

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PADA RUMAH PRODUKSI MAKROMEDIA VISUAL
CREATIVE**



Disusun Oleh :

RIDHO MAULANA PUTRA (3031910034)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK**

2022

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PADA RUMAH PRODUKSI MAKROMEDIA VISUAL
CREATIVE**



Oleh :

RIDHO MAULANA PUTRA (3031910034)

DOSEN PEMBIMBING :

Muhammad Nasrulloh, S.T., M.T.

NIP/8721358

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA**

GRESIK

2022

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN KERJA PRAKTIK
Di Makromedia Visual Creative,
(Periode : 25 Juli 2022 – 30 September 2022)

Disusun Oleh:

Ridho Maulana Putra (3031910034)

Mengetahui,


Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual UISI



Nova Ridho Sisprasojo, S.Sn., M.Ds.
NIP: 8816234

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Muhammad Nasrulloh, S.T., M.T.
NIP: 8721358

Gresik, Oktober 2022

Makromedia Visual Creative

Mengetahui,

Direktur Makromedia Visual Creative



(Agus Tjahjono, S,Pd)

Menyetujui,

Pembimbing Lapangan



(Angga Dania S.P)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbil 'alamin Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat-sahabat beliau serta semua pengikutnya yang selalu setia. penulis dapat menyelesaikan laporan kuliah praktik ini dengan baik. Laporan Kuliah Praktik dengan judul “PENERAPAN ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA RUMAH PRODUKSI MAKROMEDIA VISUAL CREATIVE” ini disusun. Dalam penyusunan laporan Kerja Praktik ini penulis mendapatkan pengetahuan dan pengalaman dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Nova Ridho Sisprasajo, S.Sn., M.Ds. Selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual (UISI).
2. Muhammad Nasrulloh, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan untuk menyelesaikan laporan Kerja Praktik ini.
3. Agus Tjahjono, S,Pd. Selaku Direktur dari Makro Media Visual Creative.
4. Angga Dania S.P. selaku pembimbing lapangan kerja praktik.

Penyusunan dari Laporan Kerja Praktik ini tentu masih jauh dari kata kesempurnaan. Maka dari itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dibutuhkan untuk kesempurnaan laporan ini. Semoga dengan adanya Laporan Kerja Praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila masih terdapat kesalahan kata-kata maupun penulisan, terima kasih.

Gresik, Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA PRAKTIK.....	1
PENERAPAN ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA RUMAH PRODUKSI MAKROMEDIA VISUAL CREATIVE.....	1
LAPORAN KERJA PRAKTIK.....	ii
Di Makromedia Visual Creative,.....	ii
(Periode : 25 Juli 2022 – 30 September 2022).....	ii
Menyetujui,.....	ii
Mengetahui,.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat.....	2
1.3 Metodologi Pengumpulan Data.....	3
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang.....	4
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang.....	4
BAB II.....	5
2.1 Profil Makromedia.....	5
2.2 Visi dan Misi Makromedi Visual Creative.....	6
Visi.....	6
Misi.....	6
2.3 Lokasi Makromedia Visual Creative.....	6

2.4 Struktur Organisasi Makromedia Visual Creative.....	7
2.5 Sejarah Makromedia Visual Creative.....	7
2.6 Produk Makromedia Visual Creative	8
2.6.1 Motion graphic & Editing	8
2.6.2 Conceptual Videography	9
2.6.3 Multimedia & Virtual Stream	9
BAB III.....	11
3.1 Bidang kegiatan	11
3.2 Video Editor.....	11
3.3 Desain Grafis.....	13
3.4 Instagram	13
BAB IV	16
4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja	16
4.2 Tugas Unit Kerja	16
4.3 Penjelasan Tugas Unit kerja	17
4.4 Skema Proses Kerja Praktik	17
4.5 Jadwal Kegiatan Kerja Praktik.....	18
4.6 Tugas Kerja Praktik	18
4.6.1 Tugas Primer	19
4.6.2 Tugas Sekunder	28
4.6.2.1 Instagram Makromuda	28
4.6.2.2 Art director film Caksul	31
4.6.2.3 Kamera handler Multicam.....	33
BAB V.....	34



5.1 Kesimpulan	34
5.2 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN.....	37
Surat tanda diterima.....	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari waktu ke waktu masyarakat sudah mulai bisa menerima pekerjaan sebagai desainer. Pada era revolusi industri 4.0 dapat dikatakan dengan banyak platform digital dan perkembangan media sosial, semua industri sangat membutuhkan orang yang memiliki keahlian di bidang desain dalam memenuhi kebutuhan penyampaian pesan secara visual lewat berbagai media tersebut. Dengan desain kita dapat menyampaikan informasi penting secara visual (video, ilustrasi, foto, animasi, dll), yang dapat menjadi perhatian audience sehingga informasi tersampaikan dengan baik.

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan salah satu bidang keilmuan, dimana didalamnya mempelajari tentang konsep komunikasi melalui elemen-elemen visual yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan dengan tujuan tertentu. Definisi lain dari desain komunikasi visual adalah sebuah ilmu tentang penyampaian pesan melalui sebuah rancangan yang dapat dilihat dengan mata. Desain komunikasi visual berada di dalam lingkup periklanan yang melibatkan beberapa unsur suara, gambar, maupun gerakan seperti video, gif, film, stop motion, dan lainnya. Seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual dituntut untuk dapat mengolah informasi tersebut secara efektif, komunikatif dan informatif. Bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual mempelajari hal-hal mendasar, yaitu mengembangkan bentuk bahasa visual, mengolah pesan, yang ditujukan untuk sosial maupun komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada kelompok lainnya, Visual yang dimaksud harus berwujud kreatif dan inovatif, sementara isi pesan harus komunikatif, efisien dan efektif, keduanya saling mendukung agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Video klip adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu, Video klip modern berfungsi sebagai alat pemasaran

untuk mempromosikan sebuah album rekaman. Hal ini dipertegas dalam situs milik Phyrman (kuliahkomunikasi.blogspot.com/2008/12/video-klip.html) dijelaskan bahwa video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan- ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumennya dan penampilan band, kelompok musik untuk mengenalkan dan memasarkan produk (lagu) agar masyarakat dapat mengenal yang selanjutnya membeli kaset, CD, DVD. (Menurut Moller (2011: 34))

Berdasarkan hal di atas, penulis sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan kerja praktik di perusahaan yang sesuai dengan ilmu yang selama kuliah diperoleh pada materi pada semester sebelumnya, maka dari itu penulis melaksanakan kerja praktik sebagai video editor dan desainer grafis di *Makromedi Visual Creative*.

