



**PERANCANGAN KONTEN VIDEO SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN INFORMASI
DIGITAL PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:

DIMAS CANDRA KURNIAWAN

22420100039

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF UNIVERSITAS
DINAMIKA
2026**

LEMBAR MOTTO

“Manusia dapat di hancurkan, manusia dapat di matikan, tetapi manusia tidak dapat di kalahkan selama manusia itu setia pada hatinya sendiri”

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN KONTEN VIDEO SEBAGAI MEDIA
PENYAMPAIAN INFORMASI DIGITAL PT NALANIRA
NUSWANTARA MEDIKA

Laporan Kerja Praktik Oleh:

Dimas Candra Kurniawan.

NIM : 22420100039

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 20 Januari 2026

Disetujui:

Dosen Pembimbing,



Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA
NIDN. 0720028701

Penyelia,



dr. Soha Faiziq, M.Ked.Klin
NUSWANTARA MEDIKA

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS

Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Dimas Candra Kurniawan**

NIM : **22420100039**

Program Studi : **Desain Komunikasi Visual**

Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**

Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**

Judul Karya : **PERANCANGAN KONTEN VIDEO MEDIA
PENYAMPAIAN INFORMASI DIGITAL PT.
NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA**

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, 20 Januari 2026



DIMAS CANDRA KURNIAWAN

NIM : 22420100039

ABSTRAK

PT Nalanira Nuswantara Medika, sebuah perusahaan rintisan di bidang teknologi kesehatan, menghadapi tantangan dalam membangun citra merek yang kuat dan konsisten di tengah persaingan digital yang ketat. Karena persaingan yang ketat, PT Nalanira Nuswantara Medika juga membuat sosial media di youtube dengan nama Dokter Traveller. Dengan adanya media sosial tersebut mudah bagi para audiens untuk mengenal Dokter Traveller. Laporan Kerja Praktik ini bertujuan untuk menjawab permasalahan tersebut dengan merancang media kreatif untuk konten media sosial. Proses perancangan dilakukan selama kerja praktik pada posisi Video Editor Intern. Ruang lingkup perancangan ini berfokus pada standardisasi identitas visual yang sudah ada, meliputi panduan penggunaan logo, palet warna, tipografi, dan gaya video, tanpa melakukan rebranding. Hasil dari kerja praktik ini adalah sebuah dokumen Video sosial media yang berfokus pada youtube yang menjadi fondasi dan acuan utama untuk PT Nalanira Nuswantara Medika, khususnya untuk platform Dokter Traveller, guna memastikan konsistensi dan profesionalisme citra merek di berbagai media.

Kata Kunci: Video, Youtube, PT Nalanira Nuswantara Medika, Dokter Traveller, Desain Komunikasi Visual, 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 **“PERANCANGAN KONTEN VIDEO SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN INFORMASI DIGITAL PT NALANIRA NUSWANTARA ”** 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. **Orang tua** selaku pendukung dan pemberi fasilitas dalam menjalankan studi selama berkuliah.
2. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
3. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai
4. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku dosen wali dan dosen pembimbing Kerja Praktik yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
5. **Dr. Sonny Fadli, Sp.OG., M.Ked.Klin.** selaku Penyelia, seluruh Kolega Senior dan seluruh teman-teman di PT Nalanira Nuswantara Medika yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
6. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini. Besar harapan penulis untuk Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan manfaat dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, 20 Januari 2026



Dimas Candra Kurniawan

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	ii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	2
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan.....	3
1.5.3 Bagi Akademik.....	3
1.6 Pelaksanaan.....	4
BAB II	5
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Sejarah Perusahaan.....	5
2.2 Profil Perusahaan	6
2.3 Visi dan Misi.....	7
2.4 Logo Perusahaan.....	8
2.5 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia.....	9
2.6 Struktur Organisasi	9
2.7 Deskripsi Pekerjaan	10
2.7.1 CEO (Chief Executive Officer)	10
2.7.2 COO (Chief Operation Officer).....	10
2.7.4 CTO (Chief Technology Officer).....	10

