



# 14.65%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 5 DEC 2024, 7:17 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL  
1.45%

● CHANGED TEXT  
13.19%

## Report #24032899

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar belakang kerja profesi Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang berfokus pada penciptaan nilai tambah melalui kreativitas, inovasi, dan eksplorasi ide-ide baru. Dalam ekonomi ini, kreativitas menjadi sumber utama untuk menghasilkan produk atau layanan yang memiliki nilai ekonomi dan dapat dipasarkan. 6 15 Industri yang termasuk dalam ekonomi kreatif meliputi seni, desain, musik, film, fashion, periklanan, teknologi, dan media. Di era digital ini, ekonomi kreatif semakin berkembang pesat karena kemudahan akses ke teknologi dan internet, yang memungkinkan individu dan bisnis kecil untuk lebih mudah menciptakan dan mendistribusikan produk-produk kreatif mereka secara global. Ekonomi kreatif tidak hanya memberikan sumbangan terhadap perkembangan ekonomi, tetapi juga memiliki peranan yang signifikan dalam menjaga warisan budaya serta mendorong lahirnya inovasi sosial di berbagai bidang. Kemenparekraf mengatakan “Sebagian besar ahli (sekitar 90,48%) memperkirakan bahwa sektor ekonomi kreatif akan mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2022. Diprediksi bahwa subsektor kuliner akan menjadi yang paling cepat berkembang dalam ekonomi kreatif pada tahun 2023-2024. Selanjutnya, subsektor yang juga diperkirakan akan tumbuh adalah FAV (Film, Animasi, Video), Aplikasi, Kriya, Pengembang Game, Musik, Fotografi, dan Seni Pertunjukan (Kemenparekraf, 2023). 7 Perkembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan kemajuan yang sangat menggembirakan dalam beberapa tahun terakhir. 13 Negara ini memiliki warisan

budaya yang melimpah serta sumber daya manusia yang kaya akan potensi kreativitas, yang menjadi dasar utama bagi pertumbuhan sektor ini. Pemerintah Indonesia, melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang kini berada di bawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, telah memberikan dukungan yang signifikan untuk mendorong kemajuan industri kreatif. Dukungan tersebut mencakup berbagai inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, akses pasar, dan inovasi di berbagai subsektor, termasuk film, musik, kuliner, fashion, dan teknologi digital. Beberapa subsektor dalam ekonomi kreatif yang mengalami pertumbuhan tercepat di Indonesia meliputi industri fashion, kerajinan, kuliner, serta konten digital seperti permainan dan animasi. Pertumbuhan ini tidak terlepas dari kemampuan pelaku industri dalam beradaptasi dengan tren global serta peningkatan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Selain itu, munculnya platform online dan media sosial telah menciptakan peluang besar bagi pelaku ekonomi kreatif untuk mempromosikan karya mereka di pasar global, memperluas jangkauan audiens, dan meningkatkan daya saing. Dengan dukungan dari pemerintah dan kolaborasi antara sektor swasta serta komunitas kreatif, diharapkan ekonomi kreatif di Indonesia dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional serta penciptaan lapangan kerja. Gambar 1.1 Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor dan Kategori Umur (Sumber: <https://www.kemendparekraf.go.id>) Data di atas menunjukkan proporsi tenaga kerja dalam sektor ekonomi kreatif yang dibedakan berdasarkan subsektor dan kelompok usia pada tahun 2021-2022. Data yang disebutkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengindikasikan adanya distribusi tenaga kerja di berbagai subsektor, dengan penekanan pada perbedaan kelompok usia dalam setiap sektor. Salah satu subsektor yang menjadi fokus utama adalah produksi kreatif, terutama dalam pembuatan film, animasi, video, dan fotografi. Subsektor ini telah tumbuh pesat dan kini menjadi pilar penting dalam industri hiburan, komunikasi, dan periklanan, dengan peran signifikan dalam menghasilkan konten yang kreatif dan inovatif. Pekerjaan di sektor ini

tidak hanya membutuhkan keahlian teknis, tetapi juga kemampuan kreatif, karena melibatkan penciptaan konten visual, audio, dan multimedia yang menggabungkan unsur seni dan teknologi. Ini mencakup produksi video, film, animasi digital, serta fotografi berkualitas tinggi yang dirancang untuk memikat audiens dan menyampaikan Mengkomunikasikan informasi dengan cara yang efisien, baik dalam konteks nasional maupun global (kemenparekraf, 2023). Bidang kreatif produksi adalah sektor yang berfokus pada penciptaan dan pengembangan konten atau produk berbasis kreativitas, inovasi, dan teknologi. Ini mencakup berbagai disiplin, termasuk film, animasi, video, fotografi, musik, dan seni visual. Dalam bidang ini, para profesional bekerja Dalam upaya menghasilkan karya yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga dapat memenuhi tuntutan pasar serta kebutuhan audiens, diperlukan suatu proses kreatif yang melibatkan kolaborasi berbagai elemen ((Populix, 2022). Elemen-elemen tersebut meliputi penulisan naskah, penyutradaraan, pengeditan, dan pengembangan strategi pemasaran, yang semuanya berkontribusi pada hasil akhir. Dengan kemajuan teknologi digital, bidang kreatif produksi semakin berkembang, memungkinkan penciptaan konten yang lebih interaktif dan mendalam. Selain itu, bidang ini memainkan peran penting dalam industri hiburan dan komunikasi, Mempunyai dampak yang besar terhadap perkembangan ekonomi dan pelestarian budaya di dalam masyarakat. Pengembangan mahasiswa menjadi individu yang memiliki potensi dan siap bersaing di pasar kerja memerlukan peran aktif dari institusi pendidikan tinggi. Salah satu institusi yang berkomitmen dalam hal ini adalah Universitas Pembangunan Jaya merupakan sebuah lembaga pendidikan tinggi swasta yang berlokasi di Bintaro, Tangerang Selatan. Universitas ini menawarkan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperluas pengetahuan mereka mengenai dunia profesional melalui program wajib Kerja Profesi (KP) atau magang. Program Kerja Profesi (KP) disusun untuk mengimplementasikan konsep-konsep teoretis yang telah dipelajari di ruang kelas ke dalam pengalaman kerja yang sesungguhnya. Selain itu, kesempatan ini juga berfungsi sebagai sarana bagi mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan

teknis (hard skill) dan memperdalam pemahaman akademis mereka melalui pengalaman langsung di lingkungan kerja. Perusahaan rumah produksi adalah entitas yang berfokus pada penciptaan berbagai jenis konten visual dan audiovisual, termasuk film, video, iklan, video musik, serta konten digital lainnya. Mereka bertanggung jawab atas seluruh proses produksi, yang mencakup tahap pra-produksi (perancangan konsep dan penulisan skenario), tahap produksi (pengambilan gambar), hingga tahap pasca-produksi (Ohbold, 2024). Praktikan merupakan Mahasiswa dalam Program Studi Ilmu Komunikasi dengan minor Public Relation di Universitas Pembangunan Jaya. Bidang kerja yang diambil oleh praktikan merupakan pekerjaan yang berada pada bidang kreatif. Secara teknis, pekerjaan yang diambil oleh praktikan memiliki perbedaan yang jelas, (Menyampaikan Pesan dengan Efisiensi, Pengembangan Citra dan Reputasi) sedangkan bidang kerja praktikan dalam tugasnya melakukan (Tim Produksi). Namun, dalam perbedaan pada bidang kerja yang dilakukan praktikan mendapatkan peran dan tanggung jawab sebagai Public Relation, yang dimana (Seperti mencari narasumber dan ide konten). Praktikan menjalani kegiatan praktik kerja di PT Brand Media Indonesia terletak di Golden Boulevard, Jalan Pahlawan Seribu Nomor 31-32, Lengkong Wetan, Kecamatan Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten 15322. PT Brand Media Indonesia didirikan pada tahun 2017 dan memiliki fokus pada perencanaan serta pengelolaan aset konten klien, bertujuan Untuk menciptakan interaksi yang baik dengan pelanggan dan memenuhi kebutuhan klien. Praktikan memilih PT Brand Media Indonesia karena reputasi perusahaan dalam berinovasi serta menjaga kualitas dan kepercayaan klien. BMI telah dipercaya untuk menangani berbagai klien, termasuk Panasonic, Bank BRI, Sea Today, dan lain sebagainya. Dalam praktik ini, praktikan berperan sebagai kreatif untuk memperdalam keterampilan teknis yang telah diperoleh di perguruan tinggi. Tugas utama dalam posisi kreatif mencakup keterlibatan dalam seluruh tahapan pra-produksi hingga pasca-produksi, dengan menerapkan konsep desain ide konten kreatif untuk setiap program yang ada. Praktikan berupaya untuk memperoleh

pemahaman yang menyeluruh mengenai profesi di bidang produksi kreatif, mulai dari pemahaman tentang berbagai jenis pekerjaan yang tersedia hingga tantangan, peluang, serta perkembangan terbaru dalam industri ini. Laporan ini juga bertujuan untuk menggambarkan bagaimana peran teknologi telah mengubah praktik produksi kreatif dan dampaknya terhadap masyarakat. Dengan demikian, diharapkan laporan ini dapat memberikan wawasan yang bernilai bagi individu yang berminat mengembangkan karir di sektor produksi kreatif.

#### 1.2 Maksud dan tujuan kerja profesi 1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Melatih kemampuan dalam riset, pengolahan data, dan penerapan ide-ide kreatif selama Proses praproduksi, proses produksi, dan proses

pascaproduksi. 2. Mempelajari cara menciptakan dan mengelola konten yang bernilai dan menarik sesuai dengan kebutuhan klien. 3. Mengembangkan

kemampuan komunikasi serta membangun kerjasama dengan tim dan pihak

internal perusahaan. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi 1. Mendapatkan pengalaman

kerja sebagai Tim kreatif di perusahaan yang bergerak di bidang

Production House. 2. Mempelajari dan mendapatkan wawasan baru tentang cara

menciptakan konten yang menarik sesuai dengan kebutuhan klien. 19 3. Mengasah

kemampuan praktis dalam menerapkan teori yang telah dipelajari di bangku

kuliah ke dalam situasi nyata di industri. 11 4. Membangun jaringan profesional

yang dapat bermanfaat untuk pengembangan karir di masa depan. 5.

Membangun jaringan profesional yang dapat bermanfaat untuk pengembangan karir di masa depan.

1.3 Tempat Kerja Profesi PT Brand Media Indonesia adalah perusahaan

yang berada pada Golden Boulevard, Jl. Pahlawan Seribu No.31-32 Blok W2,

Lengkong Wetan, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten 15322,

sebuah perusahaan yang bergerak di industri media dan pemasaran di

Indonesia. Berdasarkan namanya, perusahaan ini berfokus pada branding dan

media, mencakup berbagai aspek seperti periklanan, strategi branding,

pembuatan konten, dan pemasaran digital. Layanan yang ditawarkan oleh PT

Brand Media Indonesia bertujuan untuk membantu perusahaan atau merek

membangun citra yang kuat serta meningkatkan visibilitas mereka di pasar.

