

**LAPORAN
PRAKTIK KERJA LAPANGAN**



**PEMBUATAN VIDEO SINIAR “KELUARGA BERCERITA” PADA
KANAL YOUTUBE FOCUS ON THE FAMILY INDONESIA**

**MUHAMMAD BIMO ARIOTEDJO
2207431026**

**PROGRAM STUDI
TEKNIK MULTIMEDIA DAN DIGITAL
JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

JAKARTA

2025

Mengesahkan
KPS Teknik Multimedia Digital

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Malisa Huzaifa', enclosed within a thin black rectangular border.

Malisa Huzaifa, S.Kom., M.T.
NIP. 199110042019032024

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Diploma Empat Politeknik. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- a. Ibu Sinantya Feranti Anindya, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing dari Politeknik Negeri Jakarta, atas arahan, bimbingan, dan dukungan yang sangat berarti selama proses magang dan penyusunan laporan ini.
- b. Seluruh tim dan staf Focus On The Family Indonesia, yang telah memberikan bantuan, informasi, dan dukungan selama masa magang berlangsung.
- c. Keluarga dan sahabat, yang selalu memberikan motivasi, doa, dan dukungan hingga laporan ini dapat diselesaikan.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga laporan Praktik Kerja Lapangan ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 7 Desember 2025



Muhamamad Bimo Ariotedjo

NIM 2207431026

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup Kegiatan.....	2
1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	3
1.4 Tujuan dan Kegunaan.....	3
1.4.1 Tujuan.....	3
1.4.2 Kegunaan.....	3
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Video Siniar (Podcast).....	5
2.2 Tahapan Produksi Siniar.....	6
2.3 Adobe After Effects.....	7
2.4 CapCut.....	7
2.5 Youtube.....	8
2.6 Komunikasi Keluarga dan Pernikahan.....	8
2.7 Teknik Split Edit.....	9
BAB III.....	11
HASIL PELAKSANAAN MAGANG.....	11
3.1 Profil DUDI.....	11
3.2 Uraian Kegiatan Magang.....	15
3.2.1 Kegiatan Tambahan.....	18
3.3 Deskripsi Proyek.....	19
3.4 Requirement Proyek.....	20
3.5 Desain project/produk /Project Brief.....	21
3.6 Pembahasan Hasil Magang.....	26
3.7 Implementasi.....	38

3.8 Pengujian.....	49
3.9 Kendala Pelaksanaan Tugas.....	50
3.9.1 Cara Mengatasi Kendala.....	51
BAB IV.....	53
PENUTUP.....	53
4.1 Kesimpulan.....	53
4.1 Saran.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Focus On The Family Indonesia.....	21
Gambar 3.2 Struktur Perusahaan Focus On The Family Indonesia.....	23
Gambar 3.3 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps1.....	38
Gambar 3.4 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps1.....	39
Gambar 3.5 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps1.....	39
Gambar 3.6 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps2.....	40
Gambar 3.7 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps2.....	40
Gambar 3.8 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps2.....	41
Gambar 3.9 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps3.....	42
Gambar 3.10 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps3.....	42
Gambar 3.11 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps3.....	43
Gambar 3.12 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps4.....	44
Gambar 3.13 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps4.....	44
Gambar 3.14 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps4.....	45
Gambar 3.15 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps5.....	46
Gambar 3.16 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps5.....	46
Gambar 3.17 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps5.....	47
Gambar 3.18 Moodboard.....	48
Gambar 3.19 Pembuatan Animasi Bergerak Kotak Teks Judul dan Poin Penting.....	49
Gambar 3.20 Pembuatan Animasi Nama dan Jabatan.....	50
Gambar 3.21 Pembuatan animasi logo idle.....	50
Gambar 3.22 Pembuatan Animasi Bergerak Media Sosial.....	51
Gambar 3.23 Penampilan Footage Keluarga atau Pasangan.....	52
Gambar 3.24 Setup lokasi produksi "Keluarga Bercerita".....	54
Gambar 3.25 Timeline CapCut "Keluarga Bercerita".....	56
Gambar 3.26 Pengunggahan Video ke Youtube.....	57
Gambar 3.27 Pembuatan Visualisasi Data.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Spesifikasi Proyek.....	29
Tabel 3.2 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 1.....	31
Tabel 3.3 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 2.....	31
Tabel 3.4 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 3.....	32
Tabel 3.5 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 4.....	33
Tabel 3.6 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 5.....	34
Tabel 3.7 Hasil Kegiatan Magang Elemen Motion Graphics.....	36
Tabel 3.8 Daftar Peralatan Produksi.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan dari Perusahaan/ industri.....	
Lampiran 2 Surat Pernyataan.....	
Lampiran 3 User Requirement.....	
Lampiran 4 Tabel Rincian Tugas Harian.....	
Lampiran 5 Bukti Bimbingan.....	
Lampiran 6 Surat Pernyataan Persetujuan.....	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah pola konsumsi media di masyarakat secara fundamental. Era digital melahirkan ekosistem baru di mana setiap individu memiliki akses untuk memproduksi dan mendistribusikan informasi, memunculkan profesi yang dikenal sebagai konten kreator. Konten kreator memegang peranan vital dalam industri kreatif saat ini, tidak hanya sebagai penghibur, tetapi juga sebagai agen penyebaran informasi dan edukasi. Fenomena ini didukung oleh tingginya penetrasi internet di Indonesia, di mana media sosial dan *platform* berbagi video menjadi rujukan utama masyarakat dalam mencari pengetahuan (Riyanto & Pertiwi, 2024).

Salah satu format konten yang mengalami lonjakan popularitas signifikan adalah siniar atau *podcast*. Awalnya dikenal sebagai media berbasis audio, siniar kini bertransformasi menjadi bentuk audio-visual (video podcast) yang didistribusikan melalui *platform* seperti Youtube. Syafrina (2022) menjelaskan bahwa keunggulan siniar terletak pada fleksibilitas akses dan kedalaman materi yang disajikan, menjadikannya media penyiaran alternatif yang efektif untuk menyampaikan topik-topik spesifik secara mendalam. Format visual pada siniar memberikan nilai tambah berupa dimensi non-verbal, seperti ekspresi wajah dan bahasa tubuh narasumber, yang memperkuat keterhubungan emosional dengan penonton.

Di tengah arus informasi digital yang masif, terdapat urgensi untuk menghadirkan konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memiliki nilai edukatif yang berdampak pada ketahanan sosial, khususnya keluarga. Keluarga merupakan unit terkecil masyarakat yang menjadi fondasi pembentukan karakter individu. Namun, tantangan zaman modern sering kali memicu kerentanan dalam relasi keluarga, mulai dari masalah komunikasi, kesenjangan pola asuh, hingga isu finansial. Ali dan Aziz (2022) menekankan bahwa komunikasi yang efektif dalam keluarga adalah pilar pertahanan vital untuk menjaga keharmonisan dan mencegah konflik. Oleh karena itu, diperlukan

media edukasi yang mampu menjembatani kesenjangan informasi ini dengan cara yang relevan dan mudah diterima.

Merespons kebutuhan tersebut, Focus On The Family Indonesia menginisiasi program siniar visual berjudul "Keluarga Bercerita". Program ini diproduksi sebagai sarana strategis untuk memberikan literasi mendalam mengenai dinamika keluarga, mulai dari peran orang tua, manajemen konflik suami istri, hingga kesehatan mental anak. Pembuatan siniar ini didasari alasan bahwa pendekatan visual melalui *platform* digital mampu menjangkau penonton yang lebih luas, khususnya keluarga muda yang akrab dengan teknologi. Dalam kerangka inilah penulis terlibat dalam proses produksi teknis, mulai dari penyuntingan hingga publikasi, guna memastikan pesan edukasi tersebut tersampaikan dengan kualitas audio-visual yang optimal.

1.2 Ruang Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup kegiatan selama Praktik Kerja Lapangan ini mencakup seluruh siklus produksi konten siniar video bertema keluarga, yang dibagi menjadi tiga tahapan utama yaitu:

A. Pra Produksi

- Mempersiapkan dan memastikan kesiapan fungsional seluruh peralatan produksi (kamera, audio, dan pencahayaan).