2.7.5 Head of IT	10
2.7.6 Head of Design	10
2.7.7 Head of Marketing	11
BAB III	12
LANDASAN TEORI.....	12
3.1 Desain Vidio	12
3.2 Video Iklan	12
3.3 YouTube	12
3.4 Media Sosial	13
3.5 Storyline.....	13
3.6 Storyboard.....	13
3.7 CapCut	13
BAB IV	15
DESKRIPSI PEKERJAAN	15
4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	15
4.2 Posisi Dalam Pekerjaan	15
4.3 Briefing	15
4.4 Software yang Digunakan	16
4.5 Proses Perancangan Konten Video Vlog	17
4.5.1 Brainstorming	17
4.5.2 Pemilihan Musik Untuk Video	17
4.5.3 Proses Editing	17
4.5.4 Final	18
4.6 Proses Perancangan Video Cinematic	18
4.6.1 Breafing	18
4.6.2 Proses Editing	18
4.6.3 Final	19
BAB V	20
PENUTUP	20
5.1 Kesimpulan	20
5.2 Saran	20
DAFTAR PUSTAKA.....	21

DAFTAR TABEL

Table 1 Video Vlog.....	16
Table 2 Konten Cinematic.....	16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika.....	8
Gambar 2 Logo kedua PT Nalanira Nuswantara Medika	8
Gambar 3 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia.....	9
Gambar 4 Susunan Kepngurusan PT Nalanira Nuswantara Medika.....	9
Gambar 5 Proses Editing Video Vlog	17
Gambar 6 Hasil Akhir	18
Gambar 7 Proses Editing.....	19
Gambar 8 Hasil akhir	19

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini masyarakat telah aktif menggunakan media sosial. Awalnya media sosial digunakan untuk bersosialisasi jarak jauh dengan kerabat atau menambah pertemanan. Seiring berjalannya waktu, sosial media juga berfungsi sebagai tempat penyebaran informasi dan promosi. Penyebaran informasi dan promosi sangat efisien dilakukan melalui sosial media. Hal tersebut dibuktikan dengan cepatnya fenomena viral bermunculan secara silih berganti. media sosial memiliki jangkauan penyebaran informasi yang sangat luas dan efektif. Hal ini merupakan peluang emas bagi perusahaan dan instansi untuk turut memanfaatkan media sosial.

Seiring dengan perkembangan zaman, lanskap komunikasi telah bergeser secara signifikan ke ranah digital. Keberhasilan sebuah perusahaan kini turut diukur dari kemampuannya untuk hadir dan berinteraksi secara efektif di platform-platform modern, di mana sebagian besar target audiensnya berada. Menyadari hal ini, PT Nalanira Nuswantara melihat media sosial sebagai kanal strategis untuk menjangkau masyarakat luas, membangun komunitas

Melihat tingginya jumlah pengguna Youtube di Indonesia, platform ini menjadi peluang strategis bagi lembaga kesehatan seperti PT. Nalanira Nuswantara Medika untuk menjangkau masyarakat luas. Melalui tim media sosial, khususnya bagian desain grafis, perusahaan berperan dalam membangun citra positif, menyebarkan edukasi kesehatan, serta mempromosikan layanan kesehatan kepada publik.

YouTube telah tumbuh menjadi salah satu platform yang sangat efektif untuk pemasaran digital. Platform ini menawarkan jangkauan global, basis pengguna yang besar, dan potensi konversi yang tinggi. Bagi bisnis kecil dan besar, YouTube menyediakan alat yang kuat untuk meningkatkan brand awareness, membangun interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Artikel ini akan membahas mengapa YouTube penting bagi pemasaran digital dan memberikan tips praktis untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran melalui YouTube.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang di angkat adalah

1. Bagaimana peran tim media sosial, khususnya bagian editor video, dalam membangun citra positif perusahaan melalui konten YouTube?
2. Bagaimana peran media sosial khususnya YouTube, sebagai saran penyebaran informasi, edukasi kesehatan, dan promosi layanan PT Nalanira Nuswantara Medika?
3. Bagaimana kesesuaian konten YouTube yang proses produksi dengan kebutuhan informasi dan karakteristik target audiens di era digital

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penggunaan media sosial YouTube sebagai sarana penyebaran informasi, promosi, dan edukasi kesehatan oleh PT Nalanira Nuswantara Medika.
2. Contoh pengeditan video akan dibuat dalam bentuk video vlog.
3. Isi konten yang dirancang terbatas pada topik promosi dan edukasi mengenai layanan kesehatan yang dimiliki PT Nalanira Nuswantara Medika

