

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

Perkembangan industri kreatif di Indonesia saat ini berkembang pesat melalui pesatnya media baru. Adanya industri kreatif mampu menciptakan sumber daya manusia yang memiliki daya saing di era globalisasi (Farid, 2018:95-96). Berkembangnya industri kreatif sangat diperlukan perusahaan-perusahaan media, karena perusahaan media membutuhkan sumber daya manusia yang kreatif dan memiliki ide baru. Perusahaan media online yang memanfaatkan media baru didalamnya sangat terikat dengan industri kreatif. Media online membutuhkan sesuatu yang *out of the box* untuk menarik perhatian publik, maka didalam perusahaan media online dibutuhkanlah sebuah tim kreatif yang dapat membuat konten – konten menarik bagi *audience*. Daya tarik pada iklan harus memiliki makna juga memberikan manfaat bagi audiens (Arlanto, 2021:92). Tim kreatif merupakan tim yang bekerja dalam bidang pembuatan konsep terhadap sesuatu konten. Memiliki kreatifitas sangat dituntut untuk melakukan inovasi dengan melakukan arahan yang diberikan seorang produser, dengan tujuan dapat diterima di kalangan masyarakat (Monica,2016:19). Konten yang diciptakan merupakan sesuatu yang baru dengan mengandalkan kreativitas yang bertujuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan keunikan melalui unsur dasar yang sudah ada. Adanya tim kreatif bertujuan untuk memberikan konten – konten baru sesuai dengan konteks yang diberikan perusahaan media online.

Media online detikcom menyediakan konten – konten yang sangat beragam dan memiliki targetnya sendiri. Konten – konten tersebut dikategorikan kedalam kanal – kanal yang tersedia di website detikcom. Tidak hanya itu detikcom juga menyediakan tempat untuk beriklan para brand. Saat ini digital marketing sangat dibutuhkan seiring dengan berkembangnya zaman, hal tersebut membuat perusahaan media online menawarkan jasa untuk brand yang ingin bekerja sama dalam mempromosikan produknya, terutama dalam pengiklanan. Iklan merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan minat dari suatu produk ataupun jasa yang bersifat persuasif

dengan melibatkan media massa, membuat suatu perusahaan brand atau jasa mengeluarkan *cost* untuk pemasangan iklan di media *online* (Monica, 2016). Pengiklan Periklanan tersebut menunjukkan kegiatan komunikasi yang satu arah, yang berarti suatu cara untuk pengiriman pesan atau gagasan kepada orang lain (Russel, Thomas, dan Ronald, 1992:21). Iklan yang disediakan bisa berupa video filler brand, TVC *breaking news* terhadap suatu brand, review brand dan lainnya. Hal tersebut membuat seorang tim kreatif harus memikirkan ide – ide yang *out of the box* untuk menarik perhatian brand yang akan bekerja sama, mencari referensi dan riset sebanyak – banyaknya untuk memberikan konsep yang menarik, melakukan survei, melakukan proses produksi, dan mereview hasil dari konten yang telah melalui proses editing. Pekerjaan tersebut dilakukan oleh tim kreatif. Selama melakukan kerja profesi, praktikan ditempatkan menjadi tim kreatif pada divisi Brand Studio. Berikut paparan bidang kerja yang dilakukan oleh praktikan.

### 3.1.1 Tim Kreatif

Tim kreatif merupakan tim yang bekerja dalam bidang pembuatan konsep terhadap sesuatu konten. Konten yang diciptakan merupakan sesuatu yang baru dengan mengandalkan kreativitas yang bertujuan untuk menghasilkan kebaruan dan keunikan dengan unsur-unsur dasar yang sudah ada. Kreativitas menurut Werner Reunartz dan Peter Safferet (2015:1) menyatakan kreatifitas merupakan pemikiran yang berbeda berbentuk kemampuan untuk menemukan solusi yang terhadap suatu problem. Tugas utama dari seorang tim kreatif yaitu memikirkan suatu konsep dan mengeksekusi konten tersebut dalam sebuah artikel, video, atau konten lainnya pada media sosial, stasiun televisi, media dan media online. Pada tim kreatif divisi Brand Studio detikcom sendiri, tugas utamanya yaitu memikirkan ide – ide kreatif untuk mempromosikan brand baik *hard sell* maupun *soft sell* melalui pembuatan *storyline*, *breakdown*, *moodboard*.

Pada tim Kreatif Brand Studio detikcom, praktikan diberikan arahan oleh mentor yang bernama Raisha Anazga, praktikan biasa memanggilnya dengan sebutan kak ich, kemudian ada tiga anggota tim kreatif lainnya yang bernama kak Indri, Kak Mongga dan Kak Shan. Praktikan diajarkan dan dibimbing langsung dalam melaksanakan tugas sebagai tim kreatif oleh ke-empat orang tersebut. Dalam melakukan tugasnya kak Ich selaku *head of creative*

memberikan tugas kepada masing-masing anggota tim kreatif yang nantinya akan menjadi PIC pada project brand yang akan dijalankan. Tahapan selanjutnya yaitu melakukan pra produksi terkait dengan konten yang akan dibuat, biasanya pada brand memberikan *knowledge* terkait dengan produk yang ditawarkan dan juga memberikan brief dan output untuk mempermudah tim kreatif dalam pembuatan storyline. Namun adapun brand yang seluruhnya diberikan kepada Brand Studio. Proses selanjutnya yaitu melakukan proses produksi dan pasca produksi, dari kedua tahapan tersebut, tim kreatif tetap berkontribusi dalam melakukan pekerjaannya.

### 1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan proses awal dalam perencanaan suatu konten. Tahap pra produksi juga sebagai tahap dalam pencarian data awal sebagai pedoman untuk melakukan tahapan produksi, data yang telah didapat nantinya akan dijadikan bahan untuk perencanaan alur dari konten/video yang akan dijalankan (Siti, 2017:22). Sebelum melakukan proses produksi, terdapat tahapan pembuatan *script*, *storyline*, *breakdown*, *moodboard*. Tahapan pra produksi ini nantinya harus sesuai dengan proses produksi yang akan dilaksanakan. Pada pra produksi video *filler* brand memiliki beberapa tahapan-tahapan diantaranya pembuatan *storyline*, *breakdown*, *storyboard* dan *moodboard*. Tahapan tersebut dilakukan sebagai acuan dasar dari proses pembuatan iklan pada brand yang bekerja sama dengan detikcom. Tahapan selanjutnya yaitu melakukan produksi atau shooting. Produksi atau shooting juga masih tanggung jawab dari tim kreatif, dimana tim kreatif bertugas untuk mengarahkan terkait dengan *script* dan apapun yang telah direncanakan sebelumnya.

### 2. Produksi

Proses produksi merupakan sebuah proses melakukan eksekusi naskah yang akan diceritakan melalui gambar atau video yang diambil. Pengertian lain dapat dilihat dari arti proses yaitu cara, metode ataupun teknik dalam penyelenggaraan atau pelaksanaan dari suatu kegiatan tertentu (Agus Ahyari, 2002: 65). Sedangkan produksi merupakan suatu

kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui dan menambah manfaat atau pencipta faedah, bentuk, waktu dan tempat atas dasar faktor produksi yang bermanfaat dalam memenuhi keinginan konsumen (Sukanto Reksohadiprojo, 2000:1). Tahapan produksi ini tidak hanya dilakukan oleh tim produksi, melainkan tim kreatif juga turut serta dalam proses produksi tersebut. Nantinya tim produksi dan tim kreatif akan berdiskusi mengenai angle – angle apasaja yang akan di ambil. Adapun tahapan proses produksi yang dilakukan tim kreatif Brand Studio yaitu menentukan visual dan melakukan proses shooting gambar dan video. Setelah melakukan produksi, tahapan selanjutnya merupakan tahapan pasca produksi, tim kreatif juga memiliki tanggung jawab dalam proses pasca produksi ini.

