

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA PROFESI

#### 3.1 Bidang Kerja

Pekerjaan utama dari praktikan selama menjalankan Kerja Profesi (KP) di perusahaan Brand Media Indonesia sebagai *content creator*. *Content creator* merupakan brand yang menyebarkan data yang ditransformasikan kedalam suatu foto, video serta tulisan yang dapat disebut sebagai konten (Sundawa & Trigartanti, 2018). Beberapa tugas *content creator* yaitu mengumpulkan ide, data, serta melakukan riset dan membuat konsep untuk menghasilkan sebuah konten (Sundawa & Trigartanti, 2018). Seorang *content creator* harus mampu menyampaikan pesan kepada publik atau *audience* dengan gaya yang kreatif dan menarik melalui media *digital*, salah satunya adalah media sosial. Media sosial yang biasa digunakan untuk mem-*publish* konten digital yaitu Instagram, Tiktok, dan lainnya. Pada proses kerja, praktikan mampu melaksanakan tugas-tugasnya sebagai *content creator* dengan memanfaatkan ide-ide dan referensi untuk menciptakan sebuah konten melalui platform media sosial seperti Instagram dan Tiktok.

Seorang *konten creator* mampu membuat sebuah materi yang mengedukasi, menghibur, dan bertanggung jawab atas pesan yang akan disampaikan kepada *audiens* dalam konten-konten yang dibuatnya. Konten yang dibuat bukan hanya merujuk pada video atau audio, tetapi juga bisa dalam bentuk tulisan seperti artikel, caption sosial media, dan *e-book*. *Content creator* mengharuskan untuk mempunyai *creative thinking* yang tinggi untuk mampu bersaing dengan *content creator* lainnya. Tidak hanya diuntut untuk berfikir kreatif, melainkan mampu untuk mempunyai *skill* untuk mempromosikan karyanya di sosial media. Selain itu, seorang *content creator* mampu cepat menganalisa atau memahami dunia digital dan kebutuhan *audiens* yang dituju. Sebagai *content creator* juga harus mempunyai *knowledge* yang luas dan *up to date* dengan berita-berita atau informasi yang terjadi saat ini (Widya, 2021).

Saat seorang menjadi *content creator*, perlu untuk mempunyai pemikiran yang kreatif dalam membuat sebuah konten. Untuk menjadi seorang *content*

*creator* perlu menguasai beberapa keterampilan atau *skill* menurut (Andryanto, 2021) yaitu sebagai berikut:

#### 1) Menulis

Menulis adalah keterampilan atau *skill* penting yang harus dikuasai agar sebuah tulisan tersebut bisa menjadi sebuah artikel atau *caption* saat melakukan *publishing* di platform media sosial. Tidak hanya menulis sebuah artikel, konten *creator* juga harus bisa menulis di sebuah blog, menulis laporan kantor, dan bahkan menulis ebook yang berfokus pada kata kunci tertentu. Jika seorang konten *creator* memiliki keterampilan copywriting SEO dan pengetahuan khusus produk atau layanan akan mendapatkan 20 nilai plus di bidang ini. Tentunya tulisan yang dibuat juga harus menarik agar dapat dibagikan oleh orang lain (Andryanto, 2021).

#### 2) Researching

Skill kedua yang harus dikuasai apabila ingin jadi konten *creator* yaitu bertanggung jawab melakukan riset mendalam untuk menerima dan menggali setiap informasi pendukung terbaru yang berkaitan menggunakan konten yang dibuat. Selain itu, juga harus mempelajari cara riset melalui internet sehingga akan memudahkan untuk melakukan pencarian (Andryanto, 2021).

#### 3) Fotografi dan Videografi

Foto dan video bisa menjadi perhatian pengguna internet, apalagi jika Anda adalah konten *creator* dari sebuah platform yang mengutamakan tampilan video dan foto, seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, foto dan video dapat menyempurnakan konten yang dibuat, meskipun dalam bentuk teks atau artikel. Pastikan konten foto atau video mudah ditemukan, tambahkan teks, dan sajikan presentasi yang menarik dengan tetap mengutamakan kata kunci. Dengan begitu, konten akan muncul di mesin pencari ketika pembaca memasukkan kata kunci (Andryanto, 2021).

#### 4) Editing Skill

ini mengharuskan konten *creator* dapat menggunakan kalender edit untuk merencanakan dan menyesuaikan konten apa pun. Gunakan editorial calendar yang fleksibel untuk memanfaatkan informasi-informasi terkini juga banyak sekali topik yang lagi tren dan juga wajib untuk edit mengedit menggunakan berbagai aplikasi dan software (Andryanto, 2021).

Seorang *content creator* memiliki beberapa peran dan tanggung jawab dalam menjalankan profesinya secara profesional (Widya,2021). Peran dan tanggung jawab *content creator* meliputi sebagai berikut:

- Melakukan riset terkait dengan konten yang ingin dibuat
- Membuat konten video, foto, artikel, infografis, dan lain-lain dengan gaya yang relevan
- Dapat memanfaatkan berbagai platform *publishing digital* untuk membuat draft terstruktur.
- Menargetkan konten kepada *audiens* tertentu dengan fokus pada topik yang sedang tren saat ini
- Menggabungkan posting blog dan media sosial di situs web dengan platform media sosial
- Melakukan riset kata kunci dan menerapkan SEO untuk mengoptimalkan konten
- Menganalisis lalu lintas web untuk mengukur keberhasilan konten

Dari hal-hal peran dan tanggung jawab *content creator* di atas, bisa dilihat bahwa *content creator* tidak hanya membutuhkan pemikiran kreatif. Namun, membutuhkan beberapa keterampilan atau *skill* lain. Baik *soft skill* ataupun *hard skill* seperti kemampuan adaptasi dengan dunia digital, kemampuan desain, dan pemasaran *digital* (Widya, 2021).

### **3.1.1 Membuat perencanaan konten**

Di setiap perusahaan media, proses perencanaan pasti ada agar bisa terlihat struktural, rapih, dan jelas untuk proses selanjutnya. Membuat perencanaan bisa dikatakan sebuah proses dalam berfikir secara logis dan pengambilan keputusan secara rasional sebelum melakukan tindakan yang akan dilakukan. Hal itu membantu segala proses pekerjaan untuk menentukan yang terbaik pada kegiatan atau situasi di masa depan. Menurut Erly Suandy, perencanaan adalah sebuah proses dalam menentukan tujuan organisasi dan menyajikan secara lebih jelas dengan berbagai strategi, taktik, dan operasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan utama organisasi secara keseluruhan (Accurate, 2022). Membuat perencanaan tentu akan membantu untuk mengambil keputusan yang baik dan logis sesuai dengan tujuan utama perusahaan. Jika dikaitkan dengan proses pembuatan konten, maka proses ini

sangat dibutuhkan agar konten terlihat terstruktur dan rapih saat ingin melakukan produksi dan mem-*publish* ke platform media sosial.

Selama praktikan melaksanakan Kerja Profesi (KP), praktikan juga melakukan proses perencanaan konten yang dibimbing oleh pembimbing kerja selaku *Head of Digital*. Sebagai *content creator* di perusahaan Brand Media Indonesia, praktikan memberikan referensi dan ide-ide menarik yang akan di jadikan sebuah konten, yang ditaruh pada editorial *plan* supaya bisa di *control* dan diberikan instruksi langsung serta diberikan dapat naik ke langkah selanjutnya. Pada tahap proses perencanaan konten terkadang memang mempunyai acuan sendiri atau Standart Operating Procedur (SOP) yang harus di ikuti dan sering kali praktikan mendapatkan revisi terkait. Dari ide-ide dan referensi yang telah dipikirkan oleh praktikan, akan di taruh pada platform *google slides*. Hal itu menjadi salah satu tujuan mengapa proses perencanaan penting dilaksanakan agar tidak salah saat melakukan tahap meriset sebuah fenomena.

*Researching* atau riset adalah hal yang penting dilakukan oleh praktikan sebagai *content creator*. Hal ini bertujuan untuk membantu praktikan mencari fakta-fakta dan informasi terkini untuk menganalisa jenis konten yang diminati oleh audiens. Menurut Clifford Woody, Riset adalah suatu pencarian untuk memperoleh kenyataan-kenyataan atau fakta atau hukum-hukum baru. Riset dilakukan untuk mengembangkan bahan penulisan yang sudah ada (idtesis, 2018). Riset yang dilakukan oleh praktikan juga untuk mencari sebuah sumber kredibel dan resmi di internet untuk menjadikan hasil riset tersebut menjadi sebuah konten. Hal itu dilakukan agar pesan atau informasi yang diberikan kepada *audiens* actual dan sesuai pada fakta atau data yang terjadi.