1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat dari kegiatan pelaksanaan kerja praktik di Makromedia Visual Creative adalah sebagai lain halnya:

a. Tujuan Umum

Melatih kemampuan secara profesional untuk menyelesaikan masalah-masalah bidang yang ada dalam dunia kerja diinstitusi dan perusahaan yang relevan dengan bidang ilmu Desain Komunikasi Visual.

b. Tujuan Khusus

1. Untuk memenuhi beban satuan kredit semester (SKS) yang harus ditempuh sebagai persyaratan akademis di Jurusan Desain Komunikasi Visual UISI.
 2. Mengaplikasikan ilmu teoritis tentang pekerjaan di dunia kerja atau melakukan serangkaian keterampilan yang sesuai dengan jurusan yang diambil di bangku kuliah, dan analisis datanya pada kondisi tempat Praktik Kerja
-

3. Memberi pengakuan dan penghargaan terhadap pengalaman kerja sebagai bagian dari proses belajar.

c. Manfaat bagi perguruan tinggi

1. Meningkatkan kualitas hubungan dan Kerjasama antara pihak Universitas dan perusahaan atau instansi terkait.
2. Memperoleh masukan tentang masalah-masalah di tempat praktik kerja lapangan
3. Informasi dari program magang atau praktik kerja lapangan dapat digunakan untuk memperbaiki kurikulum agar sesuai dengan perkembangan dunia desain.

d. Manfaat bagi perusahaan

1. Dapat membantu melaksanakan pengerjaan tugas-tugas dalam pengerjaan tugas-tugas dari unit kerja
2. Mendapatkan informasi serta ide kreatif dan inovasi dari mahasiswa Kerja Praktik..
3. Perusahaan terbantu dengan adanya sumber daya manusia untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.

1.3 Metodologi Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan ini metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data tersebut adalah:

a. Metode Wawancara

menurut Lexy J Moleong, wawancara adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Pada metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (face to face) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian.

Kegiatan tanya jawab ini terjadi dengan adanya komunikasi bolak-balik antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai untuk mengeksplorasi topik-topik tertentu yang dibahas.

b. Metode dokumentasi

Metode observasi dilakukan dengan pengamatan terhadap proses produksi divisi kreatif selama kerja praktik di perusahaan dan mengamati permasalahan apa yang terjadi di perusahaan

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang

Lokasi : Dilaksanakan di kantor Makromedia, Malang

Waktu : 25 juli - 30 September 2022

Pelaksanaan kerja praktik dilakukan secara offline di kantor Makromedia malang tepatnya di jalan sulfat.

1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang

Penulis diberi posisi sebagai *video editor* serta menjadi *Desainer Grafis* untuk beberapa kebutuhan konsumen seperti video event, video iklan produk, dan video teaser Makromedia. Bukan hanya itu sang penulis juga mendapatkan posisi sebagai desainer grafis dalam perancangan desain konten Instagram @Makromuda Selama melaksanakan kerja praktek.

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Profil Makromedia



Gambar 2.1

Logo Makromedia Visual Creative

Macromedia visual creative adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan event organizer. makromedia visual berdiri pada bulan april 2017 hingga tahun 2021 telah menyelesaikan lebih dari 700 project, mulai dari conceptual videography, motion graphic dan video editing, multicamera dan streaming. makromedia visual bekerjasama dengan banyak pihak mulai dengan event organizer agency, instansi, hingga brand 80% project kami adalah kebutuhan visual untuk event, sehingga kecepatan kerja dan dinamika di dalamnya telah membentuk kami menjadi pribadi-pribadi tangguh memantapkan langkah kami untuk menjadi tim yang solid, solutive, dan totalitas dalam menghasilkan sebuah karya

2.2 Visi dan Misi Makromedi Visual Creative

Adapun visi misi dari Makromedia Visual Creatve adalah sebagai berikut:

Visi

Menjadi perusahaan visual kreatif berskala nasional, berkarya dengan Bahagia, serta mempunyai bisnis value diatas 50 milyar di tahun 2030

Misi

- Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menjaga produk yang berkualitas dan layanan yang memuaskan
- Memiliki tim yang saling menghargai, proaktif, produktif, solutif, kreatif, dan inovatif
- Menjadi perusahaan yang mampu memberikan kesejahteraan, kebahagiaan dan manfaat kepada seluruh karyawan serta kepada banyak orang
- Mempunyai system manajemen yang kokoh dan mampu bertumbuh dalam kondisi apapun
- Mempunyai akumulasi free cash yang kuat, sustainable hingga 30 tahun yang akan datang

2.3 Lokasi Makromedia Visual Creative

Alamat : Jl. Simpang Sulfat Selatan No.2B, Pandanwangi, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65122

Email : makromedia.visual@gmail.com

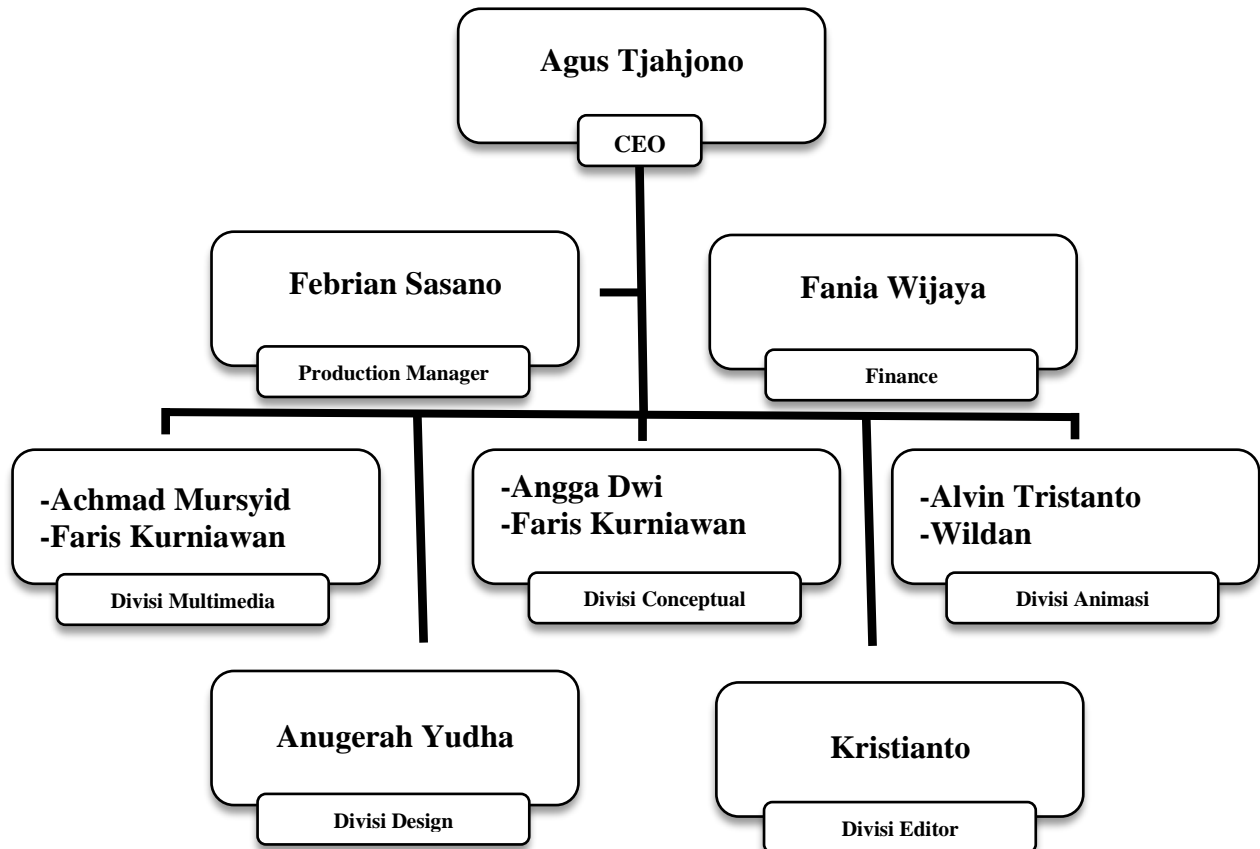
No. Telp : 085233244393

Instagram : @Makromedia Visual Creative

Website : www.makromediavisual.com

Youtube : Portofolio Makromedia Visual

2.4 Struktur Organisasi Makromedia Visual Creative



2.5 Sejarah Makromedia Visual Creative

Makromedia Visual Creative merupakan salah satu Production House di Kota Malang di bawah pimpinan Agus Tjahyono. Berdiri sejak April 2017, Makromedia Visual Creative memberikan beberapa pelayanan diantaranya karya seni videografi mulai dari Filler/Teaser, TVC, Aftermovie/Highlight video event, Testimoni, Wedding, Video Clip. Beberapa perusahaan yang

telah bekerjasama antara lain PT Holcim Indonesia TBK, PT Pertamina, PT Nissan Motor Company, dan masih banyak lagi.