Praktikan memilih untuk menjalani praktik kerja Brand Media Indonesia yang

merupakan sebuah publishing company karena perusahaan tersebut dikenal memiliki reputasi yang solid dalam sektor kreatif dan telah menghasilkan berbagai konten berkualitas tinggi. Selain itu, suasana kerja yang dinamis dan kolaboratif di perusahaan ini memberikan peluang bagi praktikan untuk belajar secara langsung dari para profesional yang berpengalaman. Praktikan juga menunjukkan minat terhadap proyek-proyek inovatif yang dikerjakan oleh perusahaan, yang dapat membantu dalam pengembangan keterampilan kreatif dan teknis. PT Brand Media Indonesia mengutamakan pengembangan identitas merek bagi kliennya. Hal ini mencakup perancangan logo, penyusunan pesan merek, serta strategi komunikasi merek yang efektif. Perusahaan ini juga menyediakan layanan pemasaran yang meliputi iklan, promosi, dan kampanye pemasaran untuk menjangkau audiens yang tepat bagi kliennya. 5 Dalam hal penempatan iklan, PT Brand Media Indonesia terlibat dalam berbagai platform seperti iklan televisi, iklan online, dan pemasaran media sosial, membantu klien memilih saluran yang paling efektif untuk mencapai target pasar mereka. Selain itu, PT Brand Media Indonesia menawarkan layanan produksi konten, termasuk pembuatan video, fotografi, dan konten tertulis yang dirancang khusus untuk kampanye pemasaran dan promosi. Perusahaan ini juga berperan sebagai konsultan pemasaran dan branding, memberikan rekomendasi strategis kepada klien untuk memperkuat citra merek serta meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka. 9 Dalam era digital saat ini, PT Brand Media Indonesia juga menjalankan berbagai strategi pemasaran online, seperti pemasaran melalui media sosial, iklan pay-per-click (PPC), serta optimisasi mesin pencari (SEO). Di samping itu, perusahaan ini memiliki tim desainer berpengalaman yang mampu menciptakan materi promosi, situs web, serta berbagai elemen desain lainnya untuk mendukung kebutuhan klien.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja

Profesi	N o	KEGIATAN	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Septembe r	1	2	3			
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1

Membuat CV, Portopolio. dan Linkend 2 Sosialisasi Kerja Profesi oleh Prodi 3 Mencari Lowongan magang di media sosial 4 Mengirimkan permohonan surat pengantar magang dari Prodi 5 Mengirimkan file lamaran ke

perusahaan MNC Group 6 Mengirimkan file lamaran ke media merdeka 7  
Mengirimkan file lamaran ke perusahaan PT Brand Media Indonesia 8  
Mendapatkan panggilan diterima dari HRD PT Brand Media Indonesia 9  
Pelaksanaan Kerja Profesi 1 Melakukan bimbingan kerja profesi 1 1  
Pembuatan laporan kerja profesi 1 2 Pengumpulana n kerja profesi Tabel  
1.1 Tabel Timeline proses pelaksanaan kerja profesi Universitas Pembangunan  
Jaya adalah kampus swasta yang berlokasi di Bintaro, Tangerang Selatan,  
yang memberikan peluang kepada mahasiswa untuk mengeksplorasi dunia  
profesional melalui program wajib Kerja Profesi/Magang. Dalam persiapan  
program ini, mahasiswa diwajibkan untuk menyusun berbagai dokumen  
administrasi pribadi, seperti CV, portofolio, dan profil LinkedIn, yang  
dilakukan selama minggu pertama hingga keempat bulan April. Durasi yang  
cukup panjang ini dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk memenuhi semua  
persyaratan dokumen yang dibutuhkan oleh perusahaan. Pada minggu kedua  
bulan Mei, Program Studi Ilmu Komunikasi melaksanakan sosialisasi mengenai  
kerja profesi yang dipandu oleh dosen koordinator Kerja Praktik (KP).  
Dalam kegiatan sosialisasi ini, dijelaskan berbagai ketentuan dan syarat  
yang harus dipenuhi oleh mahasiswa untuk mengikuti program magang.  
Penjelasan tersebut mencakup aspek-aspek penting seperti kualifikasi yang  
diharapkan, proses pengajuan, serta hak dan kewajiban yang harus dijalani  
selama masa magang. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk mempersiapkan  
mahasiswa agar dapat memahami dinamika dunia kerja dan meningkatkan  
kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan di industri komunikasi. Setelah  
sosialisasi, mahasiswa mulai aktif mencari peluang magang melalui berbagai  
platform media sosial, serta memanfaatkan rekomendasi dari jaringan relasi  
yang ada. Upaya ini merupakan langkah strategis untuk menjangkau lebih  
banyak pilihan tempat magang yang sesuai dengan minat dan bakat mereka.  
Mahasiswa kemudian mengajukan permohonan surat pengantar magang dari program  
studi kepada tiga perusahaan terkemuka, yaitu MNC Group, Media Merdeka,  
dan PT Brand Media Indonesia. Proses pengajuan surat pengantar ini  
menjadi langkah awal yang penting dalam memfasilitasi keterhubungan

mahasiswa dengan industri. Setelah menerima surat pengantar, mahasiswa segera mengirimkan berkas lamaran beserta dokumen persyaratan lainnya ke ketiga perusahaan tersebut. Pengumpulan dokumen ini mencakup CV, portofolio, dan transkrip nilai, yang merupakan elemen penting untuk menunjukkan kualifikasi dan kompetensi mereka. Proses ini tidak hanya melibatkan persiapan administratif, tetapi juga pengembangan keterampilan interpersonal yang diperlukan dalam dunia kerja, seperti komunikasi yang efektif dan kemampuan presentasi. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan mahasiswa dapat memanfaatkan kesempatan magang seoptimal mungkin, guna mengembangkan kemampuan praktis dan memperluas wawasan mengenai dunia profesional. Pada minggu kedua bulan Juni, praktikan menerima komunikasi dari PT Brand Media Indonesia melalui email yang diterima pada tanggal 4 Juni 2024. Dalam email tersebut, terdapat informasi mengenai jadwal wawancara daring yang akan dilaksanakan dengan para pengguna di perusahaan tersebut. Proses wawancara ini merupakan tahap krusial dalam seleksi, di mana praktikan memiliki kesempatan untuk menampilkan kemampuan, pengetahuan, dan motivasi yang dimiliki dalam bidang yang dilamar. Setelah melewati proses seleksi yang ketat, pada 1 Juli 2024, praktikan mendapatkan kabar bahwa ia diterima dan diminta untuk segera memulai pekerjaan di kantor. Praktikan mulai menjalani program kerja profesi di PT Brand Media Indonesia sebagai Creative Production. Kegiatan magang ini dilakukan secara tatap muka, dengan praktikan diwajibkan untuk hadir di kantor secara rutin dari Senin hingga Jumat. Kehadiran di kantor memberikan peluang bagi praktikan untuk terlibat langsung dalam berbagai proyek kreatif yang sedang berlangsung, serta berkolaborasi dengan tim yang berpengalaman. Seiring dengan pelaksanaan program magang, praktikan juga menyadari bahwa terkadang ada kebutuhan untuk melakukan produksi yang berlangsung pada hari Sabtu atau Minggu. Hal ini menuntut fleksibilitas dan komitmen yang tinggi dari praktikan untuk memenuhi tuntutan industri yang terus berubah. Dalam situasi tersebut, praktikan diajak untuk beradaptasi dengan ritme kerja yang cepat dan memanfaatkan setiap kesempatan untuk



meningkatkan keterampilan praktis, serta membangun relasi profesional yang bermanfaat. Selama masa magang, diharapkan praktikan dapat mengimplementasikan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik yang nyata. Proses ini menjadi momen krusial untuk menghubungkan teori dengan praktik, di mana praktikan dapat mengamati dan terlibat langsung dalam berbagai aspek produksi media. Melalui pengalaman ini, praktikan tidak hanya diharapkan untuk memperdalam pemahaman mereka tentang konsep-konsep yang telah dipelajari, tetapi juga untuk mengasah kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan dan dinamika industri yang terus berubah. Pengalaman magang ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses kreatif dalam produksi media, serta mempersiapkan praktikan untuk menghadapi tantangan yang mungkin muncul dalam karir profesional di masa depan. Dalam konteks industri yang semakin kompetitif, kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi menjadi sangat penting. Praktikan akan belajar untuk bekerja di bawah tekanan, berkolaborasi dengan tim yang beragam, serta mengelola waktu dan sumber daya dengan efisien. Selain itu, interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan di perusahaan akan memberikan praktikan pengalaman berharga dalam membangun jaringan profesional, yang dapat menjadi aset penting bagi perkembangan karir mereka. Dengan keterlibatan aktif dalam proyek-proyek yang relevan, praktikan juga akan memiliki kesempatan untuk menerima umpan balik konstruktif dari mentor dan rekan kerja, yang akan membantu mereka dalam mengidentifikasi kekuatan serta area yang perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, periode magang ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mendapatkan pengalaman praktis, tetapi juga sebagai langkah awal dalam membentuk identitas profesional praktikan. Melalui berbagai tantangan dan peluang yang dihadapi selama magang, praktikan diharapkan dapat mengembangkan sikap proaktif dan kemampuan pemecahan masalah yang esensial, yang akan mendukung mereka dalam menavigasi karir di industri kreatif dan komunikasi.

**12** BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Industri kreatif merupakan sektor yang fokus pada inovasi dan pengembangan produk yang

berlandaskan pada gagasan serta daya cipta. **18** Produk-produk tersebut bertujuan untuk menciptakan keuntungan atau laba dengan tetap menjaga kelestarian sumber daya alam. Diharapkan bahwa inovasi yang muncul dari individu atau kelompok dalam sektor ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi serta menciptakan kesempatan kerja yang baru. Dilansir lansir (OCBC.id, 2023). **6 7** Industri kreatif mencakup berbagai disiplin, termasuk seni, desain, musik, film, mode, dan media digital. Dalam beberapatahun tahun tbelakangan ini, sektor ini telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di banyak negara. Selain menciptakan lapangan kerja, industri kreatif juga berkontribusi pada pengayaan budaya dan masyarakat melalui inovasi dan kreativitas yang segar. Salah satunya karakteristik utama dari industri ini adalah kemampuannya untuk menggabungkan seni dengan aspek bisnis. Para kreator, seperti seniman, desainer, dan pembuat film, berupaya untuk mengembangkan konsep yang menarik dan orisinal. Namun, untuk meraih kesuksesan, mereka juga harus memahami strategi pemasaran karya mereka, menjangkau audiens yang tepat, dan menghasilkan pendapatan. Dalam konteks ini, peran agensi media menjadi sangat penting. Agensi media memainkan peran penting Dalam pengelolaan kampanye pemasaran dan promosi, agensi memiliki peran penting dalam merencanakan, melaksanakan, dan memantau berbagai jenis kampanye, seperti iklan cetak, iklan televisi, dan kampanye digital. Agensi bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dengan identitas merek klien dan efektif dalam menjangkau audiens yang ditargetkan. Salah satu tanggung jawab utama agensi adalah menciptakan ide-ide kreatif yang dapat membedakan klien dari para pesaing. Mereka merancang kampanye, konten visual, pesan iklan, dan elemen kreatif lainnya yang dirancang untuk menarik perhatian serta meninggalkan kesan mendalam pada audiens. Banyak perusahaan di sektor kreatif perlu membangun identitas yang kuat agar dapat bersaing di pasar. Agensi media membantu menciptakan elemen visual yang konsisten, seperti logo dan kemasan, serta menyusun narasi merek yang mencerminkan nilai dan visi kreator. Dengan strategi branding yang efektif, bisnis dalam industri kreatif dapat

menciptakan hubungan emosional dengan audiens, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan (Ravika, 2024). 3 Agensi media merupakan salah satu komponen kunci dalam praktik Public Relations (PR) yang memiliki peranan signifikan dalam menciptakan citra dan reputasi organisasi atau perusahaan di mata publik. Dalam hal ini, akan dibahas mengenai fungsi media sebagai sarana publikasi dalam PR, strategi-strategi yang efektif untuk memanfaatkannya, serta berbagai tantangan yang mungkin dihadapi dalam proses tersebut.