1.4 Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari pelaksanaan Kerja Praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika adalah Merancang Penyampaian informasi Digital di platform YouTube untuk salah satu akun PT Nalanira Nuswantara Medika yaitu Dokter Traveller untuk meningkatkan daya tarik audiens.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh selama melaksanakan kerja praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan ilmu yang di dapatkan selama perkuliahan berlangsung
2. Meningkatkan kemampuan manajemen waktu dan target kerja
3. Memahami produksi konten secara menyeluruh
4. Memperluas relasi
5. Memahami kebutuhan audiens dan tujuan konten
6. Meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan menghadapi dunia kerja

1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu PT Nalanira Nuswantara Medika Dalam perancangan konten kreatif
2. Meningkatkan produktivitas kreatif
3. Memperkuat hubungan antara perusahaan dan perguruan tinggi

1.5.3 Bagi Akademik

1. Meningkatkan akademik mahasiswa
2. Memahami alur kerja editing video secara nyata
3. Menjadi bekal awal untuk dunia kerja setelah lulus
4. Meningkatkan kepercayaan diri melalui hasil karya nyata

1.6 Pelaksanaan

- a. Detail Perusahaan
- | | |
|-----------------|--|
| Nama Perusahaan | : PT. Nalanira Nuswantara Medika |
| Alamat | : Jl. Manyar Tirtoasri XI NO. 22, Menur
Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya,
Jawa Timur, 60118 |
| Telepon | : 0812-3453-4260 |
| E-Mail | : doktersonny@gmail.com |
| Website | : Hamilku.id |
| Hari Kerja | : Senin-jumat |
| Jam Kerja | : 08.00-16.00 |
- a. Periode
- | | |
|---------------------|-------------------------------------|
| Tanggal Pelaksanaan | : 20 Oktober 2025 – 1 Desember 2025 |
| Waktu | : Senin-Jumat, 08.00-16.00 (WFH) |

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Nalanira Nuswantara Medika adalah sebuah perusahaan rintisan (startup) Indonesia yang bergerak di bidang teknologi kesehatan atau health- tech. Perusahaan ini didirikan oleh Dr. Sonny Fadli, Sp. OG., M. Ked. Klin., yang memiliki latar belakang sebagai dokter spesialis kebidanan dan kandungan sekaligus seorang akademisi di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Keahlian ganda pendirinya menjadi landasan utama bagi perusahaan dalam mengembangkan solusi inovatif yang menggabungkan keilmuan medis dengan teknologi untuk menjawab tantangan kesehatan di masyarakat.

Produk utama yang menjadi fokus perusahaan adalah platform digital bernama Hamilku.ID dan Dokter Traveller. Platform ini dirancang khusus sebagai asisten digital bagi para ibu hamil di seluruh Indonesia. Fitur unggulannya adalah kemampuan untuk melakukan deteksi dini risiko kehamilan secara mandiri melalui digitalisasi Kartu Skor Poedji Rochjati (KSPR), sebuah metode skrining yang sudah teruji. Selain itu, Hamilku.ID juga menyediakan konten edukasi seputar kehamilan dan memfasilitasi pengguna untuk mendaftar konsultasi medis secara lebih mudah.

Pengembangan platform Hamilku.ID memiliki dasar riset yang kuat, di mana platform ini merupakan hasil dari penelitian ilmiah yang dilakukan dalam tesis master pendirinya di ITS. Hal ini menunjukkan pendekatan berbasis bukti yang digunakan perusahaan dalam menciptakan layanannya. Meskipun berfokus pada aplikasi kehamilan, pendaftaran merek dagang perusahaan mencakup spektrum layanan yang lebih luas, mengindikasikan adanya potensi pengembangan bisnis di masa depan ke dalam ekosistem layanan yang lebih komprehensif bagi ibu dan anak.

2.2 Profil Perusahaan

PT Nalanira Nuswantara Medika adalah perusahaan rintisan teknologi kesehatan (health-tech) yang berfokus pada inovasi untuk meningkatkan kualitas kesehatan ibu dan anak di Indonesia. Didirikan oleh Dr. Sonny Fadli, Sp.OG., M.Ked.Klin., seorang dokter spesialis kandungan sekaligus akademisi, perusahaan ini menggabungkan keahlian medis dengan kemajuan teknologi untuk menyediakan solusi kesehatan yang mudah diakses. Berbasis di Jawa Timur, perusahaan ini bertujuan untuk memberdayakan para ibu hamil melalui edukasi dan deteksi dini.