2.6 Produk Makromedia Visual Creative

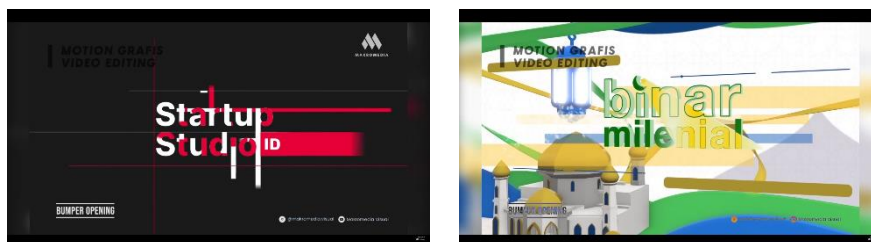
Beberapa produk yang dihasilkan oleh Makromedia Visual Creative diantaranya sebagai berikut :

2.6.1 Motion graphic & Editing

jasa motion grafis dan editing merupakan layanan jasa spesialis editing video dokumentasi event dan video profile, serta animator motion grafis bumper event dan video explainer

1. Event visual content
2. Digital content & Corporate program
3. Product lunch
4. Short Dokumentasi
5. Extended Dokumentasi
6. Video Profile
7. Video E Learning
8. Content
9. Wedding
10. Iklan

Gambar 2.2

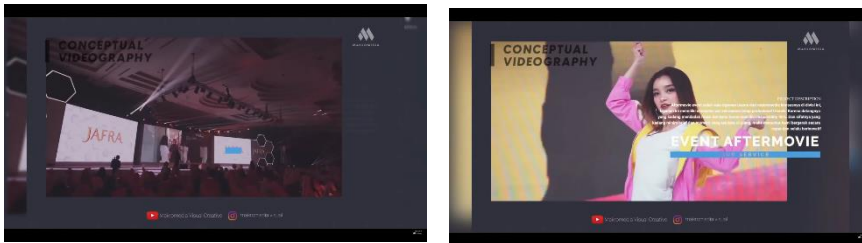


Product Makromedia Visual Creative

2.6.2 Conceptual Videography

Conceptual videography melayani jasa spesialis project video dalam periklanan dan video profile dari beberapa brand serta video after movie dan highlight dari sebuah event. Pelayanan yang ada pada conceptual videography antara lain:

1. Events Filming / Aftermovie
2. Video Company Profile
3. Video Corporate Program
4. Promotional / Marketing Video



Gambar 2.3

Product Makromedia Visual Creative

2.6.3 Multimedia & Virtual Stream

layanan Multimedia dan Streaming merupakan jasa spesialis broadcasting *multicamera dan virtual streaming* dari sebuah event corporate atau event event lainnya

1. Virtual Event
2. Zoom Meeting / Webinar Event

3. Multicamera Live



BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Bidang kegiatan

Industri kreatif Kerja Praktik dilaksanakan di Jl. Simpang Sulfat Selatan No.2B, Pandanwangi, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65122 selama dua bulan setengah, yang dilaksanakan mulai dari tanggal 25 Juli 2022 sampai dengan 30 September 2022. Praktikan memiliki jadwal kerja dari hari Senin s.d Jumat, masuk pukul 10.00 WIB dan pulang pukul 17.00 WIB. Praktikan diberikan kesempatan oleh Bapak Agus Tjahjono, S,Pd selaku direktur dari Makromedia Visual creative.

Selama pelaksanaan kerja praktik, penulis mendapat tugas untuk menjadi video editor serta menjadi desainer untuk menyusun konten Instagram @makromuda. selama Kerja praktik secara langsung, penulis memproses sebuah editing untuk Video Event, Video Teaser, Advertising Video dan juga membuat desain feed Instagram, desain konten instagram, desain label untuk event, desain signage untuk event, desain cover cd, desain label cd untuk event happy group. Konten yang dibuat berupa postingan Instagram berbentuk ilustrasi gambar, untuk keperluan promosi dari perusahaan Makromedia agar memiliki ketertraikan menggunakan jasa makromedia, serta berinteraksi dengan followers makromuda.

3.2 Video Editor

Menurut Marsha kata editing dalam bahasa Indonesia adalah serapan dari Inggris. Editing berasal dari bahasa Latin “editus” yang artinya menyajikan kembali. Dalam bidang audio-visual, termasuk film, editing adalah usaha merapihkan dan membuat sebuah tayangan film menjadi lebih berguna dan enak ditonton. Tentunya editing film ini dapat dilakukan jika bahan dasarnya berupa shot (stockshot) dan unsur pendukung seperti voice, sound effect, dan musik sudah mencukupi. Selain itu, dalam kegiatan editing seorang editor harus betul-betul mampu merekonstruksi (menata

ulang) potongan-potongan gambar yang telah diambil oleh campers. (Marsha, 2011:28-29)

Editor memegang peran yang sangat penting. Video yang dibawa oleh reporter, tidak akan berarti jika tidak diolah dengan baik oleh seorang editor, maka video atau gambar tadi akan biasa-biasa saja atau bahkan tidak memiliki arti.

Editor dengan kemampuannya, bisa membuat video atau gambar yang biasa saja menjadi gambar yang memiliki cerita dan berarti. Sehingga khalayak mengerti dengan apa yang disampaikan oleh tayangan tersebut.

adapun tugas *editor* yaitu Memotong-motong gambar yang panjang, menyambung potongan-potongan gambar sehingga menjadi rangkaian gambar yang bercerita dalam durasi yang ditentukan, dan siap ditayangkan tepat pada waktunya merupakan bagian paling sulit dalam pekerjaan mengedit gambar. Jadi, editing adalah pekerjaan memilih gambar dan menyesuaikan gambar itu dengan gambar berikutnya, sehingga menjadi suatu sekuen yang memiliki cerita yang logis dan saling berkaitan.

Rangkaian gambar harus disusun sedemikian rupa sehingga penonton dapat menyaksikan perjalanan gambar yang menarik dan tidak membosankan. Merangkai gambar hampir sama dengan menyusun cerita sebuah film Hollywood dengan irama cerita yang terkadang naik atau turun, mulai dari konflik hingga resolusi. Film biasanya diawali dengan sesuatu yang tegang dan kemudian ketegangan diturunkan, dinaikan lagi pada bagian lain, turun kembali, naik lagi dan seterusnya. Alur cerita berjalan seperti gelombang di mana puncak-puncak gelombang merupakan puncak ketegangan. Ketegangan cerita dibagi secara merata, yaitu diletakkan di bagian awal, ditengah dan dibagian akhir.