### **3.1.2 Produksi**

Pada proses produksi adalah tahap untuk mengeksekusi yang sudah di bahas pada pra-produksi. Produksi adalah sebuah tahapan dimana semua hasil yang direncanakan pada tahapan sebelumnya dikerjakan atau dieksekusi (Studio Antelope, 2022). Pada tahap ini praktikan mempunyai tanggung jawab atau bertugas untuk meng-*handle* kamera dan mengatur posisi cahaya agar hasil visual tidak kegelapan atau *over exposure*. Namun praktikan tidak menutup kemungkinan untuk merangkap tugas lain seperti mempersiapkan bahan-bahan dan alat-alat produksi.

### 3.1.3 Post Produksi

Pada proses terakhir yaitu *post production* atau pasca produksi adalah proses terakhir atau penyelesaian dari proses produksi audiovisual, umumnya hal yang berkaitan pada pasca produksi adalah pengeditan (Yuliarto, 2022). Di tahap *post production* ini mengelola keseluruhan hasil yang telah didapatkan dari proses produksi yang sudah diselenggarakan.

Saat tahapan *post production*, praktikan melakukan tugasnya sebagai *content creator*. Praktikan mengelola hasil yang sudah didapatkan saat produksi berupa *shot-shot* yang diperoleh oleh tim produksi. Saat melakukan proses *post production* praktikan menjadi dua bagian *editing* yaitu *editing offline* dan *online*, berikut penjelasannya

1. *Editing offline* adalah proses menyatukan atau menjahit beberapa footage mentah menjadi kumpulan video yang sudah seleksi untuk menghasilkan video yang sesuai dengan *briefing* saat pra produksi serta menjadikan video tersebut mempunyai alur atau cerita keseluruhannya.

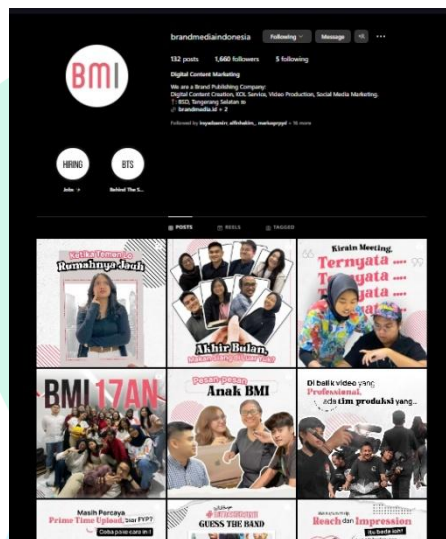
2. *Editing online*, bila tahap *editing offline* selesai dan sudah dipastikan tidak ada revisi. Maka video yang sudah dijahit akan diberikan tambahan text asset, effect, dan sentuhan warna yang mendukung video tersebut.

### 3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP) terhitung dari tanggal 18 Juni 2023 sampai dengan 8 September 2023. Praktikan melaksanakan kerja profesinya secara *hybrid*. Pekerjaan utama praktikan pada proses Kerja Profesi (KP) di perusahaan Brand Media Indonesia adalah sebagai *content creator*. Praktikan dalam menjalankan kegiatan sehari-hari saat magang selalu dibina atau dibimbing oleh *Head Of Digital*, *Vice Head of digital*, dan tim *digital strategist* lainnya. Pada pelaksanaan pekerjaannya praktikan bekerja selama 5 (lima) hari dalam seminggu. Namun praktikan tidak selalu masuk ke kantor, praktikan mendapatkan jatah 2 (dua) hari untuk bekerja dirumah (WFH) dan 3 (tiga) hari bekerja di kantor (WFO). Tidak menutup kemungkinan praktikan bekerja saat libur dan saat WFH, karena mengikuti jadwal *shooting* yang sudah direncanakan. Dalam perusahaan, waktu kerja yang ditetapkan cukup *fleksibel*, praktikan datang ke kantor pada pukul 09.30 hingga 18.00 WIB, waktu jam kerja bisa saja lebih cepat atau lebih lambat tergantung praktikan sudah

menyelesaikan pekerjaannya. Hal itu sudah harus sudah di konfirmasi atau melakukan komunikasi oleh pembina atau mentor Kerja Profesi.

Selama melakukan Kerja Profesi (KP) di Perusahaan Brand Media Indonesia, praktikan sudah menghasilkan konten di Instagram @brandmediaindonesia tiga belas (13) konten video dan empat (4) konten carousel. Biasanya praktikan membuat konten video tentang keseruan karyawan-karyawan perusahaan dengan membuat konten yang punya kolerasi nya dengan identitas perusahaan. Konten nya berisi tentang *educational konten*, keseruan-keseruan *agency life*, *giveaway*, dan lain sebagainya.



**Gambar 3. 1** screen instagram @brandmediaindonesia

(sumber: instagram @brandmediaindonesia)

Sebelum membuat konten, praktikan akan terlebih dulu untuk mendiskusikan ide-ide praktikan dalam brief konten pada aplikasi *Google Slides*. Melalui brief konten itu, praktikan melakukan diskusi visual dan penulisan *caption* oleh *Head of digital* atau *Vice Head of Digital* agar konten yang akan dibuat mempunyai korelasi dengan identitas perusahaan Brand Media Indonesia, jika konten tersebut sudah sesuai dengan *Standart Operating Procedur* (SOP) maka konten tersebut bisa untuk segera di *upload* pada Instagram @brandmediaindonesia.

Lalu membuat dan memproduksi konten *client* dari Unliver Food Solutions selama 3 bulan di Instagram @chefnadya\_risdiana sebanyak tiga belas (13) konten video dan memproduksi konten video juga pada akun instagram @chefgungun\_handayana. Sebelum melakukan produksi *client* Unilever Food

Solutions, praktikan sendiri dibagi tugas dengan tim *digital strategist* lainnya saat produksi dan pasca produksi. Saat produksi praktikan dipercaya oleh tim *digital strategis* untuk menjadi videographer dengan memperhatikan komposisi frame dan komposisi cahaya saat produksi berjalan. Ketika pasca produksi, praktikan juga mendapatkan tugas nya untuk mengedit empat (4) sampai lima (5) setiap sekali produksi. Konten video, yang biasa praktikan edit adalah konten video *edutainment* dan Instagram Story (IGS).

Tidak hanya itu, praktikan juga ditugaskan untuk menjalankan beberapa project lainnya. *Client* lainnya yaitu dari brand INACO yang juga menjalani produksi selama 2 hari dengan sembilan (9) konten video dan mengedit video tiga (3) diantaranya. Praktikan dipercayai untuk memegang tanggung jawab dan tugas nya sebagai videografer saat hari produksi dan juga meng-*handle editing offline* dan *online*. Sebelum itu, praktikan juga ditugaskan untuk membuat *moodboard* sebelum *pre meeting production* dimulai. Project selanjutnya, yaitu pada brand Bluebird yang ingin membuat konten untuk memasarkan sebuah jasa baru nya. Praktikan dipercaya oleh tim agar menjadi asisten fotografer yang bertugas untuk membantu fotografer dalam mengambil gambar, mengatur cahaya, dan mengarahkan talent sesuai *brief* yang sudah dibuat. Praktikan juga sempat ditugaskan untuk menjadi fotografer dokumenter dalam acara *cooking class* dari *client* perusahaan yaitu Panasonic Cooking.

### **3.2.1 Pra-Produksi**

Dalam beberapa project yang dilaksanakan praktikan saat Kerja Profesi (KP) sebagai *conten creator* ada tahapan untuk mengikuti pra-produksi. *Pre-Production Meeting* (PPM) atau rapat pra-produksi adalah sebuah pertemuan yang dilakukan bertujuan untuk mempertemukan seluruh tim yang terlibat pada sebuah produksi (Studio Antelope, 2022). Dalam tahap PPM seluruh tim yang terlibat akan melakukan rapat atau diskusi untuk membahas perencanaan, tugas pokok, dan fungsi serta melakukan pertukaran idea tau *brainstorming* untuk membahas project yang akan dibuat.

Perencanaan yang dibahas meliputi *timeline plan*, *property*, *listing product*, *timeline post*, *editing playbook*, *shooting timeline*, dan *detail shooting* yang berisi tentang *knowledge product* dan *mood board*. Perencanaan tadi dibahas dan diskusikan saat *Pre-Production Meeting* (PPM) agar pelaksanaan produksi bisa berjalan sesuai dengan rencan yang sudah dibuat dan terstruktur.