### 3. **Pasca Produksi**

Pasca produksi atau post produksi merupakan tahapan penting yang dilakukan oleh editor untuk menyusun keseluruhan gambar atau video yang nantinya menghasilkan konten yang telah ditetapkan. Menurut Joseph M Bogs, editor memiliki tugas untuk menyusun potongan-potongan gambar yang sudah diambil oleh tim produksi, kemudian mengeditnya sampai menjadi satu kesatuan yang terdiri dari visual dan audio yang senada. Tim pasca produksi juga harus membaca naskah cerita secara keseluruhan untuk menyesuaikan alur cerita dalam gambar atau video yang sedang di edit. Tahapan editing ini juga memiliki tim grafis untuk kebutuhan pembuatan video yang menggunakan *motiongraphic*, seperti *summer-impose*, *OBB* dan *endtag*. Tim kreatif memiliki tanggung jawab untuk mengarahkan tim pasca produksi saat melakukan editing. Tim kreatif juga harus memastikan video pada proses editing sesuai dengan *scene – scene* yang terletak di *script*. Hal tersebut bertujuan untuk menyesuaikan alur video dengan *script* yang akan di edit oleh editor.

Ketiga tahapan tersebut praktikan pelajari selama masa Kerja Profesi di Brand Studio detikcom, namun tugas utama yang praktikan kerjakan yaitu pada tahapan pra-produksi. Praktikan diberikan tugas dalam merencanakan ide, membuat *storyline*, *breakdown* dan *moodboard*, serta tugas lainnya yang sekiranya praktikan bisa lakukan. Berikut ini

merupakan penjelasan dari pelaksanaan kerja yang praktikan lakukan selama melakukan Kerja Profesi di detikcom.

### **3.2 Pelaksanaan Kerja**

Praktikan melakukan Kerja Profesi selama tiga bulan, mulai dari 20 Juni 2022 hingga 20 September 2022. Praktikan melakukan pekerjaan dengan sistem *work from office* dan *work from home*, tergantung kebijakan dari mentor yang memberikan jadwal kepada praktikan. Praktikan ditempatkan sebagai tim kreatif di Brand Studio detikcom.

#### **3.2.1 Pra Produksi**

Seperti yang sudah dibahas di atas, tahapan pra produksi merupakan proses awal dalam perencanaan suatu konten. Sebagai tim kreatif Brand Studio detikcom, praktikan perlu mempelajari bagaimana berpikir kreatif untuk mencari ide-ide baru untuk brand yang melakukan pengiklanan. Mencari dan riset juga diperlukan dalam menemukan ide-ide baru. Maka, praktikan sebelum menuliskan ide-ide, biasanya melakukan riset terlebih dahulu. Jika sudah menemukan satu *output* maka praktikan dapat melakukan eksekusi. Pada tim kreatif divisi Brand Studio detikcom sendiri, tugas utamanya yaitu memikirkan ide – ide kreatif untuk mempromosikan brand baik *hard sell* maupun *soft sell* melalui pembuatan *storyline*, *breakdown*, *moodboard*.

Selain itu tugas tim kreatif sebelum melakukan produksi yaitu membuat naskah, meminjam kostum dan properti pada *wardrobe* yang digunakan untuk kebutuhan dalam melaksanakan proses shooting, membuat *cue card* jika dibutuhkan, menjalankan promter naskah, memegang matador untuk aba-aba. Pada tim kreatif, praktikan harus mampu menjalankan dan menuangkan ide-ide kreatif dan *out of the box* yang nantinya akan dijual kepada brand yang akan melakukan promosi pada detikcom. Proses pertama dalam pengerjaan *jobdesk* yaitu dengan, tim kreatif lain memberikan arahan terkait dengan brand apa saja yang akan melakukan promosi di detikcom, kemudian praktikan diberikan arahan berupa *product knowledge*, *output* yang diminta oleh brand. Selanjutnya praktikan menuangkan ide-ide ke dalam naskah singkat atau disebut dengan *storyline* yang selanjutnya akan diperiksa oleh tim kreatif lain dan melakukan

*brainstorming* ide-ide tim kreatif lain. Berikut ini penjelasan dari pembuatan *storyline*, *breakdown* dan *moodboard*.

### 3.2.1.1 Proses Pembuatan *Storyline* dan *Script*

Tahapan ini merupakan proses pembuatan naskah cerita berbentuk teks yang sebelumnya harus mencari referensi, menentukan tema dan setelahnya dapat dibuat naskah cerita. Dalam membuat sebuah naskah cerita biasanya menggunakan aplikasi multimedia yang digunakan perusahaan. Pembuatan naskah ini dibuat menetapkan narasi dialog dan urutan cerita secara rinci dan seseorang yang membuat *storyline* harus memperhatikan pemilihan kata yang ditulis, adegan dan suasana yang dibuat secara menarik. *Script* yang telah praktikan buat diantaranya;

#### 1. **Script VO HUT DKI Jakarta**

- Praktikan diberikan tugas untuk membuat naskah *voice over* yang bertema “HUT DKI Jakarta sebagai kota global”. Pada praktiknya, praktikan diberikan arahan untuk membuat naskah VO untuk HUT DKI Jakarta. Praktikan sebelumnya diarahkan mengenai tema yang diinginkan yaitu Jakarta sebagai kota global, setelah itu praktikan mulai melakukan riset mengenai Jakarta sebagai kota global. Riset yang dilakukan bersumber dari internet yang kemudian naskah yang dibuat praktikan kembangkan dan perbaharui namun tetap berdasarkan sumber dan data.

#### 2. **Storyline XL Prioritas**

Praktikan diberikan tugas untuk riset dan membuat ide cerita pada brand XL Prioritas. Praktikan memberikan ide *storyline* yang bertema “Healing di tengah banyaknya pekerjaan”. Pada praktiknya, mentor memberikan arahan mengenai konsep yang diinginkan klien yaitu *highlight* remaja yang saat ini sering menggunakan kata *healing*. Selanjutnya praktikan melakukan riset konten terkait dengan *healing* dan mendapatkan ide yaitu, seorang pekerja yang sedang bosan akibat pekerjaannya yang menumpuk, membuatnya ingin WFH, namun WFH dilakukan diluar negeri. Kemudian pekerja tersebut akhirnya berangkat ke luar negeri dan izin kepada orangnya melalui chat yang berisi “mah aku mau pergi ke

taman dulu ya”, ternyata taman yang dituju yaitu taman merlion, kemudian pekerja tersebut melakukan kegiatan WFH di taman merlion dengan menggunakan paket data XL Prioritas.

**3. Script judul dan deskripsi VT Hoegeng Awards 2022**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul beserta deskripsi mengenai VT Hoegeng Awards 2022 untuk diposting pada website detikcom dengan output kegiatan *live streaming* acara yang diselenggarakan. Konten tersebut berjudul “Rayakan HUT Bhayangkara ke-76, Polisi Terima Anugerah Hoegeng Awards 2022”. Judul dan deskripsi yang dibuat harus sesuai dengan isi konten.