3.3 Desain Grafis

Media sosial adalah *platform media* yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu *media* sosial dapat dilihat sebagai *medium* (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015), Desain grafis sebenarnya sudah menjadi bagian yang akrab dengan kehidupan manusia sejak zaman purba seperti yang diuraikan di atas. Bahkan, sampai zaman modern ini pun desain grafis tetap digunakan sebagai media komunikasi visual yang handal. Meskipun tentu saja grafis yang ditampilkan akan berwujud dan berfungsi sesuai kebutuhan situasi dan kondisi zamannya. Kalau pada zaman purba grafis hanyalah berupa bekas telapak sebagai media informasi atau berupa huruf-huruf paku atau hierogliphe maka pada abad ke 19 sudah berwujud karya poster dan terus berkembang pesat ketika Johannes Gutenberg (1398-1468) menemukan mesin cetaknya.

Pada masa kini, di era teknologi komputer yang paling canggih pun, grafis semakin mengokohkan eksistensinya dalam percaturan komunikasi baik melalui media outdoor, indoor maupun audio visual. Seiring dengan majunya ilmu dan teknologi. Desainer grafis memiliki peran yang penting dalam upaya mempromosikan dengan menyajikan konten-konten yang menarik seperti konten hiburan, edukasi, interaksi dengan audience ataupun sebuah konten ucapan hari besar, hal tersebut dilakukan agar menarik dimanata audien.

3.4 Instagram

Instagram adalah aplikasi mobile dimana pengguna dapat memposting foto dan video dengan lampiran teks. Pengguna lain dapat menyukai, berkomentar, dan terlibat satu sama lain pada sebuah postingan. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang tumbuh paling cepat. 6 Namun karena Instagram masih tergolong baru, penelitian yang dilakukan masih sangat sedikit. Diuraikan oleh de Vries, Moller, Wieringa, Eigenraam dan Hamelik (2017), Instagram sangat berbeda dari kebanyakan

situs jejaring sosial lainnya, terutama Facebook. Karena "sentralitas gambar" di Instagram membedakannya dari platform media sosial berbasis teks lainnya, seperti Facebook dan Twitter. Lebih lanjut, seperti diuraikan oleh Johnson dan Knobloch-Westerwick (2016), postingan media sosial berbasis gambar memiliki efek yang sangat berbeda pada suasana hati pengguna daripada postingan

Berdasarkan Literasi Uses and grativication McQuail, empat tujuan berbeda dalam menggunakan media - pencarian informasi, identitas pribadi, interaksi sosial & integrasi, dan hiburan(Kim, Sin, and He 2013). Sebagian besar platform media sosial digunakan untuk mencari informasi. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Sari Puspita 2017).

Media sosial berbasis teks. Berdasarkan data We are Social: Digital Global Overview Report, Indonesia menempati posisi keempat di dunia atau jumlah pengguna Instagram tertinggi di Asia, yaitu sebanyak 63 juta pengguna aktif. Hal menarik dari platform Instagram adalah penggunaanya terus terlibat dalam berbagi informasi, berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, serta berkolaborasi dan berbagi ide dan pendapat melalui postingan. Karena itu, Instagram memiliki potensi besar sebagai alat edukasi karena berbagai fitur yang tersedia. Sebagai contoh beberapa akun Instagram yang ditargetkan secara khusus untuk mengatasi masalah kesehatan, profesional kesehatan masyarakat dan lain-lain kepada pengguna.

Instagram merupakan sebuah media sosial yang memungkinkan pengguna dapat berbagi foto dan video, serta berbagi moment aktifitas melalui foto atau video yang tentunya bisa juga dibagikan ke berbagai layanan jejaring sosial lain milik pengguna. Pengguna Instagram juga bisa berinteraksi dengan pengguna lain melalui berbagai fitur yang disediakan Instagram seperti, like, comment, dan direct message. Tersedianya berbagai fitur dalam satu aplikasi menjadi alasan

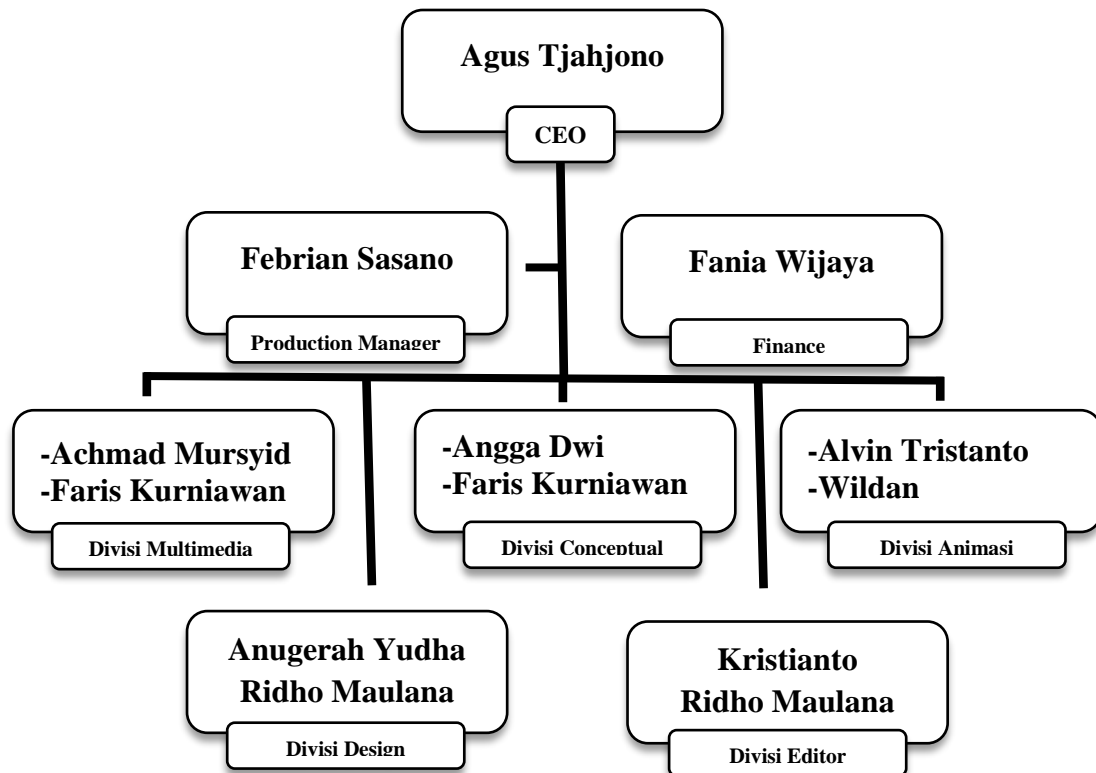
Berdasarkan data pengguna internet dari AP JII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2019-2020, sebanyak 42,3% penduduk Indonesia menggunakan aplikasi Instagram saat mengakses internet (Irawan, 2019). Instagram merupakan salah satu media digital yang mempermudah kebutuhan sosial untuk memperoleh informasi, berkomunikasi, serta mengikuti perkembangan tren. Instagram dapat digunakan secara personal maupun untuk keperluan bisnis dalam mengembangkan usaha. Saat pemilik usaha meng-upload foto produk atau konten mereka di Instagram, kegiatan tersebut dapat menarik perhatian bahkan dapat meningkatkan antusiasme customer terhadap brand mereka (Landsverk, 2014). Berikut fiturfitur yang tersedia di Instagram (<https://about.instagram.com/features>, 2021);

- 1) Reels, fitur yang memudahkan pengguna untuk berkreasi dalam edit video pendek melalui smartphone bahkan juga dapat menginput audio atau musik pada video yang dibuat.
- 2) Stories, fitur yang dapat digunakan untuk membagikan momen keseharian, membagikan foto dan video, juga untuk berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya.
- 3) Feeds, fitur yang dapat digunakan untuk membagikan foto atau video yang dilengkapi dengan fitur like, comment, hashtag, serta caption. Caption yaitu teks deskripsi tentang konten yang diunggah.