Berikut ini yaitu beberapa tugas yang perlu diperhatikan dalam

Berbagai definisi humas yang tercantum dalam literatur serta regulasi

kehumasan pemerintah semakin menegaskan bahwa istilah "Public Relations" dan

"humas" memiliki makna yang sama, baik dari segi pengertian, fungsi,

peran, tugas, maupun aktivitas yang dilakukan. 3 1. Menyampaikan Pesan dengan

Efisiensi: Media mempunyai peran yang sangat penting dalam menyampaikan

pesan dari perusahaan atau organisasi kepada khalayak yang lebih luas

dengan cara yang efektif. Melalui pemanfaatan media, informasi dapat

disebarkan dengan cepat dan dapat diakses oleh sejumlah besar individu.

2. Pengembangan Citra dan Reputasi: Media berfungsi sebagai sarana bagi

perusahaan untuk membentuk citra yang diinginkan dan menjaga reputasi

mereka di mata publik. Melalui pemberitaan yang positif, perusahaan dapat

memperkuat kepercayaan dan kredibilitas di kalangan masyarakat. Kesimpulan dari

penelitian mengenai Hubungan Masyarakat (Public Relations) menunjukkan bahwa

komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam membangun dan

mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi dan publik. Dalam hal

ini, setiap interaksi komunikasi tidak hanya melibatkan pertukaran

informasi, tetapi juga mencakup dinamika hubungan antar individu yang

dipengaruhi oleh karakter, sikap, dan perilaku masing-masing pihak yang

terlibat. Praktik utama dalam Hubungan Masyarakat bertujuan untuk

menciptakan lingkungan yang mendukung, yang dapat mendorong individu untuk

berkontribusi secara aktif terhadap tujuan organisasi. Melalui komunikasi

yang efektif, para praktisi PR berupaya untuk meningkatkan rasa tanggung

jawab di antara anggota organisasi serta publik yang berinteraksi dengan

mereka. Hal ini dapat dicapai dengan menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan relevan, sehingga semua pihak merasa terlibat dan memiliki peran penting dalam mencapai visi dan misi organisasi. Lebih jauh lagi, komunikasi yang baik juga berfungsi untuk meningkatkan produktivitas, baik di dalam organisasi maupun dalam interaksi eksternal dengan publik. Dengan membangun saluran komunikasi yang terbuka dan transparan, organisasi dapat memastikan bahwa semua pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, dan mitra, memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan dan nilai-nilai organisasi. Ini pada gilirannya dapat mengurangi konflik, meningkatkan kolaborasi, dan menciptakan suasana kerja yang positif.

### 3.1.1 Tim Kreatif

Tim kreatif merupakan kelompok yang memiliki tugas untuk mengubah proposisi menjadi elemen yang menarik dan menyenangkan bagi audiens yang dituju. Tanggung jawab tim ini mencakup perumusan konsep kreatif serta pengembangan motivasi, ide, dan narasi yang digunakan untuk mengekspresikan konsep tersebut, yang sering disebut sebagai copy (Haerinnisa, 2016). Selain itu, mereka juga bertanggung jawab dalam menciptakan foto, gambar, diagram, serta desain atau tata letak yang secara keseluruhan dikenal sebagai copy. Tim kreatif berkolaborasi dengan desainer dan penulis naskah, dan penting untuk dicatat bahwa hasil karya mereka cenderung bersifat artistik dan inovatif. Oleh karena itu, masukan dari mereka perlu dihargai, sementara kritik yang diberikan sebaiknya disampaikan dengan cara yang konstruktif. Kreativitas ditunjukkan melalui kemampuan individu untuk berpikir secara inovatif, memahami keunikan dari setiap ide, serta merencanakan semua aspek untuk menghasilkan konten yang berkualitas. Tim kreatif bertanggung jawab untuk menciptakan konten audiovisual yang menarik, dengan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan merencanakan detail produksi dengan cermat. Mereka juga memiliki peran yang signifikan dalam menghadapi tantangan yang muncul di industri media yang terus berubah, menjadikan mereka sebagai penggerak utama kesuksesan di setiap tahap, mulai dari pra-produksi sampai pasca-produksi. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, produser memberikan tugas kepada anggota tim kreatif yang akan

berperan sebagai penanggung jawab (PIC) untuk program tertentu. Selanjutnya, mereka melakukan tahap pra-produksi yang berkaitan dengan konten yang akan diproduksi, di mana biasanya merek memberikan informasi mengenai produk serta menyampaikan brief dan hasil yang mendukung tim kreatif dalam pengembangan alur cerita. Setelah itu, proses produksi dan pasca-produksi dilaksanakan, di mana tim kreatif terus berkontribusi di setiap tahapnya. Proses pembuatan program video mengikuti beberapa langkah yang telah ditetapkan untuk memudahkan pelaksanaannya. Terdapat tiga tahap utama dalam proses ini: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. yaitu tahap pra-produksi, semua perencanaan dan koordinasi dilakukan secara menyeluruh. Selanjutnya, pada tahap produksi, semua elemen yang akan ada dalam video akhir direkam. Terakhir, pada tahap pasca-produksi, semua elemen tersebut diedit dan disatukan untuk menghasilkan video yang final. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai ketiga tahap dalam proses produksi. 1. Pra-Produksi Pra produksi, yang juga dikenal sebagai pre-production, merupakan tahap awal dalam proses produksi. Pada fase ini, semua elemen yang diperlukan untuk memastikan kelancaran proses produksi disiapkan dengan cermat. Jika diibaratkan, praproduksi serupa dengan tahap persiapan sebelum memasak, di mana kita mengumpulkan bahan-bahan dan menyiapkan peralatan yang diperlukan sebelum memulai kegiatan memasak, (Ammariah, 2022) a. Riset Riset adalah suatu proses yang mencakup pengumpulan, rancangan, analisis, dan penyajian data dengan cara yang sistematis dan objektif, bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan atau menguji suatu hipotesis (Bola.com, 2022). Dalam konteks pembuatan program video, penelitian berperan sebagai alat bagi tim produksi untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan konsep yang akan diterapkan dalam proses produksi, sesuai dengan hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut. b. Pembuatan Skrip Pembuatan skrip merupakan suatu tahapan yang bertujuan untuk merancang urutan kronologis dari adegan, pengambilan gambar, serta menetapkan tindakan dan dialog. Proses ini menjelaskan siapa saja yang terlibat, apa yang dilakukan, dan lokasi di mana peristiwa tersebut terjadi (Nurmaya, 2017).

c. Recce Kegiatan recce dilaksanakan sebelum fase produksi guna memastikan kelancaran proses pengambilan gambar. Recce merupakan aktivitas yang mencakup kunjungan ke lokasi syuting untuk mempersiapkan segala kebutuhan, melakukan pemetaan blocking, mengidentifikasi potensi kendala yang mungkin timbul, serta merencanakan tata letak produksi (Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2016).

d. **1** Breakdown Skrip Breakdown skrip merupakan tahap lanjutan dari pembuatan skrip. Proses breakdown ini bertujuan untuk memudahkan visualisasi urutan produksi setelah pelaksanaan recce (Nurmaya, 2017).

e. Rehearsal Rehearsal merupakan fase persiapan yang umumnya dilaksanakan dalam produksi di studio untuk menyiapkan berbagai elemen syuting, termasuk pencahayaan, dekorasi, penempatan kamera, switcher, dan audio. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menjamin kelancaran proses produksi serta meminimalkan kemungkinan terjadinya masalah teknis.

f. Crew call Crew call dilaksanakan untuk mengingatkan semua anggota tim yang bertugas agar hadir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Umumnya, produser bertanggung jawab dalam mengoordinasikan panggilan kru ini dengan memberikan informasi kepada tim produksi sehari sebelum proses syuting dimulai. Panggilan kru mencakup informasi penting seperti daftar nama anggota tim yang bertugas, waktu berkumpul, waktu keberangkatan, serta lokasi tujuan.

2. Produksi Proses produksi merupakan tahap di mana naskah diubah menjadi bentuk visual melalui gambar atau video yang direkam (Pamungkas, 2018). Secara umum, tahap ini melibatkan berbagai metode, teknik, atau cara dalam pelaksanaan suatu kegiatan.

**1** Di Divisi Produksi BMI, tim kreatif memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh anggota tim, termasuk cameramen, lightingman, dan driver, telah siap untuk melaksanakan syuting. Tahap ini menjadi proses yang menjadi penentu bagi hasil akhir produksi, karena di sinilah keputusan mengenai komposisi kamera, pengaturan pencahayaan, dan sudut pengambilan gambar diambil. Beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam proses produksi akan dibahas lebih lanjut:

a. Pemasangan Peralatan Sebelum memulai proses pengambilan gambar, tahap ini melibatkan persiapan peralatan di lokasi.

Persiapan tersebut mencakup instalasi berbagai jenis pencahayaan untuk mencapai keseimbangan kontras warna, serta penataan mic clip-on yang akan digunakan oleh pembawa acara dan narasumber. b. **1** Shooting Shooting adalah proses penting, karena semua bentuk persiapan pra produksi dituangkan dengan hasil shooting. c. Pengecekan produksi Proses ini merupakan cara produser dan tim kreatif untuk memastikan pengambilan gambar sudah tepat dan sesuai atau belum. 3. Pasca-Produksi Pasca produksi atau post produksi adalah tahapan penting yang dilakukan oleh editor untuk menyusun keseluruhan gambar atau video yang nantinya menghasilkan konten yang telah ditetapkan.

**1** Pada proses pasca produksi, tim kreatif melakukan copy data dan rough cut (OhBold, 2024). Tahap pasca produksi, ada keterkaitan yang kuat dengan konsep yang diajarkan dalam mata kuliah Produksi Humas.

Dalam mata kuliah Produksi Humas, ada teori yang sangat relevan, yaitu tahap pasca produksi.

**1** Ini merupakan langkah terakhir setelah melewati berbagai tahap pra produksi dan produksi. Dalam teori, tahap pasca produksi umumnya mencakup proses editing, meskipun dalam praktiknya, praktikan tidak terlibat langsung dalam pengeditan. Tugas pengeditan adalah tanggung jawab seorang editor. Praktikan, sebaliknya, bertanggung jawab untuk melakukan evaluasi akhir ketika video selesai melalui proses editing (OhBold, 2024). **1** Adapun proses

pasca produksi yang perlu dilakukan sebagai berikut Copy data Pada saat sesudah syuting, tim kreatif melakukan copy data dari hasil pengambilan syuting. **1** Copy data merupakan kegiatan penyalinan hasil shooting untuk dipindahkan kepenyimpanan produksi.