**4. Script judul dan deskripsi Masyarakat Anambas Terima Sapi Kurban dari Presiden Joko Widodo**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul beserta deskripsi mengenai program *newsflash* mengenai Masyarakat Anambas Terima Sapi Kurban dari Presiden Joko Widodo. Konten tersebut berjudul “Masyarakat Anambas Terima Sapi Kurban dari Presiden Joko Widodo”. Judul dan deskripsi yang dibuat harus sesuai dengan isi konten.

**5. Storyline web seriese Yamaha Fazio**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat ide *storyline* web series Yamaha Fazio. Praktikan membuat *storyline* yang bercerita mengenai kisah romance sekaligus komedi. Praktikan diberikan tugas untuk membuat tiga episode yang berarti juga membuat tiga *storyline* sesuai dengan episode yang diangkat.

**6. Script judul dan deskripsi Blak-blakan Aipda Rohimah**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai program Blak-Blakan tentang Aipda Rohimah yang nantinya akan diposting di website detikcom. Konten tersebut berjudul “Aipda Rohimah: Cerita Inspiratif di Balik Polwan Kampung”. Judul dan deskripsi yang dibuat harus sesuai dengan isi konten.

**7. Storyline Pegi-Pegi**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat ide *storyline* brand Pegi-Pegi. Brand Pegi-Pegi ingin mengangkat tema kemerdekaan yang didalamnya memiliki output *tourism heroes* yang terkena dampak pandemi Covid-19. Praktikan membuat ide cerita *healing* untuk *tourism heroes*.

**8. Script judul dan deskripsi Dukung UMKM Perempuan, Tokopedia**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai *newsflash* milik Tokopedia yang bertema Dukung UMKM Perempuan. Judul dan deskripsi yang praktikan buat akan diposting di website detikcom. Konten tersebut berjudul "Dukung UMKM Perempuan, Tokopedia Adakan Kelas Perempuan Digital di Bali". Judul dan deskripsi yang dibuat harus sesuai dengan isi konten.

**9. Script judul dan deskripsi Huawei Cloud**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai produk Huawei Cloud yang nantinya akan diposting di website detikcom. Konten tersebut berjudul "Layanan Internet Cepat dan Stabil Tanpa Khawatir Listrik Mati". Judul dan deskripsi yang dibuat harus sesuai dengan isi konten.

**10. Storyline OPPO Reno8 5G dan Enco Buds 2 Breaking news**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat ide *storyline* mengenai produk *knowledge* OPPO Reno8 5G dan Enco Buds 2 yang telah di brief terlebih dahulu oleh brand. Praktikan membuat *storyline* yang berawal dari *product knowledge* kemudian melakukan *room tour* galeri, karena proses shooting saat itu dilakukan di OPPO Gallery Gandaria City yang baru saja dibuka.

**11. Storyline filler OPPO Reno8 5G dan Enco Buds 2**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat ide *storyline* filler video brand OPPO yang mengutamakan produk barunya yaitu OPPO Reno8 5G dan Enco Buds 2.



**12. Storyline Tiktok OPPO Pameran Karya Anak Bangsa**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat ide *storyline* yang bertemakan pameran karya anak bangsa, isi pada konten tersebut yaitu tour pameran foto yang menggunakan OPPO Reno8 5G. Praktikan melakukan riset terlebih dahulu untuk konten tiktok yang akan dibuat. Praktikan melakukan riset seputar konten *room tour*, konten rekomendasi tempat *aesthetic* dan sound apa yang akan digunakan untuk menjangkau para audiens.

**13. Script judul dan deskripsi Voxpop Kemerdekaan**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai voxpop kemerdekaan, konten voxpop ini berisi UMKM. Nantinya judul dan deskripsi akan dipublikasi di website detikcom. Judul dan deskripsi harus sesuai dengan isi konten.

**14. Script judul dan deskripsi OPPO Reno8 5G dan Enco Buds 2**

***Breaking news***

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai *breaking news* OPPO Reno8 5g dan Enco Buds 2 dan akan dipublikasikan pada website detikcom. Konten tersebut berjudul “Experience Baru Menggunakan OPPO Reno8 Series dan OPPO Enco Buds2 di OPPO Gallery Gandaria City”. Judul dan deskripsi harus sesuai dengan isi konten.

**15. Script judul dan deskripsi OPPO Reno8 5G dan Enco Buds 2 Filler**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai filler video OPPO Reno8 5G dan Enco Buds yang nantinya akan dipublikasikan pada website detikcom. Konten tersebut berjudul “Hasil foto Jernih di Malam Hari, Earbuds Yang Pocket Fit In, Kok Bisa?”. Judul dan deskripsi harus sesuai dengan ide konten.

**16. Script judul dan deskripsi Voxpop Kemerdekaan kanal Detikoto**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai video voxpop kemerdekaan pada kanal detikoto dengan out seputar

otomotif, yang nantinya akan dipublikasikan pada website detikcom. Konten tersebut berjudul “Indonesia 77 Tahun, Mari Meraih Kemerdekaan di Jalan”.

- 17. Script judul dan deskripsi Voxpop Kemerdekaan kanal Detikhealth**  
Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai video voxpop kemerdekaan pada kanal detikhealth dengan output kesehatan, yang nantinya akan dipublikasikan pada website detikcom. Konten tersebut berjudul “Indonesia 77 Tahun Bangkit! Merdeka atau Sakit?”.
- 18. Script judul dan deskripsi Voxpop Kemerdekaan Kanal Detikedu**  
Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai video voxpop kemerdekaan pada kanal detikedu dengan output pendidikan, yang nantinya akan dipublikasikan pada website detikcom. Konten tersebut berjudul “Dirgahayu Indonesia Ke-77! Merdeka Hak Anak Bangsa Untuk Sekolah!”.
- 19. Script judul dan deskripsi Voxpop Kemerdekaan kanal Detiktravel**  
Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai video voxpop kemerdekaan pada kanal detiktravel dengan output dampak pandemi dan pariwisata, yang nantinya akan dipublikasikan pada website detikcom. Konten tersebut berjudul “Arti Kemerdekaan Bagi Traveler? Mau Liburan Tanpa Masker?”.
- 20. Script judul dan deskripsi Voxpop Kemerdekaan kanal Wolipop**  
Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai video voxpop kemerdekaan pada kanal Wolipop dengan output yang diangkat yaitu produk lokal, yang nantinya akan dipublikasikan pada website detikcom. Konten tersebut berjudul “Indonesia 77 Tahun, Ayo Pakai Produk Lokal”.
- 21. Script judul dan deskripsi Voxpop Kemerdekaan keseluruhan kanal di detikcom**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai video voxpop kemerdekaan pada keseluruhan kanal yang ada di detikcom dengan output kemerdekaan republik Indonesia Ke-77, yang nantinya akan dipublikasikan di website detikcom. Konten tersebut berjudul “Dirgahayu Indonesia Ke-77. Ini Arti Kemerdekaan Bagi Mereka”.

**22. Script judul dan deskripsi Ototes Daihatshu**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai Ototes Daihatsu dimana pada video tersebut berisi review dan *product knowledge* yang nantinya akan dipublikasikan di website detikcom. Konten tersebut berjudul “Teman Perjalanan Anak Milenial Ini, Fiturnya Kekinian Banget”.

**23. Script judul dan deskripsi Wedding Open House Sutasoma Hotel**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai Wedding Open House Sutasoma Hotel, pada video tersebut berisi mengenai informasi acara, vendor pernikahan dan hotel sutasoma, nantinya akan dipublikasikan pada website detikcom. Konten tersebut berjudul “Sutasoma Hotel & Tribra Darmawangsa Hadirkan Wedding Open House”.