Utama ketertarikan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Fitur-fitur baru yang selalu dihadirkan oleh Instagram semakin memunculkan sifat ketergantungan pada aplikasi ini. Berbagi foto ditempat-tempat populer ataupun berbagi cerita aktifitas kegiatan saat itu melalui fitur Instastory atau lebih akrab disebut Snapgram yang disediakan menjadi salah satu kebanggaan personal menggunakan aplikasi berbasis online. Dengan mengutamakan layanan posting melalui foto dan video, Instagram tidak hanya dijadikan media untuk sekedar having fun, tetapi juga kini dimanfaatkan oleh banyak pebisnis sebagai lahan mencari keuntungan.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Struktur Organisai Unit Kerja



Tabel 4.1 Stuktur Organisasi Unti Kerja

4.2 Tugas Unit Kerja

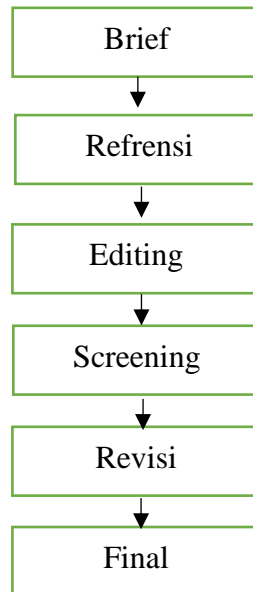
Tugas unit kerja bagian video editor dan desainer grafis adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan karya editing video event sesuai kreatifitas editor
2. Menyusun sebuah video teaser Makromedia Visual Creative
3. Editing Advertising Video Produk
4. Perancangan Editing Video event
5. Bekerja dengan kerja sama tim

4.3 Penjelasan Tugas Unit kerja

Selama berjalan nya kerja praktik di Makromedi Visual Creative diwalai dengan pengenalan tentang Production House Makromedia Visual Creative. Kemudian dilanjutkan dengan materi editing dan dilanjut dengan penugasan percobaan editing untuk melihat kemampuan editing serta melatih skill editing untuk diterapkan ke dalam dunia kerja. lalu selanjutnya pembelajaran lain tentang Multicam Livestreaming, Pembuatan serta pelaksanaan suting Film, dan manajemen Instagram. Dalam pelaksanaan kerja praktik ini dilaksanakan selama 2 bulan, mulai dari 25 juli sampai dengan 30 oktober 2022.

4.4 Skema Proses Kerja Praktik



Tabel 4.4 Skema Proses Kerja Praktik

4.5 Jadwal Kegiatan Kerja Praktik

Pada berjalannya kegiatan kerja praktik yang dilaksanakan selama dua bulan lebih di Makromedia Visual Creative, jam masuk kerja pada Makromedia Visual Creative tidak pasti atau bisa berubah karena terdapat event yang harus dilaksanakan. Kemungkinan jika di hari Sabtu dan Minggu terdapat event maka jadwal tidak mengikuti jam kerja.

Hari	Jam Masuk Kerja	Jam Pulang Kerja
Senin	10.00 WIB	17.00 WIB
Selasa	10.00 WIB	17.00 WIB
Rabu	10.00 WIB	17.00 WIB
Kamis	10.00 WIB	17.00 WIB
Jum'at	10.00 WIB	17.00 WIB
Sabtu	Libur	
Minggu	Libur	

Tabel 4.5 Jadwal Kegiatan kerja Praktik

4.6 Tugas Kerja Praktik

Tugas yang diberikan kepada peserta Kerja Praktik di Makromedia Visual Creative berfokus pada Video editing dan desain grafis. Tugas diberikan kepada peserta Kerja Praktik sesuai dengan bagaimana peserta kerja praktik memasukkan passion dan portofolio yang telah dikirimkan, serta sesuai dengan materi atau ilmu yang didapat selama di perkuliahan.

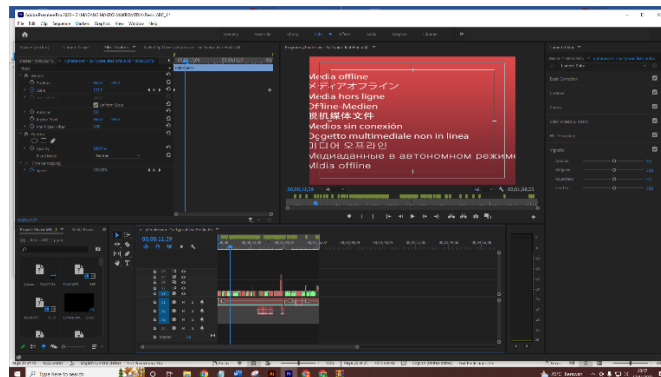
4.6.1 Tugas Primer

Tugas Primer adalah tugas utama yang di berikan oleh perusahaan Makromedia Visual Creative, yang di sesuaikan dengan bidang yang diambil dan penjurusan dari program studi Desain Komunikasi Visual dengan menerapkan ilmu yang didapat seama perkuliahan. Maka dari itu mahasiswa kerja praktik mengikuti dalam bidang Desainer Grafis dan Editor video event, video teaser, dan Advertising Video.

1. Editing video Materi Satu (video Event ABC Tulus Mix)

Peserta Kerja Praktik mendapatkan tugas editing video untuk melihat kemampuan editing sejauh mana kreatifitas dan skill editing peserta kerja praktik. Dengan di berikan brief membuat editan video event sesuai kreatifitas yang dimiliki peserta dengan batas waktu 3 hari.

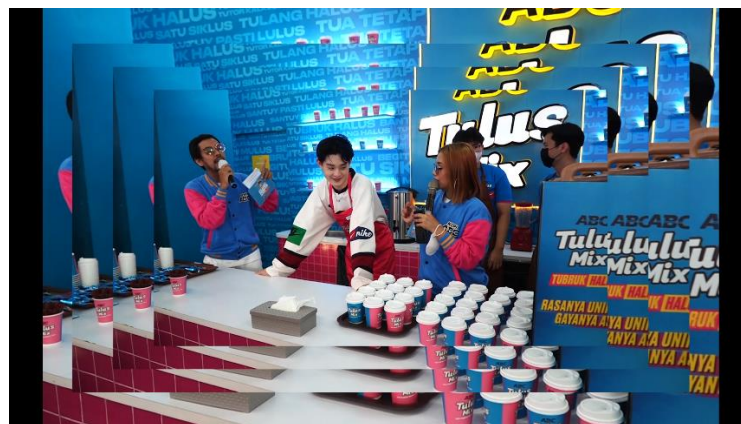
Editing



Gambar 4.1 Timeline Editing Video Event ABC Tulus Mix

Setelah menunjukkan hasil editing Video Event ABC Tulus Mix, pembimbing Imemberikan beberapa revisi terkait durasi yang terlalu lama dan continuity yang perlu di perbaiki.

