

# BAB 1

## PENDAHULUAN

---

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial sangat berperan dalam penyebarluasan informasi, lembaga ataupun perusahaan, yang menggunakan media sosial sebagai alat untuk melakukan promosi atau menaikkan citra diri. Hal inilah yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk menaikkan citra institusi. PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia (BUMN) yang menyelenggarakan jasa angkutan umum di bidang transportasi Kereta Api yang dipimpin oleh Direktur Utama PT Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu Bapak Diediek Hartantyo.

Dalam melaksanakan tugasnya, unit multimedia membutuhkan berbagai jenis media sebagai alat penunjang serta membutuhkan alat perangkat keras produksi yang berkualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan video seperti kamera, lensa, drone, stabilizer kamera, tripod dan microphone, untuk menghasilkan konten video yang baik serta enak dilihat oleh audiens. Selain penerapan perangkat keras yang berkualitas terdapat teknik pengambilan gambar dan ukuran frame pengambilan gambar agar dapat tersampaikan isi pesan dan situasi dari konten video tersebut.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki akun media sosial untuk menyebarkan konten media informasi berupa Instagram dan Youtube. Media akun tersebut dianggap efektif karena dapat dijadikan sebagai informasi secara umum oleh masyarakat. Melalui penerapan perangkat keras konten multimedia di era media digital, PT Kereta Api Indonesia (Persero) dapat memperkenalkan seperti program-program KAI atau keindahan jalur yang di lewati Kereta Api kepada masyarakat, yang tentunya hal tersebut dapat menaikkan citra institusi PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Berdasarkan pemaparan yang penulis telah sebutkan maka penulis mengajukan judul Proyek akhir yang berjudul “Penerapan Perangkat Keras Dalam Pengembangan Konten Multimedia Di PT Kereta Api Indonesia (Persero)”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi isi dari sub bab ini terkait penerapan perangkat keras dalam pengembangan konten multimedia untuk PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai berikut:

1. PT kereta Api Indonesia (Persero) membutuhkan kreativitas konten yang mampu meningkatkan citra perusahaan.
2. Konten digital yang dihasilkan sosial media YouTube “Kereta Api Kita” masih kurang antusias audiens.

3. Dalam pembuatan produksi konten di PT Kereta Api Indonesia (Persero) masih kurangnya komunikasi tim.

### **1.3 Tujuan**

Tujuan penerapan perangkat keras untuk pengembangan konten multimedia yaitu berdasarkan proses perancangan dengan meliputi pengambilan gambar, teks, suara agar berbagai informasi dapat tersampaikan secara jelas dan menarik. Manfaat penerapan perangkat keras untuk pengembangan konten multimedia, diantaranya :

1. Menghasilkan konten video yang menarik serta cerita dari video tersampaikan.
2. Meningkatkan daya tarik umum pada kreativitas konten video.
3. Tersedianya dokumentasi pengaturan dan konfigurasi penerapan perangkat keras untuk produksi konten multimedia.

### **1.4 Batasan Masalah**

Adapun beberapa batasan masalah dalam pengerjaan ruang lingkup magang diantaranya:

1. Konten video fokus terhadap pemandangan keindahan alam jalur dilewati Kereta Api.
2. Terdapat beberapa video corporate baik untuk internal perusahaan atau eksternal.
3. Pengaturan dan konfigurasi dibatasi pada kamera, lensa, drone, stabilizer, tripod dan microphone.

### **1.5 Definisi Operasional**

1. Perangkat keras, dibutuhkan perangkat keras dalam pembuatan konten multimedia agar hasil video lebih baik. Diantaranya seperti kamera, lensa, pencahayaan, tripod, perekam suara dan stabilizer kamera dan lainnya.
2. Teknik, terdapat beberapa teknik pengambilan gambar dalam pembuatan produksi konten multimedia agar menghasilkan video yang berkualitas dan dapat tersampaikan isi pesan dari video tersebut.
3. Pra produksi, langkah awal dalam menentukan sebuah tema dari video, mulai dari script, shot list, property, pembentukan tim dan mempersiapkan segala peralatan yang dibutuhkan selama proses produksi.
4. Produksi, proses pengambilan gambar sesuai dengan konsep atau tema yang sudah dibuat mengikuti shot list yang telah direncanakan di pra produksi.