B. Produksi

- Menyiapkan dan menata set rekaman, termasuk penentuan tata letak kamera, pengaturan sistem pencahayaan, dan konfigurasi sistem audio.
- Melakukan perekaman konten video dan audio sesuai dengan naskah atau konsep yang telah disepakati.
- Mengelola dan melakukan penyimpanan *berkas* rekaman secara sistematis dan terorganisir.

C. Pasca Produksi

- Melakukan *logging* berkas video untuk tujuan identifikasi, klasifikasi, dan penandaan klip-klip penting.
- Melaksanakan proses penyuntingan (editing) video secara komprehensif, meliputi:
 - i. Pembuatan *rough cut* (potongan kasar).

- ii. Pembuatan dan integrasi elemen animasi grafik.
- iii. Koreksi warna (color grading) video.
- iv. Penjernihan dan penyempurnaan kualitas audio.
- Melakukan proses unggah video final ke *platform* Youtube, termasuk penulisan judul yang optimal dan penyusunan teks deskripsi yang informatif.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Berikut adalah rincian nama perusahaan, waktu, dan informasi terkait pelaksanaan kegiatan magang:

- a. Nama Perusahaan : Focus On The Family Indonesia
- b. Waktu Pelaksanaan : 1 Agustus 2025 - 1 Desember 2025
- c. Tempat Pelaksanaan : Dilakukan secara *hybrid*
- d. Alamat Pelaksanaan : Summarecon Serpong, Ruko Graha Boulevard Jl. Gading Serpong Boulevard, Curug Sangereng, BVA1, Tangerang Regency, Banten 15810

1.4 Tujuan dan Kegunaan

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memproduksi serangkaian episode sinier visual (podcast) bertema keluarga yang berkualitas, informatif, dan inspiratif, guna menyediakan *platform* edukasi yang mudah diakses mengenai dinamika, tantangan, dan strategi pengembangan keluarga di Indonesia.

1.4.2 Kegunaan

Adapun kegunaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- **Bagi Focus On The Family Indonesia (FOFI) / DUDI** Meningkatkan jangkauan penonton dan *brand awareness* organisasi melalui konten digital yang relevan, serta memperluas layanan edukasi dan konseling keluarga ke format media yang populer dan diminati.

- **Bagi Keluarga dan Masyarakat Menyediakan** sumber informasi dan pendampingan yang praktis serta hangat tentang pola asuh (parenting), hubungan suami-istri, perkembangan remaja, dan manajemen masalah dalam keluarga, sehingga dapat meningkatkan kualitas interaksi dan kesejahteraan keluarga.
- **Bagi Penulis** Memperoleh wawasan, pengalaman, dan keterampilan praktis dalam seluruh proses produksi konten digital, mulai dari perencanaan, perekaman, penyuntingan video/audio, hingga distribusi konten siniar

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Video Siniar (*Podcast*)

Siniar dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) didefinisikan sebagai berita, musik, dan sebagainya yang dibuat dalam format digital (baik audio maupun video) yang diunduh melalui internet. Secara lebih luas, siniar adalah serangkaian berkas media digital yang diterbitkan sewaktu-waktu dan dapat diunduh melalui sindikasi web. Istilah 'podcast' sendiri mulai umum digunakan menggantikan 'webcast' seiring dengan popularitas perangkat iPod dan teknologi *feed* web (Harvard iSites, n.d.). Di Indonesia, penggunaan siniar telah berkembang pesat sebagai media penyiaran alternatif yang menyajikan informasi secara fleksibel. Syafrina (2022) mencatat bahwa meskipun awalnya dikenal sebagai produk audio, kini siniar visual (*video podcast*) semakin diminati karena menawarkan dimensi komunikasi non-verbal yang lebih kaya. Dengan adanya *platform* seperti Youtube, video siniar tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi, termasuk nilai-nilai keluarga.

Dalam praktiknya, terdapat standar format siniar yang umum digunakan dalam industri media digital, antara lain:

1. **Format Penyajian:** Umumnya terbagi menjadi *Solo Podcast* (monolog satu arah), *Interview Podcast* (tanya jawab antara tuan rumah dan tamu), dan *Multi-host Podcast* (diskusi panel). Format *interview* sering menjadi pilihan utama untuk konten edukasi karena menghadirkan perspektif ahli (Gray, 2024).
2. **Format Teknis Video:** Untuk siniar visual yang didistribusikan melalui *platform* seperti Youtube, standar teknis yang umum digunakan adalah resolusi minimal *High Definition* (1080p) hingga 4K, dengan aspek rasio 16:9 (lanskap), serta penggunaan *codec* H.264 atau H.265 untuk keseimbangan kualitas dan ukuran berkas (Google, n.d.).

2.2 Tahapan Produksi Siniar

Produksi siniar visual mengacu pada prosedur produksi audio visual yang terbai ke dalam tiga tahapan utama yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Ketiga tahapan ini saling berkaitan dalam produksi siniar visual.

A. Pra-produksi

Tahap awal yang mencakup persiapan administratif dan teknis untuk kebutuhan rekaman. Tujuannya adalah agar proses produksi di lapangan lebih efisien dalam hal waktu, tenaga, dan biaya, serta meningkatkan efektivitas mekanisme kerja antar kru produksi (Mabruri, 2018).

B. Produksi

Seluruh kegiatan pengambilan gambar (shooting), baik di studio maupun di luar studio. Proses ini juga dikenal sebagai taping. Setelah kegiatan pengambilan gambar selesai, perlu dilakukan pemeriksaan ulang. Jika ditemukan kesalahan, pengambilan gambar dapat diulangi kembali (Setiawan, 2022).

C. Pasca-Produksi

Proses yang mencakup semua kegiatan setelah pengambilan gambar hingga materi siap disiarkan atau diputar kembali. Ini termasuk penyuntingan (editing), penambahan ilustrasi, musik, dan efek. Perencanaan waktu yang matang untuk pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi sangat penting, karena penyimpangan jadwal dapat memengaruhi kelancaran proses produksi dan biaya (Setiawan, 2022).

2.3 Adobe After Effects

Dalam penyuntingan video modern, elemen motion graphics atau grafis gera) menjadi elemen penting untuk meningkatkan kualitas visual dan memperjelas informasi yang disampaikan. Motion graphics adalah gabungan dari desain grafis yang diberikan ilusi gerakan (animasi) untuk memperjelas informasi atau mempercantik tampilan (Adobe, n.d.).

Adobe After Effects merupakan salah satu perangkat lunak standar industri yang digunakan untuk pembuatan efek visual dan motion graphics. Perangkat lunak ini memungkinkan pengguna untuk menganimasikan teks, membuat lower third, bumper pembuka dan penutup, transisi visual, serta melakukan compositing pada video. Adobe After Effects juga memiliki fitur yang dapat memfasilitasi pembuatan motion graphics seperti *masking*, manipulasi posisi, skala, ketebalan grafis, dan efek *trim paths* dan *light sweep* yang kerap kali digunakan dalam motion graphics. Dalam kegiatan PKL ini, Adobe After Effects digunakan untuk menghasilkan elemen visual pendukung yang bersifat informatif dan estetis, sehingga tampilan video siniar menjadi lebih profesional dan menarik. Versi yang digunakan adalah Adobe After Effects 2022 karena memiliki performa rendering yang lebih cepat serta kompatibilitas yang baik dengan alur kerja penyuntingan video.

2.4 CapCut

CapCut hadir sebagai aplikasi penyuntingan video *all-in-one* yang mengintegrasikan fitur-fitur berbasis AI untuk mempercepat alur kerja (Asus, n.d.). Dalam produksi video siniar, CapCut dimanfaatkan sebagai perangkat lunak utama untuk penyuntingan video karena keunggulannya dalam menyediakan aset kreatif instan dan fitur otomatisasi (CapCut, n.d.), seperti:

1. *Auto-Captions*: Fitur yang mampu mengubah suara menjadi *subtitle* secara otomatis sehingga memudahkan pembuatan *subtitle*.

2. *Audio Enhancement*: Fitur yang mampu menambah kejernihan suara dengan mereduksi kebisingan latar belakang (noise reduction).
3. *Template Effect*: CapCut menyediakan *template* efek, transisi, dan filter visual yang membantu mempercepat proses penyuntingan tanpa mengurangi kualitas hasil akhir.