Hasil

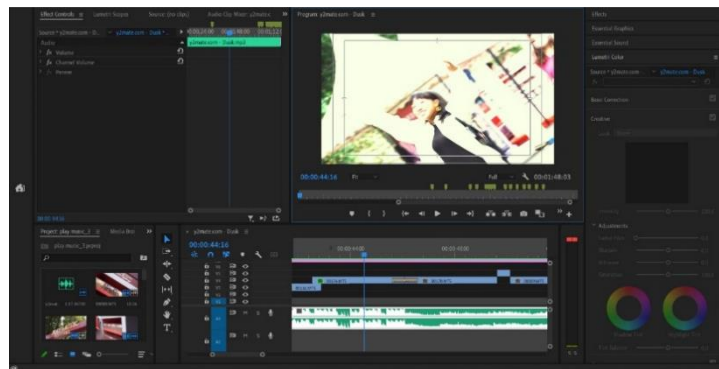


Gambar 4.2 Hasil Video ABC Tulus Mix

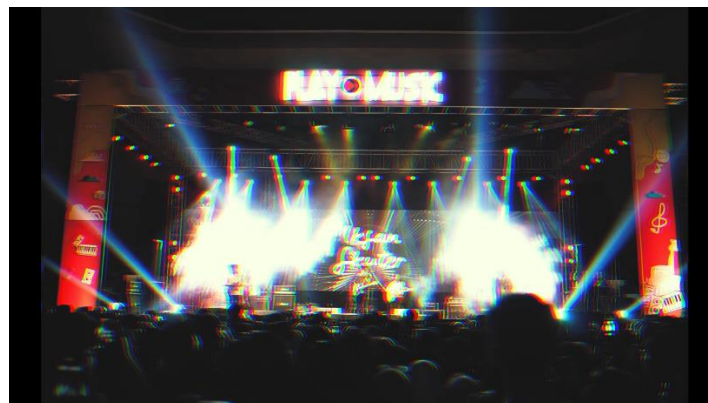
2. Editing Video instant Materi dua (Event konser Play Musik)

Video Instant adalah video yang proses pengerjaan paling singkat dengan durasi pengerjaan paling lama 1 hari. pengerjaan editing video materi dua Event Konser Play Musik di berikan brief dengan pengerjaan satu hari karena permintaan dari pembimbing untuk pengerjaan editing video..... .peserta kerja praktik masi menggunakan style editing sesuai dengan pembelajaran yang di berikan sebelumnya.

Editing



Gambar 4.3 Timeline Editing Play Music

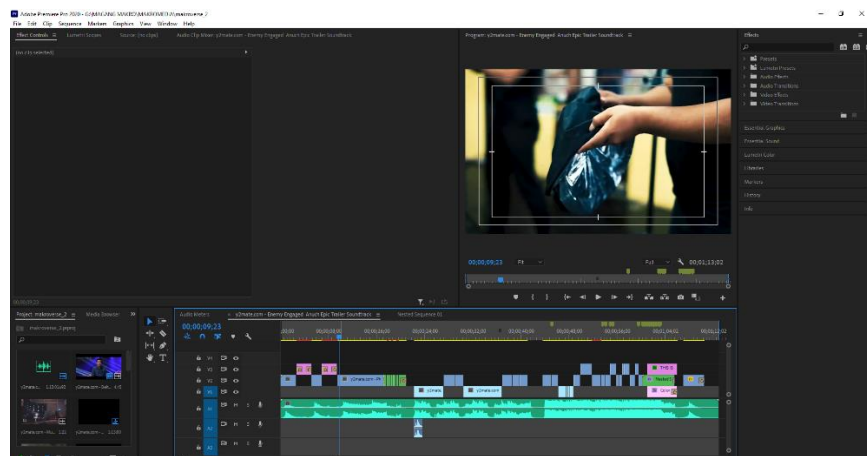


Gambar 4.4 Hasil Video Play Music

3. Editing Video Teaser Makromedia Visual Creative

Video Teaser Makromedia Visual Creative merupakan suatu video untuk mengenalkan perusahaan makromdia, brief yang diberikan yakni dengan batas waktu pengerjaan 1 minggu dan dibuat seperti Video yang dimiliki NET Verse. Dengan memanfaatkan stok footage yang telah di sediakan.

Editing



Gambar 4.5 Timeline Teaser Markomedia

Hasil

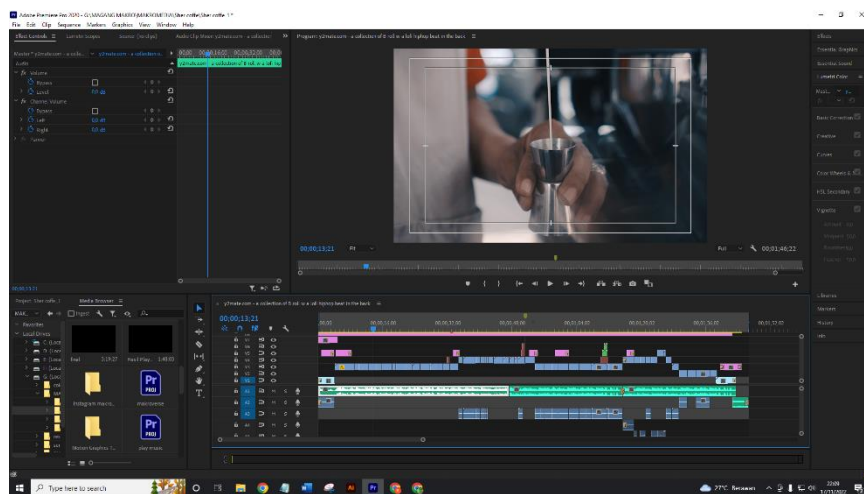


Gambar 4.6 Hasil Video teaser Makromedia

4. Editing Video produk Sher Coffe

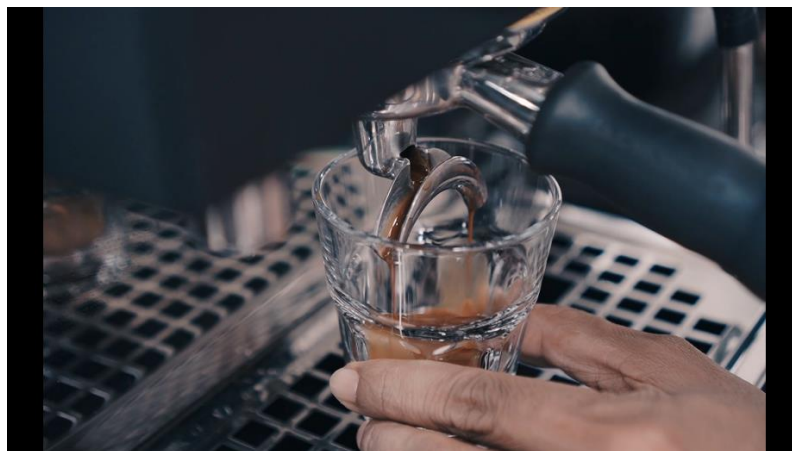
Peserta kerja praktik menerima tugas project Editing Video produk Shercoffe dengan brief video dibuat seperti cinematic video dengan durasi 1 menit yang mencakup Semua jenis produk sher coffe.