5. Pasca produksi, proses editing video mengolah gambar menjadi satu kesatuan cerita yang utuh. Mulai dari menyatukan potongan-potongan video, menambahkan animasi, menambahkan efek suara dan penambahan warna.

## 1.6 Metode Pengerjaan

Metodologi yang digunakan dalam proyek akhir penerapan perangkat keras dalam pengembangan konten multimedia terdiri 3 tahap yaitu, mulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1. Berikut adalah beberapa metode yang digunakan dalam pra produksi pembuatan video:
  - 1) Tentukan tujuan dari video yang akan dibuat. Pemasaran, edukasi, hiburan, atau tujuan lainnya. Menentukan tujuan membantu dalam perencanaan dan eksekusi video.
  - 2) Penulisan naskah harus mencakup dialog, adegan dan instruksi visual yang diperlukan. Membantu mengatur alur cerita dan mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan.
  - 3) Pembuatan storyboard membantu visualisasi dan perencanaan komposisi adegan serta mengatur pengambilan gambar.
  - 4) Pemilihan lokasi yang sesuai dengan cerita atau konsep video. Pastikan lokasi dapat memenuhi kebutuhan produksi, pencahayaan, aksesibilitas dan izin yang diperlukan.
  - 5) Pembentukan tim produksi yang terdiri dari sutradara, kameramen, penulis, editor dan anggota kru lainnya yang dibutuhkan.
  - 6) Pengadaan peralatan yang diperlukan saat produksi dan berfungsi dengan baik. seperti kamera, mikrofon, pencahayaan dan peralatan lainnya sesuai kebutuhan produksi.

Pada gambar 1.1 menjelaskan pra produksi mempersiapkan segala kebutuhan alat perangkat keras yang di butuhkan selama proses produksi. Shot list peralatan didiskusikan bersama tim sesuai dengan kebutuhan video.

NO	ITEM	SATUAN	QYT	DAY	HARGA	TOTAL	KETERANGAN
<b>CAMERA</b>							
1	SONY NX200	UNIT	2	1			IMAJIRENT
2	SONY NX100	UNIT	1	1			IMAJIRENT
<b>AUDIO</b>							
3	SENNHEISER EW 112 G4	UNIT	2	1			REZA
4	MIXER	UNIT	1	1			UCS
5	KABEL XLR	PCS	10	1			UCS
6	INTERCOM / CLEARCOM HOLLYLAND SOLIDCOM C1-6S	SET	1	1			IMAJIRENT
7	HT DAN EARPHONE	UNIT	5	1			MULTIMEDIA
<b>VIDEO GEAR</b>							
8	TRIPOD E-IMAGE	UNIT	1	1			IMAJIRENT
9	TRIPOD E-IMAGE	UNIT	2	1			MULTIMEDIA
10	HOLLYLAND MARS 4K WIRELESS VIDEO	UNIT	3	1			REZA
11	Kabel HDMI 50 meter	PCS	2	1			REZA
12	KABEL HDMI 10 M	PCS	4	1			IMAJIRENT
<b>LIGHTING</b>							
13	PAKET LAMPU PANGGUNG 2 SET	UNIT	2	1			AMPANG LAMPU
14	GODOX TL60 RGB TUBE LIGHT (2 LIGHT KIT)	UNIT	4	1			IMAJIRENT
<b>AT STREAMING</b>							
15	LAPTOP	UNIT	5	1			MULTIMEDIA
16	BLACK MAGIC ATEM MINI	UNIT	1	1			MULTIMEDIA
17	SOUND CARD FOCUSRITE	UNIT	1	1			MULTIMEDIA
18	MONITOR ASUS 29 INC	UNIT	3	1			MULTIMEDIA
19	Plasma 43 inch + tiang	UNIT	2	1			REZA
20	MONITOR UNTUK KE MC DAN MODERATOR	UNIT	1	1			USC
21	KABEL HDMI 1 M	PCS	5	1			MULTIMEDIA
<b>KAT LAIN LAIN</b>							
22	KABEL ROL	PCS	5	1			MULTIMEDIA
23	KABEL ROL 10 -25 METER	PCCS	5	1			REZA