Pembagian tugas pokok dan tanggung jawab dilakukan pada proses pra-produksi yang dibahas oleh internal tim dengan tanggung jawab dan kerjaan yang diberikan.

Pada tahapan pra-meeting, proses perencanaan konten menjadi salah satu dari bagian nya. Praktikan melakukan perencanaan konten dari mencari data-data atau fenomena terkini, mencari referensi konten, dan menyusun ide-ide atau referensi tersebut kedalam *google slides* agar terlihat lebih terstruktur.

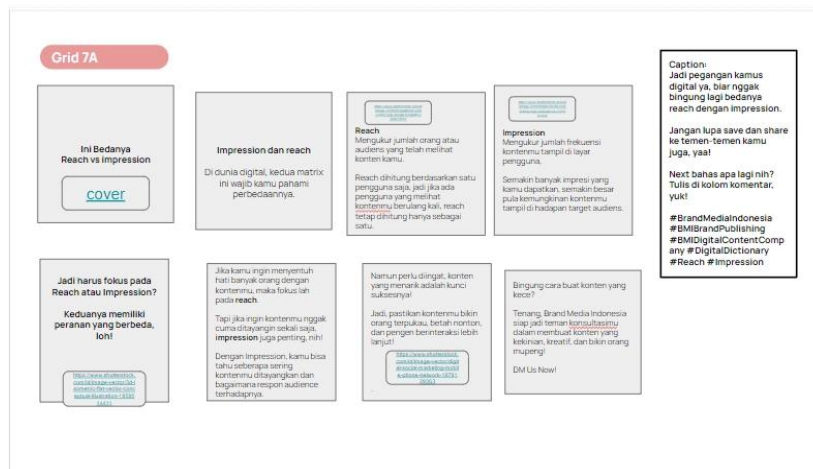
### **1) Membuat perencanaan konten**

Pada pembuatan konten instagram, praktikan ditugaskan untuk melakukan proses perencanaan konten instagram dengan membuat rancangan yang dimasukkan ke dalam *brief* di *google slides*. Praktikan membuat perencanaan konten pada instagram @brandmediaindonesia dan instagram *client*:

#### **a) Perencanaan konten internal**

Dalam proses perencanaan konten internal, praktikan ditugaskan untuk membuat sebuah konten instagram sebelum melakukan produksi atau proses *shooting* harus membuat *plan* atau rencana matang dengan memperhitungkan strategi dan taktik konten yang akan dibuat. Perencanaan tersebut dibuat dalam bentuk tulisan dengan melampirkan beberapa gambaran konten atau referensi konten dari berbagai macam jenis konten instagram dan tiktok. Konten-konten yang akan dibuat praktikan banyak mengandung unsur-unsur kehidupan dari karyawan agency. Tidak hanya itu, *content plan* yang dibuat oleh praktikan juga mengandung konten edukasi yang mengedukasi para *audience* tentang ilmu-ilmu atau tren yang sedang terjadi. Konten edukasi biasanya dijelaskan dengan materi-materi yang berkaitan dengan identitas atau jasa-jasa pekerjaan yang berada pada perusahaan Brand Media Indonesia. Praktikan membuat dua jenis konten yaitu konten video dan konten carousel. Konten video biasa digunakan untuk konten yang berunsur kehidupan-kehidupan karyawan perusahaan dan konten carousel yaitu berisi konten edukasi & portofolio perusahaan. Perencanaan konten dibuat sebulan sekali dengan membagikan perencanaan seminggu tiga kali posting dan praktikan membuat perencanaan tersebut pada akhir bulan selama dua bulan.





**Gambar 3. 2 screenshot brief konten plan Brand Media Indonesia**

(sumber: dokumentasi praktikan )

Pada gambar diatas adalah salah satu contoh sebuah perencanaan konten internal untuk instagram @brandmediaindonesia. Praktikan membuat *shape* atau bentuk untuk menginterpretasikan sebuah postingan instagram dengan ukuran 1:1 atau 1080 pixel X 1080 pixel. Didalam *shape* tersebut, praktikan memasukan sedikit narasi atau penjelasan- penjelasan yang akan dibuat menjadi konten carousel. Setelah praktikan sudah menyelesaikan gambaran konten pada *brief google slides* tersebut. Konten yang di buat oleh praktikan akan di tinjau kembali oleh *Head of Digital* atau *Vice Head of Digital* untuk memastikan semua kata sudah benar menurut KBBI dan memastikan semua perencanaan konten tersebut memiliki korelasi dengan identitas perusahaan. Setelah konten tersebut sudah melewati tahap revisi dan peninjauan ulang, praktikan akan *mention* divisi design untuk membuat visual design menjadi menarik dan sesuai dengan *color palate* perusahaan brand media Indonesia. Praktikan juga diawasi dalam pembuatan *caption* oleh *Head of Digital*, karena *caption* yang dibuat praktikan harus mempunyai gaya bahasa yang interaktif dengan *followers*, agar mendapatkan *feedback* komentar, *like* postingan, atau *followers* melakukan *re-post*.

**b) Perencanaan konten eksternal atau client**

Pada kegiatan pelaksanaan pra produksi praktikan mengikuti *briefing* pada tim internal untuk membantu membuat *mood board* pada *google slides* untuk diberikan kepada *client*. Saat itu praktikan mendapatkan project dari

pembimbing kerja profesi yaitu *client* INACO. Pada proses ini praktikan memasukan referensi-referensi foto kedalam moodboard untuk memvisualisasikan gambaran konten yang akan di buat. Ada tiga (3) menu atau konten yang dibuat oleh praktikan yaitu Desset Box Gampang dan Murah, Ide Bekal Bergizi Satset Cuma 5 Menit, dan Teh Buaya Sehat Kaya Serat. Pencarian referensi gambar yang digunakan yaitu aplikasi Pinterest dan aplikasi Google. Tak hanya itu, praktikan juga membuat penjelasan *scene* pada *moodboard* dengan resep sudah dibuat oleh *food specialist*. Hal itu untuk memastikan bahwa resep yang dibuat bisa dijadikan contoh untuk para penonton mengikuti resep tersebut.

Setelah resep-resep menu dan *deck* sudah dibuat, praktikan dan tim produksi melakukan *pre-meeting production* (PPM) dengan *client*. Ketika melakukan kegiatan tersebut, praktikan melakukan zoom *meeting* kurang lebih berjalan 3 jam. Dalam meeting tersebut, tim produksi dan *client* membahas tentang resep satu persatu dan memperbaiki cocok atau tidak nya resep tersebut dengan *product* yang di beri oleh *client* INACO yaitu Nata de coco, Aloe Vera, Inaco Mini Jelly, Kolang Kaling Inaco, dan Pudding Mangga Puree. Setelah pembahasan tentang resep selesai, tim lanjut untuk membahas property yang di butuhkan saat produksi. Berhubung *client* perusahaan Brand Media Indonesia sering mendapatkan *client* FnB, perusahaan sudah menyediakan properti sendiri dan properti tersebut sudah ada didapur perusahaan. Properti yang di gunakan seperti *background shooting*, gelas, piring, tong, panci, kompor, gelas ukur dan property lainnya sudah disediakan sebelum melakukan *pre meeting production*.

Jika properti dan resep-resep selesai di bahas, pembahasan selanjutnya yaitu membahas *timeline plan* yang telah dibuat oleh tim produksi. Saat membuat *timeline plan* tim internal produksi melakukan kesepakatan kepada *client* untuk mengatur jadwal yang terdiri dari jadwal pra produksi, produksi *shoot*, pasca produksi, dan jadwal unggah di sosial media. Jadwal yang ditetapkan yaitu pra produksi di akhir bulan juli, melakukan produksi pada minggu pertama bulan agustus, melakukan *editing* di minggu pertama dan kedua bulan agustus, dan meunggah konten *final* pada minggu kedua agustus sampai minggu kedua september 2023.

### 3.2.2 Produksi

Pada tahap produksi konten, praktikan melakukan sebuah produksi sebagai fotografer dan videographer dengan memperhatikan komposisi-komposisi angle kamera dan memperhatikan posisi cahaya yang baik agar menciptakan visual yang baik pada kamera. Praktikan melakukan produksi dengan tim yang terlibat pada *project* dengan tugas masing-masing.

#### a) Produksi Konten internal

Saat melakukan produksi saat membuat konten instagram perusahaan @brandmediaindonesia, praktikan lebih ditugaskan untuk mengambil video tentang kehidupan karyawan perusahaan, konten yang berunsur identitas perusahaan, dan hari-hari besar. Saat praktikan melaksanakan kerja pros di perusahaan Brand Media Indonesia, perusahaan mempunyai tiga jenis konten yaitu #LifeatBMI, #BMIportofolio, dan #BMITIPS. Praktikan lebih sering dapat instruksi untuk mengerjakan konten #LifeatBMI dan #BMITIPS.