**24. Script Newsflash Kementerian Perdagangan**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat *script news flash* yang berisi *storyline* dan *breakdown* mengenai kementerian perdagangan yang telah menerima minyak dengan harga murah. Konten tersebut berjudul “Minyakita Kirimkan 18.600 Liter Minyak Goreng dengan Harga Terjangkau”.

**25. Storyline Mamypoko**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat ide *storyline* mamypoko yang mengutamakan *product knowledge*. Praktikan membuat *storyline* yang berisi mengenai kekhawatiran seorang ibu terhadap anaknya terkait dengan kulit bayi yang sensitif.

**26. Storyline filler PTPN X**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat ide *storyline* PTPN X, output mengenai *awareness audience* mengenai progress project PTPN X.

**27. Script judul dan deskripsi Le Mineral**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai brand Le Mineral dengan output mengenai peringatan penggunaan galon isi ulang oplosan, nantinya akan dipublikasikan pada website detikcom.

**28. Script judul dan deskripsi Webinar Heinz**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat judul dan deskripsi mengenai konten kegiatan *live streaming* webinar dengan output menghighlight kegiatan selama webinar berlangsung. Konten tersebut berjudul "Mulai Persiapkan Ekspansi Bisnis Kulinermu".

**3.2.1.2 Proses Pembuatan Breakdown**

Tahapan ini merupakan proses lanjutan dari pembuatan *storyline*. *Breakdown* ini dibuat untuk memudahkan orang lain untuk membaca naskah secara detail baik dari naskah cerita, visual dan properti yang akan digunakan. *Breakdown* sendiri digunakan sebagai panduan tim yang terlibat dalam melakukan produksi iklan, mulai dari tim kreatif, *camera personal*, *audioman* dan *editor*. Selain itu *breakdown* juga membantu dalam menjelaskan mengenai alur narasi sebuah cerita dan berperan dalam menentukan *timing* pada sequence pada elemen di dalam sebuah frame (Denisa,2016:24).

Praktikan menggunakan *breakdown* untuk shooting di lapangan. *Breakdown* yang telah dibuat merupakan isi cerita yang menjadi acuan selama proses produksi berlangsung. Saat produksi berlangsung, biasanya praktikan melakukan arahan dari PIC pada project tersebut terkait dengan *scene* apa yang diambil dan mengecek apakah host atau talent yang sedang berbicara di depan kamera sesuai dengan inti dari *script* atau tidak, jika dirasa kurang, maka praktikan dapat mengarahkan untuk melakukan re-take pada *scene* tersebut. Berikut ini *breakdown* yang telah praktikan buat diantaranya:

1. **Breakdown Breaking news OPPO Reno8 5G dan Enco Buds 2**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat *breakdown breaking news* yang berisi mengenai *script*, *product knowledge*, visual yang ada pada saat produksi berlangsung. *Script* tersebut menjelaskan mengenai *cue card* MC yang berisi *product knowledge* dan *room tour* galeri.

2. **Breakdown Filler OPPO Reno8 5G dan Enco Buds 2**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat *breakdown filler* video brand OPPO, yang berisi *script*, visual dan *product knowledge* yang tersedia pada *script*. *script* berisi mengenai percakapan antar talent dan *product knowledge*.

3. **Breakdown filler PTPN X**

Praktikan diberikan tugas untuk membuat *breakdown filler* PTPN X yang berisi mengenai tour selama berada di PTPN X sambil melakukan interview. Selain itu praktikan ditugaskan untuk membuat *script* percakapan dan menentukan visual.

**3.2.1.3 Proses Pembuatan Moodboard**

Tahapan ini merupakan gambaran mengenai objek atau visual apa saja yang nantinya akan diambil saat proses produksi. *Moodboard* merupakan kumpulan atau komposisi gambar atau visual yang dibuat dengan tujuan presentasi dengan klien atau orang lain (Maulana, 2021). Adanya *moodboard* sendiri memudahkan untuk mengutarakan alur cerita dan visual kepada klien. Praktikan biasanya menentukan gambar yang relevan sesuai dengan *scene* yang telah dibuat pada *storyline*. Sebelum melakukan proses produksi, klien atau brand sudah menyetujui naskah yang telah ditetapkan. Setelah melakukan proses pra produksi, tahapan selanjutnya yaitu proses produksi.

Pada tahapan pra produksi, teori yang dipelajari mata kuliah Produksi Berita Televisi sangat berkaitan erat dengan bidang kerja yang dilakukan praktikan. Praktikan mempelajari pada tahap pra produksi sebelum melakukan proses shooting, seluruh isi naskah detail sebelumnya sudah dibuat di tahap pra produksi. Pada praktiknya, praktikan terjun langsung dalam tahapan pra produksi, diantaranya dalam pembuatan *storyline*, *breakdown* dan *moodboard*

yang nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam proses produksi shooting. Naskah yang berhasil praktikan kerjakan sampai disetujui klien yaitu sebanyak 24 naskah *project*. Pada *project* yang dikerjakan, biasanya perusahaan *brand* bisa melakukan lebih dari 1 *project* di dalam kerja sama. Naskah tersebut berupa *storyline, breakdown, mood board* dan naskah judul dan deskripsi pada *project*, perusahaan/*brand* sebagai berikut:

1. HUT DKI Jakarta, praktikan melakukan pembuatan naskah *voice over* yang kemudian dimasukkan ke dalam naskah *project*.
2. Hoegeng Awards 2022, praktikan menambahkan naskah *cue card* MC yang kemudian digunakan pada saat acara berlangsung.
3. Kementerian Perdagangan, praktikan berhasil membuat naskah *newsflash* yang disetujui oleh klien kemudian dilakukan proses editing.
4. Program Blak-Blakan Detikcom, praktikan melakukan pembuatan naskah tambahan *cue card* MC yang kemudian digunakan dalam proses shooting.
5. Tokopedia UMKM Perempuan, praktikan melakukan pembuatan naskah *newsflash* yang disetujui klien kemudian dilakukan proses editing.
6. Voxpop Kemerdekaan seluruh kanal Detikcom, praktikan membuat naskah judul dan deskripsi yang disetujui oleh mentor untuk di masukan ke web site detikcom.
7. OPPO, praktikan berhasil membuat seluruh naskah pada 3 *project* OPPO dan disetujui oleh klien melalui proses revisi. *Project* tersebut berhasil sampai video di posting di detikcom.
8. Daihatsu, praktikan berhasil membuat naskah yang telah disetujui klien kemudian dilakukan proses shooting.
9. Sutasoma Hotel, praktikan berhasil membuat naskah judul dan deskripsi yang telah disetujui klien.
10. Mamypoko, praktikan berhasil membuat naskah dan ide yang disetujui oleh klien kemudian dilakukan proses shooting.
11. PTPN X, praktikan berhasil membuat naskah PTPN X yang disetujui oleh klien dan kemudian dilakukan proses shooting.
12. Le Mineral, praktikan berhasil membuat naskah *cue card*, judul dan deskripsi yang disetujui klien dan dilakukan proses shooting.

13. Kraft Heinz, praktikan berhasil membuat tambahan naskah sebanyak 3 *project* yang di jalan dan disetujui oleh klien kemudian melakukan proses shooting.

*Project*, perusahaan/*brand* diatas mendapatkan persetujuan dari klien untuk segera dilakukan proses produksi, dan pada naskah judul dan deskripsi untuk web site detikcom, biasanya praktikan dapat mengunggahnya setelah mendapat persetujuan dari mentor dan klien.