**Gambar 1.1 Pengadaan Peralatan Produksi**

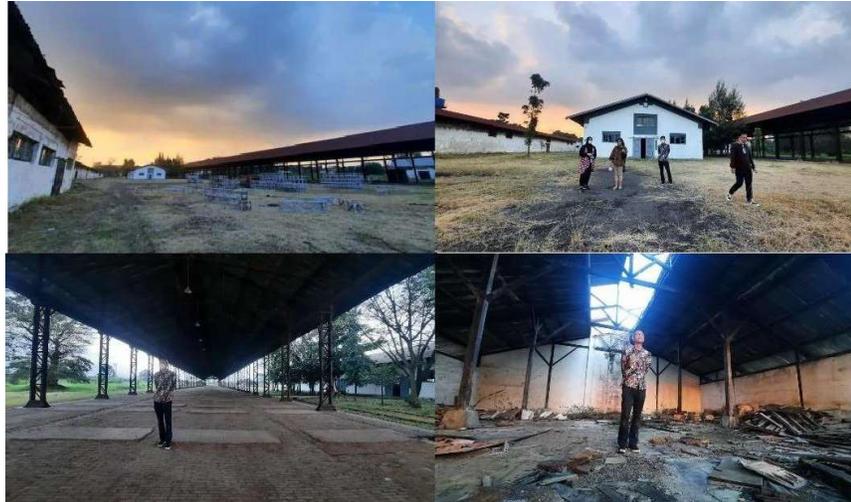
Tidak semua alat perangkat keras dimiliki oleh unit multimedia PT Kereta Api Indonesia (Persero), oleh karena itu tim melakukan penyewaan atau pengadaan peralatan perangkat keras yang masih kurang tersedia di unit multimedia melalui persetujuan manager.

Pada gambar 1.2 terdapat pembentukan tim sesuai dengan deskripsi pekerjaan masing-masing selama proses shooting dilakukan.

<b>MAN POWER / TEAM ARRANGEMENT</b>			
PIC Produksi	1	Rusen	Multimedia
Flow Director	1	Yanyan	Multimedia
Stage Manager	1	Sonir	Multimedia
Dokumentasi	2	Weldi / Tim Humas	Multimedia / Humas
VJ Multimedia	2	Adam / Tim IT	IT
Creative Design	2	Dede / Fathulrozzaq	Multimedia / SSS
Operator Zoom	3	Agung S/ Imung/	SSS
Operator Youtube	1	Danang	Humas
Operator Sound System	1	Sukmana dan Tim	USC
Cameramen	3	Afdhal / Dzickry / Akyas	Multimedia
Time Keeper	1	Nana	Multimedia
Registrasi	2	Adel/ Aniza	SSS
Crew Stage	4	Ajeng / Andri/ Ahady/ Christian	Multimedia / SSS
Pembawa Baki Plakat/ Sertifikat/ Ucapan Selamat	2	Aniza/ Amel	SSS/ SSD

**Gambar 1.2 Pembentukan Tim Produksi**

Pembentukan tim dalam sebuah pembuatan video merupakan hal penting, agar selama proses produksi tim bekerja sesuai dengan pekerjaannya masing-masing. Sehingga semua tim dalam pembuatan produksi video bekerja secara keseluruhan.



**Gambar 1.3 Survey Lokasi Shooting**

Pada gambar 1.3 tim produksi melakukan survey lokasi pembuatan video sesuai dengan yang sudah direncanakan. Hal ini bertujuan untuk mencari penempatan kamera yang bagus agar isi dari video dapat tersampaikan terhadap audiens.

Pada gambar 1.4 tim melakukan pembuatan shot list komposisi pengambilan gambar video yang akan di buat. Hal ini untuk menyampaikan pesan dari video dengan cara memperlihatkan ekspresi dari talent atau memperlihatkan situasi sekitar.

#### SHOT LIST

DAY 1 SABTU, 23 JULI 2022  
SESI 1, 2, 3 (TEMPO DULU, FRONTLINER, MELAYU, AKHLAK)

JAM	SCENE	SHOT	LOCATION	I/E	D/N	SUBJECT & ACTION	WARDROBE	CAST	PROP(S)
	1	Close Up Dremophone  Established Adegan Pemantun Natural  Camera Moving dari Jaka ke Nita terus Ical dan terakhir Salsa  Close Up Teh Poci  Medium Shot Jaka, Ical, Nita, Salsa	Auditorium	E	D	Pemantun Natural	Tempo dulu all talent	ICAL JAKA NITA SALSA	Dromophone Teh Poci 1 set Meja Jadul 3 Kursi Jadul 2 Taplak Mesin duit Telephone jadul Jam Meja Jam dinding Sekat Lemari
	2	Established Adegan All Talent	Auditorium	I	D	Pemantun Berbaris membuat Shaf	Tempo dulu all talent	ICAL JAKA NITA	

**Gambar 1.4 Shot List Pengambilan Gambar**

Untuk pembuatan shot list ini dilihat dari storyboard yang sudah direncanakan, selain itu dilihat juga dari setiap adegan yang dibutuhkan. Pembuatan shot list ini melalui persetujuan dari manajer.