Produk utama dari PT Nalanira Nuswantara Medika adalah platform digital Hamilku.ID. Platform ini merupakan layanan berbasis aplikasi web yang dirancang sebagai asisten kehamilan digital. Hamilku.ID menyediakan fitur unggulan berupa skrining risiko kehamilan mandiri yang berbasis ilmiah, serta konten-konten edukasi dan fasilitas untuk pendaftaran konsultasi medis.

Platform digital Hamilku.id dirancang sebagai asisten kehamilan digital. Sebuah perusahaan rintisan teknologi kesehatan yang berbasis di Surabaya. Platform ini bertujuan untuk membantu menekan angka kematian ibu dan bayi di Indonesia dengan memberikan akses yang lebih mudah terhadap edukasi, deteksi dini risiko kehamilan, dan layanan kesehatan. Hamilku.id turut menyediakan berbagai konten edukasi kesehatan yang mudah dipahami melalui artikel, video, serta podcast seperti podcast Hamilku ID Podcast guna meningkatkan literasi kesehatan ibu hamil. Platform ini juga memfasilitasi akses konsultasi medis dengan tenaga kesehatan profesional, berdasarkan situs yang diakses melalui tautan <https://hamilku.id/>, yang menunjukkan bahwa Hamilku.id berfungsi sebagai layanan web yang mengharuskan pengguna untuk mendaftar atau masuk terlebih dahulu guna bisa mengakses fitur-fitur pemantauan kesehatan.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari PT Nalanira Nuswantara Medika:

Nama Perusahaan : PT. Nalanira Nuswantara Medika
Alamat : Jl. Manyar Tirtoasri XI NO. 22, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60118
Telepon : 0812-3453-4260
E-Mail : doktersonny@gmail.com
Website : Hamilku.id
Hari Kerja : Senin-jumat
Jam Kerja : 08.00-16.00

2.3 Visi dan Misi

Visi :

Menjadi pelopor inovasi teknologi kesehatan di Indonesia yang terdepan dalam upaya menekan angka kematian ibu dan bayi, serta mewujudkan generasi masa depan yang sehat dan berkualitas melalui pemberdayaan perempuan dan akses kesehatan yang merata.

Misi :

1. Mengembangkan Solusi Digital Inovatif: Menciptakan dan mengembangkan platform teknologi seperti Hamilku.ID yang mudah diakses dan digunakan untuk memberikan edukasi, fasilitas deteksi dini risiko, dan kemudahan akses layanan kesehatan bagi ibu hamil.
2. Meningkatkan Literasi Kesehatan: Secara aktif menyediakan konten edukasi yang akurat, relevan, dan mudah dipahami untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran ibu hamil mengenai pentingnya menjaga kesehatan selama masa kehamilan dan persalinan.
3. Memperkuat Ekosistem Kesehatan Ibu dan Anak: Membangun kemitraan strategis dengan para profesional kesehatan (dokter, bidan), fasilitas kesehatan, dan komunitas untuk menciptakan sistem pendukung yang terintegrasi dan komprehensif bagi para ibu.

4. Mendorong Pencegahan Berbasis Data: Memanfaatkan data dan teknologi untuk mengembangkan metode skrining dan deteksi risiko yang lebih efektif, sehingga intervensi dapat dilakukan sedini mungkin untuk mencegah komplikasi kehamilan.

2.4 Logo Perusahaan



Gambar 1 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika

(Sumber: Berkas Perusahaan 2026)



Gambar 2 Logo kedua PT Nalanira Nuswantara Medika

(Sumber: Berkas Perusahaan 2026)

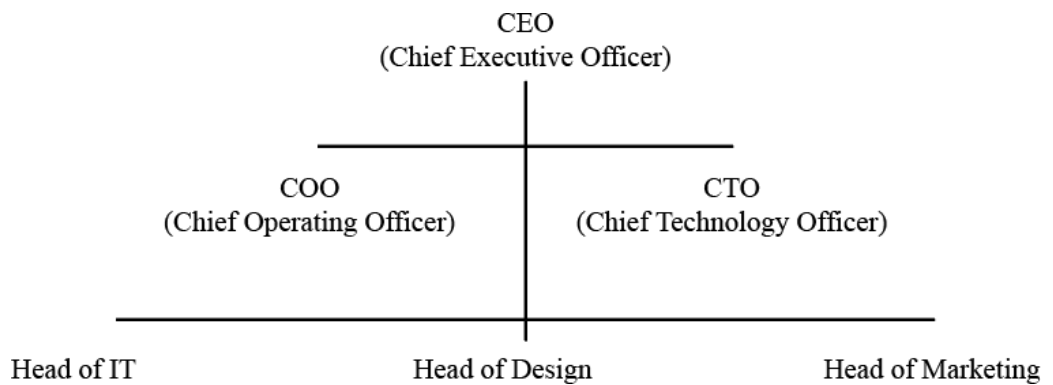
2.5 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia



Gambar 3 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

(Sumber: Dokumentasi Intern dan Penulis 2026)

2.6 Struktur Organisasi



Gambar 4 Susunan Kepngurusan PT Nalanira Nuswantara Medika

(Sumber: Berkas Perusahaan, 2026)

2.7 Deskripsi Pekerjaan

2.7.1 CEO (Chief Executive Officer)

CEO adalah figur utama dalam perusahaan yang merancang visi strategis serta menetapkan arah perkembangan bisnis jangka panjang. Ia mengambil peran penting dalam pengambilan keputusan krusial dan berfungsi sebagai wajah perusahaan di hadapan publik, investor, maupun mitra bisnis. Selain itu, CEO bertugas memastikan seluruh divisi dalam organisasi bekerja secara sinergis untuk mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

2.7.2 COO (Chief Operation Officer)

COO bertanggung jawab atas kelancaran operasional harian perusahaan agar tetap efisien dan sesuai dengan arah strategis yang telah ditetapkan. Ia mengimplementasikan visi CEO ke dalam praktik nyata, mulai dari pengelolaan tim kerja hingga pengaturan alokasi sumber daya. Jabatan ini berfungsi sebagai jembatan penting yang menghubungkan proses perencanaan dengan tahap eksekusi di lapangan.

2.7.4 CTO (Chief Technology Officer)

CTO memiliki peran sentral dalam mendorong inovasi teknologi dan merancang pengembangan produk digital maupun sistem informasi perusahaan. Ia memimpin tim teknologi informasi, sekaligus menjamin bahwa infrastruktur digital perusahaan mampu

menunjang ekspansi dan keberlanjutan bisnis. Tanggung jawabnya mencakup aspek keamanan, efisiensi operasional, serta perkembangan teknologi.

2.7.5 Head of IT

Head of IT menangani operasional harian di bidang teknologi informasi, mencakup pengelolaan jaringan, perangkat keras, serta sistem keamanan data. Ia bertanggung jawab menjaga kelancaran sistem demi mendukung efisiensi kerja tim dan memastikan kebijakan teknologi yang ditetapkan oleh CTO dijalankan secara optimal.

2.7.6 Head of Design

Head of Design memimpin tim kreatif dalam menciptakan desain visual yang mencerminkan identitas serta pesan perusahaan. Ia berperan mengawasi kualitas estetika, menjaga konsistensi branding, dan mendorong inovasi desain lintas platform guna memperkuat daya tarik visual serta pengalaman pengguna.

2.7.7 Head of Marketing

Head of Marketing bertugas menyusun dan menjalankan strategi pemasaran yang mencakup promosi, komunikasi brand, serta ekspansi pasar. Ia merancang kampanye yang mampu memperkuat citra perusahaan dan menjangkau target audiens dengan cara yang tepat dan berdampak.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain Vidio

Bidang kreatif dalam seni panggung. Bidang ini berkaitan dengan pembuatan dan integrasi film, grafik gerak, dan umpan kamera langsung ke dalam bidang teater , opera , tari , peragaan busana , konser , dan acara langsung lainnya. Desain video baru-baru ini mendapatkan pengakuan sebagai bidang kreatif yang terpisah, menjadi alat integral untuk keterlibatan dan pembelajaran, serta memperluas pengaruhnya ke berbagai bidang intelektual seperti pendidikan. Sebuah tinjauan yang dilakukan oleh 113 rekan sejawat antara tahun 1992 dan 2021 mengungkapkan peningkatan yang signifikan dalam penelitian tentang prinsip-prinsip desain video, khususnya setelah tahun 2008. Lonjakan ini berkorelasi dengan proliferasi platform seperti YouTube , yang telah mempopulerkan pembelajaran berbasis video.

3.2 Video Iklan

Bentuk audio visual yang dibuat untuk tujuan mengiklankan sebuah bisnis, baik itu dalam bentuk produk atau jasa. Marketing tools ini banyak digunakan pada saat sekarang, dengan tujuan untuk memberitahukan informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan, dan memiliki tujuan akhir mengkonversi penontonnya untuk menjadi klien.