2.5 Youtube

Youtube adalah media sosial pencari video terbesar kedua di dunia. Sianipar (2013) mendefinisikan Youtube sebagai basis data konten video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi informasi. Dengan lebih dari 2,7 miliar pengguna aktif bulanan (Statista, 2023), Youtube menjadi *platform* strategis untuk distribusi konten. Potensi ini sangat sesuai di Indonesia, tercatat Indonesia memiliki 143 juta pengguna aktif pada awal tahun ini, menyumbang 5,65% total pengguna global (GoodStats, n.d). Sementara itu, berdasarkan survey yang dilakukan Reuter Institute, Youtube menjadi *platform* media sosial terdepan masyarakat Indonesia untuk mencari berita, digunakan oleh 31% responden setiap minggunya. Menurut Binus University (2021), untuk memaksimalkan jangkauan (reach) di Youtube, konten kreator harus menerapkan strategi yang meliputi, konsistensi jadwal unggah, optimasi SEO pada metadata (judul, deskripsi, tag) agar konten terindeks mesin pencari, desain *thumbnail* yang memikat guna meningkatkan rasio klik (CTR), serta distribusi lintas platform ke media sosial lain untuk memperluas sumber trafik eksternal.

2.6 Komunikasi Keluarga dan Pernikahan

Mengingat video siniar yang diproduksi mengangkat tema keluarga, pemahaman mengenai komunikasi keluarga menjadi aspek yang penting. Menurut Ali & Aziz (2022), komunikasi efektif adalah pilar pertahanan vital untuk menjaga keutuhan keluarga. Konten video siniar keluarga yang diproduksi berfokus pada beberapa subtema utama. Literasi keuangan keluarga membahas pemahaman mengenai

pengelolaan pendapatan, pengeluaran, dan perencanaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan serta meminimalkan konflik rumah tangga (Anggraini & Anasrulloh, 2025). Pola asuh atau parenting membahas strategi orang tua dalam mendidik dan membimbing anak agar tumbuh secara optimal, baik dari sisi emosional maupun sosial (Zakiyyatul, 2024). Selain itu, dinamika hubungan suami istri membahas interaksi antar pasangan, pengelolaan konflik, serta pemenuhan kebutuhan emosional guna mempertahankan keharmonisan pernikahan di tengah tantangan kehidupan modern (Kilis, 2014). Landasan teori mengenai komunikasi keluarga ini menjadi acuan dalam proses penyuntingan dan penyajian konten, sehingga pesan yang disampaikan dalam video siniar dapat diterima dengan baik oleh penonton.

2.7 Teknik *Split Edit*

Salah satu indikator penyuntingan video yang baik adalah perpindahan antar-adegan yang terasa halus dan tidak kaku. Untuk mencapai hal tersebut, editor dapat menggunakan teknik *Split Edit*. Split Edit bisa disebut juga dengan *J Cut* dan *L Cut* berguna untuk menyampaikan sebuah pesan informasi yang akan muncul dalam sebuah *scene berikutnya*, sedangkan *L Cut* menyampaikan sebuah hubungan waktu dan penekanan dari *scene* sebelumnya. Penggunaan *J Cut* dapat menciptakan suasana terkejut kepada penonton, sedangkan *L Cut* dapat menciptakan rasa penasaran untuk penonton sehingga hal tersebut dapat menciptakan kesan film yang dramatis dan dapat dinikmati dengan baik oleh penonton (Frentio, 2021). Teknik ini juga dapat digunakan dalam teknik penyuntingan siniar visual. Apabila ditemukan *footage* atau audio yang tidak sesuai, editor dapat menggunakan teknik *Split Edit* untuk memberikan perpindahan yang halus sehingga tidak mengganggu visual siniar.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Profil DUDI

Focus On The Family Indonesia (FOFI), atau Yayasan Pelita Keluarga Indonesia, adalah organisasi nirlaba yang berafiliasi dengan Focus On The Family Global yang berbasis di Colorado, Amerika Serikat. FOFI berdedikasi untuk mendukung perkembangan keluarga di Indonesia—mulai dari anak-anak, remaja, dewasa muda, pasangan suami istri, hingga orang tua—melalui berbagai kegiatan seperti seminar, pelatihan, acara kebersamaan, dan layanan konseling. Didirikan pertama kali pada tahun 1996 di Tangerang, FOFI aktif menyelenggarakan program parenting dan pernikahan, menerbitkan buku, menyiarkan program radio, hingga membuka departemen konseling pada tahun 1997 dan 1998. Organisasi ini juga dikenal atas keterlibatannya dalam bantuan kemanusiaan dan peluncuran program pembinaan remaja No Apologies pada tahun 2007. Setelah melakukan restrukturisasi manajemen pada tahun 2014 untuk memperkuat brand di media sosial dan mengembangkan program Bonding Event, FOFI mengalami perubahan afiliasi.

Meskipun kerja sama awal antara Yayasan Fokus Pada Keluarga Sejahtera dengan FOF Global berakhir pada Juni 2021, pelayanan terhadap keluarga di Indonesia dilanjutkan dengan pendirian Yayasan Pelita Keluarga Indonesia (YPKI) pada Juli 2021 sebagai mitra pelayanan baru. Komitmen ini memuncak pada peluncuran kembali (re-launching) resmi Associate Office Focus On The Family Indonesia pada 14 Januari 2023 dengan kepengurusan dan manajemen yang baru. Saat ini, FOFI dipimpin oleh Bapak Victor David Ryan, M.M., CBC, dan terus beroperasi sesuai dengan visi awalnya untuk memberikan edukasi dan pendampingan, serta bergerak maju untuk memberikan dampak positif bagi transformasi keluarga-keluarga di seluruh Indonesia. Logo dari perusahaan Focus On The Family Indonesia dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Logo Focus On The Family Indonesia (Sumber: Focus On The Family Indonesia)

A. Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan bagan struktur organisasi Focus On The Family Indonesia (FOFI), tata kelola perusahaan terbagi menjadi dua tingkatan utama, yaitu Dewan Pengurus (*Board of Focus On The Family Indonesia*) yang memegang fungsi strategis dan pengawasan, serta Manajemen Staf (*Staff Management of FOFI*) yang memegang fungsi eksekutif atau pelaksana operasional harian.

- a. Struktur Dewan Pengurus (*Board*) dalam struktur organisasi dipegang oleh seorang Chairwoman (Ketua Dewan), yaitu Ibu Pinkan M. Indira. Dalam menjalankan tugasnya, Chairwoman didukung oleh dua fungsi pengawasan utama:
 1. Pengawas: Terdiri dari Mr. Lee Wee Min, Mrs. Jovita, dan Mrs. Fifie Pohan (sebagai Advisor).
 2. Pembina: Dijabat oleh Mr. Joni Jingga.

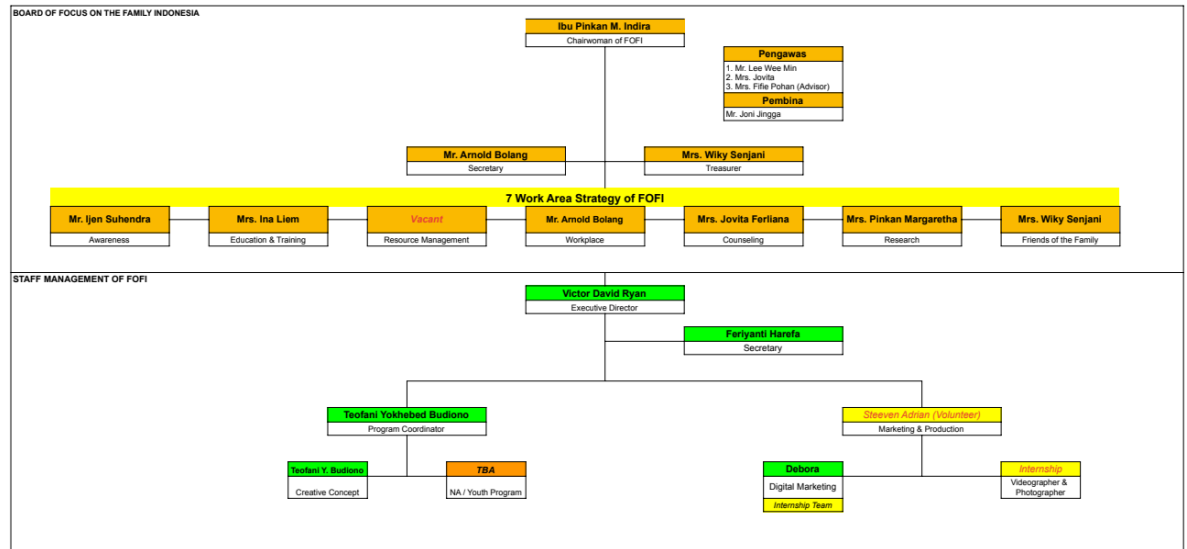
Selain itu, terdapat jajaran pejabat inti seperti Sekretaris (Mr. Arnold Bolang) dan Bendahara (Mrs. Wiky Senjani). Dewan pengurus ini membawahi 7 Strategi Area Kerja (*7 Work Area Strategy of FOFI*) yang mencakup bidang-bidang spesifik seperti *Awareness, Education & Training, Resource Management, Workplace, Counseling, Research*, dan *Friends of the Family*.