**1** Hal ini dilakukan karena memori kamera perlu dilakukan format ulang.

a. Rough cut Tahap ini merupakan kegiatan dalam membuat rangkaian kasar dari shot lapangan yang sesuai dengan skrip dan konten yang akan dihasilkan. **1** Rough cut mempermudah editor dalam melakukan pengeditan video. b. **1** Editing Secara garis

besar proses editing merupakan proses menyambungkannya audio dan visual dengan variasi tertentu. c. Ulasan dan persetujuan klien Setelah melewati

proses editing, selanjutnya produser mengirim hasil kepada klien untuk dilihat. **1**

Tentunya terdapat asumsi bahwa beberapa perubahan yang perlu dilakukan, maka dilakukannya revisi editing. **1** Proses ini dilakukan sebagai bentuk

pematangan konten dan bentuk komunikasi terjalin dengan klien. d. Distribusi Tahap ini merupakan tahap video sudah disetujui klien dan editing mengeksport video ke dalam format sesuai kebutuhan klien, karena setiap platform distribusi mempunyai format ekspor yang berbeda. 1 3.1 2 Ide

Konten Ide konten merupakan fondasi utama dalam proses penciptaan materi yang akan disajikan kepada audiens. Dalam dunia yang dipenuhi dengan informasi, memiliki ide konten yang segar dan relevan sangat penting untuk menarik perhatian dan menciptakan keterlibatan (Andini & Prawira, 2017). 10 Ide

konten dapat berupa berbagai format, termasuk artikel, video, gambar, infografis, podcast, dan banyak lagi, yang semuanya memiliki tujuan untuk menginformasikan, menghibur, atau mendidik audiens. Penting untuk memahami bahwa ide konten bukan hanya sekadar topik, tetapi juga mencakup bagaimana topik tersebut akan disajikan. Sebuah ide konten yang baik harus mencakup tema yang menarik dan relevan dengan audiens target. Misalnya, jika sebuah perusahaan berfokus pada kesehatan dan kebugaran, ide konten bisa berupa artikel tentang tips diet sehat atau video tentang rutinitas olahraga. Namun, cara penyampaian dan gaya konten juga sangat menentukan efektivitasnya. Konten yang disajikan berbagai cara yang menarik dan kreatif lebih mungkin untuk diterima dengan baik oleh audiens. Riset menjadi langkah penting dalam mengembangkan ide konten. Dengan memahami tren terkini, kebutuhan audiens, dan apa yang menjadi perhatian mereka, kreator konten dapat menciptakan materi yang tidak hanya relevan tetapi juga bermanfaat. analisis media sosial, dan survei audiens dapat membantu dalam mengidentifikasi topik-topik yang sedang hangat dibicarakan atau yang belum banyak dibahas (Verianty, 2022). 8 Dengan demikian, ide konten yang dihasilkan akan lebih tepat sasaran dan dapat menarik perhatian yang lebih besar. Selain itu, tujuan dari ide konten juga perlu dipertimbangkan. 8 20 Apakah tujuan konten tersebut untuk meningkatkan kesadaran merek, mendidik audiens, atau mendorong penjualan? Dengan menetapkan tujuan yang jelas, kreator dapat lebih mudah merumuskan ide konten yang sesuai. Misalnya, jika tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, ide konten mungkin berfokus pada



storytelling yang menggugah emosi dan menciptakan koneksi dengan audiens. Pentingnya audiens target juga tidak dapat diabaikan. Ide konten yang efektif harus selaras dengan minat dan kebutuhan audiens yang ingin dijangkau. Memahami demografi, preferensi, dan perilaku audiens akan membantu dalam menciptakan konten yang lebih terarah. Misalnya, konten yang ditujukan untuk generasi muda mungkin perlu lebih interaktif dan menggunakan bahasa yang lebih santai, sementara konten untuk profesional mungkin memerlukan pendekatan yang lebih formal dan informatif. Setelah ide konten dikembangkan, tahap berikutnya adalah perencanaan dan produksi. Ini termasuk menentukan format konten, menulis naskah, merancang elemen visual, dan merencanakan distribusi. Tim kreatif sering kali terlibat dalam proses ini untuk memastikan bahwa semua elemen bekerja sama secara harmonis dan menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas tinggi. Berikut adalah lima hal penting yang harus disiapkan ketika mencari ide konten (Populix, 2023):

1. Pahami Audiens Target: Kenali demografi, minat, dan kebutuhan audiens Anda. Memahami siapa yang akan mengonsumsi konten membantu dalam menciptakan ide yang relevan dan menarik.
2. Riset Tren dan Konten Populer: Gunakan alat seperti Google Trends dan media sosial untuk mengidentifikasi topik yang sedang hangat. Analisis konten yang berhasil dari kompetitor juga dapat memberikan inspirasi.
3. Tentukan Tujuan Konten: Tetapkan apa yang ingin dicapai dengan konten tersebut, seperti meningkatkan kesadaran merek, mengedukasi audiens, atau mendorong penjualan. Tujuan yang jelas akan memandu pengembangan ide.
4. Brainstorming dan Kumpulkan Ide: Ajak tim untuk sesi brainstorming. Catat semua ide tanpa menyensor. Beberapa ide yang tampak tidak biasa bisa menjadi dasar untuk konten yang menarik.
5. Evaluasi dan Pilih Ide: Tinjau daftar ide berdasarkan relevansi, potensi dampak, dan kesesuaian dengan tujuan konten. Pilih yang paling menjanjikan untuk dikembangkan lebih lanjut.

3.2 Pelaksanaan Kerja Selama periode tiga bulan, dari 01 Juli 2024 hingga 30 September 2024, praktikan terlibat dalam Kerja Profesi sebagai anggota tim produksi kreatif, dengan fokus utama pada

pengelolaan dua program, yaitu Life Hacks dan Bonding Buddy. Tugas utama praktikan sebagai Asisten Produser praktikan bertanggung jawab untuk mendukung kelancaran proses produksi program di Brand Media Indonesia. Tugas ini meliputi berbagai aktivitas, mulai dari membantu perencanaan dan pengaturan jadwal produksi hingga berkoordinasi dengan anggota tim lainnya untuk memastikan semua elemen produksi tersedia dan siap digunakan. Praktikan juga terlibat dalam pengumpulan serta pengolahan informasi yang diperlukan untuk pembuatan skrip, serta melakukan riset untuk mendalami tema dan konten yang akan diproduksi. Selain itu, praktikan memiliki tanggung jawab untuk mengatur pertemuan dengan narasumber dan melakukan briefing guna memastikan bahwa semua pihak memahami tujuan dan alur produksi. Dengan melaksanakan tugas-tugas ini, praktikan tidak hanya berkontribusi pada keberhasilan proyek, tetapi juga mengembangkan keterampilan manajerial dan teknis yang sangat berharga dalam industri media. Praktikan bekerja dalam sistem work from office (WFO), yang disesuaikan dengan kebutuhan dan jadwal produksi masing-masing program. Dalam program Life Hacks, praktikan bertanggung jawab untuk menciptakan dan mengembangkan konten inovatif yang mudah diterapkan, yang memerlukan kreativitas serta keterampilan teknis dalam pengelolaan properti dan dokumentasi visual. Sementara itu, dalam program Bonding Buddy, praktikan berperan dalam memastikan interaksi yang hangat dan autentik antara bintang tamu dan hewan peliharaan, yang membutuhkan keahlian dalam koordinasi, komunikasi, dan pengelolaan produksi agar pengalaman yang ditampilkan di layar dapat menarik dan menyentuh emosi audiens. Selama penempatan, praktikan memperoleh pengalaman langsung dalam berbagai aspek produksi kreatif, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Pengalaman ini mencakup koordinasi dengan tim lintas fungsi, pengaturan lokasi syuting, pemasangan dan pengaturan peralatan produksi, serta pengelolaan data hasil syuting yang disesuaikan dengan kebutuhan arsip dan alur kerja pascaproduksi. Sistem kerja ini memberikan praktikan pemahaman yang mendalam tentang standar dan etika profesional dalam industri, serta

mengasah kemampuan manajemen waktu, tanggung jawab, dan fleksibilitas dalam menghadapi dinamika kebutuhan program yang beragam, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja yang kolaboratif dan berbasis program. **1** 3.2

**1** 1 Tim Kreatif Seorang kreatif berada di bawah naungan produser dalam struktur organisasi. Tugas kreatif mencakup pengelolaan tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan kombinasi konsep ide yang inovatif untuk memastikan kualitas program. Di perusahaan BMI, tim kreatif bekerja pada dua program bersamaan dengan produser. Praktikan berkolaborasi dengan produser untuk menjalankan dua program dari satu klien, yaitu Sea Today, terdapat beberapa program yang praktikan kerjakan yaitu adalah Lifehack, serta Bondingbuddy, Sport Lite. **21** Sea Today adalah saluran berita berbahasa Inggris yang dikelola oleh PT Telkom Indonesia dan Kementerian BUMN. **1** **4** Saluran ini dapat diakses melalui berbagai platform, termasuk Indihome, Usee TV, kanal YouTube SEA Today News, aplikasi SEA Today, MaxxStream, MolaTV, Vidio, MyRepublic, Firstmedia, MNC Play, MNC Vision, serta situs web [www.seatoday.com](http://www.seatoday.com). Sea Today telah memperluas jangkauannya ke beberapa negara di Asia dan Australia, dan akan segera hadir di Eropa dan Amerika, sehingga memungkinkan akses informasi tidak hanya untuk masyarakat Indonesia, tetapi juga secara global. Berikut adalah program-program yang dikerjakan oleh praktikan bersama tim : 1. Life hacks Program Lifehacks merupakan sebuah inisiatif inovatif yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta keterampilan praktis dalam menciptakan barang-barang berguna dan kreatif dari bahan-bahan bekas atau yang masih dapat digunakan. Dengan pendekatan yang bersifat edukatif dan inspiratif, program ini menekankan pentingnya kesadaran akan daur ulang dan keberlanjutan. Setiap dalam program ini, dipandu oleh para ahli yang terampil, dilengkapi dengan narasi suara yang informatif dan mudah dipahami. Metode ini memungkinkan audiens untuk mengikuti langkah-langkah pembuatan dengan mudah sambil memahami konsep serta manfaat dari setiap hack yang ditampilkan. Setiap episode memiliki durasi 30 menit dan dibagi menjadi tiga segmen, di mana masing-masing segmen menyajikan tiga hacks yang berbeda. Contoh

hacks yang ditampilkan mencakup pembuatan vas bunga dari botol plastik bekas, tempat sampah dari kardus bekas, dan berbagai ide kreatif lainnya. Dengan demikian, Program Lifehacks tidak hanya berfungsi sebagai sumber inspirasi, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menciptakan solusi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

2. Bonding buddy Program yang berjudul "Bonding Buddy" adalah sebuah inisiatif yang dirancang untuk menyoroti kedekatan antara pemilik hewan peliharaan dan hewan kesayangan mereka. Dengan pendekatan yang penuh kehangatan dan emosi, program ini mengeksplorasi hubungan yang terjalin antara manusia dan hewan, serta pengaruh interaksi tersebut terhadap kesejahteraan psikologis dan fisik kedua belah pihak. Setiap episode mengajak penonton untuk menyaksikan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pemilik bersama peliharaan mereka, mulai dari bermain, melatih, hingga menjalani rutinitas harian yang mencerminkan ikatan yang erat. Program ini tidak hanya menampilkan berbagai jenis hewan peliharaan, seperti anjing, kucing, burung, dan hewan eksotis, tetapi juga memberikan informasi mengenai perawatan dan tanggung jawab yang diperlukan untuk menjaga kesehatan dan kebahagiaan hewan. Durasi setiap episode bervariasi, namun setiap segmen dirancang untuk menyajikan informasi yang mendalam dan menginspirasi penonton. Melalui wawancara dengan pemilik hewan dan ahli perilaku hewan, program ini menekankan pentingnya pemahaman terhadap kebutuhan dan karakteristik masing-masing hewan peliharaan, serta cara untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan. Dengan demikian, "Bonding Buddy" tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi yang mengajak masyarakat untuk lebih menghargai dan memahami dinamika hubungan antara manusia dan hewan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlakuan baik terhadap hewan peliharaan, serta mendorong penonton untuk membangun ikatan yang lebih kuat dengan peliharaan.

3. Sport Lite Sportlite merupakan sebuah program magazine olahraga yang disajikan dengan cara yang menarik dan santai, dipandu oleh Shanon Siantura. Program ini bertujuan untuk menggali berbagai aspek unik dari

beragam jenis olahraga serta para atlet yang terlibat di dalamnya. Dengan pendekatan yang tidak formal, Shanon mengajak para atlet untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi, sekaligus mencoba langsung olahraga yang mereka geluti. Setiap episode berlangsung selama 60 menit, yang dibagi menjadi lima segmen. Di setiap segmen, program ini menghadirkan narasumber yang memiliki keahlian dan kompetensi tinggi dalam bidang olahraga yang dibahas, sehingga pemirsa dapat memperoleh wawasan yang mendalam dan perspektif yang beragam. Melalui interaksi yang hangat dan penuh semangat, pemirsa tidak hanya mendapatkan informasi yang berharga, tetapi juga terinspirasi oleh perjalanan para atlet. Dengan demikian, Sportlite berfungsi tidak hanya sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi yang mendorong pemahaman yang lebih dalam tentang dunia olahraga, serta menginspirasi masyarakat untuk lebih aktif dan terlibat dalam berbagai kegiatan olahraga. Program ini berkomitmen untuk menampilkan keberagaman dalam olahraga dan merayakan pencapaian para atlet, menjadikannya sebagai sumber inspirasi yang signifikan bagi berbagai kalangan.