3.3 YouTube

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video asal Amerika Serikat yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini.

3.4 Media Sosial

Media sosial atau sering juga disebut sebagai sosial media adalah pelantar digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan pelantar digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya Media sosial juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu

3.5 Storyline

Storyline merupakan rangkaian cerita yang dibuat tahapan-tahapan peristiwa sehingga menjalani suatu cerita. Peneliti dapat mengidentifikasi konsep-konsep kunci yang berkaitan dengan variabel penelitian. Misalnya, dalam penelitian tentang kepuasan pelanggan, teori perilaku konsumen dan teori loyalitas merek dapat digunakan sebagai acuan untuk membangun model penelitian yang komprehensif. Dengan begitu, penelitian tidak berjalan tanpa arah, melainkan berlandaskan pada teori yang telah diakui secara akademik.

3.6 Storyboard

Proses penggambaran storyboard terbagi dari beberapa tingkatan, terdapat gambar yang mudah atau sering kita lihat serta, terdapat gambar storyboard yang cukup sulit. Media storyboard memiliki keunggulan tersendiri jika dikaitkan dengan menumbuhkan bakat peserta didik, dimana dapat menumbuhkan kreativitas serta aktivitas peserta didik semakin santai dalam mengarang cerita apapun karena pada dasarnya mereka yang sering literasi atau membuat cerita fiksi dan non fiksi seringkali hanya terfokus pada cerita tanpa adanya gambar agar tidak membosankan.

3.7 CapCut

Aplikasi Capcut banyak digunakan oleh para YouTuber karena membantu pengguna dan memudahkan dalam pembuatan dan pengeditan berbagai jenis video karena kelengkapan fungsi dan kekuatan pemrosesan video yang hebat. uliana et al.,

2023). Capcut merupakan aplikasi edit video di Android yang dibuat oleh Bytendance Pte. Capcut juga menjadi salah satu aplikasi terpopuler di Play Store (Syahmewah, 2023). Karena kelengkapan fitur dan fitur unggulan dalam pengolahan video, aplikasi ini banyak digunakan di kalangan youtuber. Keberadaannya sangat membantu pengguna karena memudahkan pengeditan berbagai jenis video (Ispratiwi & Mellisa, 2023). Umumnya Capcut sering dimanfaatkan untuk mengedit film, namun Capcut juga dapat digunakan untuk membuat animasi digital dalam memenuhi kebutuhan belajar online (Deriyan & Nurmaidina, 2022). Aplikasi CapCut bertujuan bagi pengguna dengan tingkat pengalaman berbeda dalam melakukan edit video dengan mudah dan menghasilkan konten yang berkualitas (Yasman et al., 2024)

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Penulis menjalani kerja praktik sebagai intern Editor Video Konten di PT Nalanira Nuswantara Medika, khususnya pada Divisi Sosial Media. Penulis bertanggung jawab dalam proses editing untuk konten video Dokter Traveller. Penulis melakukan beberapa proses editing tahap assistensi video dan revisi dari mentor. Video yang telah selesai pengeditan bisa untuk membangun strategi penyampaian informasi digital perusahaan, terutama untuk media sosial YouTube Dokter Traveller.

4.2 Posisi Dalam Pekerjaan

Penulis ditempatkan pada posisi editor konten intern. di bawah naungan Divisi content kreator PT Nalanira Nuswantara Medika. Posisi ini memiliki tanggung jawab dalam pembuatan video konten yang mudah di pahami audien untuk mendukung sebuah penyampaian informasi digital di platfrom YouTube Dokter Traveller.

4.3 Briefing

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

1. Konten cinematic
2. Video vlog

Table 1 Video Vlog

No	Aspek	Briefing
1.	Durasi	40 Menit
2.	Video	Menampilkan hasil konten
3.	Output	YouTube
4.	Dimensi	Full HD 1080p landscape

Table 2 Konten Cinematic

No	Aspek	Briefing
1.	Breafing	Alur konten video
2.	Video	Menampilkan hasil konten
3.	Output	YouTube
4.	Dimensi	Full HD 1080p landscape