- b. Struktur Manajemen Staf (*Staff Management*) Operasional harian organisasi dipimpin oleh

seorang Executive Director, Bapak Victor David Ryan, yang dibantu oleh seorang Sekretaris, Feriyanti Harefa. Di bawah Direktur Eksekutif, struktur terbagi menjadi dua divisi operasional utama:

1. Program Coordinator: Dipimpin oleh Teofani Yokhebed Budiono. Divisi ini bertanggung jawab atas pengembangan konsep kreatif (*Creative Concept*) dan program kepemudaan (*Youth Program*).
 2. Marketing & Production: Dipimpin oleh Steeven Adrian. Divisi ini membawahi aktivitas pemasaran digital dan produksi konten.
- c. Posisi Produksi dan Editor dalam Struktur Organisasi Secara spesifik, fungsi produksi media dan penyuntingan (*editing*) berada di bawah naungan divisi *Marketing & Production*. Dalam bagan organisasi, alur kerjanya adalah sebagai berikut:
- Kepala Divisi: *Marketing & Production* dipimpin oleh Bapak Steeven Adrian. Beliau bertanggung jawab mengawasi seluruh keluaran (*output*) media promosi dan produksi konten organisasi.
 - Tim Pelaksana Produksi & *Editing*: Di bawah divisi ini, terdapat sub-unit *Digital Marketing* (dipegang oleh Debora) dan unit khusus Internship yang menaungi peran Videographer & Photographer.

Dalam konteks pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), peran Penulis sebagai editor terintegrasi dalam posisi *Internship Videographer & Photographer* tersebut. Unit ini bertanggung jawab atas pengambilan gambar (videografi/fotografi) sekaligus proses pasca-produksi (*editing video/foto*) untuk mendukung kebutuhan *Digital Marketing* dan program-program yayasan lainnya. Posisi ini berada di garis pelaksana teknis yang melapor langsung kepada kepala divisi Marketing & Production. Struktur diagram dari perusahaan Focus On The Family Indonesia dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Struktur Perusahaan Focus On The Family Indonesia (Sumber: Focus On The Family Indonesia)

B. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi Focus On The Family Indonesia adalah sebagai berikut:

a. Visi

Transformasi keluarga dan generasi Indonesia melalui pemberdayaan di berbagai area kehidupan

b. Misi

- Membangun kesadaran terhadap pentingnya keluarga yang sehat di tengah-tengah masyarakat (Awareness)
- Memperlengkapi keluarga dan generasi dengan edukasi nilai-nilai, pengetahuan, dan keterampilan, untuk membangun ketahanan keluarga lewat program-program yang dilakukan. (Education and Training)
- Menyediakan sumber referensi bagi keluarga seperti buku, artikel, video, audio yang mudah diakses oleh masyarakat luas. (Resource Management)
- Membantu para pelaku usaha dengan memberikan edukasi keluarga bagi karyawan yang akan berdampak pada kinerja mereka. (Workplace Programs)
- Memberikan layanan konseling bagi individu, keluarga dan remaja dengan bantuan ahli. (Counseling Services)

- Melakukan riset melalui survei atau bekerja sama dengan organisasi lain untuk mendapatkan fakta dan data tentang keluarga-keluarga di Indonesia untuk tujuan mengukur efektivitas program yang dilakukan.
- Bekerja-sama dengan individu, komunitas, institusi atau organisasi untuk membangun keluarga-keluarga di Indonesia. (Friends of the Family)

3.2 Uraian Kegiatan Magang

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan di divisi *Production and Editor* pada Focus On The Family Indonesia (FOFI). Penulis mengikuti jam kerja operasional perusahaan dengan durasi 8 jam per hari dan intensitas kerja 5 hari dalam seminggu. Selama periode magang tersebut, Penulis terlibat secara aktif dalam siklus produksi konten sinia visualr (podcast). Tanggung jawab ini mencakup tiga fase utama produksi, yaitu tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi .

Selain fokus utama pada produksi audio, Penulis juga diberikan tanggung jawab tambahan dalam aspek media sosial dan dokumentasi acara. Penulis bertugas mendokumentasikan berbagai kegiatan luring yang diselenggarakan oleh FOFI, serta mengolah hasil dokumentasi tersebut menjadi konten video pendek (reels) Instagram untuk keperluan publikasi dan *branding* digital perusahaan. Adapun rincian teknis dari setiap tahapan kegiatan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengenalan dan Orientasi Pekerjaan

Pada tanggal 12 Agustus 2025, Penulis memulai kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan mengikuti agenda pengenalan (onboarding) dan orientasi perusahaan secara daring. Sesi ini dihadiri oleh seluruh pekerja penuh waktu (full-time) serta rekan sesama peserta magang. Dalam forum ini, Penulis mendapatkan pemaparan komprehensif mengenai profil perusahaan, mulai dari sejarah pendirian, struktur organisasi, hingga visi dan misi yang menjadi landasan operasional perusahaan. Selain itu, materi diperdalam dengan pembahasan mengenai *product knowledge* serta budaya kerja (work culture) yang diterapkan. Guna memberikan gambaran nyata mengenai dinamika kerja, sesi ini turut menghadirkan alumni peserta magang sebelumnya yang berbagi pengalaman serta memberikan pesan motivasi bagi peserta baru.

Pasca menyelesaikan orientasi umum, pada hari yang sama, kegiatan dilanjutkan dengan rapat koordinasi spesifik untuk divisi *Production and Editor*. Rapat yang juga dilaksanakan secara daring ini dipimpin langsung oleh mentor divisi dan dihadiri oleh dua orang peserta magang, termasuk Penulis. Fokus utama pertemuan ini adalah penjelasan teknis mengenai alur kerja (workflow), pembagian penugasan, serta tanggung jawab yang diemban selama periode magang. Rapat ini juga menjadi forum diskusi interaktif, di mana Penulis diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan guna memastikan pemahaman yang tepat terkait mekanisme pelaksanaan tugas ke depannya.

2. Pra-Produksi

Sebelum memasuki tahap eksekusi teknis video, Penulis melakukan diskusi intensif secara daring bersama mentor divisi *Production and Editor*. Langkah ini bertujuan untuk menyamakan persepsi dan mendapatkan gambaran komprehensif terkait proyek yang akan dikerjakan, demi menjamin efisiensi alur kerja. Dalam sesi ini, Penulis menerima *brief* atau arahan kerja yang mencakup deskripsi tugas, spesifikasi teknis video, serta lini masa (*timeline*) pengerjaan.

Secara spesifik, muatan *brief* yang diterima terbagi menjadi dua aspek utama, yaitu:

1. **Aspek Produksi:** Mencakup detail logistik seperti jadwal dan lokasi rekaman, spesifikasi peralatan yang dibutuhkan, tema pembahasan, serta profil narasumber yang akan diwawancarai.
2. **Aspek Pasca-Produksi:** Berisikan panduan penyuntingan, meliputi data teks untuk grafis nama dan jabatan narasumber, judul video, serta akses terhadap materi video mentah (footage).

Proses komunikasi ini berjalan dua arah. Penulis tidak hanya berperan sebagai penerima instruksi, namun juga diberikan ruang untuk memberikan masukan konstruktif, baik terkait perancangan konsep kreatif maupun aspek teknis

pelaksanaan.

3. Produksi

Pada tahap produksi, Penulis memegang tanggung jawab teknis yang meliputi persiapan dan pengoperasian peralatan rekaman. Sebelum proses rekaman dimulai, Penulis melakukan pengaturan awal (setup) yang mencakup kalibrasi kamera, penataan pencahayaan (lighting) untuk mendapatkan suasana yang tepat, serta pengecekan jalur audio (sound check) guna memastikan suara terekam dengan jernih.