### 3.2.2 Program-Program yang Dilakukan Pelaksanaan bidang kerja praktikan, tentunya melakukan beberapa program-program yang telah ditentukan. Pada perusahaan BMI (Brand Media Indonesia) praktikan melaksanakan kegiatan-kegiatan program kerja yang mengharuskan praktikan mengikuti pekerjaan tersebut kurang lebih dua sampai tiga program, antara lain:

1. Program Life Hacks A. Pra-produksi Pada fase awal implementasi program Life Hacks, praktikan mendapatkan pemahaman mendalam dari produser mengenai format dan karakteristik konten life hacks yang telah ada sebelumnya. Pemahaman ini mencakup strategi-strategi efektif dalam mencari ide-ide konten DIY, termasuk teknik observasi dan analisis terhadap konten yang sedang populer di berbagai platform video, seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts. Dengan bimbingan dari produser, praktikan diarahkan untuk mengeksplorasi konten-konten referensi yang tengah tren di media sosial, terutama yang memiliki elemen visual dan informatif yang menarik, sehingga dapat diadaptasi atau diinovasikan untuk memenuhi

kebutuhan serta standar program Life Hacks. Pendekatan ini memfasilitasi praktikan dalam mengidentifikasi ide-ide yang relevan dengan audiens program dan sesuai dengan gaya produksi yang telah ditetapkan. Selama tahap Pra-Produksi, praktikan terlibat dalam beberapa bidang kerja penting yang sangat berpengaruh terhadap kelancaran dan keberhasilan program Life Hacks. Bidang kerja tersebut meliputi: a) Melakukan Riset Ide Konten Gambar

### 3.1 Tabel ide konten Life hacks

Dalam melakukan mencari ide konten perlu memperhatikan Mencari ide konten yang berkaitan dengan Do-It-Yourself (DIY) adalah suatu kegiatan kreatif yang memerlukan eksplorasi mendalam, penelitian, dan analisis yang cermat terhadap tren, kebutuhan, serta preferensi audiens yang beragam. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi para penggemar DIY. Dalam hal ini, sangat penting untuk mengidentifikasi berbagai tema dan konsep yang relevan dengan dunia DIY, termasuk teknik produksi, penggunaan bahan daur ulang, inovasi desain, serta pengembangan fungsionalitas produk. Salah satu langkah awal yang fundamental dalam proses pencarian ide konten adalah melakukan survei terhadap audiens secara sistematis. Melalui survei ini, praktisi dapat mengumpulkan data baik kuantitatif maupun kualitatif mengenai minat, preferensi, dan kebutuhan spesifik audiens. Data tersebut sangat berharga untuk membangun pemahaman yang mendalam tentang profil demografis, gaya hidup, dan psikografis audiens, yang kemudian dapat digunakan untuk menciptakan konten yang relevan dan menarik. Survei juga memberikan wawasan tentang jenis konten yang menarik perhatian serta format yang paling nyaman diakses oleh target audiens, sehingga membantu praktisi dalam merancang konsep yang sesuai dengan harapan mereka. Selain survei, analisis media sosial memainkan peran penting dalam proses ini, memberikan wawasan terkini tentang tren yang berkembang baik secara global maupun lokal. Platform seperti Instagram, TikTok, menjadi sumber inspirasi yang kaya, memungkinkan praktisi untuk mengidentifikasi elemen-elemen konten yang menarik, seperti tema, gaya visual, narasi, dan cara penyampaian pesan

yang sedang populer. Dengan memanfaatkan analisis ini, praktisi tidak hanya mendapatkan inspirasi dari segi visual, tetapi juga dapat menganalisis pola interaksi pengguna, seperti komentar, likes, dan shares, yang memberikan petunjuk mengenai konten apa yang dianggap relevan dan layak dibagikan oleh audiens. Lebih jauh lagi, dengan memantau konten yang populer dan respons audiens terhadapnya, praktisi dapat menemukan ide-ide kreatif yang dapat disesuaikan atau dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan program atau kampanye tertentu. Pendekatan ini juga membuka peluang bagi praktisi untuk menghasilkan karya baru yang bersifat inovatif namun tetap berlandaskan pada tren yang ada, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keterlibatan dan relevansi konten di mata audiens. Dengan cara ini, proses pencarian ide konten menjadi lebih berbasis data dan berorientasi pada audiens, memungkinkan terciptanya strategi konten yang tidak hanya kreatif tetapi juga memiliki daya tarik yang kuat bagi target audiens.

b) Membuat list barang-barang yang ingin digunakan

3.2 Tabel list perlengkapan shooting life hacks

Setelah melakukan penelitian dan mengidentifikasi ide-ide konten, praktikan melanjutkan tahap perencanaan dengan menyusun tabel yang mencantumkan barang-barang yang akan digunakan dalam proses produksi. Tabel ini berfungsi sebagai alat bantu yang terorganisir, memungkinkan praktikan untuk memantau dan mengelola kebutuhan konten dengan lebih efisien dan sistematis. Penyusunan tabel dilakukan dengan mempertimbangkan kategori-kategori penting yang mencakup rincian spesifik, seperti nama barang, jenis bahan yang diperlukan, alat yang digunakan, serta deskripsi fungsi masing-masing item dalam mendukung konsep konten Do-It-Yourself (DIY) yang telah direncanakan. Pada kolom bahan, praktikan menjelaskan secara rinci barang-barang yang akan diproduksi untuk keperluan konten, mulai dari material dasar hingga komponen pendukung lainnya. Dengan demikian, tabel ini tidak hanya mempermudah proses inventarisasi, tetapi juga berfungsi sebagai referensi yang dapat digunakan saat melakukan briefing dengan talent, kru produksi, atau pihak penyelenggara. Melalui briefing ini, semua pihak yang terlibat dapat

memahami secara mendalam kebutuhan setiap episode dan memastikan ketersediaan barang yang diperlukan, sehingga proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan. Penggunaan tabel ini juga memungkinkan praktikan untuk secara proaktif mengidentifikasi dan menyesuaikan kebutuhan produksi, mengurangi risiko ketidaksesuaian material atau alat saat proses pengambilan gambar berlangsung. Dengan demikian, selain membantu menjaga konsistensi produksi, tabel ini berfungsi sebagai bagian dari manajemen proyek yang terstruktur, memberikan fleksibilitas dalam modifikasi ide sekaligus memastikan bahwa setiap episode konten yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang telah ditentukan. **1 B. Produksi**

Pada tahapan produksi life hacks, sebelum keberangkatan ke tempat lokasi shooting, tim kreatif dan praktikan perlu mengumpulkan barang-barang yang telah dilist dan memperhatikan perlengkapan-perengkapan yang dibutuhkan saat shooting, seperti print skrip ide ide konten dan barang- barang, kamera, lensa, memory card, baterai, perlengkapan lighting, dan perekam suara. Pada saat sampai dilokasi shooting, tim kreatif melakukan pertemuan dengan talent untuk melakukan koordinasi terkait konten- konten yang dibuat serta melakukan persiapan bekerja seperti menyusun barang-barang yang nantinya akan digunakan untuk properti shooting. Produksi program life hacks ini merupakan salah satu kegiatan yang mengharuskan praktikan untuk menjadi Assistant Producer, dalam konteks ini praktikan bertugas untuk menjaga proses shooting dari awal hingga akhir dengan mengatur kebutuhan konten yang telah dipersiapkan melalui tabel di atas. Praktikan juga berusaha untuk berkoordinasi dengan tim kreatif untuk melakukan pengecekan berkala pada peralatan yang akan digunakan, seperti kamera, lighting, mikrofon, serta kebutuhan tim kreatif lainnya yang dibutuhkan pada saat prosesi shooting. Yang dimana, praktikan memiliki tugas untuk menyusun, atau menentukan lokasi pencahayaan, memastikan kamera yang akan digunakan dalam keadaan baik serta berkoordinasi dengan producer sehingga proses shooting konten program life hacks dapat dilaksanakan dengan lancar. C. Pasca Produksi Pada fase pascaproduksi program Life Hacks, praktikan



melaksanakan serangkaian tugas penting untuk memastikan bahwa proses penyelesaian produksi berlangsung dengan efisien dan teratur. Salah satu tanggung jawab utama praktikan adalah mengembalikan dan merapikan semua peralatan serta properti yang telah digunakan selama proses syuting. Praktikan secara sistematis mengatur peralatan pencahayaan dan mengembalikannya ke lokasi penyimpanan yang sesuai, sehingga peralatan tersebut tersusun dengan rapi dan siap digunakan kembali dalam produksi selanjutnya. Penyusunan peralatan ini tidak hanya bertujuan untuk menjaga keteraturan, tetapi juga untuk memastikan keamanan peralatan agar terhindar dari kerusakan atau kehilangan. Selanjutnya, praktikan melanjutkan ke tahap penting dalam pengelolaan data, yaitu proses penyalinan data. Proses ini mencakup pemindahan file hasil rekaman dari kamera ke dalam hard disk yang sesuai dengan program Life Hacks, sehingga data dapat diarsipkan dengan aman dan terstruktur. Praktikan melakukan penyalinan data dengan cermat, memperhatikan konsistensi dalam format penamaan file untuk memudahkan identifikasi dan akses di masa mendatang. **1 Pengarsipan data rekaman ini dilakukan segera setelah syuting untuk mengurangi risiko kehilangan data dan memastikan bahwa memori kamera dapat segera diformat kembali sebagai persiapan untuk produksi program berikutnya.** Selain itu, praktikan memastikan bahwa proses penyalinan data dilakukan dalam beberapa tahap, termasuk verifikasi bahwa seluruh file telah berhasil disalin ke hard disk. Praktikan meninjau data untuk menghindari kesalahan transfer, serta mengelompokkan data sesuai dengan urutan pengambilan gambar yang telah ditetapkan dalam skrip produksi. Dengan adanya pengarsipan yang teratur, tim editor dapat lebih mudah mengakses dan memanfaatkan data dalam proses penyuntingan selanjutnya. Upaya ini juga mengoptimalkan alur kerja tim produksi, menjamin kelancaran transisi antara tahap produksi dan pascaproduksi, serta mempercepat waktu penyelesaian proyek Life Hacks.

2. Program Bonding Buddy A. Pra-Produksi Bonding Buddy adalah program talk show yang menghadirkan narasumber untuk membahas interaksi sehari-hari antara peliharaan dan majikannya. Program ini tidak hanya bertujuan untuk

menghibur, tetapi juga untuk memberikan edukasi kepada pemirsa mengenai hubungan antara manusia dan hewan peliharaan, serta pentingnya perawatan dan perhatian yang tepat terhadap hewan tersebut. Dengan menampilkan interaksi yang hangat dan menyenangkan, Bonding Buddy diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai tanggung jawab sebagai pemilik hewan peliharaan. Dalam tahap pra-produksi program Bonding Buddy, praktikan bekerja sama dengan tim kreatif untuk mencari talent yang akan menjadi narasumber. Proses ini mencakup identifikasi individu yang memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan tentang peliharaan mereka, sehingga dapat memberikan wawasan yang menarik bagi audiens. Dengan pendekatan yang terstruktur, tim melakukan seleksi berdasarkan kriteria tertentu, termasuk karakteristik peliharaan, kepribadian pemilik, dan kemampuan berkomunikasi di depan kamera. Selanjutnya, praktikan juga bertanggung jawab untuk menyusun skrip yang mencakup gimmick dan pertanyaan untuk narasumber. Skrip ini dirancang untuk memastikan alur percakapan yang menarik dan lancar, serta mencakup elemen kreatif yang dapat meningkatkan interaksi antara narasumber dan pemirsa. Dengan menyiapkan pertanyaan yang tepat, praktikan berusaha untuk menggali informasi yang relevan dan menyajikannya dengan cara yang menghibur.