#### 1. Membuat konten dengan hastag #LifeatBMI

Pada hari pertama kerja, praktikan diinstruksikan untuk mengambil *footage* hari ulang tahun CEO dari perusahaan Brand Media Indonesia. Footage yang diambil saat melakukan produksi, lebih untuk mengambil situasi kemeriahan kantor. Seperti *surprise cake*, tiup lilin, foto kebersamaan, dan pesan kesan dari karyawan-karyawan perusahaan. Dengan judul konten yaitu "Birthday CEO BMI".



Gambar 3. 3 screen Instagram @brandmediaindonesia

(sumber: instagram @brandmediaindonesia )

Proses *shooting* ini bisa dibilang shooting yang tidak direncanakan karena praktikan saat itu sedang menjalankan magang atau Kerja Profesi (KP) di hari

pertama. Saat itu praktikan menggunakan kamera *handphone* Iphone 13 pro dengan menggunakan cahaya natural dari cahaya matahari saat siang hari. Konten selanjutnya yang dibuat oleh praktikan dengan judul **“Mi Keren ala BMI”** saat itu para karyawan divisi publishing membuat kesepakatan di grup besar untuk membawa bekal seporsi mi instan yang di taruh ke bekel secara unik kreatif. Saat proses shooting, praktikan menjadi videografer dan mendokumentasi satu persatu karyawan saat menjatuhkan bekal nya ke piring rata. Praktikan menggunakan *handphone* Iphone 13 pro dan menggunakan cahaya lampu yang ada di dalam kantor. Proses shooting ini sudah direncanakan dan sudah mencari-cari konten referensi lain dari beberapa akun tiktok dan instagram. Konten selanjutnya dengan judul **“Tes Fokus ANAK BMI”** pada proses shooting konten tersebut praktikan dan *konten creator* lainnya mencari rekan-rekan karyawan kantor dengan sengaja menembak pertanyaan menjebak untuk mengukur kefokusannya mereka saat bekerja. Sama dengan konten sebelumnya praktikan menggunakan *handphone* Iphone 13 pro dengan pencahayaan dari cahaya lampu kantor, tapi saat shooting praktikan menggunakan *handphone* tambahan untuk merekam suara karyawan untuk kualitas audio yang lebih jelas di dengar.

Konten video selanjutnya yaitu dengan judul **“Anak BMI terbuat dari tanah apa?”**, pada proses shooting dilakukan secara paparazzi atau secara diam-diam. Pengambilan shoot diam-diam tersebut dilakukan secara sengaja karena untuk menimbulkan ekspresi lucu dari karyawan-karyawan perusahaan. Sama seperti konten lainnya proses shooting di ambil dengan *smartphone* iphone 13 pro dengan pencahayaan yang cukup terang. Konten berikutnya yang dibuat oleh praktikan yaitu dengan judul **“Ketika di Kantor ada yang ngomong ‘eh lu tau ga?’**”, proses shooting pada konten dibutuhkan kerja sama dengan karyawan divisi publishing untuk melakukan akting ‘pura pura kaget’. Saat praktikan merekam reaksi satu persatu karyawan membutuhkan set tempat yang tepat dengan mempertimbangkan komposisi dan cahaya yang terang, begitu pun juga kepada dua talent yang berbicara ‘eh lu tau ga?’. Pengambilan video juga memakai *handphone* iphone 13 pro.

Selanjutnya pada konten dengan judul **“Di BMI ngga ada yang menarik PART 1”** dan konten yang sama dengan judul **“Di BMI ngga ada yang menarik PART 2”** pada proses shooting konten ini, praktikan sengaja menaruh atau

menyenderkan *handphone* iphone 13 pro dan memakai kamera depan. Lalu, talent memakai gerakan yang mengartikan 'tidak ada' dan saat beat lagu nya berubah, praktikan melakukan kamera movement panning dari kanan ke kiri dan kiri kanan untuk menciptakan sisi cinematic dan menimbulkan karakter yang cantik pada talent. Konten selanjutnya yaitu dengan judul "**Pesan-pesan Anak BMI**", Pada proses shooting tersebut, praktikan mengelilingi kantor untuk memberikan pertanyaan ke karyawan perusahaan agar bisa menyambung kata atau kalimat dari orang pertama. Pengambilan gambar saat shooting ini cukup sederhana dengan angle kamera yang mengikuti siapa yang berbicara didalam video. Alat-alat saat proses shooting menggunakan *smartphone* iphone 13 pro dan menggunakan mic eksternal yang lebih proper untuk mendapatkan audio yang lebih jelas terdengar.

Konten selanjutnya yaitu tentang merayakan hari kemerdekaan Indonesia dengan judul "**BMI 17AN**". Saat proses shooting praktikan lebih mendokumentasikan kegiatan lomba dan selebrasi kemenangan lomba yang dilakukan oleh karyawan publishing. Pengambilan kamera yang dilakukan praktikan dengan cara yang macam-macam. Konten selanjutnya yaitu dengan judul "**Kirain Meeting, ternyata..**" saat proses shooting ini praktikan mengambil angle dari depan talent yang sedang berakting seakan-akan *meeting*. Lalu praktikan mengambil foto dari belakang talent dan memfokuskan di laptop yang sedang membuka website makanan. Konten #LifeatBMI lainnya yaitu dengan judul "**Akhir Bulan, makan siang diluar yu?**" pada proses shooting memakai 8 orang yang *inframe* dan berakting mengaguk-ngaguk ke depan kamera. Saat pengambilan gambar tidak terlalu rumit hanya video *still* saja dengan menggunakan *smartphone* iphone 13 pro. Lalu konten terakhir dari praktikan yang sudah melaksanakan kerja profesi selama 3 bulan, yaitu dengan judul "**Ketika rumah temen lo jauh**" saat proses shooting menggunakan tiga orang talent. Praktikan mengambil gambar dari depan dua talent dan saat menganti angle praktikan berada didepan satu orang talent lainnya. Proses pengambilan gambar dikatakan mudah dengan menggunakan *handphone* dan pencahayaan yang cukup.

Selama praktikan melaksanakan proses Kerja Profesi (KP), praktikan berhasil membuat konten video sebanyak dua belas (12) konten. Dari konten-konten tersebut, praktikan mampu memegang tugas dan tanggung jawab nya

sebagai *konten creator* dengan memperhitungkan komposisi angle dan penempatan cahaya sesuai dengan kebutuhan.

## 2. Membuat konten dengan hastag #BMITIPS

Pada konten dengan hastag #BMITIPS ini praktikan melakukan produksi dengan menulis sebuah konten yang dituangkan pada *google slides*. Konten yang dibuat oleh praktikan harus mengandung unsur edukasi yang mempunyai korelasi dengan identitas perusahaan, berikut tiga (3) konten #BMITIPS yang dikerjakan oleh praktikan:

### a) 3 Rekomendasi Color Palette untuk Desain Kalian

Pada konten ini praktikan menulis beberapa ide dan referensi jenis-jenis color palette yang sedang hits atau sering dipakai oleh umum. Color palette tersebut yaitu Retro color palette, Feminine color palette, dan Earth color palette

### b) Walaupun mirip, Reach dan Impression itu beda lho!

Pada konten ini praktikan menuliskan atau menjelaskan apa perbedaannya dari reach dan impression. Karena masih banyak beberapa orang yang tidak mengetahui perbedaan dari kedua kata tersebut

### c) Masih Percaya Prime Time Upload Biar FYP? Coba pake cara ini!

Pada konten #BMITIPS ini, praktikan memberikan penjelasan tentang jam *upload* yang setiap wilayah mempunyai *prime time* yang berbeda-beda dengan memberikan 4 tips cara lain untuk FYP.

## b) Produksi Konten eksternal atau *client*

Selain tugas utama praktikan membuat konten instagram untuk @brandmediaindonesia, praktikan juga ditugaskan untuk membuat konten sosial media yang di bombing oleh divisi *digital strategist* untuk *client*. Praktikan mengerjakan project *client* sebanyak tiga *client* yaitu *Unilever Food Solutions* (UFS), INACO, dan BlueBird.