Saat proses perekaman siniar berlangsung, Penulis bertindak sebagai Operator Kamera (Camera Operator) menggunakan unit kamera DSLR. Di samping mengoperasikan kamera, Penulis juga melakukan pemantauan (monitoring) terhadap kualitas visual dan audio yang sedang direkam. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa komposisi gambar, fokus, dan level suara tetap konsisten dengan spesifikasi teknis dan arahan kreatif (brief) yang telah ditetapkan sebelumnya.

4. Pasca-Produksi

Tahap pasca-produksi merupakan fase krusial di mana Penulis mengolah materi mentah menjadi produk akhir yang siap tayang. Proses ini dimulai dengan manajemen data (data management) melalui aktivitas *logging footage*. Pada langkah ini, Penulis melakukan seleksi klip terbaik (sorting), pengorganisasian berkas, serta penamaan berkas secara sistematis untuk memudahkan proses penyuntingan. Alur kerja penyuntingan kemudian dilaksanakan dengan rincian sebagai berikut:

1. **Penyuntingan Utama:** Menggunakan perangkat lunak **CapCut** versi desktop, Penulis melakukan proses perakitan video (assembly), penyatuan elemen visual, perbaikan kualitas audio (audio editing), serta penyesuaian warna (color grading).
2. **Grafis Bergerak (Motion Graphics):** Untuk meningkatkan nilai estetika visual, Penulis memanfaatkan perangkat lunak Adobe After Effects. Aplikasi ini digunakan untuk membuat elemen animasi seperti grafis identitas narasumber (lower third), animasi media sosial, serta penekanan visual

(*highlight*) pada poin-poin penting dalam percakapan.

3. **Finalisasi (Rendering):** Setelah seluruh komponen visual dan audio terintegrasi, video diekspor dalam format MP4 dengan resolusi 4K untuk menjaga kualitas tayangan.

Seluruh rangkaian proses penyuntingan ini ditargetkan selesai dalam waktu satu minggu. Setelah draf pertama rampung, Penulis menyerahkan hasil suntingan kepada mentor untuk melalui proses *Quality Control*. Penulis menerima kritik dan saran perbaikan, kemudian melakukan revisi sesuai arahan. Sebagai langkah terakhir sebelum publikasi, Penulis juga bertanggung jawab menyusun judul dan deskripsi video (copywriting) agar sesuai dengan standar platform. Proses ini berlanjut hingga video mendapatkan persetujuan final untuk dipublikasikan di kanal Youtube perusahaan.

3.2.1 Kegiatan Tambahan

Selain produksi siniar, Penulis bertanggung jawab atas dokumentasi acara yang diselenggarakan oleh FOFI. Sebelum pelaksanaan acara, Penulis menerima arahan penugasan (brief) yang mencakup detail acara (tanggal dan lokasi), susunan acara (rundown), serta koordinasi tim yang bertugas. Dalam pelaksanaannya, Penulis bertugas mengabadikan momen dalam format foto dan video. Materi video mencakup rekaman suasana acara (B-roll) dan testimoni dari peserta kegiatan. Untuk mendukung teknis pengambilan gambar, Penulis menggunakan peralatan sebagai berikut:

- **Kamera DSLR:** Digunakan untuk pengambilan foto dokumentasi utama dan video liputan suasana guna mendapatkan kualitas visual yang tinggi.
- **Telepon Seluler (*Smartphone*):** Digunakan secara spesifik untuk pengambilan video testimoni peserta agar lebih fleksibel dan *mobile*.

Pasca acara, Penulis melakukan manajemen data dengan memindahkan seluruh berkas dari kartu memori ke laptop, kemudian mengunggahnya ke arsip perusahaan

sebagai arsip digital.

Proses selanjutnya adalah produksi video rekap acara (event recap). Penulis melakukan pemilihan klip terbaik (sorting footage) dan foto yang relevan, kemudian menyuntingnya menggunakan aplikasi CapCut. Video hasil suntingan diserahkan kepada mentor untuk melalui proses kontrol kualitas (Quality Control). Jika terdapat masukan, Penulis akan melakukan revisi sesuai arahan hingga video mendapatkan persetujuan akhir (final approval) untuk dipublikasikan.

3.3 Deskripsi Proyek

Berikut adalah deskripsi proyek serial "Keluarga Bercerita" yang dikerjakan oleh penulis, mencakup informasi setiap episode seperti judul, tanggal publikasi, durasi, narasumber, dan topik yang dibahas.

1. "Why Family Matters" - "Keluarga Bercerita" Episode 1. Episode perdana ini dipublikasikan pada 12 September 2025 dengan durasi tayangan selama 32 menit 20 detik. Mengangkat tema fundamental mengenai fungsi keluarga di era modern, program ini menghadirkan narasumber Ibu Jovita Maria Ferliana, M.Psi., Psikolog yang dipandu oleh Bapak Victor. Dalam proses produksinya, penulis bertanggung jawab penuh atas penyuntingan keseluruhan video untuk menyusun alur diskusi yang padu. Penulis melakukan sinkronisasi antara video dan audio, serta meningkatkan kualitas visual melalui proses *color grading* agar tampilan terlihat estetik. Selain itu, Penulis menambahkan elemen *bumper* awal dan akhir serta *motion graphics* sebagai identitas visual, dan merancang *hook* (cuplikan menarik) di awal video untuk memikat atensi penonton sejak detik pertama.
2. "Parenting VOC vs Parenting Malaikat" - "Keluarga Bercerita" Episode 2. Episode kedua yang berdurasi 38 menit 21 detik ini ditayangkan pada 10 Oktober 2025. Materi diskusi berfokus pada keseimbangan pola asuh antara gaya otoriter ("VOC") dan gaya lembut ("Malaikat") bersama narasumber Ibu Agustina, M.Psi., Psikolog. Pada proyek ini, peran teknis penulis mencakup penyuntingan keseluruhan video. Penulis memastikan sinkronisasi audio-video yang presisi, melakukan peningkatan kualitas visual dan *color grading*, serta menyisipkan *bumper* pembuka dan penutup. Penulis juga menambahkan visual dengan elemen *motion graphics* dan membuat *hook* awal yang menarik untuk meningkatkan retensi

penonton.

3. “Mengapa Topik Keuangan Sering Menjadi Hal Sensitif Dalam Hubungan?” - "Keluarga Bercerita" Episode 3. **Episode 3** Dirilis pada 31 Oktober 2025, episode ketiga ini memiliki durasi 32 menit 43 detik dan membahas krusialnya keterbukaan finansial pasangan bersama *Certified Financial Planner*, Ibu Fifie Pohan, dan dipandu oleh Ibu Pinkan Margareta. Fokus kontribusi penulis dalam episode ini meliputi penyuntingan keseluruhan video agar alur perbincangan tetap padu. Penulis melakukan sinkronisasi audio dengan video, menerapkan *color grading* untuk konsistensi warna, serta meningkatkan kualitas visual video secara umum. Tugas penulis juga mencakup penambahan *bumper* di awal dan akhir video, integrasi elemen *motion graphics*, serta pembuatan *hook* pembuka yang kuat untuk menarik minat penonton terhadap topik keuangan.
4. “Ketika Orang Tua Utuh, Tapi Merasa Tak Terhubung” "Keluarga Bercerita" - Episode 4. Episode keempat yang mengangkat isu *emotional unavailability* ini dipublikasikan pada 14 November 2025 dengan durasi 42 menit. Bersama narasumber praktisi Bapak Arif, diskusi menyoroti fenomena ketidakhadiran emosional orang tua dalam pengasuhan. Dalam penggarapannya, penulis melaksanakan tugas penyuntingan keseluruhan video (full editing) untuk menjaga koherensi cerita. Penulis melakukan sinkronisasi audio dan video secara detail, meningkatkan kualitas tampilan melalui *color grading*, serta melengkapi video dengan *bumper* pembuka dan penutup. Selain itu, penulis juga menambahkan elemen *motion graphics* pendukung dan menyusun *hook* di bagian awal video sebagai strategi untuk memancing rasa ingin tahu penonton.
5. “Marriage is Scary” "Keluarga Bercerita" - Episode 5. Episode kelima ini mengangkat isu stigma negatif yang beredar di masyarakat tentang pernikahan yang dijalankan oleh salah satu pasangan sendiri dipublikasikan pada 5 Desember 2025 dengan durasi 37 menit 13 detik. Bersama narasumber Ibu Mariska, episode ini membahas fenomena ketakutan generasi muda dalam memulai komitmen pernikahan serta pentingnya persiapan pra-nikah yang matang. Penulis bertanggung jawab penuh atas seluruh tahapan penyuntingan (full editing) guna memastikan alur narasi berjalan dengan baik. Penulis melakukan sinkronisasi audio dan visual, menyesuaikan warna gambar melalui teknik *color grading*, serta menyisipkan bumper *intro* dan *outro*. Penulis juga mengintegrasikan elemen *motion graphics* dan membuat segmen *hook* yang memikat di awal tayangan.

