dokumentasi tidak hanya tentang mengambil gambar, tetapi juga tentang menyampaikan pesan dan emosi. Sementara itu, untuk media video, menurut Zettl (2011:4) dalam *Video Basics*, "Video is not just about moving pictures, it is a medium that combines visuals, sound, and time to convey messages more deeply than any other medium." Hal ini menunjukkan bahwa video sebagai dokumentasi memiliki kekuatan dalam storytelling dan membangun keterlibatan audiens secara emosional.

3.3 Peran Dokumentasi dalam Branding

Dalam perusahaan seperti Vibes Media Group yang bergerak di bidang branding konsultan, dokumentasi visual berfungsi untuk:

- A. Merekam kegiatan perusahaan dan klien
- B. Membuat konten untuk keperluan promosi atau media sosial

3.4 Keterampilan yang Dikembangkan Melalui Dokumentasi Visual

Selama menjalani magang di bidang dokumentasi visual, ada beberapa keterampilan yang dapat dikembangkan:

- A. Keterampilan Teknis.
 - Penguasaan kamera (pengaturan exposure, white balance, dll.)
 - Teknik pengambilan gambar (komposisi, angle, pencahayaan)
 - Editing menggunakan software seperti DaVinci Resolve, atau CapCut.

B. Keterampilan Komunikasi dan Kolaborasi.

- Berkoordinasi dengan tim kreatif atau klien.
- Memahami brief dan menyesuaikan dokumentasi dengan kebutuhan brand.
- Kemampuan bekerja di lapangan (event, sesi foto/video)

C. Keterampilan Problem Solving.

- Menyiasati kendala teknis di lapangan.
- Berpikir cepat saat pengambilan gambar dan video.
- Adaptif terhadap perubahan rencana atau kondisi.

Menurut Robbins (2018), keterampilan seperti problem solving, kerja tim, dan komunikasi menjadi soft skill penting yang dibutuhkan oleh industri modern, terutama di bidang kreatif.

3.5 Pengembangan Keterampilan Melalui Magang

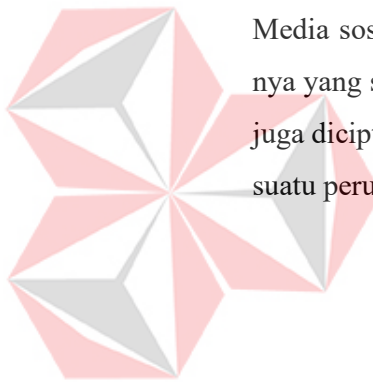
Magang menjadi media belajar yang efektif karena mahasiswa menghadapi tantangan langsung di dunia kerja. Melalui pengalaman praktik seperti dokumentasi visual, mahasiswa dapat mengevaluasi kemampuan dirinya, belajar dari kesalahan, dan memperbaiki kualitas kerjanya secara berkelanjutan. Seperti dikatakan oleh (Kolb, 1984) dalam teori pembelajaran pengalaman (experiential learning), “Learning is the process whereby knowledge is created through the transformation of experience.” Ini berarti, pengalaman magang berperan besar dalam membentuk keterampilan kerja yang tidak bisa didapatkan hanya dari teori saja.

3.6 Instagram

Instagram diambil dari kata “Insta” yang berarti instan sedangkan “gram” berasal dari telegram atau penyampai informasi secara cepat. Instagram merupakan media sosial yang paling tepat dan cepat dalam mendapatkan target audiens suatu perusahaan (Wifalin, 2016 : 2). Banyak para pengguna media sosial saat ini yang menggunakan Instagram untuk mengirim pesan, melihat video dan melakukan promosi. Didalam Instagram, dapat berbagi foto video dari segala kegiatan pemilik akun, dan juga dapat dijadikan media promosi suatu perusahaan atau organisasi.

3.7 Media Sosial

Media sosial adalah media yang memiliki akses cepat dan global dan dapat menyampaikan segera informasi yang ada (Kartini et al., 2020 : 136). Media sosial dapat mengikuti perkembangan zaman karena dari setiap inovasi nya yang semakin cepat dan instan dalam mendapatkan informasi. Media sosial juga diciptakan untuk berkomunikasi satu sama lain dan dapat mempromosikan suatu perusahaan tertentu.

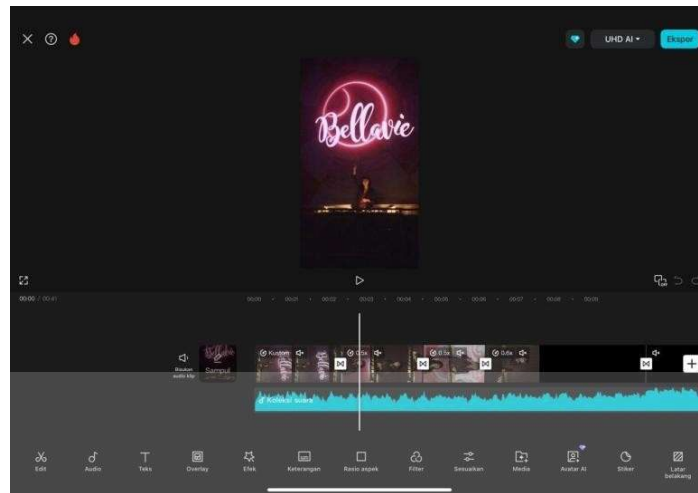


UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan



Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Capcut

Selama menjalani magang di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, penulis ditempatkan di divisi Dokumentasi dan Pembuatan konten. Tugas utama penulis adalah mengambil foto dan video kegiatan perusahaan maupun klien. Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses editing dan pengumpulan hasil dokumentasi untuk keperluan publikasi. Semua pekerjaan dilakukan berdasarkan briefing yang jelas dan terarah dari tim atau klien.