2. Berikut adalah beberapa metode yang digunakan dalam produksi pembuatan video:
  - 1) Persiapan set atau lokasi pengambilan gambar sebelum produksi dimulai. Termasuk penataan kamera, pencahayaan, pemilihan kamera dan pengaturan lainnya sesuai dengan rencana produksi.
  - 2) Pengaturan pencahayaan yang sesuai untuk mencapai nuansa dan tampilan yang diinginkan dalam video. Peralatan pencahayaan seperti reflector atau filter untuk mengontrol pencahayaan dengan baik.
  - 3) Pengaturan suara yang baik untuk merekam audio yang jernih dan berkualitas. Gunakan mikrofon yang tepat dan atur peralatan perekaman suara dengan benar.
  - 4) Pemilihan shot dan komposisi yang tepat dalam pembuatan video. Gunakan teknik framing, angle, dan gerakan kamera yang sesuai untuk mencapai efek visual yang diinginkan dalam video.
  - 5) Pengambilan gambar atau rekaman video sesuai dengan rencana produksi yang telah disusun dalam shot list. Pastikan peralatan dan pengaturan teknis berfungsi dengan baik.

Pada gambar 1.5 tim melakukan pengambilan gambar sesuai dengan percencanaan yang telah disetujui oleh manajer. Pengambilan gambar dilakukan sesuai dengan shot list yang telah direncanakan.



**Gambar 1.5 Proses Produksi**

Selama proses produksi tim melakukan pengaturan perangkat keras, penataan kamera, penataan pencahayaan jika diperlukan. Proses shooting dapat berlangsung hingga sehari-hari selama hasil pengambilan gambar sudah disetujui oleh manager.

3. Berikut adalah beberapa metode yang digunakan dalam pasca produksi pembuatan video:

- 1) Menggunakan perangkat lunak pengeditan video Adobe Premiere Pro, menyusun potongan-potongan video dan mengurutkan adegan sesuai dengan naskah atau skenario. Memberikan efek transisi, perubahan warna atau efek visual lainnya yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas video.
- 2) Menambahkan musik latar atau trek audio untuk meningkatkan pengalaman penonton. Pemilihan musik yang sesuai dengan suasana video tersebut.
- 3) Menambahkan teks, judul atau grafis lainnya untuk memberikan informasi tambahan, menggambarkan narasi dan meningkatkan pemahaman penonton.
- 4) Pengolahan (rendering) video untuk menghasilkan versi akhir dengan format dan resolusi yang sesuai kebutuhan.

Pada gambar 1.6 Setelah proses pengambilan gambar selesai, terdapat pasca produksi yaitu penyempurnaan video mulai dari menggabungkan potongan-potongan video, menambahkan animasi, suara, musik sampai dengan color grading.



**Gambar 1.6 Proses Editing Video**

Setelah proses penyempurnaan video selesai, konten video diupload diberbagai jenis platform media sosial PT Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu Youtube dan Instagram. Tidak semua konten video diupload ke Youtube dan Instagram, konten video sesuai dengan kebutuhan institusi.

## 1.7 Jadwal Pengerjaan

Pada gambar 1.7 merupakan tabel jadwal kegiatan pelaksanaan proyek akhir yang berdasarkan pada hal-hal yang dikerjakan selama magang di PT Kereta Api Indonesia (Persero).

No	Deskripsi Kerja	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Produksi	■	■			■	■			■	■	■													
2	Produksi			■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
3	Pasca Produksi					■	■							■	■	■	■								
4	Pembuatan Dokumen PA																	■	■	■	■	■	■	■	■

**Gambar 1.7 Jadwal Kegiatan Pelaksanaan**

Terdapat jadwal kegiatan pengerjaan proyek akhir ini dimulai dari pembuatan pra produksi, produksi, pasca produksi dan pembuatan dokumen proyek akhir. Pembuatan dokumen proyek akhir ini dimulai dari bulan Mei minggu ke-2 sampai bulan Juni minggu ke-4.