3.4 Requirement Proyek

Sebagian besar tugas yang Penulis kerjakan selama magang di Focus On The Family Indonesia berfokus pada seluruh proses produksi video. Setiap video siniar "Keluarga Bercerita" yang ditangani memiliki *user requirements* atau spesifikasi yang sama dan harus dipenuhi untuk mencapai hasil yang sesuai. Rincian spesifikasi dari video siniar "Keluarga Bercerita" dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Spesifikasi Proyek

No	Modul/Unit yang dikerjakan	User Requirement/Spesifikasi
1.	Produksi Video Podcast	• Video hasil produksi wajib memiliki resolusi 4K (3840 x 2160 piksel) dengan rasio aspek 16:9 agar memenuhi standar penyiaran definisi tinggi pada platform Youtube. • Proses penyuntingan visual mencakup sinkronisasi multi-kamera, penyesuaian warna (color grading), dan penambahan elemen grafis bergerak (motion graphics) untuk bumper serta identitas narasumber menggunakan Adobe After Effects. • Kualitas audio harus melalui proses pembersihan suara (noise reduction) dan penyeimbangan volume (leveling) agar suara narasumber terdengar jernih dan nyaman bagi pendengar. • Wajibkan menyertakan metadata video

		yang meliputi judul yang menarik dan deskripsi video yang informatif sebagai bagian dari paket produksi.
--	--	--

3.5 Desain project/produk /Project Brief

Sebelum memasuki tahap produksi video, mentor akan memberikan *project brief* yang berisikan tujuan, konten pembahasan, dan *timeline* pengerjaan. Setelah menerima *project brief* Penulis akan mencatat waktu pengerjaan agar dapat mengatur jadwal dengan baik. Berikut merupakan *project brief* dari kelima episode "Keluarga Bercerita" yang Penulis kerjakan.

1. "Why Family Matters" - "Keluarga Bercerita" Episode 1.

Tabel 3.2 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 1

Tujuan	Membangun kesadaran (<i>awareness</i>) penonton tentang pentingnya menjaga kesehatan mental dan relasi dalam keluarga di tengah tantangan era modern.
Profil Klien	Focus On The Family Indonesia (FOFI).
Lingkup Proyek	• Definisi dan urgensi keluarga • Indikator keluarga sehat • Peran spesifik ayah dan ibu • Dampak keluarga yang disfungsional • Strategi membangun koneksi orang tua dengan anak
Anggaran	Anggaran untuk proyek ini

	dirahasiakan oleh perusahaan
Timeline Proyek	Pra Produksi: 1- 14 Juli 2025 Produksi: 15 Juli 2025 Pasca Produksi: 18 - 24 Agustus

2. “Parenting VOC vs Parenting Malaikat” - "Keluarga Bercerita" Episode 2.

Tabel 3.3 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 2

Tujuan	Memberikan wawasan praktis bagi orang tua untuk menemukan keseimbangan pola asuh yang tepat sesuai karakter anak, serta memutus rantai trauma pengasuhan masa lalu.
Profil Klien	Focus On The Family Indonesia (FOFI).
Lingkup Proyek	• Definisi polarisasi gaya pengasuhan “Parenting VOC” dan “Parenting Malaikat” • Dampak psikologis tiap gaya pengasuhan • Pentingnya fleksibilitas pengasuhan • Adaptasi pengasuhan sesuai usia (anak dan remaja) • Manajemen emosi orang tua
Anggaran	Anggaran untuk proyek ini dirahasiakan oleh perusahaan

Timeline Proyek	Pra Produksi: 1- 14 Juli 2025 Produksi: 15 Juli 2025 Pasca Produksi: 8 - 14 September
-----------------	---

3. “Mengapa Topik Keuangan Sering Menjadi Hal Sensitif Dalam Hubungan?” - "Keluarga Bercerita" Episode 3.

Tabel 3.4 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 3

Tujuan	Menormalisasi diskusi tentang uang dalam pernikahan, mendorong keterbukaan finansial, dan memberikan strategi menyamakan visi keuangan demi mencegah konflik rumah tangga.
Profil Klien	Focus On The Family Indonesia (FOFI).
Lingkup Proyek	• Pentingnya keterbukaan dan komunikasi keuangan • Strategi pengelolaan anggaran rumah tangga • Pengelolaan rekening gabungan dan terpisah • Manajemen biaya untuk sosial dan budaya • Edukasi investasi yang tidak resmi
Anggaran	Anggaran untuk proyek ini dirahasiakan oleh perusahaan

Timeline Proyek	Pra Produksi: 1- 14 Juli 2025 Produksi: 15 Juli 2025 Pasca Produksi: 6 - 12 Oktober
-----------------	---

4. “Ketika Orang Tua Utuh, Tapi Merasa Tak Terhubung” "Keluarga Bercerita" Episode 4.

Tabel 3.5 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 4

Tujuan	Mengedukasi para ayah tentang pentingnya koneksi emosional dengan anak, bukan sekadar kehadiran fisik, serta memberikan tips praktis untuk membangun kedekatan tersebut.
Profil Klien	Focus On The Family Indonesia (FOFI).
Lingkup Proyek	• Definisi dan latar belakang fenomena <i>emotional unavailability</i>. • Peran ayah dalam keluarga • Dampak ketidakhadiran ayah secara emosi • Pentingnya regulasi emosi orang tua • Rasio interaksi 5:1 John Gottman.
Anggaran	Anggaran untuk proyek ini dirahasiakan oleh perusahaan

Timeline Proyek	Pra Produksi: 1- 14 Juli 2025 Produksi: 15 Juli 2025 Pasca Produksi: 10 - 14 November
-----------------	---

5. "Marriage is Scary" - "Keluarga Bercerita" Episode 5.

Tabel 3.6 Project Brief "Keluarga Bercerita" Episode 5

Tujuan	Meluruskan stigma negatif pernikahan dengan memberikan perspektif yang berimbang dan hal-hal yang harus dipersiapkan untuk mencegah stigma tersebut terjadi dalam pernikahan agar generasi muda tidak memandang pernikahan sebagai sumber penderitaan.
Profil Klien	Focus On The Family Indonesia (FOFI).
Lingkup Proyek	• Definisi dan Latar Belakang Fenomena "Marriage is Scary" • Faktor-faktor yang membuat pernikahan terasa menakutkan • Pentingnya Pengenalan Diri (Self-Awareness) sebelum menikah • Strategi komunikasi pra-nikah "Personal Map" dan "Future Map" dengan pasangan • Menentukan batasan-batasan dengan keluarga besar

	• Prinsip “Lebih Baik Batal Menikah daripada Gagal Menikah” • Pernikahan sebagai proses belajar di mana konflik adalah hal wajar.
Anggaran	Anggaran untuk proyek ini dirahasiakan oleh perusahaan
Timeline Proyek	Pra Produksi: 1- 14 Juli 2025 Produksi: 23 Juli 2025 Pasca Produksi: 25 November - 4 Desember

3.6 Pembahasan Hasil Magang

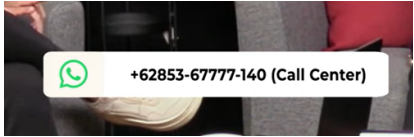
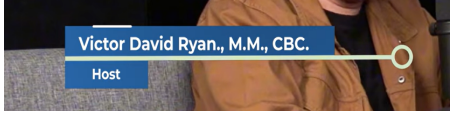
Selama kegiatan magang, Penulis telah memproduksi lima episode siniar "Keluarga Bercerita". Dalam pelaksanaan kegiatan ini, Penulis bertanggung jawab penuh pada tahap pasca-produksi (post-production). Proses penyuntingan meliputi penggabungan dua sudut pandang kamera (multicam editing), sinkronisasi audio dengan visual, serta penambahan elemen grafis seperti animasi bergerak (motion graphics), *bumper*, dan penutup. Selain itu, penulis juga melakukan proses *color grading* dan peningkatan kualitas audio (audio enhancement) untuk memastikan standar tayangan yang optimal.