### 3.2.2 Produksi

Proses produksi merupakan sebuah proses melakukan eksekusi naskah yang akan diceritakan melalui gambar atau video yang diambil. Pada tahapan produksi, tim kreatif Brand Studio detikcom juga ikut serta dalam proses produksi. Sebelum melakukan proses produksi biasanya praktikan, tim kreatif dan tim produksi melakukan *meeting*. Tim kreatif menjelaskan mengenai brand, kemudian menjelaskan *storyline* yang bertujuan sebagai bayangan bagi tim produksi yang bertugas. Setelah itu tim kreatif menjelaskan *breakdown* satu persatu, dibagian *breakdown* dijelaskan mengenai visual dan *script*. Pada Brand Studio detikcom, tim kreatif dan tim produksi berdiskusi mengenai visual apa saja yang akan diambil namun tetap sesuai dengan *script* yang telah dibuat tim kreatif.

Setelah berdiskusi dan mendapatkan output, tahapan selanjutnya yaitu survei lokasi. Survei lokasi sangat penting dilakukan karena untuk mengetahui bagaimana kondisi di lapangan. Tim kreatif dan tim produksi biasanya langsung berdiskusi di tempat survey mengenai angle yang akan diambil nantinya selama proses produksi. Pada proses produksi video, praktikan juga turut andil dalam melakukan kegiatan shooting. Tim kreatif biasanya mengarahkan tim produksi atau *camera personal* terkait dengan footage dan angle apa yang nantinya akan diambil, selain itu tim kreatif juga memberikan briefing pada talent dan mengecek apakah *script* yang telah dibuat sudah sesuai dengan output yang diberikan talent. Dalam proses produksi, praktikan membantu PIC project tersebut, biasanya praktikan mengecek *script* apakah sudah benar dengan apa yang talent bicarakan, mencari footage video untuk penambahan VO pada video dan

mengecek performa talent. Berikut ini merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan proses produksi ;

**1. Menentukan visual**

Tahapan menentukan visual dan *brainstorming* ini dilakukan dengan *meeting* terlebih dahulu antara tim kreatif dan tim produksi. Hal tersebut bertujuan untuk menentukan objek atau visual apa saja yang baik diambil pada saat proses produksi berlangsung. Tim produksi sebelum mengeksekusi harus membaca naskah cerita terlebih dahulu untuk mempermudah menentukan pengambilan gambar. Dari adanya *brainstorming* tersebut nantinya memudahkan proses produksi terkait dengan gambar apa saja yang akan diambil.

**2. Melakukan proses shooting gambar dan video**

Tahapan ini merupakan proses pengambilan gambar atau video yang telah di diskusikan. Pengambilan video ini harus sesuai dengan naskah yang telah di buat tim kreatif, hal tersebut dilakukan karena telah di setujui oleh klien. Pengambilan gambar atau video yang baik biasanya menggunakan teknik-teknik *photographi* yang dimiliki *camera personal* tersebut untuk membuat gambar atau video diambil dengan sempurna. Pengambilan gambar atau video dalam proses produksi, biasanya menggunakan kamera profesional. Selain itu hal yang perlu diperhatikan dalam proses pengambilan gambar yaitu *lighting*. *Lighting* diperlukan untuk memperhatikan kontras warna video agar seimbang baik gelap atau terang. *Camera personal* biasanya menggunakan *lighling* untuk membuat tone warna yang seimbang.

Beberapa project produksi telah praktikan ikuti dan diberikan tugas yang berda-beda setiap project, namun masih masuk kedalam tugas tim kreatif. Beberapa project yang telah praktikan ikuti diantaranya, praktikan ikut serta dalam shooting Le Mineral. Pada proses produksi klien minta dibuatkan grafis di dalam video, maka proses produksi memanfaatkan green screen sebagai backgroundnya. Praktikan diberikan tugas oleh kak Shan untuk melakukan brief langsung kepada host, dan menyesuaikan naskah cerita yang sudah dibuat, serta mengatur *wardrobe* dan penampilan host. Project lain yang praktikan ikuti



yaitu brand milik OPPO yang baru saja merilis produk barunya. Pada project ini praktikan diberikan tugas oleh kak Ich untuk memberikan referensi *storyline*, menentukan lokasi shooting yang akan digunakan, menghubungi pemilik tempat lokasi shooting dan membuat perjanjian, melakukan survei tempat untuk lokasi shooting, mengecek script yang dibacakan talent apakah sudah sesuai dengan script yang sudah dibuat, memikirkan footage yang akan digunakan untuk *voice over* dan memastikan semua *scene* yang ada pada *breakdown* telah dilakukan.

Adapun project OPPO yang praktikan ikuti yaitu *breaking news* produk baru OPPO dan peresmian OPPO Gallery Gandaria City. Pada project tersebut, selama proses produksi, praktikan diberikan tugas untuk memberikan briefing kepada host, mengatur *cue card* untuk host, mencari footage sebelum acara dimulai, mengecek *script* apakah host sudah sesuai dengan *script* yang sudah dibuat dan mengarahkan *camera personal* untuk mengambil footage – footage apa saja yang akan digunakan untuk kebutuhan *voice over*. . Selama proses shooting, praktikan mampu mempraktikkan hal-hal terkait dengan *broadcasting* yang sudah dipelajari selama kuliah.



**Gambar 3.1 Kegiatan produksi Bisnis Kuliner Heinz**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022)

Gambar diatas merupakan proses produksi pengambilan video memasak sebagai TVC untuk kebutuhan webinar. Sebelum acara dimulai praktikan melakukan pengecekan terlebih dahulu terkait dengan *script* yang akan dibawakan oleh MC. Pada saat produksi ini, *script* dapat berubah sesuai dengan MC yang membawakan acara tersebut. Selain itu, sebelumnya dilakukan gladibersih terlebih dahulu sebagai gambaran terkait dengan rundown yang telah

di buat sebelumnya. Praktikan diberikan tugas menjadi promter naskah MC dan narasumber dan CG operation selama webinar berlangsung. Tugas yang diberikan kepada praktikan, membutuhkan ketelitian dan ketepatan waktu dalam proses pembacaan naskah pada host, serta fokus terhadap *flow* acara webinar.



**Gambar 3.2 Kegiatan *beauty shoot* produk**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022)

Adapun proses pengambilan gambar khusus untuk produk atau *beauty shoot*. *Beauty shoot* merupakan pengambilan gambar atau video yang menunjukkan kecantikan. *Beauty shoot* ini biasanya dilakukan untuk highlight suatu produk yang diberikan oleh klien atau brand. Biasanya gambar atau video yang diambil berupa *close up* pada suatu objek yang menjadi fokus utama, selain itu *camera personal* harus mengetahui titik – titik mana saja yang akan diambil dan di highlight untuk menjaga estetika produk. Praktikan diberikan tugas untuk mengatur tata cahaya yang digunakan pada saat proses produksi seperti, praktikan diberikan tugas untuk memegang lampu stick panjang yang memiliki banyak warna, nantinya dari lampu tersebut akan menghadirkan efek – efek cantik dari produk yang akan direkam oleh *camera personal* dan mengarahkan shoot yang baik sesuai dengan keinginan klien.

Selanjutnya merupakan tahapan *rough cut* dimana *camera personal* bertugas untuk memilih shoot mana yang akan digunakan untuk proses editing. Setelah melakukan proses produksi atau pengambilan gambar atau video, biasanya *camera personal* akan langsung mengirimkan data foto, video dan audio tersebut kepada tim editor dan nantinya akan segera dilakukan proses

editing. Biasanya praktikan memberikan arahan mengenai *scene – scene* agar saat diberikan editor, alur cerita tidak berantakan.