### 1. *Client Unilever Food Solutions* (UFS)

Saat praktikan mendapatkan project ini, praktikan diinstruksikan untuk melaksanakan kegiatan produksi untuk *client Unilever Food Solutions* yang dimana tujuan dari Unilever itu sendiri membangun para chef menjadi influencer. Chef-chef unilever tersebut yaitu Chef Gun-gun, Chef Nadya, dan Chef Rik-rik. Dua diantaranya yaitu Chef Gun-gun dan Chef Nadya menjadi tugas utama praktikan untuk melaksanakan kegiatan produksi untuk memenuhi kebutuhan

konten instgaram nya. Saat praktikan melakukan produksi, praktikan mendapatkan *jobdesk* sebagai videographer dan membantu penataan cahaya atau *lighting* untuk memperbagus visual kamera dengan menggunakan alat kamera yaitu *handphone* iphone 13 Pro , Tripod, dan *lighting* Godox sl60w

**a) Produksi Chef Nadya**

Saat memproduksi konten instagram untuk Chef Nadya, praktikan mendapatkan *jobdesk* nya sebagai videographer. Pada produksi pertama di bulan akhir bulan Juni 2023, praktikan mempersiapkan alat-alat untuk produksi dan lokasi *shooting* nya berada di kantor *chefmansip Unilever Foods Solutions*. Saat itu, praktikan memproduksi beberapa jenis konten yaitu *edutainment*, *recipe*, dan *simple video* konten tersebut terbagi beberapa menu yang akan dibuat oleh Chef Nadya yaitu Bomboloni, Carabikang, Cheese Cake, dan Meringue. Selanjutnya jika membuat konten Edutainment, terkadang praktikan hanya tinggal mengambil *stock video* saat memproduksi konten *recipe*. Alat-alat yang digunakan praktikan dan tim sebelum melakukan produksi yaitu 2 Buah *background* dengan dua warna yang berbeda, *microphone*, Tripod, 2 buah *lighting* Godox sl60w, 2 Buah meja, Iphone 13 Pro, dan alat-alat masak. Saat alat-alat sudah di *set up* dengan kesesuaian posisi angle kamera dan posisi cahaya yang tepat, praktikan melakukan proses produksinya.

Pada proses *shooting* konten *recipe*, praktikan menggunakan *handphone* iphone 13 pro yang dipasangkan ke tripod, dan *ligting* Godox sl60w. saat chef memulai untuk masak menu yang akan dibuat. Praktikan sebagai videografer merekam proses pembuatan masakan itu mulai dari memasukan bahan-bahannya. Jika ada perubahan posisi dari chef nadya atau alat-alat yang cukup besar, praktikan akan merubah posisi kamera sehingga bisa mencakup alat-alat masak, *angle* masak, dan fleksibilitas chef Nadya saat membuat menu nya. Semua kegiatan yang dilakukan praktikan, semua dilakukan kembali saat memproduksi konten *recipe* lainnya. Saat praktikan memproduksi konten *editainment*, biasanya praktikan bisa mengambil *stock video* saat memproduksi konten *recipe*. Seperti misalnya konten *edutainment* yaitu Japanese VS American *cheesecake* dengan mengambil *stock video* dari konten *recipe cheesecake*. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan jika praktikan melakukan shooting lagi saat memproduksi konten *edutainment* karena tergantung apa yang sudah direncanakan dan yang sudah didiskusikan pada Chef Nadya. Begitu pun juga dengan konten *simple*

video, konten ini bisa dibidang konteng yang gampang untuk dibuat saat produksi. Konten itu bisa berupa konten untuk *instagram story* ataupun Tiktok. Semua konten yang dibuat pada akhir bulan Juni 2023 untuk memenuhi konten-konten yang akan di *upload* selama bulan Juli dan awal bulan agustus 2023.

Pada produksi yang kedua pada pertengahan bulan Juli 2023, hampir semua produksi konten mirip dengan produksi pertama kalinya. Alat-alat yang dipersiapkan yaitu 2 Buah *background* dengan dua warna yang berbeda, *microphone*, Tripod, 2 buah *lighting Godox sl60w*, 2 Buah meja, Iphone 13 Pro, dan alat-alat masak. Konten-konten yang akan dibuat juga sama yaitu *edutainment* dan *recipe* dengan berberbagai menu yaitu lukumades, focaccia, dan kue basah. Selanjutnya produksi untuk memenuhi konten akhir Agustus dan bulan September 2023 dengan alat-alat produksi yang sama dan lokasi shooting yang sama. Praktikan memproduksi konten dengan menu yaitu Pita Bread, Kue Lumpur, Water Melon Granita dan konten simple video lainnya. Semasa praktikan melakukan kerja profesinya selama tiga bulan, praktikan melakukan produksi konten untuk Instagram @chef\_nadya sebanyak tiga kali dengan total jumlah 10 menu.

#### **b) Produksi Chef Gun Gun**

Berbeda dengan Chef Nadya, Praktikan memproduksi konten akun instagram @ChefGungun\_handayana hanya satu kali produksi konten instagram dan mengikuti acara demo masak semasa melaksanakan kerja profesi. Praktikan juga mendapatkan tugas untuk menjadi videografer dalam membuat konten instgram. Pada akhir bulan Juni 2023, melakukan produksi kantor *Chefmansip Unilever Food Solutions* di dapur nya Chef Gun Gun. *Set up* tempat *shooting* sedikit berbeda, shooting kali ini bertempat di dapur Chef Gun gun dengan peralatan yang lebih proper dari Mangkuk, bowl, kompor gas, dan lain lainnya. Alat-alat atau property yang di gunakan pada *shooting* ini hampir sama dengan Chef Nadya yaitu menggunakan *smartphone* Iphone 13 pro, *microphone*, Tripod, dan 2 buah *lighting Godox sl60w*.

Pada proses shooting kali ini, chef gun gun lebih suka untuk berada pada depan kamera atau *inframe* di banding chef nadya. Seperti biasa, praktikan sebelum melakukan *shooting* pasti melakukan *set up* tempat terlebih dahulu. Dikarenakan lokasi dapur yang cukup luas, praktikan melakukan *set up lighting* sedikit jauh dengan talent agar meminimalisir *over exposure* atau cahaya



berlebih pada visual. Setelah selesai *me-set up lighting*, praktikan melanjutkan untuk mengatur posisi tripod pada tempat yang ingin digunakan atau dipakai untuk *shooting*. Setelah semua sudah siap untuk melakukan proses *shooting*, praktikan melanjutkan proses *shooting* konten.

Pada proses *shooting* konten instagram ini, mempunyai beberapa jenis konten yaitu konten *recipe*, *edutainment*, *video UFS team*, dan *simple video*. Konten-konten yang akan di buat hampir sama dengan Chef Nadya, yang membedakan yaitu konten UFS Team. Konten tersebut berisi tentang konten-konten kolaborasi pada Chef lainnya yang ada di *Chefmansip Unilever Food Solutions*. Pada proses *shooting* konten, Praktikan menggunakan *smartphone* iphone 13 pro sebagai kamera dan menggunakan 2 *lighting softboc Godox sl60w*. saat melakukan shooting untuk konten *recipe*, praktikan menyorot kamera kearah proses pembuatan menu dari angle atas. Praktikan mengambil gambar dari angle atas agar para penonton nantinya bisa melihat apa saja bahan-bahan yang dimasukan oleh chef. Lalu, jika ada pengolahan bahan yang harus berpindah tempat, praktikan cukup untuk memindahkan kamera nya saja dengan komposisi yang sesuai saat proses perencanaan. Selanjutnya pada konten *edutainment*, chef gun gun lebih suka memberikan informasi atau edukasi dengan berbicara depan kamera. Saat proses shooting bisa dibilang cukup gampang karena praktikan hanya menaruh kamera di depan talent dan mengatur komposisi sesuai *eye level* atau merekam video sebagaimana talent sedang berbicara pada seseorang. Konten lainnya yaitu konten Video UFS team, Konten ini biasanya dibuat secara simple dan tidak terlalu rumit, konten ini juga mengajak kolaborasi chef lain untuk membuat konten secara bersama-sama atau *collab*. Proses shooting yang dilakukan hampir sama pada konten-konten lainnya dengan menggunakan Iphone 13 pro *microphone*, tripod, dan *lighting*.

Pada saat itu, chef gun gun sedangkan melakukan demo masak di daerah Tangerang, dimana praktikan di instruksikan untuk merekam *live* instagram sepanjang chef gun gun melakukan demo masak. Alat-alat yang digunakan oleh praktikan hanya dua yaitu Iphone 13 pro dan gimbal atau *stabilizer smartphone*. Teknik yang digunakan oleh praktikan cukup sederhana hanya untuk menayang chef gun gun sedang masak dan menjelaskan serta merekam detail proses memasak di atas panggung. Karena demo masak yang diselenggarakan di *out door*, praktikan tidak perlu menggunakan tambahan

cahaya atau *lighting* dan hanya menggunakan cahaya sinar matahari. Acara demo masak tersebut berjalan selama kurang lebih dua jam tan henti karena konten yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan *client* dalam membuat konten *live* instagram pada akun @chefgungun\_hadayana.