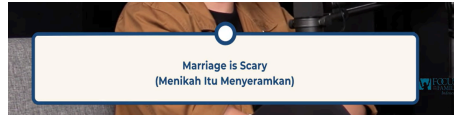
Setelah seluruh elemen visual terintegrasi, video diekspor ke dalam format MP4 beresolusi 4K untuk menjamin kualitas visual terbaik. Sebagai tahap akhir, penulis mengelola proses publikasi digital ke kanal Youtube Focus On The Family Indonesia. Tugas ini mencakup perumusan judul dan deskripsi video (copywriting) yang menarik serta manajemen pengunggahan konten. Berikut ini adalah pembahasan hasil project video "Keluarga Bercerita" yang telah dikerjakan oleh penulis selama magang:

1. Elemen Motion Graphics

Dalam memberikan pengalaman visual untuk penonton, Penulis membuat beberapa animasi elemen untuk menampilkan informasi pada siniar yang dapat dilihat pada Tabel 3.7.

Tabel 3.7 Hasil Kegiatan Magang Elemen Motion Graphics

Nama	Keterangan	Gambar
Media Sosial	Menampilkan media sosial Focus On The Family Indonesia berupa WhatssApp, Instagram, Gmail, dan website	
Logo Idle	Menampilkan logo Focus On The Family Indonesia dengan efek “light sweep” dari perangkat lunak after effect.	
Family Footage	Menampilkan tayangan keluarga atau pasangan yang sesuai dengan pembicaraan yang sedang berlangsung.	
Nama Host	Menampilkan nama dan gelar dari pembawa acara berserta keterangan jabatan.	

Nama Narasumber	Menampilkan nama narasumber berserta keterangan jabatan.	
Judul/Topik Episode	Menampilkan judul atau topik episode yang diucapkan oleh pembawa acara.	
Halaman Penutup	Menampilkan logo dan media sosial dari Focus On The Family Indonesia di akhir video.	

2. “Why Family Matters” "Keluarga Bercerita" #eps1

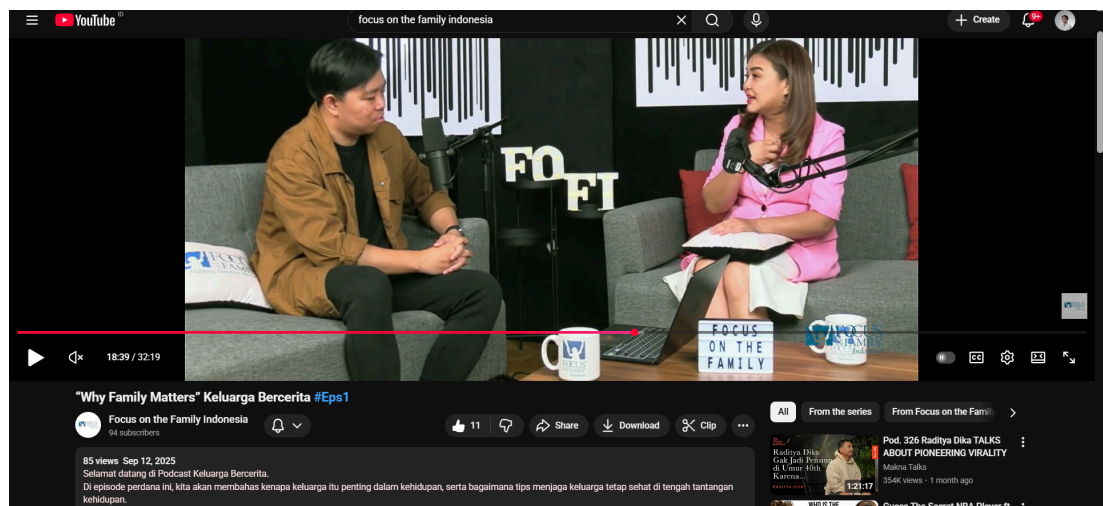
Merujuk pada Gambar 3.4, hasil proses penyuntingan video ini berupa episode konten video berdurasi 32 menit 20 detik dan telah dipublikasikan melalui kanal Youtube resmi Focus On The FamilyIndonesia pada 12 September 2025. Episode 1 dari siniar "Keluarga Bercerita" berjudul ““Why Family Matters” "Keluarga Bercerita" #Eps1” seperti yang tertulis pada Gambar 3.3. Episode tersebut dapat diakses melalui tautan berikut: <https://youtu.be/RtwsgorXx0M>

Berdasarkan data dari Youtube analisis dan terlihat pada Gambar 3.5, pada tanggal 19

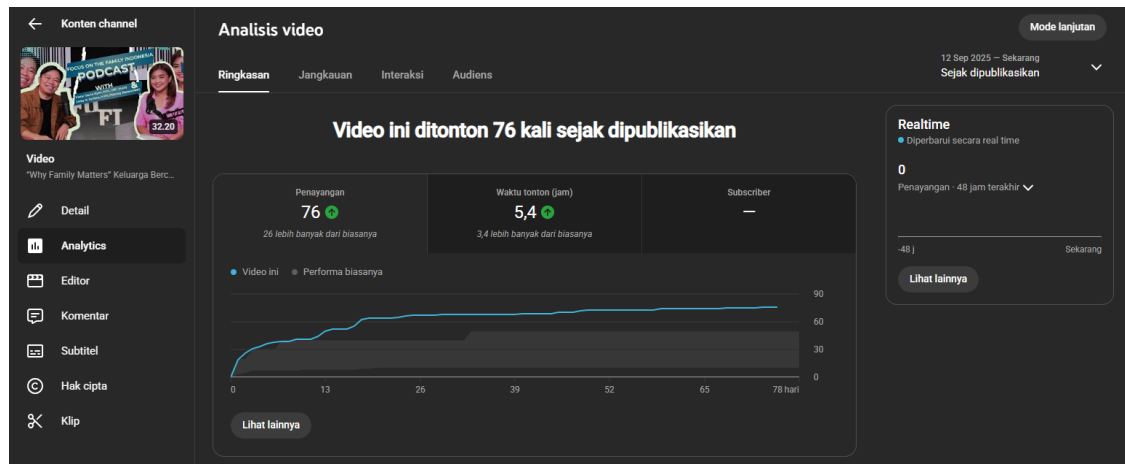
Desember 2025 video tersebut telah menjangkau penonton dengan total 34 kali penayangan (views) dan memperoleh 11 tanda suka (likes). Dari sisi keterlibatan penonton (audience retention), video ini mencatatkan total waktu tonton (watch time) akumulatif selama 5,4 jam. Adapun rata-rata durasi tonton (average view duration) per penonton tercatat selama 4 menit 10 detik.



Gambar 3.3 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.4 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.5 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps1 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

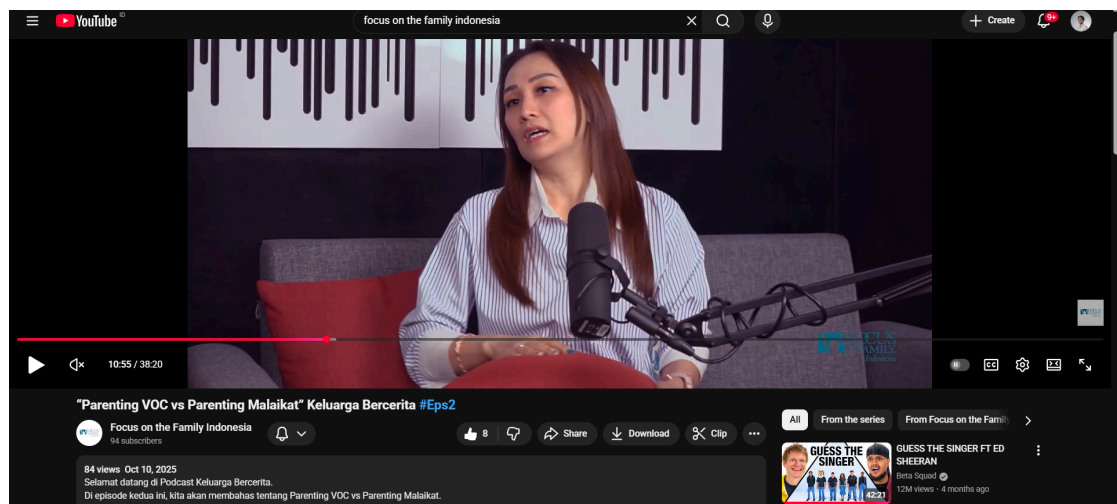
3. “Parenting VOC vs Parenting Malaikat” “Keluarga Bercerita” #eps2