**17** Skrip ini akan menjadi panduan selama proses pengambilan gambar, sehingga setiap anggota tim dapat berkontribusi secara efektif. Di samping itu, praktikan juga memastikan ketersediaan perlengkapan shooting yang diperlukan, seperti pencahayaan, kamera, mikrofon, dan peralatan lainnya yang akan digunakan dalam proses pengambilan gambar. Kesiapan teknis sangat penting dalam produksi audiovisual, karena faktor-faktor ini dapat memengaruhi kualitas tayangan. Praktikan melakukan koordinasi dengan tim teknis untuk memastikan bahwa semua peralatan siap digunakan. a) Melakukan Pencarian Narasumber Gambar 3.3 list narasumber bonding buddy Dalam upaya mencari narasumber, praktikan berkolaborasi dengan produser untuk melaksanakan program Bonding Buddy melalui serangkaian langkah yang terstruktur dan terencana. Proses ini dimulai dengan observasi mendalam di platform media sosial, terutama Instagram, untuk mengidentifikasi narasumber yang memenuhi kriteria

sesuai dengan tema dan tujuan program. Praktikkan menganalisis berbagai akun yang menunjukkan interaksi menarik antara pemilik dan hewan peliharaan mereka, dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti karakter, pengalaman, serta kemampuan narasumber dalam berkomunikasi secara efektif di depan kamera. Setelah menemukan beberapa kandidat yang potensial, praktikkan melanjutkan dengan memperkenalkan diri kepada narasumber yang terpilih. Pada tahap ini, praktikkan bertanggung jawab untuk menyampaikan konsep dan tujuan program Bonding Buddy dengan cara yang jelas dan menarik. Komunikasi yang efektif sangat penting untuk membangun hubungan yang positif dengan narasumber, sehingga mereka merasa nyaman dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam program. Praktikkan melakukan pendekatan kepada calon narasumber, memberikan informasi tambahan tentang program, serta menjelaskan ekspektasi yang diharapkan dari mereka selama proses pengambilan gambar. Selanjutnya, praktikkan juga berperan dalam mengumpulkan informasi lebih lanjut mengenai narasumber. Ini mencakup latar belakang peliharaan mereka, pengalaman yang relevan, serta cerita menarik yang dapat dibagikan selama program. Dengan cara ini, praktikkan dapat menyiapkan pertanyaan yang lebih spesifik dan menarik, yang akan memicu diskusi yang mendalam dan menghibur bagi audiens. Setelah memperoleh informasi yang memadai, praktikkan melakukan negosiasi untuk mencapai kesepakatan dengan narasumber. Proses ini mencakup penetapan syarat-syarat partisipasi, hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta memastikan bahwa narasumber memahami peran mereka dalam program. Praktikkan juga bertanggung jawab untuk menentukan jadwal yang sesuai untuk proses pengambilan gambar, dengan mempertimbangkan ketersediaan narasumber dan tim produksi.

b) Membuat Skrip Gambar 3.4 skrip untuk bonding buddy Setelah praktikkan berhasil menemukan narasumber yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan, langkah selanjutnya yang krusial adalah menyusun skrip yang dirancang untuk mencakup elemen-elemen penting dalam program. Skrip ini mencakup kriteria adegan gimmick peliharaan yang telah direncanakan, serta pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan interaksi antara majikan dan hewan peliharaan mereka, yang disusun

berdasarkan arahan dari produser. Proses ini memerlukan kerjasama yang erat antara praktikan dan tim kreatif untuk memastikan bahwa skrip yang dihasilkan mampu menciptakan alur cerita yang menarik dan informatif. Dalam proses penyusunan skrip, praktikan membuat tabel yang terdiri dari dua komponen utama: visual (adegan konten) dan narasi (skrip dan pertanyaan konten). Komponen visual berfungsi untuk merinci adegan- adegan yang akan direkam, termasuk pengaturan lokasi, posisi kamera, dan tindakan yang diharapkan dari narasumber serta hewan peliharaan mereka. Dengan mendeskripsikan elemen visual secara rinci, praktikan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh kepada seluruh tim produksi mengenai apa yang akan terjadi selama pengambilan gambar. Di sisi lain, komponen narasi mencakup naskah yang telah disusun dengan cermat, termasuk pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber. Pertanyaan-pertanyaan ini dirancang untuk menggali informasi yang lebih dalam dan memberikan kesempatan bagi narasumber untuk berbagi pengalaman serta cerita menarik tentang peliharaan mereka. Dengan mempersiapkan pertanyaan yang relevan, praktikan berusaha menciptakan suasana yang interaktif dan menarik, sehingga pemirsa dapat terhubung secara emosional dengan konten yang disajikan. Tabel ini memiliki peranan yang sangat penting dalam memudahkan praktikan dalam melakukan briefing kepada narasumber. Dengan adanya panduan visual dan naratif yang terstruktur, praktikan dapat memberikan arahan yang sesuai dengan program Bonding Buddy, serta memastikan bahwa narasumber memahami peran mereka dalam produksi. Selain itu, tabel ini juga mendukung koordinasi yang lebih baik antara semua pihak yang terlibat.

#### B. Produksi

Dalam produksi program Bonding Buddy yang dilaksanakan oleh praktikan, terdapat sejumlah bintang tamu yang hadir bersama hewan peliharaan mereka, yang menambah daya tarik serta nilai emosional dari program ini. Bintang tamu tersebut meliputi Cynthia Luriany dengan kucingnya, Chlowie; Andre Tjoa bersama anjingnya, Benji Baileys; Valentino Chandra Dwi yang membawa anjing-anjing peliharaannya dari 7JFamily; serta Merliana Satya dengan kucingnya, Cream Puff. Kehadiran para tamu beserta hewan peliharaan mereka



memperkaya program melalui interaksi yang alami antara pemilik dan hewan, yang menjadi esensi dari Bonding Buddy. Selama tahap produksi, praktikan menjalankan peran yang menyeluruh, termasuk bertemu dengan talent dan narasumber di lokasi yang telah ditentukan, umumnya di rumah narasumber, untuk menciptakan suasana yang nyaman dan autentik bagi para tamu dan hewan peliharaan mereka. Pada kesempatan ini, praktikan melakukan briefing yang mendetail, mencakup penjelasan mengenai adegan-adegan yang akan diambil, serta daftar pertanyaan yang akan diajukan selama wawancara. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa narasumber merasa siap dan nyaman dengan urutan adegan serta alur interaksi yang telah direncanakan dalam skrip. Selain itu, praktikan juga berperan aktif dalam mendukung tim kreatif dalam persiapan teknis, seperti pemasangan dan pengaturan pencahayaan serta penataan kamera untuk menjamin kualitas visual yang optimal selama pengambilan gambar. Praktikan memastikan bahwa pencahayaan dan sudut pengambilan gambar telah sesuai dengan standar estetika program, sehingga setiap adegan dapat disajikan dengan kualitas visual yang baik, serta tetap mampu menyampaikan nuansa kasih sayang antara pemilik dan hewan peliharaan.

C. Pasca Produksi Pada program Bonding Buddy, dalam fase pasca produksi, praktikan memegang peranan penting dalam mengembalikan dan merapikan barang-barang yang digunakan selama syuting. Proses ini dimulai dengan merapikan peralatan pencahayaan dan mengembalikannya ke lokasi penyimpanan yang telah ditentukan. Penataan peralatan ini tidak hanya berfungsi untuk menjaga kerapihan dan efisiensi ruang kerja, tetapi juga untuk memastikan bahwa semua peralatan tersedia dan dalam kondisi baik untuk digunakan dalam program yang akan datang. Setelah menyelesaikan penataan peralatan, praktikan segera melakukan penyalinan data hasil syuting ke hard disk yang telah ditentukan sesuai dengan prosedur Bonding Buddy. Tahapan ini merupakan langkah krusial dalam pengarsipan data rekaman, yang bertujuan untuk menjaga integritas dan keamanan konten yang telah dihasilkan.

**1** Penyalinan data dilakukan segera setelah proses syuting, mengingat bahwa memori kamera perlu diformat

kembali untuk persiapan syuting program selanjutnya. Proses ini tidak hanya mencegah kehilangan data, tetapi juga memastikan bahwa semua rekaman dapat diakses dengan mudah dan terorganisir dengan baik. Praktikan menyadari bahwa pengarsipan data adalah bagian yang tak terpisahkan dari manajemen produksi audiovisual. Oleh karena itu, mereka harus memastikan bahwa setiap file disimpan dalam folder yang tepat, dengan penamaan yang sistematis dan deskriptif. Hal ini akan memudahkan tim dalam menemukan dan mengakses materi yang diperlukan di masa mendatang, baik untuk proses editing, review, maupun untuk keperluan dokumentasi. Selama proses penyalinan data, praktikan juga belajar mengenai pentingnya cadangan data, serta berbagai format penyimpanan yang dapat digunakan untuk menjaga kualitas video. Kesadaran akan pentingnya pengelolaan data yang baik ini menjadi bekal berharga bagi praktikan dalam menghadapi tantangan di industri media, di mana pengelolaan informasi dan konten semakin kompleks.

3. Sportlite A. Pra produksi Gambar 3.5 “Tentang proses shooting sportlite Dalam tahap pra-produksi, praktikan berperan aktif dalam mendukung kameramen untuk mempersiapkan berbagai peralatan dan kebutuhan yang diperlukan untuk proses pengambilan gambar. Tugas ini mencakup penyediaan peralatan utama seperti kamera, lensa, baterai, tripod, mikrofon, serta peralatan pendukung lainnya. Kesiapan teknis merupakan elemen penting dalam produksi audiovisual, dan praktikan menyadari betapa pentingnya memastikan bahwa semua peralatan berada dalam kondisi optimal sebelum digunakan. Melalui kegiatan ini, praktikan juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai spesifikasi teknis dari masing-masing peralatan serta cara mengoperasikannya secara efisien. Di samping itu, praktikan turut membantu tim kreatif dalam mengatur jadwal wawancara dengan pemain sepak bola. Proses ini memerlukan komunikasi yang efektif untuk mengatur waktu wawancara, serta memastikan bahwa para pemain memahami tujuan dan format program yang akan dilaksanakan. Praktikan berkontribusi dalam merumuskan daftar pertanyaan yang relevan dan menarik, yang akan digunakan selama wawancara. Dengan demikian, praktikan tidak hanya mengasah keterampilan organisasi, tetapi

juga meningkatkan kemampuan interpersonal yang sangat penting dalam konteks produksi media. Setelah semua peralatan dan kebutuhan siap, praktikan melanjutkan dengan membantu dalam penataan kamera dan pencarian sudut pengambilan gambar yang tepat. Proses ini melibatkan analisis visual yang mendalam untuk menentukan penempatan gambar yang paling sesuai dengan konteks wawancara. Praktikan bekerja sama dengan kameramen untuk mengevaluasi berbagai sudut pandang, pencahayaan, dan komposisi visual, sehingga hasil rekaman dapat menciptakan narasi yang kuat dan menarik bagi pemirsa. Pengalaman ini memberikan praktikan pemahaman yang lebih baik tentang estetika visual serta teknik-teknik pengambilan gambar yang dapat meningkatkan kualitas produksi.