4.4 Software yang Digunakan

Dalam proses pengerjaan video konten, penulis mengandalkan alur kerja yang efisien dengan memanfaatkan perangkat lunak editing video. Untuk tahap awal, seluruh video konten perlu Storyline untuk memastikan alur cerita yang mudah di mengerti, proses editing video konten dilakukan sepenuhnya menggunakan CapCut. Software ini dipilih karena kemampuannya sangat cukup serta mudah dimengerti unntuk membuat video konten, memotong klip, menambahkan teks, musik, filter, dan efek transisi secara cepat dan praktis. Sehingga sangat efektif untuk memproduksi video konten yang ditunjukan bagi platfrom sosial media seperti YouTube

4.5 Proses Perancangan Konten Video Vlog

4.5.1 *Brainstorming*

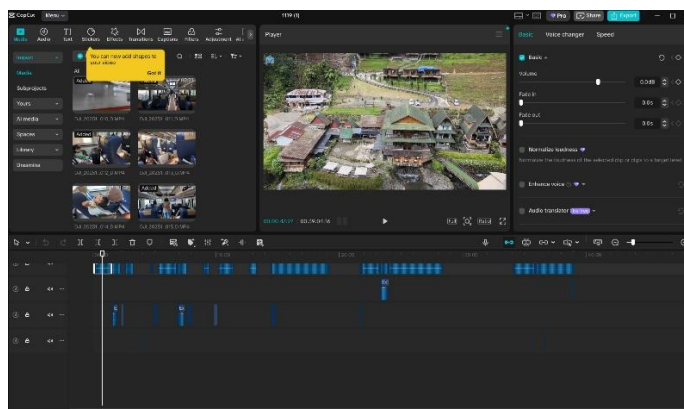
Penulis melakukan diskusi bersama tim yang lain dan mentor untuk mencari referensi di YouTube dan mereview video konten lama untuk isi video konten selanjutnya.

4.5.2 *Pemilihan Musik Untuk Video*

Pada tahap ini, penulis mulai melakukan proses pencarian dan pemilihan beberapa musik yang akan digunakan sebagai background dalam konten video. Pemilihan musik ini dilakukan dengan mempertimbangkan suasana, tema, serta alur cerita video agar selaras dengan pesan yang ingin disampaikan. Kehadiran background diharapkan mampu memberikan nuansa yang lebih hidup, meningkatkan daya tarik visual dan emosional, serta menjaga perhatian penonton agar tidak merasa bosan.

4.5.3 *Proses Editing*

Setelah sudah menemukan referensi untuk konten video, tahap selanjutnya video dalam proses pengeditan menggunakan software capcut untuk mempermudah pengeditan dan menambahkan motion di setiap clip, dalam proses editing penulis mencantumkan permintaan mentor dengan ukuran landscape. Setelah pengeditan video selesai hasilnya langsung diserahkan ke mentor melalui link gdrive.

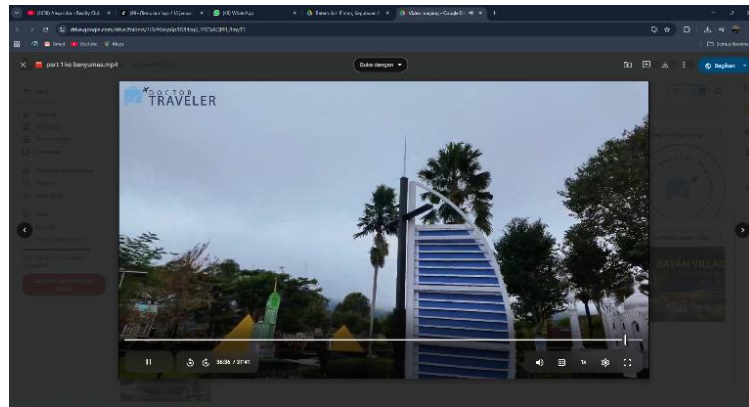


Gambar 5 Proses Editing Video Vlog

(Sumber: Berkas Penulis, 2026)

4.5.4 Final

Hasil video yang telah dibuat diasistensikan dan mendapatkan feedback dari mentor, setelah direvisi dan video sudah selesai dalam pengeditan kemudian digunakan dalam proyek berikutnya di YouTube Dokter Traveller



Gambar 6 Hasil Akhir

(Sumber: Berkas Penulis, 2026)

4.6 Proses Perancangan Video Cinematic

4.6.1 Breafing

Sebelum melakukan editing video mentor memberikan breafing untuk pengeditan konten dengan format landscape dan durasi 1.30 menit.