4.2 Posisi Dalam Pekerjaan

Dalam kegiatan magang, penulis berperan sebagai anggota tim dokumentasi. Tanggung jawabnya meliputi pengambilan gambar dan video, persiapan alat dokumentasi sebelum acara, serta membantu proses pascaproduksi seperti editing. Semua tugas dilakukan sesuai dengan briefing dari tim atau klien.

4.3 Briefing

Briefing berfungsi sebagai panduan dalam proses perancangan desain yang akan dibuat. Berikut adalah briefing dari pihak mentor yang diberikan kepada penulis:

1. Mengabadikan seluruh rangkaian acara sebagai materi promosi.
2. Mendokumentasi footage tambahan untuk acara Melvin Birthday.
3. Mendokumentasi acara musik dari DJ Lexology sebagai bagian dari promosi.
4. Mendokumentasi acara musik dari DJ Bellavie sebagai bagian dari promosi.
5. Mendokumentasi acara noraebang korea.

4.4 Pra-Produksi Konten

Tahap awal yang penulis kerjakan sebelum proses dokumentasi dimulai adalah pra produksi. Pada tahap ini, penulis mengikuti briefing bersama tim dokumentasi dan koordinator acara untuk membahas alur kegiatan, posisi pengambilan gambar, dan kebutuhan visual dari acara yang akan diliput. Briefing ini sangat penting agar setiap anggota tim memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan dokumentasi dan gaya video yang diinginkan.

Penulis juga mempersiapkan perlengkapan teknis seperti kamera, gimbal, baterai cadangan, memory card, serta melakukan pengecekan menyeluruh terhadap semua peralatan untuk memastikan kelayakan saat digunakan di lapangan. Jika waktu memungkinkan, penulis dan tim melakukan survei lokasi terlebih dahulu untuk menentukan titik-titik pengambilan gambar strategis, terutama dalam menangkap momen panggung, lighting, dan interaksi penonton. Tahap pra-produksi ini menjadi pondasi penting agar proses dokumentasi bisa berjalan lancar dan terarah.

4.5 Produksi Konten

Tahap produksi dilakukan saat acara berlangsung. Pada proses ini, penulis berperan aktif sebagai videografer yang mendokumentasikan berbagai momen penting dalam acara musik, seperti penampilan DJ, reaksi penonton, hingga atmosfer venue secara keseluruhan. Saya menggunakan kamera mirrorless dengan bantuan gimbal untuk menghasilkan gambar yang stabil, serta beberapa teknik handheld untuk menangkap momen yang lebih spontan dan ekspresif.

Di lapangan, saya dihadapkan pada berbagai tantangan seperti pencahayaan yang berubah ubah, ruang gerak terbatas, dan kondisi keramaian yang dinamis. Dari sini saya belajar untuk cepat beradaptasi, berpikir kritis, dan mengatur pengambilan gambar secara fleksibel. Keterampilan teknis seperti pengaturan ISO, shutter speed, white balance, serta komposisi gambar pun semakin terasah karena terus digunakan dalam kondisi nyata yang penuh tekanan. Ini menjawab rumusan masalah yang saya angkat: bahwa keterampilan teknis dan adaptasi lapangan merupakan kemampuan penting yang berkembang melalui pengalaman langsung.

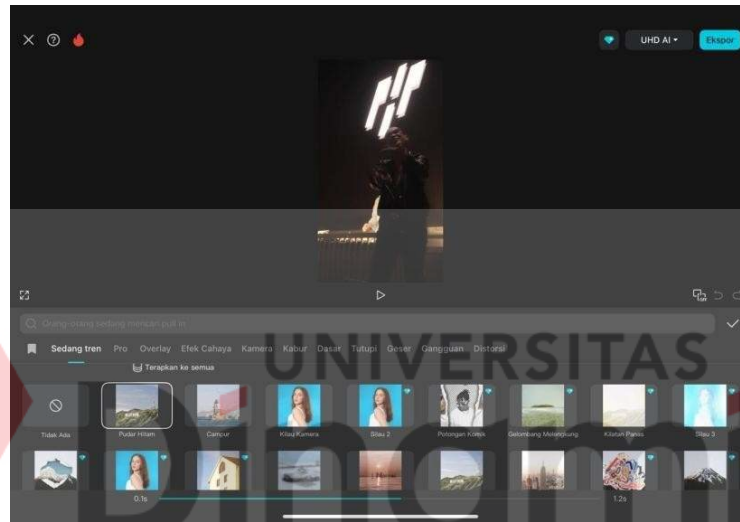
4.6 Pasca-Produksi Konten

Setelah kegiatan dokumentasi selesai, penulis memasuki tahap pasca-produksi. Kegiatan ini diawali dengan proses pemindahan seluruh file video ke media penyimpanan eksternal dan cloud sebagai backup. Penulis kemudian menyortir footage berdasarkan kategori dan urutan acara untuk mempermudah proses pengeditan.