B. Produksi Dalam tahap produksi, peran praktikan sangat krusial dalam menyiapkan peralatan, termasuk mikrofon untuk host dan narasumber yang akan diwawancarai. Kesiapan teknis ini menjadi faktor penting untuk memastikan bahwa semua suara dapat direkam dengan jelas dan tanpa gangguan. Selain itu, praktikan juga terlibat dalam pengaturan teknis lainnya, seperti pengaturan suara dan pencahayaan, guna menjamin kualitas rekaman yang optimal. Pengaturan suara mencakup penyesuaian level audio serta penempatan mikrofon yang tepat agar suara narasumber dan host dapat terekam dengan baik, tanpa terpengaruh oleh suara latar yang tidak diinginkan. Di samping itu, pencahayaan merupakan elemen vital dalam produksi audiovisual, berfungsi untuk menciptakan suasana yang sesuai dan menonjolkan subjek yang direkam. Praktikan bekerja sama dengan tim teknis untuk mengatur sumber cahaya, baik dari lampu studio maupun sumber alami, sehingga dapat menciptakan efek visual yang menarik dan profesional. Setelah semua peralatan disiapkan dan pengaturan teknis dilakukan, praktikan melaksanakan uji coba suara untuk memastikan bahwa semua perangkat berfungsi dengan baik. Uji coba ini sangat penting untuk mengidentifikasi kemungkinan masalah teknis sebelum proses pengambilan gambar dimulai. Dengan melakukan uji coba, praktikan dapat mendengarkan kualitas suara yang dihasilkan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan, seperti mengubah posisi mikrofon atau menyesuaikan level audio. Proses ini tidak

hanya memberikan praktikan pengalaman praktis dalam pengoperasian peralatan produksi, tetapi juga mengajarkan mereka tentang pentingnya persiapan yang matang dalam setiap tahap produksi. Melalui keterlibatan aktif dalam pengaturan teknis, praktikan juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika dan tantangan yang dihadapi dalam industri audiovisual. Kualitas rekaman yang baik merupakan fondasi dari produksi yang sukses, dan pengalaman ini memberikan praktikan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan di lapangan.

C. Pasca produksi Pada program Sportlite, selama tahap pasca produksi, praktikan memiliki tanggung jawab yang signifikan dalam mengembalikan dan menyusun kembali barang-barang hasil syuting. Proses ini dimulai dengan membereskan peralatan lighting dan mengembalikannya ke tempat penyimpanan yang telah ditentukan. Penataan yang rapi dan sistematis sangat penting untuk menjaga kerapihan ruang kerja, serta memastikan bahwa semua peralatan dalam kondisi baik untuk digunakan pada proyek- proyek mendatang. Praktikan memahami bahwa pengelolaan peralatan yang efisien tidak hanya berkontribusi pada keberlangsungan produksi, tetapi juga mencerminkan profesionalisme tim.

1 Setelah menyelesaikan penataan peralatan, praktikan segera melakukan copy data hasil syuting untuk dipindahkan ke hard disk yang sesuai dengan program Sportlite. Proses copy data ini merupakan langkah penting dalam pengarsipan rekaman, yang bertujuan untuk menjaga integritas dan keamanan konten yang telah dihasilkan.

1 Pengarsipan yang tepat dilakukan segera setelah proses syuting, karena memori kamera perlu diformat kembali untuk persiapan syuting program berikutnya. Hal ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan waktu dan sumber daya dalam industri media, di mana efisiensi dan ketepatan waktu dapat berpengaruh signifikan terhadap keseluruhan proses produksi. Praktikan memastikan bahwa setiap file disimpan dalam folder yang terstruktur dan diberi nama yang deskriptif, sehingga memudahkan tim dalam menemukan dan mengakses materi yang diperlukan di kemudian hari. Proses ini juga mencakup pembuatan cadangan data, yang merupakan langkah krusial untuk mencegah kehilangan informasi penting. Dengan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan



data yang baik, praktikan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang sistem penyimpanan dan pengarsipan yang digunakan dalam industri. 1 3.2 1 4.

Pekerjaan Tambahan Produksi Praktikan tidak hanya melakukan pekerjaan dari program diatas saja, melainkan ada pekerjaan tambahan yang diberikan oleh produser lain untuk membantu keberlangsungan syuting dan editing, Produksi dari produser lainnya. Berikut kegiatan pekerjaan tambahan yang praktikan lakukan :

1. Shooting program pembuatan iklan panasonic, praktikan membantu cameraman mennyiapkan perlengkapan kamera dan lightning yang diperlukan
2. Shooting event baku hantam, praktikan berpartisipasi menjadi asisten cameraman dalam membantu menjadi pengambilan gambar
3. Shooting event Dragon Boat, praktikan membantu mengkordinasikan host mengenai jalannya acara seperti mengkoordinasikan pertanyaan apa saja yang akan diajukan kepada narasumber
4. Praktikan juga membantu dalam proses penyuntingan video dalam proses subtitle editing
5. Shooting program Knock The Doc dari Sea Today, praktikan membantu menjadi penanya di acara online

3.3 Kendala Yang dihadapi Dalam menjalankan pelaksanaan kerja profesi sebagai anggota tim kreatif di BMI, praktikan mengalami sejumlah tantangan yang muncul pada setiap fase proses produksi selama periode magang. Berikut ini adalah penjelasan mengenai tantangan-tantangan yang dihadapi oleh praktikan selama melaksanakan tugas profesional, yang mencakup tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi :

1. Pra-Produksi a. Keterbatasan dalam penelitian yang melibatkan narasumber sering kali terjadi, di mana narasumber cenderung enggan untuk mengungkapkan sejumlah fakta yang akan dibahas selama proses pengambilan gambar b. Keterbatasan dalam sebuah perlengkapan syuting, berbenturan jadwal produksi dengan program lain membuat alat-alat syuting juga terbatas sehingga mencari sewa alat yang membuat menambah anggaran. c. Ketika sedang shooting barang ada saja yang ketinggalan ada lupa dibawa yang menyebabkan telat sampai tujuan atau terlalu lama untuk ingin pulang.
1. Produksi a. Penggunaan clip on yang noise saat syuting berlangsung, mengakibatkan harus mengulangi dari awal noise muncul b. Keterbatasan lighting c. Perubahan mendadak dalam alur syuting di

pabrik disebabkan oleh penyesuaian jadwal produksi produk yang berlangsung di pabrik tersebut. **1** 3. Pasca-Produksi a. Penggunaan software atau app editing yang sudah ditetapkan oleh Perusahaan sehingga tidak boleh menggunakan software dan app lainnya sebagai penunjang pasca produksi. b. Kesalahan pada pengambilan gambar dari kameraman, sehingga perlu melakukan retake syuting produksi. 3.4 Cara mengatasi kendala Pelaksanaan kerja profesi dalam tim kreatif di BMI, praktikan selama periode magang. Meskipun dihadapkan pada berbagai kendala praktikan berupaya untuk menemukan solusi atas permasalahan yang timbul. **14** Berikut ini adalah penjelasan mengenai solusi yang diterapkan oleh praktikan untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam melaksanakan tugas profesional. 1. Pra Produksi a. Dalam keadaan di mana narasumber enggan membahas topik tertentu, praktikan dituntut untuk menunjukkan kreativitas dan kemampuan beradaptasi dalam mencari ide konten alternatif yang relevan dan menarik. Pendekatan ini melibatkan komunikasi yang efektif dengan narasumber untuk memahami alasan di balik penolakan tersebut serta membangun dialog yang konstruktif. Dengan cara ini, praktikan berusaha untuk menggali lebih dalam preferensi dan minat narasumber, sehingga dapat menawarkan konsep yang sesuai dan dapat diterima. Proses ini tidak hanya memperkaya konten yang dihasilkan, tetapi juga meningkatkan keterlibatan narasumber, menciptakan suasana yang lebih terbuka dan kolaboratif. Kemampuan praktikan untuk beradaptasi dan mencari solusi kreatif sangat penting dalam dunia produksi konten, di mana fleksibilitas dan pemahaman terhadap dinamika komunikasi menjadi kunci untuk mencapai hasil yang optimal. b. Terdapat situasi di mana seorang karyawan memiliki perlengkapan kamera pribadi yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan produksi. Dalam hal ini, perusahaan memutuskan untuk menyewa perlengkapan tersebut, terutama ketika jadwal syuting lainnya saling bertabrakan. Keputusan ini tidak hanya praktis, tetapi juga strategis, karena penyewaan peralatan dapat membantu perusahaan dalam mengelola anggaran dengan lebih efisien. Dengan menyewa perlengkapan dari karyawan, perusahaan dapat mengurangi biaya tambahan yang mungkin muncul akibat

pembelian peralatan baru, serta menghindari potensi pemborosan anggaran yang dapat berdampak pada aspek lain dari produksi. Langkah ini juga mencerminkan pendekatan kolaboratif di antara anggota tim, di mana sumber daya yang ada dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung kelancaran proses produksi. c. Setiap kali akan melakukan pengambilan gambar, praktikan memiliki tanggung jawab untuk mencatat secara sistematis semua perlengkapan yang akan dibawa. Proses pencatatan ini sangat penting dalam mempersiapkan sesi syuting yang efisien dan terorganisir. Dengan mencatat perlengkapan yang diperlukan, praktikan dapat memastikan bahwa semua kebutuhan produksi terpenuhi dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan atau kekurangan selama proses syuting.. 1

2. Produksi a. Praktikan menanggulangi dari kesalahan suara noise clip on dengan mengecek terlebih dahulu posisi baterai penuh dan posisi mic yang jauh dari gesekan baju karena jika menempel dengan baju akan mengakibatkan suara noise. b. Keterbatasan cahaya saat syuting sehingga memanfaatkan sinar matahari untuk pengaturan komposisi kamera. c. Saat terjadi perubahan yang tak terduga saat syuting, tim kreatif merubah rundown syuting, yang tadinya syuting opening diawal menjadi terakhir karena harus mengejar proses pembuatan di dalam pabrik yang terbatas waktunya 3. Pasca Produksi a.

Penetapan perangkat lunak dan aplikasi oleh perusahaan merupakan langkah strategis yang berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan produktivitas dalam proses produksi. Dalam hal ini, praktikan diharapkan untuk dapat beradaptasi dengan cepat dan efektif terhadap penggunaan berbagai aplikasi yang telah diterapkan. Proses adaptasi ini mencakup tidak hanya pemahaman teknis mengenai fitur-fitur perangkat lunak yang digunakan, tetapi juga pengetahuan baru mengenai metode dan praktik terbaik dalam pengoperasian aplikasi tersebut. Dengan kemampuan beradaptasi, praktikan dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi yang ada, serta meningkatkan keterampilan dan kompetensinya dalam lingkungan kerja yang terus berubah. Hal ini juga membuka peluang untuk meningkatkan kualitas produksi, di mana praktikan dapat menggunakan perangkat lunak yang sesuai untuk analisis data,

pengeditan video, dan manajemen proyek yang lebih efisien. b. Dalam pelaksanaan program, terdapat kondisi yang memerlukan pengambilan ulang produksi akibat pengambilan gambar yang tidak memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Kebutuhan untuk melakukan retake ini menjadi sangat penting dalam upaya meningkatkan kualitas program. Retake produksi tidak hanya berfungsi untuk memperbaiki kesalahan teknis, tetapi juga sebagai langkah untuk memastikan bahwa setiap elemen visual dan audio sesuai dengan ekspektasi audiens serta tujuan kreatif yang ingin dicapai. Dalam proses ini, seluruh tim produksi, termasuk praktikan, harus bekerja sama secara efektif untuk merencanakan kembali sesi syuting dengan teliti. Penjadwalan ulang, pengaturan lokasi, dan persiapan alat-alat produksi harus dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari kesalahan yang sama dan mencapai hasil yang optimal.