Pada tahapan produksi, teori Produksi Berita Televisi juga sangat erat dengan pekerjaan dilapangan. Pada teori PBTV menjelaskan tentang proses produksi. Proses produksi yang dilakukan selama praktikan melakukan Kerja Profesi yaitu, melakukan proses shooting mengenai *brand* yang melakukan pengiklanan atau kerja sama dengan detikcom. *Brand* yang melakukan kerja sama diantaranya membuat video filler produk, liputan *opening* produk, liputan *opening gallery*, promosi produk atau brand, dan konsep lainnya sesuai dengan keinginan klien. Proses produksi yang dilakukan juga melalui tahapan-tahapan yang sama dengan teori yang praktikan pelajari. Mulai dari *setting* tempat, *setting* kamera, *setting audio*, *lighting*, pengambilan gambar dan lainnya. Perbedaannya dengan teori yang dipelajari yaitu, pada mata kuliah PBTV hal yang dipelajari ada tentang produksi berita, namun yang praktikan lakukan di tempat Kerja Profesi yaitu melakukan produksi pengiklanan.

Selama melakukan kegiatan Kerja Profesi selama 3 bulan, praktikan berhasil melakukan proses shooting sebanyak 15 produksi *project*. *Project* shooting perusahaan/*brand* yang dilakukan diantaranya:

1. Kraft Heinz, praktikan ikut serta dalam proses produksi *brand* Kraft Heinz yang dijalin sebanyak 3 *project*. Masing-masing *project* praktikan sebagai tim kreatif yang bertugas untuk mengecek naskah saat proses shooting, dan menjadi CG operation.
2. Sasa, praktikan ikut serta dalam proses produksi *brand* Sasa. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif yang bertugas untuk mengecek naskah saat proses shooting sekaligus menjadi CG operation.
3. Dana, praktikan ikut serta dalam proses produksi *brand* Dana yang dijalin sebanyak 2 *project*. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif yang bertugas untuk mengecek naskah saat proses shooting dan menjadi CG operation.
4. OPPO, praktikan ikut serta dalam proses produksi *brand* OPPO yang dijalin sebanyak 3 *project*. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif bertugas untuk mengecek naskah saat proses shooting, menentukan

- lokasi shooting, mengatur *stock shoot* gambar, mengecek performa *talent*, dan melakukan *briefing* dengan *talent*.
5. Le Mineral, praktikan ikut serta dalam proses produksi *brand* Le Mineral. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif bertugas untuk mengecek naskah saat proses shooting, melakukan *briefing talent* dan mengecek performa *talent*.
  6. Hoegeng Awards 2022, praktikan ikut serta dalam proses produksi Hoegeng Awards 2022. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif yang bertugas untuk mengecek naskah MC saat proses shooting.
  7. Program Blak-Blakan detikcom, praktikan ikut serta dalam proses produksi program Blak-Blakan detikcom. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif yang bertugas untuk mengecek naskah *cue card* dan menjadi *time keeper*.
  8. Voxpop UMKM, praktikan ikut serta dalam proses produksi Voxpop UMKM. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif yang bertugas untuk mengecek naskah dan melakukan *briefing* kepada pemilik UMKM.
  9. Sutasoma Hotel, praktikan ikut serta dalam proses produksi pada acara Wedding Open House di Stutasoma Hotel. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif bertugas untuk mengecek naskah pada saat proses shooting
  10. Sharp Car Air Purifier, praktikan ikut serta dalam proses produksi Sharp Air Purifier. Pada *project* ini praktikan sebagai tim kreatif bertugas dalam mengecek naskah dan *briefing talent* saat proses shooting.

Pada saat melakukan *project* diatas, praktikan melakukan lebih dari satu kali proses produksi, dalam artian, setiap *project* kerja sama dari perusahaan/*brand* bisa lebih dari satu kali *project*.

### 3.2.3 Pasca Produksi

Seperti yang sudah dibahas di atas, pasca produksi merupakan merupakan tahapan penting yang dilakukan oleh editor untuk menyusun keseluruhan gambar atau video yang nantinya menghasilkan konten yang telah ditetapkan. Editing merupakan seni dalam menggabungkan audio visual dengan tujuan memiliki alur cerita yang dapat dinikmati dan bermanfaat bagi khalayak

(Andi, 2017:395). Dalam praktiknya, praktikan diberikan tugas untuk merapihkan susunan gambar atau video yang telah diambil, sesuai dengan kegiatan produksi yang diikuti praktikan. Biasanya praktikan merapihkan alur *script* agar susunan gambar tidak berantakan. Adapun kegiatan lain seperti membuat *highlight* video setelah melakukan live streaming, seperti webinar. Live streaming merupakan suatu proses pengiriman data kontinu secara terus-menerus yang dilakukan melalui *broadcast* internet untuk ditampilkan melalui aplikasi streaming (Andi,2018:200). Setelah melakukan live streaming biasanya praktikan memberikan *time code* kepada editor untuk memotong bagian – bagian penting selama live streaming tersebut berlangsung, lalu editor dapat melakukan editing pada video tersebut. Nantinya *highlight* yang telah selesai di edit, akan diberikan kepada klien untuk di review kemudian baru akan di posting setelah mendapatkan persetujuan dari klien.

Selain itu praktikan juga diberikan tugas untuk mencari *footage* yang sekiranya kurang, penambahan *footage* ini digunakan untuk menyesuaikan kebutuhan editing. Biasanya praktikan diminta untuk mencari footage di dalam *hard disk* yang berisi tumpukan video yang berisi *stock shoot* pada saat shooting dilakukan. Praktikan juga diberikan tugas untuk meminta dibuatkan grafis kepada tim grafis untuk kebutuhan video, misalkan untuk kebutuhan nama narasumber di dalam video, atau grafis mengenai keunggulan produk. Setelah proses editing selesai, tim kreatif akan me-review video tersebut sesuai dengan naskah. Jika ada yang harus di revisi maka tim post produksi akan segera melakukan revisi video tersebut, setelah itu baru video akan dikirimkan kepada klien untuk proses review dan kesepakatan akhir.

Pada tahap pasca produksi, teori yang sangat terkait yaitu pada mata kuliah PBTB. Pada mata kuliah PBTB teori yang sangat berkaitan yaitu setelah melakukan proses pra produksi dan produksi, tahapan selanjutnya yaitu pasca produksi, dimana pasca produksi sendiri merupakan tahapan akhir setelah melakukan kedua tahapan tadi. Tahapan pasca produksi pada teori PBTB biasanya melakukan proses editing, namun pada praktiknya, praktikan tidak melakukan pengeditan sendiri, tahap editing merupakan tugas seorang editor. Praktikan hanya melakukan evaluasi akhir saat video telah selesai melalui tahap editing.

Sering kali pekerjaan di lapangan sedang landai, landai dalam artian belum ada brand yang masuk untuk melakukan kerja sama. Jika tidak ada pekerjaan mengenai brand, sering kali mentor dan anggota tim kreatif memberikan tugas tambahan untuk dikerjakan oleh praktikan, tugas tambahan di sini masih masuk ke dalam pekerjaan tim kreatif. Kegiatan praktikan tidak hanya terkait dengan pembuatan video dengan brand melainkan melakukan kegiatan lain seperti webinar, menjadi *operation CG*, menjadi promter naskah, riset konten tiktok, membuat konten tiktok dan mengedit konten tiktok.

### 3.2.4 Tugas Tambahan

Praktikan sering kali diberikan tugas tambahan jika agenda di lapangan sedang landai. Tugas yang diberikan tersebut masih masuk ke dalam pekerjaan tim kreatif. Kadang kala tugas tambahan yang diberikan, sekedar untuk mengisi waktu luang jika sedang tidak ada brand yang melakukan kerja sama.