## 2) **Client INACO**

Pada produksi konten kali ini, praktikan dan tim cukup banyak mempersiapkan persiapan untuk produksi. Dari perencanaan konten, menentukan tanggal *shooting*, menyiapkan properti produksi, bahan-bahan, resep menu, dan lain-lain nya. alat-alat yang digunakan oleh praktikan dan tim cukup banyak yaitu *smartphone* iphone 13 pro, kamera sony a6300, tripod, 3 *lighting* Godok SI60w, *softbox strip*, *softbox octagon 4 background* polos, dan 3 *background texture*. Fungsi dari alat-alat tersebut mempunyai kegunaannya sendiri, Iphone 13 pro digunakan untuk merekam semua proses *shooting* dan kamera sony a6300 digunakan untuk mengambil foto menu makanan.

Proses *shooting* ini untuk memenuhi kebutuhan *client* dalam sosial media Tiktok selama 2 hari. Konten yang dibuat oleh praktikan dan tim sebanyak 9 menu makanan atau minuman dengan memakai produk dari *client* INACO. Di hari pertama menu-menu yang dibuat oleh praktikan dan tim yaitu Kue Ultah Jelly Viral, Salad Segar Bugar & Kenyal Cuma 5 Menit, dan Dessert Box Gampang dan murah. Lalu di hari kedua yaitu Japanese Custard Caramel Pudding ANTI GAGAL Ala INACO, Rujak Saus Nanas, Ide bekal bergizi Satset Cuma 5 menit, Buko Red velvet, Cocktail Arisan Mevvah ala INACO Cuma 4 bahan, dan Teh Buaya Sehat Kaya Serat. Dari menu-menu tersebut memakai produk fokus yaitu Inaco Mini Jelly, Inaco Pudding, Inaco Nata de Coco, Inaco Kolang kaling, dan Incao Aloe Vera.

Sebelum proses *shooting* dimulai, praktikan dan tim serta *client* telah menyetujui *brief* atau *konten plan* yang sudah dibuat. Akan tetapi, saat proses *shooting* sudah dijalankan, *client* mempunyai banyak permintaan dan banyak perubahan *angle*. Karena praktikan saat proses *shooting* mendapatkan tugas sebagai videografer, praktikan melanjutkan proses *shooting* tersebut sesuai dengan *brief* dan sedikit perubahan *client*. Karena produksi kali ini membuat

makanan dan minuman, praktikan mengatur *set up* kamera dengan angle atas dan memfokuskan kamera dalam proses memasak. Tak hanya itu, praktikan juga melakukan *packshoot* bahan-bahan dan hasil masakan dengan berbagai teknik merekam yaitu *panning right to left*, *panning left to right*, *zoom in* dan *zoom out*. Teknik tersebut ditujukan agar bahan-bahan atau hasil masakan bisa terlihat keseluruhan bahan atau makanan yang sudah di *plating* dengan tetap menjaga komposisi *frame* pada kamera. Praktikan juga mengambil atau merekam proses masakan dengan *continuous* agar saat proses *editing* bisa dijadikan sebagai transisi video. Praktikan juga bekerja untuk bisa *me-direcet hand talent* agar pergerakan *talent* masuk dalam *frame*, menjaga agar *talent* mampu mengikuti sesuai *brief*, dan mengikuti pergerakan yang akan dibuat transisi saat proses *editing*.

### 3) **Client Bluebird**

Sebagai *conten creator* praktikan diharuskan mampu untuk menguasai atau mengerti tentang penggunaan kamera, setidaknya mempunyai selera atau *taste* visual yang bagus dan terkini. Terkhusus pada membuat konten untuk keperluan sosial media seperti pada produksi kali yaitu project pada jasa antar Bluebird. Pada project ini, praktikan ditugaskan untuk melaksanakan tugas nya sebagai asisten fotografer dengan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan *client* dalam memasarkan atau mempromosikan jasa baru yang dimiliki Bluebird.

Produksi kali ini hanya berupa konten foto, tidak membuat konten video seperti brand-brand lain yang praktikan alami saat menjalankan kerja profesi. Jasa yang ingin dipromosikan oleh Bluebird yaitu jasa antar kirim barang melalui aplikasi *online*. Praktikan dan tim membuat konten foto dengan 1 talent perempuan, 1 talent supir pria dengan menggunakan seragam hitam, dan 1 talent supir berseragam Bluebird. Karena praktikan bertugas sebagai asisten fotografer, praktikan membantu fotografer untuk mengatur cahaya atau lighting, menggantikan peran fotografer, dan membantu untuk mengkoordinasi *brief plan* agar sesuai dengan apa yang ingin di foto.

Sebelum melakukan produksi, para tim sudah membuat *konten plan* yang berisi tentang jadwal *shooting*, pengenalan *talent*, lokasi studio foto dan referensi foto. Pada *konten plan* yang sudah dibuat berisi tentang referensi-referensi foto yang sudah disetujui oleh *client* agar foto yang akan diproduksi, kurang lebih

sama dengan referensi yang tim produksi kasih kepada *client*. Lokasi untuk melakukan produksi ini memakai studio yang cukup luas dan cocok untuk memotret sebuah mobil. Praktikan dan tim produksi hanya perlu melakukan produksi sehari selama 12 jam penuh.

Pada saat itu, praktikan dan tim produksi butuh studio yang cukup luas dan lebar karena alat-alat dan properti yang di gunakan juga cukup banyak. Alat-alat produksi yang digunakan yaitu Kamera Sony a6300, Lensa Kit, Godox TT520II Camera flash, 3 *lighting* Godox qt400, 3 *Softbox Octagon*, Macbook, TV, dan tripod. Lalu properti yang di pakai yaitu Mobil Van, Mobil Hatchback, Kardus-kardus, bunga bucket, *handphone*, balon helium, box kue, dan properti detail nya. Properti tidak sepenuhnya digunakan karena properti yang sudah cukup untuk pembuatan konten foto lainnya. Jika sudah selesai proses *set up* selesai dan mobil sudah masuk kedalam studio, praktikan memulai untuk memotret konten pertama.

Saat proses produksi konten sudah berjalan, praktikan menaruh kamera di depan mobil dengan di kelilingi tiga *lighting* flash untuk mendapatkan visual yang pas dan tidak terlalu terang. Pada konten pertama, belum memakai *talent* tapi hanya memotret foto mobil van saja. Kala itu, *client* ingin untuk memotret sisi bagian kanan, depan, dan bagasi mobil van. Pada saat memotret bagian dalam bagasi mobil van, praktikan menaruh godox TT520II camera flash pada bagian kursi depan mobil yang mengarah ke atas atap mobil, sehingga cahaya yang di pantulkan membuat isi dalam mobil tidak gelap. Sama pada konten selanjutnya, saat memotret foto untuk mobil hatchback Bluebird, *client* juga mau untuk memotret sisi kanan, depan, belakang, dan bagian dalam bagasi dengan dipenuhi oleh kardus-kardus atau box.

Konten selanjutnya yang menggunakan *talent*, praktikan melakukan tugas nya sebagai asisten fotografi untuk memotret *talent* dan mengkoordinasi gerakan dan *gesture* tubuh *talent* agar memunculkan sebuah makna pesan non-verbal. Seperti pada konten, saat *talent* supir ingin memasukan box ke dalam bagasi mobil sambil senyum ceria yang mengartikan bahwa supir tersebut senang dengan pekerjaannya. Selain itu, saat *talent* supir mengirim pesan kepada *customer* dengan senyuman dan *customer* yang menerimanya juga dengan senyuman, yang mengartikan seakan-akan berterima kasih kepada *talent* supir. Selanjutnya, pada konten foto saat *talent* supir mengambil pesanan atau paket di

*coffe shop*, yang memasang mimik wajah senyum bahagia. Dari konten yang menggunakan dua *talent*, praktikan mengambil gambar atau foto dari posisi sisi samping belakang subjek satu dan sisi samping belakang subjek dua yang juga memfokuskan pada ekspresi wajah dan gerakan tubuh *talent*.