**BAB IV PENUTUP**

**4. 1 Simpulan**

Tim kreatif di sebuah rumah produksi memainkan peran yang sangat penting dalam proses penciptaan konten audiovisual yang menarik dan berkualitas tinggi. Mereka bertanggung jawab tidak hanya untuk menghasilkan ide-ide yang segar dan inovatif, tetapi juga untuk merencanakan setiap detail dari produksi dengan cermat. Dalam menghadapi tantangan yang terus berkembang di industri media, tim kreatif berfungsi sebagai penggerak utama kesuksesan di balik layar, menyesuaikan strategi mereka agar tetap relevan dan efektif. Mereka bekerja dalam kolaborasi multidisiplin, memanfaatkan beragam keterampilan dan perspektif untuk menciptakan karya yang tidak hanya memenuhi standar industri, tetapi juga mampu menarik perhatian audiens. Setelah mendapatkan pengalaman kerja di bidang ini, praktikan memiliki kesempatan untuk mempelajari berbagai aspek penting dari proses kreatif tersebut, antara lain:

1. Tim kreatif memiliki peranan yang krusial tidak hanya pada fase pra-produksi, tetapi juga sepanjang keseluruhan proses, termasuk dalam produksi dan pasca produksi.
2. Diharapkan tim kreatif mampu berpikir kritis dan inovatif dalam menyampaikan ide cerita kepada klien, dengan tujuan untuk menarik minat klien terhadap konsep yang diajukan.
3. Tim kreatif melaksanakan sesi brainstorming untuk

mengembangkan gagasan-gagasan yang dihasilkan oleh setiap anggota. 4. Keterampilan dalam penyiaran, seperti penulisan skrip yang efektif dan efisien serta pelaksanaan produksi sesuai dengan skrip yang telah disusun, memerlukan kolaborasi yang erat di antara anggota tim di lapangan. 5. Peningkatan kompetensi di bidang penyiaran, khususnya yang berkaitan dengan tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi dalam konteks periklanan. 6. Selama menjalani praktik kerja, praktikan memperoleh pemahaman mengenai proses pra-produksi, termasuk cara menyusun storyline dengan mengintegrasikan ide-ide kreatif untuk menarik perhatian klien merek. 2 Setelah klien merek menunjukkan ketertarikan terhadap ide storyline, langkah selanjutnya adalah membuat breakdown yang mencakup rincian skrip seperti dialog, informasi produk, voice over, serta elemen visual seperti footage, sudut pandang, dan grafis yang akan ditampilkan dalam video. 7. Sebelum proses pengambilan gambar dimulai, tim kreatif bertanggung jawab untuk menyiapkan segala hal, termasuk survei lokasi, persiapan kostum dan aksesori, serta properti yang akan digunakan dalam program yang sedang berlangsung. 8. Pada fase produksi, praktikan belajar bahwa peran tim kreatif sangat penting dalam mengatur skrip yang telah disusun, karena skrip tersebut berfungsi sebagai panduan selama proses pengambilan gambar. 4.2 Saran Berdasarkan pengalaman magang yang dijalani oleh praktikan di PT Brand Media Indonesia sebagai bagian dari tim kreatif di Divisi Produksi, praktikan memperoleh sejumlah pembelajaran dan pengetahuan yang berharga. Selama tiga bulan masa magang, praktikan terlibat dalam berbagai aspek produksi dan mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika industri media serta tantangan yang dihadapi oleh perusahaan. Pengalaman ini menjadi landasan bagi praktikan untuk melakukan analisis dan memberikan rekomendasi yang konstruktif, yang tidak hanya relevan dengan perusahaan tempat mereka berpraktik, tetapi juga berkaitan dengan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam konteks produksi audiovisual. Praktikan menyadari bahwa inovasi dan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi adalah kunci untuk tetap bersaing dalam industri yang terus mengalami perubahan yang cepat.

2 Dengan demikian, berikut adalah beberapa saran yang diajukan oleh praktikan, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perusahaan: 4.2 1 Saran untuk BMI pada Divisi Produksi Saran yang dapat disampaikan oleh praktikan kepada PT Brand Media Indonesia, khususnya di Divisi Produksi, adalah sebagai berikut: 1. Pengelolaan Sumber Daya Manusia: Sangat penting untuk fokus pada pengelolaan sumber daya manusia dalam tim produksi agar tidak terjadi konflik jadwal selama proses produksi. 2. Inventarisasi dan Pemeliharaan Peralatan: Diperlukan pelaksanaan inventarisasi serta pemeliharaan secara berkala terhadap peralatan syuting, termasuk perlengkapan pencahayaan, perlengkapan streaming, dan peralatan kamera. 3. Manajemen Koordinasi Jam Kerja: Diperlukan pengelolaan yang lebih efektif terkait koordinasi jam kerja karyawan untuk mencegah ketidakteraturan dalam penjadwalan hari libur bagi karyawan. 4. Peningkatan Branding di Media Sosial: Diperlukan upaya yang lebih agresif untuk meningkatkan branding Divisi Infinity di platform media sosial, guna memperkuat visibilitas dan citra divisi tersebut di kalangan audiens yang lebih luas. 4.2

2 16 2 Saran untuk IPTEK Saran dari praktikan untuk pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) adalah sebagai berikut: 1. Penetapan perangkat lunak dan aplikasi oleh perusahaan merupakan langkah strategis yang mendukung efisiensi serta produktivitas dalam proses produksi. Dalam hal ini, praktikan diharapkan mampu beradaptasi dengan cepat dan efektif terhadap penggunaan berbagai aplikasi yang telah diterapkan. Proses adaptasi ini tidak hanya melibatkan pemahaman teknis mengenai fitur-fitur perangkat lunak yang digunakan, tetapi juga menuntut praktikan untuk mengeksplorasi pengetahuan baru terkait metode dan praktik terbaik dalam pengoperasian aplikasi tersebut. Dengan beradaptasi, praktikan dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi yang ada, sekaligus meningkatkan keterampilan dan kompetensinya dalam lingkungan kerja yang dinamis. Hal ini juga membuka peluang untuk meningkatkan kualitas produksi, di mana praktikan dapat memanfaatkan perangkat lunak yang sesuai untuk analisis data, pengeditan video, serta manajemen proyek yang lebih efisien. 2. Dalam pelaksanaan

REPORT #24032899

program, terdapat situasi yang memerlukan pengambilan ulang produksi akibat pengambilan gambar yang tidak memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Kebutuhan untuk melakukan retake ini menjadi sangat penting dalam upaya meningkatkan kualitas program. Retake produksi bukan sekadar memperbaiki kesalahan teknis, tetapi juga merupakan langkah untuk memastikan bahwa setiap elemen visual dan audio memenuhi harapan audiens serta tujuan kreatif yang diinginkan. Dalam proses ini, seluruh tim produksi, termasuk praktikan, harus bekerja sama secara efektif untuk merencanakan kembali sesi syuting dengan teliti. Penjadwalan ulang, pengaturan lokasi, serta persiapan alat-alat produksi harus dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari kesalahan yang sama dan mencapai hasil yang optimal. Melalui retake ini, tim tidak hanya memperbaiki aspek yang kurang, tetapi juga meningkatkan kemampuan evaluasi dan responsivitas terhadap kualitas, sehingga menghasilkan program yang lebih memuaskan dan layak tayang.



REPORT #24032899

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>7.74%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8023/13/13.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8023/13/13.%20BAB%20III.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>2.92%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8023/14/14.%20BAB%20IV.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8023/14/14.%20BAB%20IV.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>1.13%</b> binus.ac.id <a href="https://binus.ac.id/malang/2017/09/media-sebagai-alat-publikasi-public-relatio...">https://binus.ac.id/malang/2017/09/media-sebagai-alat-publikasi-public-relatio...</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.54%</b> seatoday.com <a href="https://seatoday.com/page/tentang-kami">https://seatoday.com/page/tentang-kami</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.27%</b> www.beljarlagi.id <a href="https://www.beljarlagi.id/post/tugas-marketing-agency">https://www.beljarlagi.id/post/tugas-marketing-agency</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.27%</b> kumparan.com <a href="https://kumparan.com/logika-dungu/ekonomi-kreatif-dan-penggunaan-teknolo...">https://kumparan.com/logika-dungu/ekonomi-kreatif-dan-penggunaan-teknolo...</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.26%</b> unair.ac.id <a href="https://unair.ac.id/meningkatkan-pengembangan-konten-kreasi-dan-teknologi...">https://unair.ac.id/meningkatkan-pengembangan-konten-kreasi-dan-teknologi...</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.25%</b> www.puskomedia.id <a href="https://www.puskomedia.id/blog/menyusun-rencana-konten-yang-ampuh-untu...">https://www.puskomedia.id/blog/menyusun-rencana-konten-yang-ampuh-untu...</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.24%</b> dibimbing.id <a href="https://dibimbing.id/blog/detail/contoh-digital-marketing-yang-sukses">https://dibimbing.id/blog/detail/contoh-digital-marketing-yang-sukses</a>	●





REPORT #24032899

INTERNET SOURCE		
10.	0.23% polteksci.ac.id <a href="https://polteksci.ac.id/blog/panduan-lengkap-content-creation-untuk-meningk...">https://polteksci.ac.id/blog/panduan-lengkap-content-creation-untuk-meningk...</a>	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.22% www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/feeds/read/5789486/cara-mendaftar-ppg-prajabatan...">https://www.liputan6.com/feeds/read/5789486/cara-mendaftar-ppg-prajabatan...</a>	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.22% eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3666/13/13.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3666/13/13.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.19% repository.unpas.ac.id <a href="http://repository.unpas.ac.id/55939/3/BAB%20I%20DRAFT%20SKRIPSI%20SHER..">http://repository.unpas.ac.id/55939/3/BAB%20I%20DRAFT%20SKRIPSI%20SHER..</a>	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.19% core.ac.uk <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.15% urus.my.id <a href="https://urus.my.id/blog/ekonomi-kreatif--potensi-besar-di-era-digital-untuk-me...">https://urus.my.id/blog/ekonomi-kreatif--potensi-besar-di-era-digital-untuk-me...</a>	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.15% sikap.unida.gontor.ac.id <a href="https://sikap.unida.gontor.ac.id/simak-magang/download?id=ab169dea-ea20-4...">https://sikap.unida.gontor.ac.id/simak-magang/download?id=ab169dea-ea20-4...</a>	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.14% eprints.unm.ac.id <a href="https://eprints.unm.ac.id/35323/1/DIKTAT%20MOTION%20GRAPHIC%202024.pdf">https://eprints.unm.ac.id/35323/1/DIKTAT%20MOTION%20GRAPHIC%202024.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.14% www.ocbc.id <a href="https://www.ocbc.id/id/article/2023/09/19/industri-kreatif-adalah">https://www.ocbc.id/id/article/2023/09/19/industri-kreatif-adalah</a>	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.14% kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/id/eprint/33210/2/BAB_I.pdf">https://kc.umn.ac.id/id/eprint/33210/2/BAB_I.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.13% ivosights.com <a href="https://ivosights.com/read/artikel/buzzer-inilah-8-jenis-konten-yang-dapat-digu..">https://ivosights.com/read/artikel/buzzer-inilah-8-jenis-konten-yang-dapat-digu..</a>	●



REPORT #24032899

INTERNET SOURCE

**21. 0.12%** trustnews.id

<https://trustnews.id/read/2182/SeaToday-sebagai-TV-Pool-Sukses-Sajikan-Perin..>