File diberi penamaan yang sistematis agar tidak membingungkan saat proses editing berlangsung. Dalam tahap ini, penulis mengasah keterampilan manajemen file digital, ketelitian dalam memilih footage, serta penilaian terhadap kualitas visual yang layak pakai. Selain itu, proses ini juga mengajarkan penulis pentingnya sistem kerja yang rapi dan efisien dalam dunia dokumentasi profesional.

4.7 Editing Video

Tahap terakhir dalam proses dokumentasi adalah editing video. Dalam kegiatan ini, penulis menyusun seluruh footage menjadi video utuh yang dapat dinikmati oleh audiens, baik untuk keperluan publikasi di media sosial maupun sebagai dokumentasi internal. Penulis menggunakan CapCut sebagai perangkat utama dalam proses editing dasar, seperti memotong klip, menyusun urutan visual, menambahkan transisi, teks, serta menyesuaikan tempo video dengan musik latar.



Gambar 4. 2 Tangkapan Layar Capcut

CapCut memberikan kemudahan dalam proses pengeditan cepat dan responsif, terutama saat mengerjakan video berdurasi pendek seperti untuk Instagram Reels atau TikTok. Untuk kebutuhan color grading, penulis menggunakan DaVinci Resolve, yang dikenal unggul dalam pengaturan warna dan pencahayaan secara detail. Dengan software ini, penulis menyamakan tone warna antar footage, menyesuaikan eksposur, kontras, serta menciptakan nuansa visual yang sesuai dengan mood acara. Proses ini sangat penting terutama ketika dokumentasi dilakukan dalam kondisi pencahayaan yang berubah-ubah, seperti dalam konser musik.

Melalui tahap editing ini, penulis mengembangkan keterampilan dalam mengolah visual menjadi narasi yang kuat dan komunikatif. Penguasaan dua software berbeda juga mengasah fleksibilitas penulis dalam menyesuaikan

workflow sesuai kebutuhan proyek. Selain keterampilan teknis, proses ini turut mengasah sensitivitas visual dan kemampuan artistik penulis dalam menyampaikan suasana acara secara tepat melalui video.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia memberikan penulis pengalaman langsung dalam proses dokumentasi visual, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Penulis bertugas mengambil dan mengedit foto serta video untuk keperluan promosi perusahaan dan klien, menggunakan CapCut dan DaVinci Resolve.

Selain keterampilan teknis seperti penguasaan kamera dan editing, penulis juga mengembangkan soft skill seperti komunikasi, kerja tim, dan problem solving. Pengalaman ini menunjukkan bahwa dokumentasi visual yang terencana mampu memperkuat identitas brand dan menjadi alat komunikasi yang efektif, khususnya di media sosial. Kerja praktik ini menjadi wadah nyata untuk mengaplikasikan ilmu perkuliahan ke dunia kerja profesional.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan dari hasil kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia adalah sebagai berikut:

5.1.1 Bagi Perusahaan

1. Diharapkan ada kerja sama antara perusahaan dengan Universitas Dinamika Surabaya
2. Mengembangkan lebih banyak wawasan dan melek tentang dunia sosial, teknologi, dan komunikasi dalam bidang promosi, khususnya media sosial dan target pelanggan
3. Senantiasa mengembangkan ide dan inovasi dalam bidang Promosi

5.1.2 Bagi Mahasiswa

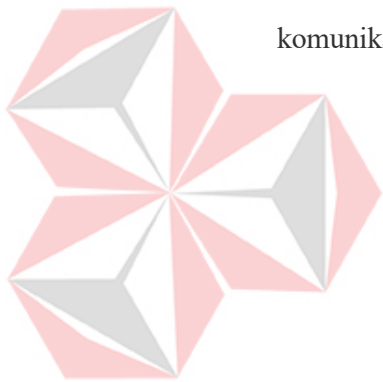
1. Menjaga nama baik Universitas Dinamika Surabaya
2. Menjaga sifat disiplin, inisiatif dan kerja sama dengan partner
3. Melaksanakan tugas dan arahan dengan baik



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Kartini, Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & Rambe, S. W. T. B. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 136–140.
- Kolb, D. A. (1984). Experiential Learning: Experience as The Source of Learning and Development. *Prentice Hall, Inc.*, 1984, 20–38.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50017-4>
- Pieters, R., & Wedel, M. (2004). *Attention Capture and Transfer in Advertising : g : Br ct o ri ria al , a n d. April.*
- Wifalin, M. (2016). Efektivitas Instagram Common Grounds. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2), 1–9. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4853/4462>



UNIVERSITAS
Dinamika