### 3.2.2 Post Produksi

Setelah melakukan proses produksi yang dialami oleh praktikan selama melaksanakan kerja profesi, praktikan memulai untuk mengelola hasil-hail yang didapatkan saat melakukan proses produksi. Selama praktikan melakukan proses kerja profesi, praktikan lebih sering menggunakan aplikasi Capcut untuk melakukan proses *editing*. Tidak hanya Capcut, praktikan juga menggunakan After effect dalam mengedit beberapa project untuk *editing online*. Dalam proses editing, praktikan sudah cukup menguasai proses-proses dan teknik-teknik mengedit video. Karena tugas utama praktikan adalah menjadi *konten creator* yang dimana seorang *conten creator* mampu untuk melakukan *editing*. Maka dari itu, praktikan mendapatkan tugas menjadi seorang *editor* dalam konten internal perusahaan Brand Media Indonesia dan Brand *client*.

#### 1. Post produksi konten internal

Setelah praktikan selesai melakukaj proses produksi konten Instagram @Brandmediaindonesia, praktikan melanjutkan proses untuk mengedit atau menyunting hasil dari konten yang sudah dibuat. Dari total keseluruhan konten yang sudah dibuat praktikan sebanyak 12 konten video, praktikan mengedit dengan menggunakan aplikasi Capcut. Aplikasi ini digunakan praktikan karena aplikasi tersebut cukup untuk mengedit konten-konten sederhana yang tidak terlalu professional dan cocok digunakan mengedit secara cepat, tidak seperti *software* yang berada di komputer. Aplikasi tersebut bisa dikatakan cukup lengkap karena memiliki banyak fitur seperti *add font, cut clip, transition, add song, color grading*, dan fitur lainnya yang seperti pada *software* edit dikomputer. Perusahaan Brand Media Indonesia, terutama pada tim publishing juga menyediakan *editorial book*, dimana saat melakuka proses *editing* praktikan di instruksikan untuk memakai beberapa *font* dan warna untuk menggambarkan identitas perusahaan. Jenis *font* yang diberikan yaitu "*manrope normal, medium bold, dan bold*" dan warna yang identik dengan perusahaan yaitu "merah"

**a) Konten “Birthday CEO BMI”**

Saat melakukan proses *editing* pada konten “Birthday CEO” praktikan memakai teknik edit yang cukup sederhana yaitu *cut to cut*, dimana teknik tersebut mengambil beberapa footage yang menurut praktikan cocok untuk dimasukan pada *sequence* atau *timeline* edit. Lalu, praktikan juga menambahkan beberapa text dalam klip video, hal ini untuk memberitahu kepada penonton kegiatan apa yang sedang dilakukan saat itu. Praktikan juga menambahkan lagu atau *background* sepanjang video agar hasil video tersebut tidak terlihat bosan dan menambahkan perasaan gembira serta tetap dengan menaruh *original sound* pada *sequence*.

**b) Konten “Mi Keren ala BMI”**

Selanjutnya pada proses pengeditan konten “Mi Keren ala BMI” praktikan masih menggunakan yang sederhana yaitu *cut to cut*. Saat melakukan proses produksi, hasil video yang dihasilkan oleh praktikan cukup panjang. Karena itu, saat praktikan melakukan proses *editing*, video mempercepat video 1,5x agar hasil durasi video tidak terlalu panjang. Praktikan juga menaruh *text* untuk cover dan rating bentuk mi yang kurang bagus dan bagus. Praktikan juga menambahkan lagu atau *background* yang sedang viral, hal itu juga menjadi teknik agar jumlah penonton meningkat.

**c) Konten “Tes Fokus ANAK BMI”**

Pada konten selanjutnya yaitu “Tes Fokus ANAK BMI” praktikan masih menggunakan teknis *cut to cut*. Pada saat *editing*, praktikan sedikit menambahkan effect “*pop*” jika seorang menjawab pertanyaan benar atau salah. Praktikan juga menambahkan *font* manrope medium bold saat setiap orang yang *inframe*. Praktikan juga menambahkan *background* lagu dan *sound effect checklist* jika orang menjawab benar dan *sound effect wrong answer* jika orang menjawab salah. Praktikan juga mengatur sedikit *color grading*, dengan meningkatkan *exposure* dan meningkatkan *shadow* sehingga video yang dihasilkan akan lebih terang.

**d) Konten “Anak BMI terbuat dari tanah apa?”**

Pada proses *editing* konten “Anak BMI terbuat dari tanah apa?” ini, praktikan menggunakan template yang tersedia di aplikasi Capcut.

**e) Konten “Ketika di Kantor ada yang ngomong ‘eh lu tau ga?’”**

Konten selanjutnya dengan judul “Ketika di Kantor ada yang ngomong ‘eh lu tau ga?’” praktikan melakukan teknik *cut to cut* dengan mengambil bagian-bagian orang saat kaget mendengar informasi. Praktikan juga menambahkan *font* saat seorang berbicara “eh lu tau ga?”. Praktikan juga mengubah sedikit *sound* agar terdengar berkali-kali dan pas pada orang yang penasaran dengan informasi tersebut. Praktikan juga meng-*adjust* sedikit penerangan video yang tadinya gelap menjadi terang.

**f) Konten “Di BMI ngga ada yang menarik PART 1” dan Di BMI ngga ada yang menarik PART 2”**

Pada proses pembuatan konten ini, praktikan cukup sederhana dalam mengeditnya, yang pasti dengan teknik edit *cut to cut* dan menambahkan *text* di setiap orang yang berbeda beda serta sedikit meningkatkan *exposure* dan *shadow* agar lebih terang.

**g) Konten “Pesan-pesan Anak BMI”**

Pada proses *editing* konten ini, praktikan juga menggunakan teknik *cut to cut*. Karena hasil video saat praktikan melakukan proses produksi melempar pertanyaan yang berkelanjutan, praktikan harus menyusun satu-persatu sesuai dengan pertanyaan nya. Praktikan juga menambahkan *background* pada konten tersebut, agar penonton tidak merasa bosan karna durasi video yang cukup panjang. Praktikan juga menambahkan subtitle di bagian bawah video agar pesan tersampaikan secara jelas kepada penonton.

**h) Konten BMI 17AN**

Pada proses pembuatan konten “BMI 17 AN” cukup sederhana dengan menggunakan teknik *cut to cut* saja. Karena hasil-hasil video produksi seperti video dokumentasi, sehingga tidak perlu menambahkan ornament-ornamen lainnya. Praktikan juga menambahkan lagu yang bernuansa kemerdekaan dengan tetap mempertahankan suara asli dari video nya dan sedikit meningkatkan *exposure* agar hasil video lebih terang.

**i) Konten “Kirain meeting, ternyata..”**

Konten selanjutnya yang berjudul “Kirain Meeting, ternyata..” sangat sederhana karena pada hasil produksi berupa foto dan video. Dimana, praktikan menyambungkan video di awal dengan foto di akhir. Saat bagian foto, praktikan sengaja untuk melakukan teknik *zoom in* difoto pertama dan kedua. Praktikan

juga menambahkan lagu yang sedang tren di Tiktok dan meng-adjust sedikit video agar lebih terang.

**j) Konten “Akhir Bulan, makan siang di luar yu?”**

Pada proses pengeditan konten ini sangat *simple*. Praktikan hanya menyatukan beberapa klip video karyawan kantor yang sedang menganguk-anguk dengan mesinkronisasikan video dengan audio, agar tidak terlalu patah.

**k) Konten “Ketika rumah temen lo jauh”**

Konten video terakhir yang praktikan buat yaitu “Ketika rumah temen lo jauh”, sama dengan video konten lainnya praktikan menggunakan teknik *cut to cut*, dengan menambahkan *text* saat talent berbicara dengan gerakan nya. Praktikan juga menambahkan *background* yang sedang viral dan mengatur sedikit pencahayaan dalam video.

**2. Post Produksi Konten Eksternal**

Tak hanya konten internal, praktikan juga melakukan proses post produksi konten eksternal atau konten *client*. Sama seperti biasanya, praktikan menggunakan aplikasi Capcut untuk melakukan proses *editing* dan sedikit penggunaan adobe after effect. Akan tetapi, teknik-teknik yang digunakan lebih beragam karena praktikan harus mengedit dengan menyesuaikan kemauan *client*. Beberapa project *client* yang diedit oleh praktikan yaitu UFS di instagram @Chefnadya\_risdiana dan *client* INACO.