4.6.2 Proses Editing

Tahap selanjutnya video dalam proses pengeditan menggunakan software capcut untuk mempermudah pengeditan, penulis melakukan pengeditan yang sudah di breafing oleh mentor. Setelah pengeditan video selesai hasilnya langsung diserahkan ke mentor melalui link gdrive.

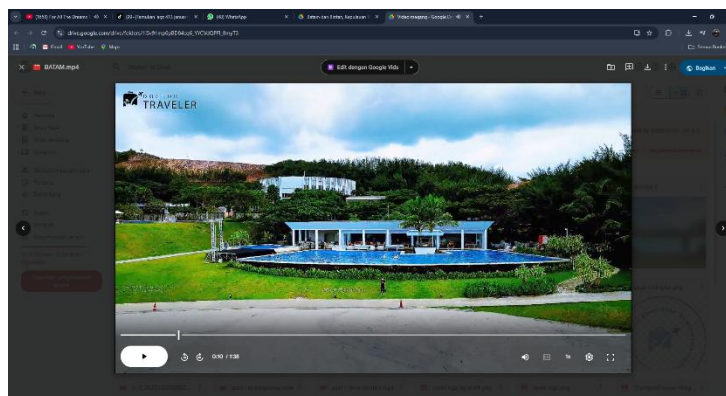


Gambar 7 Proses Editing

(Sumber: Berkas Penulis, 2026)

4.6.3 Final

Hasil video yang telah dibuat diasistensikan dan mendapatkan feedback dari mentor, setelah revisi dan video sudah selesai dalam pengeditan kemudian digunakan dalam proyek berikutnya di YouTube Dokter Traveller



Gambar 8 Hasil akhir

(Sumber: Berkas Penulis, 2026)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kerja praktik yang di laksanakan di Pt Nalanira Nuswantara Medika sebagai Editor Vidio telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu merancang konten vidio promosi yang efektif dan menarik untuk kebutuhan promosi di media sosial perusahaan, khususnya untuk platfrom Dokter Traveller. Proses perancangan ini ,menjawab kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan kualitas komunikasi digital di tengah persaingan media sosial yang ketat. Penulisan telah berhasil menyelesaikan seluruh tugas yang diberikan, mulai dari tahap breafing, dan pembuatan video menggunakan capcut. Hasil akhir dari kerja praktik ini adalah konten video yang siap pakai, meliputi video penyampian informasi digital dalam bentuk vlog di YouTube Dokter Traveller. Melalui kerja praktik ini penulis tidak hanya menerapkan ilmu desain komunikasi visual secara langsung di lingkungan kerja profesional, tetapi juga mendapatkan pengalaman, wawasan baru, dan pemahaman mengenai alur kerja di industri kreatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan proses kerja praktik yang telah dilakukan, beberapa saran dapat dirumuskan. Bagi PT Nalanira Nuswantara Medika, disarankan agar dijadikan patokan secara konsisten pada seluruh konten Dokter Traveller. untuk membangun identitas visual yang kuat dan profesional di media sosial. Perusahaan juga dapat mengembangkan variasi konten video lebih lanjut seperti video konten yang menggunakan animasi, tidak hanya sebagai elemen pembuka dan penutup. Penting pula untuk melakukan evaluasi berkala terhadap performa konten guna mengukur tingkat keterlibatan audiens dan efektivitasnya. Sementara itu, untuk Universitas Dinamika, disarankan untuk terus menjalin kerja sama dengan berbagai industri relevan guna memperluas kesempatan magang bagi mahasiswa. Selain itu, materi perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan digital, sebaiknya terus diperbarui sesuai dengan perkembangan trend dan perangkat lunak yang umum digunakan di industri saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://www.hartsimagineering.com/blog/Desain-Grafis-Dalam-Bisnis-Di-Era-Digital-76135279643133800c00018a>
- <https://www.yusufhidayatulloh.com/mengapa-youtube-menjadi-platform-penting-untuk-pemasaran-digital/>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Video_design
- <https://studioantelope.com/video-iklan-sebuah-panduan-lengkap-untuk-bisnis-anda/>
- <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial
- <https://repository.bsi.ac.id/repo/files/397244/download/jurnal-jpkmn.pdf>
- https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPrUVaqGdpXwIAMXnLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzUEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1769610586/RO=10/RU=https%3a%2f%2fejournal.billfath.ac.id%2findex.php%2fkarangan%2farticle%2fdownload%2f197%2f169/RK=2/RS=R0r0ipnVrWKlg0B_tdnmUqFaEjI-