#### 1. Tiktok Brand Studio

Tiktok merupakan media untuk berbagai informasi melalui video atau gambar yang diiringi dengan musik. Tiktok memberikan konsep sebagai platform berbagi video dengan durasi yang singkat dan juga dapat melakukan *live streaming* atau siaran langsung (Alief F,2021:4). Tiktok menyediakan banyak fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk berkreasi. Fitur yang disediakan diantaranya memberikan musik pada video, menyimpan video, sound pada fitur *save*, *duet*, *stitch*, melakukan repost pada video yang sebelumnya sudah ada di Tiktok, filter tiktok, menambahkan teks di dalam video, mengunggah video, berkomentar dan melakukan *share* video kepada orang lain melalui link, atau aplikasi lainnya. Berbagai konten yang tersedia di Tiktok tergantung dari konteks masing – masing pemilik akun, jenis konten yang biasanya banyak di gemari pengguna Tiktok yaitu, *dance* menggunakan *sound* yang sedang trending, *lip-sync*, *reaction*, meme lucu, edukasi, olahraga, kecantikan, *fashion*, memasak dan kehidupan keseharian seseorang.

Adapun penelitian yang menyebutkan Tiktok sebagai media yang meberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh



penggunanya dengan mudah yang bertujuan untuk membuat video Tiktok yang akan di posting menjadi video yang *eye catching* untuk diperlihatkan kepada publik (Susilowati, 2018:180). Istilah pada Tiktok yang disebut sebagai *for your page* atau FYP, sangat diinginkan para pengguna Tiktok, berbagai cara dilakukan untuk membuat video Tiktok yang pengguna publikasikan menjadi FYP, berbagai cara agar video Tiktok FYP yaitu, sebelumnya melakukan riset terkait konten yang akan diposting, apa yang saat itu sedang ramai juga berpengaruh dalam FYP, *sound* yang akan digunakan dan konten yang diposting apakah relevan dengan keadaan saat ini.

Pada praktiknya praktikan diberikan tugas untuk melakukan riset konten sebagai dasar pembuatan konten pada Tiktok Brand Studio detikcom. Praktikan melakukan riset mengenai hal yang sedang relevan di dunia pekerjaan, terutama di bidang media, selain itu praktikan melakukan riset konten lelucon apa yang saat ini sedang trending. Setelah melakukan riset, praktikan melakukan pengambilan video dan pengeditan video untuk diposting di tiktok milik Brand Studio detikcom. Konten-konten yang ditampilkan di tiktok Brand Studio antara lain, proses produksi/shooting, video produk atau brand yang telah diposting di 20detik dan seputar trend tiktok dan dunia kerja, Berikut ini merupakan tahapan dalam menghasilkan video Tiktok.

**a. Riset Konten**

Riset sangat diperlukan untuk kepentingan konten apa yang akan dibuat. Biasanya riset akan menjadi referensi terusan dari konten yang akan dibuat selanjutnya. Dalam praktiknya, praktikan melakukan riset terakit dengan konten yang sedang ramai atau trending di tiktok, konten yang dicari biasanya berupa referensi mengenai after produksi atau shooting video, kehidupan dunia kerja, dan trend yang saat ini ramai. Setelah melakukan riset konten, praktikan akan membuat naskah yang akan menjadi pembahasan pada video. Setelah melakukan riset dan pembuatan naskah atau text yang akan dimasukkan ke dalam video, praktikan langsung melakukan penyuntingan melalui pengambilan video

dengan mengajak pekerja lain untuk ikut turut membantu sebagai talent yang berada didalam video.

**b. Pengambilan Video**

Pengambilan video untuk tiktok dilakukan untuk menghasilkan visual video yang sesuai dengan keinginan dan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya. Pada praktiknya video yang diambil hanya dengan menggunakan *smartphone* dengan kualitas kamera yang baik. Proses pengambilan video ini diawali dengan praktikan melakukan *briefing* dengan pekerja lain terkait konten apa yang akan dibuat, baru setelah itu praktikan melakukan pengambilan gambar atau video sesuai dengan hasil riset konten yang telah dibuat.

**c. Pengeditan Video**

Setelah melalui proses riset, penyusunan naskah dan pengambilan video atau gambar, tahapan selanjutnya yang dilakukan yaitu melakukan proses pengeditan. Pengeditan ini dilakukan untuk menjahit potongan-potongan video yang telah diambil sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Pada praktiknya, praktikan akan mengedit video menggunakan aplikasi editing di *smartphone*. Praktikan biasanya menggunakan aplikasi editing VN atau Capcut. Pengeditan diawali dengan penyesuaian potongan video yang akan dihiasi dengan teks yang sesuai dengan konsep awal dan diberikan audio yang sesuai dengan konten atau bisa juga audio atau musik yang saat itu sedang trending, bertujuan untuk meningkatkan *engagement* di Tiktok. Setelah melakukan pengeditan, praktikan memberikan hasil video kepada tim kreatif lainnya untuk di review dan di revisi. Jika ada revisi maka praktikan langsung melakukan revisi pada saat itu juga dan setelah itu praktikan akan memposting langsung video tersebut di tiktok Brand Studio Detikcom dengan menggunakan caption dan hastag yang sesuai dengan konten.

Pada tugas ini, teori yang sangat berkaitan yaitu pada mata kuliah Produksi Media Humas, dimana praktikan sebelum melakukan pembuatan konten Tiktok, praktikan sebelumnya melakukan riset dan membuat konten



*planning*, sebagai acuan praktikan dalam melakukan pengambilan video konten. Konten *planning* sangat penting bagi praktikan, karena digunakan untuk mengetahui konten apa saja yang nantinya akan dibuat.

## 2. Webinar

Webinar merupakan media yang digunakan untuk memberikan informasi melalui website, webinar juga bertujuan untuk menghubungkan setiap orang baik dekat maupun jarak jauh melalui situs web untuk melakukan kegiatan seminar yang diakses secara *online*. Seminar ini dilakukan dengan menggunakan jaringan internet dari berbagai media elektronik seperti laptop, smartphone, PC, tablet dan lainnya. Webinar yang dilakukan dalam sebuah seminar biasanya berupa media power point yang digunakan untuk presentasi. Fungsi dari webinar diantaranya, sebagai wadah untuk mengumpulkan leads, dimana topik yang menjadi pembahasan ini menjadi penting tergantung dari penonton yang tertarik. Sebagai wadah untuk media promosi barang atau jasa, dimana webinar dapat memberikan informasi mengenai kampanye produk atau jasa suatu perusahaan atau brand. Terakhir yaitu efektivitas untuk memperkenalkan keunggulan bisnis, dimana berfungsi untuk menunjukkan keunggulan produk atau jasa yang dimiliki.

Kegiatan webinar yang dilakukan oleh Brand *communication* dan Brand Studio detikcom yaitu sebagai media bagi brand untuk melakukan kampanye terkait produknya maupun jasa dari brand yang melakukan kerja sama. Brand *communication* dan Brand Studio masih masuk kedalam rumpun kanal 20detik. Kegiatan webinar tersebut dilakukan secara *live streaming* pada website detikcom. Pada praktiknya, kegiatan webinar memerlukan tim – tim yang bertugas untuk menjalankan acara tersebut. Mulai dari tim pra produksi, tim produksi dan tim pasca produksi. Pada saat *live streaming* dimulai, pastinya memerlukan informasi tambahan seperti nama, tema, kuis dan lainnya. Informasi tambahan tersebut biasanya disajikan melalui CG. Pada praktiknya CG sangat diperhatikan dalam menyajikan informasi tambahan. Adapun kebutuhan

promter naskah, tugas tersebut sangat dibutuhkan untuk memberikan kemudahan pada host yang sedang melakukan *live streaming*.