**a. Editing UFS Chef Nadya**

Praktikan melakukan proses *editing* untuk memenuhi kebutuhan konten instagram chef nadya, dengan berbagai jenis konten yang tim buat. Praktikan biasanya mendapatkan bagian mengedit konten yaitu dengan jenis konten *recipe* dan *simple* video. Untuk mengedit konten *recipe*, praktikan sudah mendapatkan hasil-hasil video saat produksi. Konten *recipe* yang praktikan edit yaitu Bomboloni Knorr lime powder, New York Cheese cake, Carabikang Kue Tradisional khas Jawa Tengah, Pink Edition Potato Greek Donut, Series Kue Tradisional Dadar Gulung, Series Kue Tradisional Kue Lumpur, dan Roti Khas Timur Tengah. Lalu konten-konten simple video yaitu seperti Tips agar kue carabikang mengembang, Mixer dan alat-alatnnya, Tips berhasil dalam membuat Focacia, roti yang mudah di kreasikan Pita Bread, dan 7 days of baking.



Langkah awal saat memulai *editing*, biasanya praktikan mengedit *offline* terlebih dahulu yang sudah ditambahkan dengan *background*. Saat proses produksi, praktikan mendapatkan *footage* mentah mulai dari packshoot bahan, proses masak, dan packshot hasil akhir. Praktikan mulai menjahit *footage* satu persatu dengan memperhatikan durasi yang tidak terlalu panjang atau maximal durasi yaitu satu menit 20 detik. Setelah proses menjahit atau *editing offline* sudah selesai, praktikan melanjutkan untuk melakukan proses *editing online*. Dimana praktikan sudah memulai untuk memberikan *text*, *effect*, *transisi*, dan *color grading*. Biasanya, praktikan memberikan tulisan di depan untuk cover dan menuliskan bahan-bahan saat melakukan proses pembuatan makanan tersebut. Tulisan tersebut menggunakan dua font yaitu "Ramaraja" dan "Gotham", font bisa saja diganti jika ada konten yang dikaitkan dengan tren atau hari-hari besar seperti konten "Pink Edition Potato Greek Donut" yang mengikuti tren Barbie pada kala itu. Tulisan-tulisan yang sudah dimasukan oleh praktikan, nantinya akan di-*adjust* lagi untuk di beri warna yang sesuai, diberi *strokes*, dan bayangan tulisan. Praktikan tidak terlalu banyak menggunakan transisi, praktikan hanya memakai teknik *cut to cut* dengan video yang *continous*. Setelah semua itu selesai, lanjut pada langkah terakhir yang praktikan lakukan yaitu *color grading*. Proses *color grading* ini cukup penting, karena hasil video saat produksi mempunyai hasil yang pucat. Praktikan mengubah *basic correction* dari *exposure*, *highlight*, *shadow*, *temperature*, dan *color selection*. Dari perubahan *basic correction* yang praktikan buat bisa menghasilkan video yang lebih cerah dan bewarna sehingga menampilkan visual yang menarik.

#### **b. Editing INACO**

Selain itu praktikan juga ditugaskan untuk mengedit hasil video dari project INACO, yang membuat saat produksi praktikan membuat 9 menu dalam dua hari. Pada proses post produksi, praktikan di beri tiga menu atau resep untuk di edit, resep tersebut yaitu Teh Buaya Sehat Kaya Serat, Dessert Box Gampang dan murah, Ide bekal bergizi Satset Cuma 5 menit. Dalam semua proses edit menu tersebut praktikan memulai *step* awal dengan mengedit secara *offline*.

Pada menu Teh Buaya Sehat Kaya Serat, praktikan seperti biasa untuk menjahit video yang dihasilkan saat praktikan melakukan proses produksi. Klip-klip pada video tersebut akan dimasukan ke *sequence* dan dipilih bagian-bagian

yang bagus saat *hand talent* melakukan proses masak. Setelah itu, praktikan menambahkan lagu atau *background* yang sesuai dengan beat pada video. Pada tahap selanjutnya, praktikan mulai untuk mengedit *online* dengan mengedit *opening* packshoot sesudah bumper INACO. Saat melakukan edit *opening* ini, praktikan menggunakan After Effect untuk memunculkan effect *tracking* pada *text* di belakang object makanan. Lalu, praktikan menambahkan *text* atau tulisan resep-resep apa yang dibutuhkan saat membuat Teh Buaya. Selanjutnya praktikan juga menambahkan beberapa transisi saat dimana teh tersebut sedang di larutkan dan air sekitarnya berubah menjadi coklat, praktikan menggunakan transisi "*mix*" yang sudah di sediakan oleh Capcut nya sendiri. Tak hanya itu, pada beberapa klip, praktikan juga memasang *zoom in*, *zoom out*, *slide left* dan *slide right* agar memunculkan kesan tidak bosan dan lebih banyak pergerakan.

Selanjutnya pada menu Dessert Box Gampang dan Murah, segala *flow editing* hampir sama. Dengan mengedit atau menjahit video mentahan dan dijadikan satu dengan menggunakan lagu yang pas dan yang sedang tren di platform sosial media. Saat proses edit *online* dilakukan, praktikan mengedit bagian *opening* menggunakan after effect. Hal itu dikarenakan, *client* ingin untuk *text* berada pada di belakang objek, praktikan menggunakan effect *rotoscoping* untuk memotong bagian yang hanya di seleksi saja. Setelah itu, praktikan melanjutkan *editing online* nya dengan menambahkan *text* untuk bahan-bahan masakan dan memasukan beberapa transisi pada klip tertentu serta memberikan sntuhan terakhir untuk mewarnai atau *color grading* video yang sudah di jahit dan sudah diberikan *text*.

Menu berikutnya yaitu Ide bekal bergizi Satset Cuma 5 menit, praktikan menggunakan teknik menjahit video yaitu *cut to cut* dan juga menambahkan musik pada video. Saat *editing online* terkhusus pada bagian *opening* praktikan menggunakan after effect, sama seperti pada menu sebelum nya menggunakan efek *rotoscoping* untuk memisahkan objek yang diseleksi. Selain itu, ada beberapa yang klip yang praktikan ubah dari posisi dan *scale*. Praktikan juga memainkan keyframe untuk menciptakan *moving* kanan ke kiri atau kiri ke kanan. Terakhir ketika semua video sudah terjahit dan efek sudah di aplikasikan, praktikan tinggal memberikan warna dan memperbagus visual dengan *color grading* serta mempunyai cahaya yang pas dan enak dilihat oleh penonton nantinya.

### 3.3 Kendala yang dihadapi

Pada saat menjalankan kerja profesi di perusahaan Brand Media Indonesia, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh praktikan. Hambatan-hambatan yang terjadi bersasal dari faktor eksternal maupun faktor internal. Berikut beberapa kendala yang dihadapi oleh praktikan semasa melaksanakan kerja profesi:

1) Keterlambatan konten *upload*

Kendala yang praktikan alami yaitu keterlambatan konten saat mengunggah ke sosial media. hal itu biasa terjadi karena faktor eksternal atau *client* yang memberikan revisi sehingga sedikit mengubah *time plan* yang sudah dibuat dari awal.

2) *Taste* visual yang berbeda

Kendala selanjutnya adalah perbedaan selera visual para rekan kerja di kantor. Hal ini cukup menghambat praktikan karna saat bulan pertama melaksanakan internship, sering kali mendapatkan revisi

3) Menulis *caption* atau konten tidak sesuai KBBI

Pada perusahaan Brand Media Indonesia terutama pada tim publishing, saat menulis *caption* harus sesuai dengan KBBI, hambatan dari praktikan adalah belum terbiasa dengan penulisan konten sesuai KBBI.

### 3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dengan kendala yang dihadapi oleh praktikan, harus bisa untuk menghadapi tantangan tersebut dan bisa untuk mengatasi kendala-kendala yang praktikan hadapi secara professional dengan melakukan diskusi pada tim Brand Media Indonesia.

1) Keterlambatan konten *upload*

Dari kendala keterlambatan konten *upload*, praktikan berdiskusi dengan tim untuk mengatasi masalah tersebut. Solusi nya adalah menukar konten dengan konten yang sudah siap untuk di *upload*. Dengan cara itu, beberapa project bisa teratasi, akan tetapi solusi itu perlu kerja sama tim yang baik agar selalu *backup* rekan kerja jika sedang tidak bisa.

2) *Taste* visual yang berbeda

Cara untuk mengatasi masalah ini cukup sederhana, para mentor selalu membuat *editorial book* yang berisi tentang bagaimana hasil video yang telah di

produksi, di edit dengan panduan buku tersebut. Hal ini sangat membantu tim untuk menyelaraskan *taste* visual tim.

a. Menulis *caption* atau konten tidak sesuai KBBI

Mengatasi masalah itu, praktikan hanya beradaptasi dengan pola kerja disana dan selalu melakukan *cross check* pada website Kamus Besar Bahasa Indonesia.