Editing



Gambar 4.7 Timeline Editing Video Product Shercoffe

Hasil





Gambar 4.8 Hasil Editing Video Shercoffe

Pada hasil screening video produk Sher Coffee menampilkan video dengan durasi 1 menit. Dengan style cinematic dengan mengikuti tone warna yang agak sedikit gelap.

5. Desain Event Happy Group

Pada event HAPPY GROUP REUNION peserta magang di beri brief untuk membuat signage ukuran A4 berisi pricelist Video after movie, desain nota, Cover CD, dan CD Label yang sesuai dengan tema event "HAPPY GROUP REUNION"

Proses Desain



Gambar 4.9 Proses Desain Signage Happy Group

Pada proses desain pembimbing memberikan revisi tentang warna background dan teks memiliki warna yang berbeda agar mudah untuk dibaca.

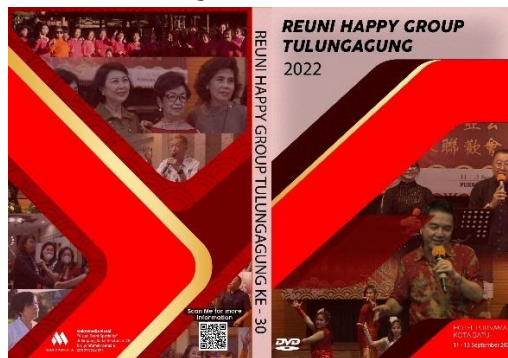
Hasil



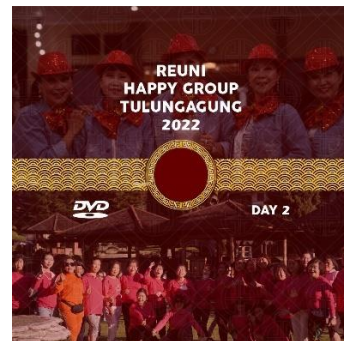
Scan Qr

Signage Pemesanan

Tanda Bukti



Cover CD



Label CD

Gambar 4.10 Hasil Desain Happy Group

4.6.2 Tugas Sekunder

4.6.2.1 Instagram Makromuda

Peserta kerja praktik di beri tugas untuk merancang Instagram @makromuda. Makromuda merupakan Instagram turunan dari makromedia yang di operasikan oleh peserta magang. Peserta magang di berikan kepercayaan untuk merancang Instagram makromuda yang

bertujuan untuk mengenalkan makromedia dan mengenalkan peserta magang. Bentuk desain yang di kerjakan antara lain:

1. Desain Feed Instagram Makromedia

Dalam desain feed Instagram peserta magang di beri posisi sebagai desiner grafis. Yang mendesain seluru postingan dari feed Instagram makromuda
Desain feed dari perkenalan makromuda menggunakan ilustrasi sebagai cover animasi perkenalan Makromuda angkatan 3.0

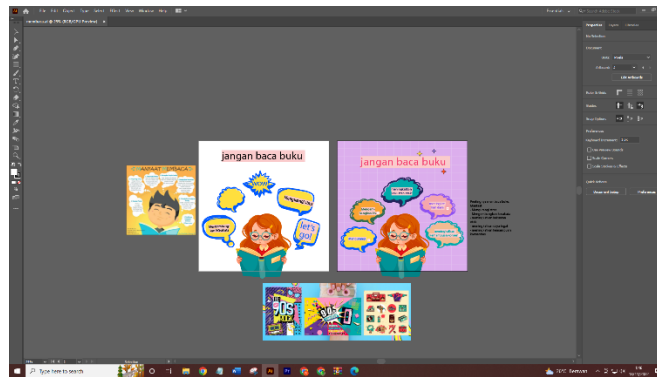


Gambar 4.6.2.1 Instagram Makromuda

2. Konten Instagram Makromuda

Pembuatan konten disesuaikan dengan content plant yang dibuat oleh content planer, konten di buat sesuai deadline tanggal yang telah ditentukan. Konten-konten yang di suguhkan oleh makromuda, bertujuan untuk edukasi.

Proses Desain



Gambar 4.6.2.2 Proses Desain Konten

Hasil Konten Instagram @Makromuda



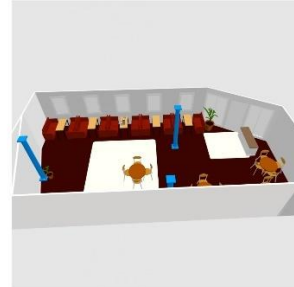
Gambar 4.6.2.3

4.6.2.2 Art director film Caksul

Dari proses berjalan nya film Caksul sang penulis mendapatkan posisi sebagai art director. Pengerjaan film di kerjakan dimulai dengan pra produksi hingga produksi. Saat produksi pengerjaan art director Menyusun konsep seting latar proses film menggunakan software Sweet Home 3d.



Gambar 4.6.2.4 Poster film Caksul



Gambar 4.6.2.5 Desain Ruangan

Saat proses produksi, bertugas untuk mengatur set lokasi sedemikian rupa dengan penempatan yang telah dibuat pada aplikasi 3d.



Gambar 4.6.2.6 set lokasi

4.6.2.3 Kamera handler Multicam

Bertugas untuk mengisi bagian pengoprasi kamera dua yaitu yang mengambil footage dengan improvisasi mengambil angle yang berbeda dengan kamera lain nya saat kegiatan event multicam 17 agustus di jalan tidar malang.



Gambar 4.6.2.7 Camera Handler

Pencarian footage menggunakan metode improvisasi dan juga arahan dari switcher. Jika kamera yang di handle mengambil footage yang sama maka, switcher handler akan memberi instruksi untuk mengambil footage lain agar tidak mengambil gambar yang sama.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Kerja Praktik (KP) ini dilaksanakan pada 25 juli 2022 – 30 september 2022, penulis dapat Menambah pengalaman kepada mahasiswa dalam bidang *video editor dan desainer grafis* yang dapat menyalurkan pesan dan untuk mengembangkan kompetensi di bidang kerja.

Program Kerja praktek memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh gambaran dan pengalaman dalam kehidupan profesional, dalam pelaksanaan program Kerja Praktek, Penulis bekerja di Makromedi Visual Creative sebagai *Video Editor dan Desainer*, yang dimana bisa mendapat pengalaman dan ilmu yang didapatkan, mulai dari disiplin bekerja, efesiensi waktu, etika dalam pekerjaan dan bertanggung jawab. Bukan hanya itu, penulis juga lebih memahami tentang komunikasi dan bekerja secara tim dalam sebuah pekerjaan *professional*.

5.2 Saran

Adapun saran yang bisa penulis berikan yang bisa bermanfaat dan juga memberikan semangat kerja

1. Bagi Mahasiswa

Kerja praktek sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk belajar bagaimana bekerja di lingkungan kerja yang lebih profesional dan membantu mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di kampus. Mahasiswa juga dapat mengalami pekerjaan sesuai dengan pengetahuan atau bidang mereka sendiri. Bukan hanya itu pengalaman tentang berkomunikasi yang baik dalam dunia kerja juga sangat penting.