**a. CG Operation**

Pada praktiknya, detikcom sendiri pernah melakukan kerja sama dengan brand – brand untuk melakukan kegiatan webinar. Webinar yang diangkat beragam, mulai dari kampanye produk, kampanye bisnis, perlombaan dan lainnya. Pada jobdesk webinar ini biasanya praktikan diberikan tugas untuk mengecek kembali *script* yang akan digunakan untuk MC, apakah sesuai dengan arahan klien. Setelah itu biasanya praktikan diberikan tugas untuk me-request grafis yang berupa CG kepada tim grafis. Keperluan CG ini digunakan saat webinar berlangsung, seperti CG nama host, narasumber, tema, kuis, promo dan informasi tambahan lainnya. Setelah grafis CG selesai dibuat, tim kreatif dan praktikan biasanya langsung mengecek apakah grafis sudah sesuai, jika ada revisi maka tim grafis akan segera melakukan revisi. Sering kali revisi CG dilakukan pada saat beberapa menit sebelum siaran langsung dimulai, karena kamauan klien. Maka, tim editor atau tim grafis disini harus *stand by* dan siap jika ada revisi mendadak yang dibutuhkan oleh klien.

Selain itu praktikan juga diberikan untuk menjadi CG operation, dimana praktikan berada di ruangan MCR bersama dengan PD, di dalam ruangan tersebut tersedia PC yang digunakan khusus untuk pengoperasian CG. Praktikan duduk berdampingan dengan FD agar mempermudah dan penyesuaian saat webinar berlangsung. Pengoperasian CG ini dilakukan sesuai dengan *rundown* yang sudah dibuat. Selain itu praktikan juga diberikan tugas untuk menjadi promter saat webinar berlangsung. Promter naskah dilakukan di studio atau lapangan dengan menggunakan layar besar yang disambungkan ke laptop, nantinya praktikan akan mengikuti alur host saat membacakan naskah di depan kamera.



**Gambar 3.3 Kegiatan webinar**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022)

Kegiatan webinar diatas merupakan webinar pada brand Sasa, gambar diatas merupakan set di belakang layar dimana terdapat *lighting* untuk pecahayaan di studio, kemudian ada layar besar untuk pre-view, adapun layar untuk promer dan kamera. Biasanya pada kegiatan webinar, praktikan diberikan tugas sebagai CG Operation diruangan yang bernama MCR. Biasanya PD mengecek terlebih dahulu apakah green screen terjadi kebocoran di layar atau tidak.



**Gambar 3.4 Kegiatan CG operation**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022)

Gambar diatas praktikan sedang bekerja di dalam ruangan yang bernama MCR, ruangan tersebut biasanya digunakan untuk melakukan pre-view segala kegiatan shooting yang ada di studio, baik dari segi visual, audio, live streaming, switcher, mixer dan pengoperasian CG. Pada kegiatan webinar di atas, praktikan diberikan tugas sebagai CG Operator untuk menampilkan grafis nama host, nama narasumber, tema webinar, kuis,

dan informasi tambahan lainnya yang terdapat pada grafis. Praktikan saat mengerjakan tugas ini, praktikan harus fokus dan memperhatikan betul – betul rangkaian acaranya, serta memastikan CG yang ditayangkan sesuai dengan rangkaian acara.

#### **b. Promter Naskah**

Pada praktiknya, tugas tambahan sebagai promter naskah dilakukan oleh praktikan. Promter naskah biasanya dilakukan saat melakukan shooting di studio atau live streaming yang bertujuan untuk membantu host dalam membaca *script*. Pada praktiknya, praktikan diberikan naskah oleh PIC project kemudian naskah tersebut dibuka pada laptop yang nantinya akan dihubungkan ke layar besar yang digunakan sebagai promter. Praktikan disini harus fokus dalam menjalankan promter, karena host menggunakan promter sebagai acuan yang akan dibicarakan ke depan kamera. Sebelum naskah ditampilkan di layar, biasanya praktikan mengecek terlebih dahulu apakah kalimat yang digunakan sudah sesuai dan apakah ada kesalahan penulisan pada naskah tersebut, jika terdapat kesalahan penulisan, maka praktikan segera memperbaiki naskah tersebut.

Pada tugas ini, teori yang berkaitan dengan pekerjaan dilapangan yaitu PBTv, karena pada tahap ini praktikan diajarkan melakukan *live streaming*. Teori yang diajarkan sangat sesuai dengan pekerjaan dilapangan, mulai dari perencanaan naskah, persiapan kamera, *lighting*, promter naskah, *swither*, audio dan pengoperasian CG.

### **3.3 Kendala Yang Dihadapi**

Pada saat melaksanakan Kerja Profesi sebagai tim kreatif di detikcom, praktikan mendapatkan beberapa kendala yang dihadapi oleh praktikan yang kemudian menghambat pekerjaan. Kendala yang dihadapi berasal dari beberapa faktor, yaitu faktor internal praktikan dan faktor eksternal. Berikut ini merupakan kendala yang dihadapi oleh praktikan selama melaksanakan kegiatan Kerja Profesi:

1. Pada awal bekerja, praktikan terkadang merasa kesulitan terhadap tugas yang diberikan dalam menyajikan *storyline*, dimana praktikan harus mempelajari penulisan *storyline*, *breakdown*, dimana praktikan perlu

- memahami apa saja yang ada pada *breakdown* dan *moodboard*, praktikan perlu paham gambar pada *moodboard* harus sesuai.
2. Praktikan kesulitan dalam mencari referensi konten untuk menambah ide cerita pada *storyline*. Terkadang praktikan sulit menemukan referensi yang sesuai dengan karakter brand.
  3. Praktikan terkadang mengalami *stuck* dalam proses pencarian ide, dimana praktikan saat diberikan tugas kesulitan dalam berpikir ide kreatif akibat tekanan dari tim kreatif yang lain.
  4. Praktikan tidak dilibatkan dalam grup yang berisi project brand, membuat sering kali terjadi *miss* informasi dalam menjalankan project.
  5. Pada tahapan pasca produksi, sering kali praktikan tidak paham mengenai gambar apa saja yang akan disusun, karena praktikan tidak terlibat dalam project tersebut.

### 3.4 ● Cara Mengatasi Kendala

Praktikan mencoba mengatasi masalah kendala yang dihadapi. Berikut ini merupakan cara mengatasi kendala selama melakukan kegiatan Kerja Profesi:

1. Praktikan mencoba untuk lebih memahami dan mempelajari lagi mengenai pembuatan *storyline*, *breakdown*, *moodboard* dengan bertanya kepada tim kreatif yang lain, serta membaca project – project yang telah dikerjakan.
2. Praktikan mencoba mencari referensi mengenai hal yang saat ini di gemari sesuai dengan konteks yang ingin di highlight.
3. Praktikan mencari referensi – referensi konten dari aplikasi Tiktok yang bertujuan untuk menambah ide cerita, karena tiktok bersifat memberikan informasi sekaligus menghibur.
4. Praktikan biasanya bertanya langsung kepada PIC yang sedang menjalankan project tersebut, praktikan biasanya bertanya mengenai revisi dan output yang ingin ditambahkan.
5. Praktikan biasanya membaca terlebih dahulu *breakdown* dan *script* pada project tersebut, kemudian menyusun gambar