2. Instansi/Perusahaan

Pihak perusahaan atau tempat praktik kerja hendaknya memberikan bimbingan maksimal dan pendampingan terhadap pelaksanaan program. Hubungan yang telah terjalin antara pihak Perguruan Tinggi dengan pihak instansi/perusahaan hendaknya dapat lebih ditingkatkan dan dapat memberikan umpan balik satu sama lain. Diharapkan dapat menerima saran yang diberikan oleh mahasiswa Kerja Praktik untuk instansi/perusahaan. berkomunikasi dengan baik dengan pihak penyelenggara event dengan diharapkan nya terhindari dari miss komunikasi sehingga event yang dikerjakan bisa berjalan dengan lancar dan tidak ada kendala selama event berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Komarullah, N. A. (2022). *SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI SEKARVES*.

Sari, P., & Putri, Y. D. (2016). Menemukan Kesalahan Gramatika Dalam Esai Mahasiswa Bahasa Inggris Dan Solusi Menghindarinya. *Jurnal Bahasa Inggris Terapan*, 2(2), 21–29. <https://doi.org/10.35313/jbit.v2i2.1288>

LAMPIRAN

Absensi magang










UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR KEHADIRAN KERJA PRAKTIK









Nama : Richard Maulana Prata
NIM : 3031910039
Judul Kerja Praktik : Penerapan Ilmu Desain Komunikasi Visual Pada Rumah Produksi Makromedia Visual Creative

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1.	26 Juli 2022	Pengertian Perusahaan Makromedia		
2.	27-28 Juli 2022 27-29 Juli 2022	Percobaan Editing Video Event Kopi ABC Terus Mix		
3.	1-8 Agustus 2022	Editing Video 2 Event Play Musik		
4.	9-11 Agustus 2022	Editing Video Teaser Makromedia		
5.	12-18 Agustus 2022	Perencanaan Konsep Instagram Makromedia (Meeting)		
6.	19 Agustus 2022	Perancangan ... Pembagian Divisi/Posisi Pengurusan Instagram Makromedia		
7.	21 Agustus 2022	Event Multicam 17 Agustus 2022 JK-tidar Malang		

Catatan :
Tuliskan kegiatan yang dilakukan (Harian/Mingguan) selama magang dan ditandatangani oleh Pelaksana magang dan Pembimbing Lapangan dimana magang dilaksanakan.

LEMBAR KEHADIRAN KERJA PRAKTIK

Nama : Ridho Maulana Puera
 NIM : 3031910034
 Judul Kerja Praktik : Penerapan Ilmu Desain Komunikasi Visual Pada Rumah Prakteksi Makromedia Visual Creative

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
8	22 Agustus	Perancangan Logo Makromedia		
9	25 Agustus	Event Tim Building BAT		
10.	26-27 Agustus	Proses Desain Konten Instagram Makromedia "Membaca"		
11.	28-30 Agustus	Meeting Tim Proyek Film Makromedia x Cak sul		
12	31 Agustus - 2 Juli	Proses Desain Konten Instagram Makromedia		
13	30 Agustus	Foto Video Produk Shencoffe		
14.	5 ⁶ September	Meeting New Konten Instagram Makromedia + Pergantian Divisi		
15.	7 September	Survey Lokasi Shooting Film Cak sul + Pembuntan 3D AR6 Lokasi shooting		








Catatan :
 Tuliskan kegiatan yang dilakukan (Harian/ Mingguan) selama magang dan ditandatangani oleh Pelaksana magang dan Pembimbing Lapangan dimana magang dilaksanakan.



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR KEHADIRAN KERJA PRAKTIK

Nama : Ridho Maulana Putra
NIM : 3031910034
Judul Kerja Praktik : Penerapan Ilmu Desain Komunikasi Visual Pada Rumah Produksi Makromedia Visual Creative

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
16.	8-9 September	Desain Label Pemasahan + Sighting event happy Group + Desain Feed Instagram		
17.	10 September	Revisi Breakdown Artistik		
18.	11-12 September	Event Happy Group Multikum		
19.	13 September	Shooting Short movie Untuk memperkenalkan Makromedia		
20	5 September	Editing Video Sher Coffe		
21	19-23 September	Desain Fronten Instagram Makro muda		
22.	26-30 September	Desain Cover + CD Label Happy Group		

Catatan :
Tuliskan kegiatan yang dilakukan (Harian/ Minggu) selama magang dan ditandatangani oleh Pelaksana magang dan Pembimbing Lapangan dimana magang dilaksanakan.

Sertifikat




INTERNSHIP ASSESSMENT

Peserta Internship Program
Periode : 25 Juli 2022 sampai dengan 30 Oktober 2022

No	Aspek Penilaian	Nilai		
		BOBOT (B) %	NILAI (N)	N x B
1.	Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	87	8,7
2.	Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	85	21,25
3.	Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	88	44
4.	Kerajinan dan Sikap	15 %	90	13,5
JUMLAH		100%	JUMLAH	87,45

Angga Daniar S.Ikom
Penanggung Jawab Internship



Surat tanda diterima



Malang, 1 Agustus 2022

Nomor : 004/Magang/MMVC/VIII/2022
Lampiran : -
Perihal : Konfirmasi Permohonan Kerja Praktik
Yth.
Elsi Mersilia Hanesti, S.EI.,M.SEI
Koordinator Kerja Praktik
Universitas Internasional Semen Indonesia

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti Surat Nomor : 0181/I.05/03-01.01.01.01/07.22, tertanggal 25 Juli 2022 perihal Permohonan Kerja Praktik yang diajukan kepada kami untuk Mahasiswa atas nama :

Nama : Ridho Maulana Putra
NIM : 3031910034
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Bersama ini kami sampaikan bahwa kami **bersedia** untuk menerima mahasiswa tersebut di atas untuk melaksanakan kerja praktik di Makromedia Visual pada tanggal 26 Juli - 16 September 2022.

Demikian atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Dengan Hormat,



Agus Tjahjono, S.Pd
Direktur

Lembar Evaluasi



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Paseo) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482; (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Paseo) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482; (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Dosen Pembimbing

Nama : Ridho Maulana Putra
NIM : 3031910034
Judul Magang : Pengembangan Ilmu, Desain Komunikasi Visual Pada Produk Produk Media Visual Kreatif

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	83	8,3
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	84	21,0
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	81,5	40,75
Kerajinan dan Sikap	15 %	80,5	12,08
JUMLAH	100%	JUMLAH	82,13

Gresik, 24 Desember 2022
Dosen Pembimbing

(Muhammad Nasrullah)
NIP. 8721 358

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Pembimbing Lapangan

Nama : Ridho Maulana Putra
NIM : 3031910034
Judul Magang : Pengembangan Ilmu, Desain Komunikasi Visual Pada Produk Produk Media Visual Kreatif

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	87	8,7
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	85	21,25
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	88	44
Kerajinan dan Sikap	15 %	92	13,5
JUMLAH	100%	JUMLAH	87,45

Gresik, 30 September 2022
Pembimbing Lapangan

(Angus Dancer Sib)
NIP. 1 VISUAL CREATIVE