Merujuk pada Gambar 3.7 hasil proses penyuntingan video ini berupa episode konten video berdurasi 38 menit 21 detik yang telah dipublikasikan melalui kanal Youtube resmi Focus On The Family Indonesia pada 10 Oktober 2025. Episode 3 dari siniar "Keluarga Bercerita" berjudul ““Parenting VOC vs Parenting Malaikat” "Keluarga Bercerita" #Eps2” seperti yang tertulis pada Gambar 3.6. Episode tersebut dapat diakses melalui tautan berikut: https://youtu.be/IrgM4FpE_iU

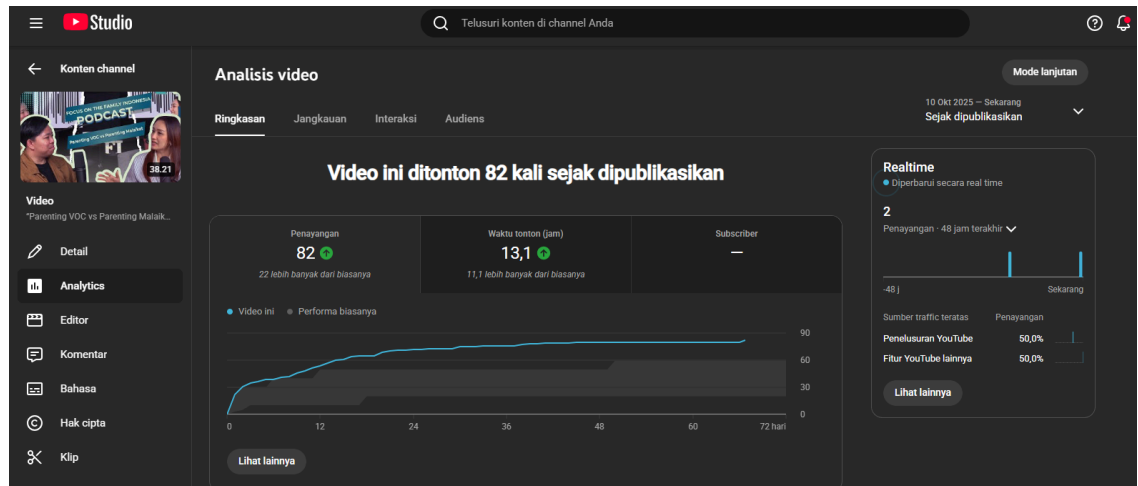
Berdasarkan data dari Youtube analisis dan terlihat pada Gambar 3.8, pada tanggal 19 Desember 2025 video tersebut telah menjangkau penonton dengan total 81 kali penayangan (views) dan memperoleh 8 tanda suka (likes). Dari sisi keterlibatan penonton (audience retention), video ini mencatatkan total waktu tonton (watch time) akumulatif selama 13,1 jam. Adapun rata-rata durasi tonton (average view duration) per penonton tercatat selama 9 menit 46 detik.



Gambar 3.6 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.7 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.8 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps2 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

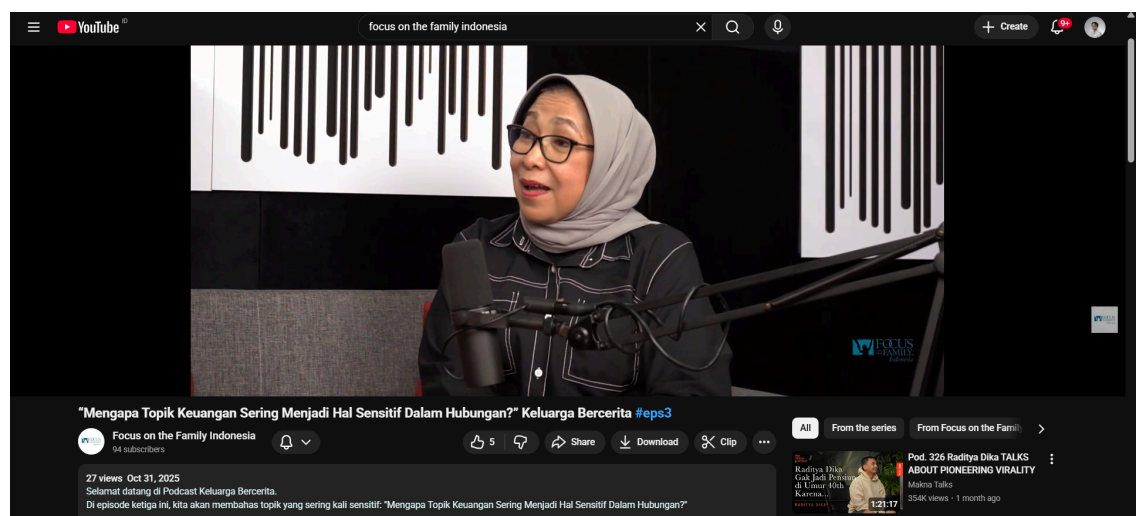
4. “Mengapa Topik Keuangan Sering Menjadi Hal Sensitif Dalam Hubungan” "Keluarga Bercerita" #eps3

Merujuk pada Gambar 3.10, hasil proses penyuntingan video ini berupa episode konten video berdurasi 32 menit 42 detik yang telah dipublikasikan melalui kanal Youtube resmi Focus On The Family Indonesia pada 31 Oktober 2025. Episode 3 dari siniar "Keluarga Bercerita" berjudul “Mengapa Topik Keuangan Sering Menjadi Hal Sensitif Dalam Hubungan?” "Keluarga Bercerita" #eps3 seperti yang tertulis pada Gambar 3.9. Episode tersebut dapat diakses melalui tautan berikut: <https://youtu.be/T9wYKc0dbz0>

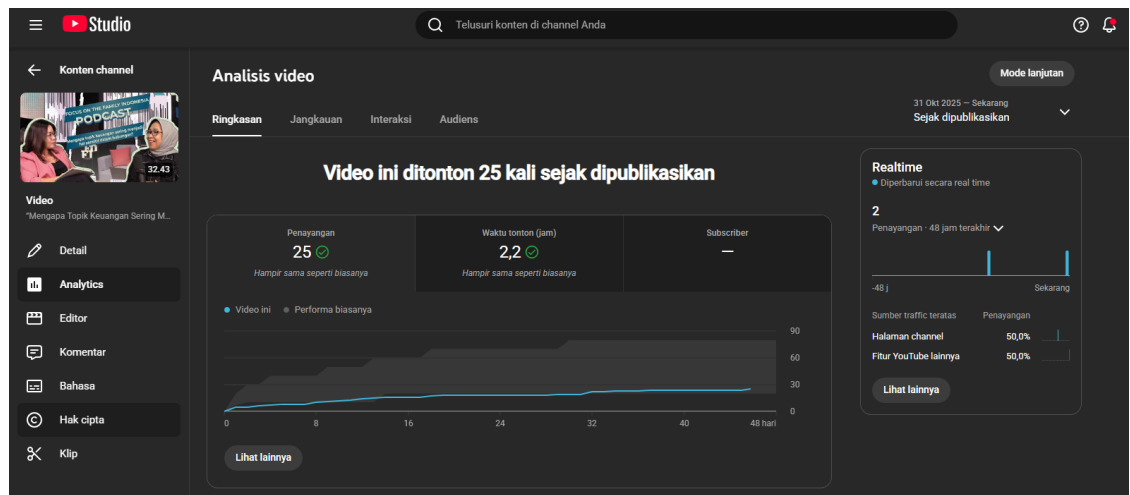
Berdasarkan data dari Youtube analisis dan terlihat pada Gambar 3.11, pada tanggal 19 Desember 2025 video tersebut telah menjangkau penonton dengan total 25 kali penayangan (views) dan memperoleh 5 tanda suka (likes). Dari sisi keterlibatan penonton (audience retention), video ini mencatatkan total waktu tonton (watch time) akumulatif selama 2,2 jam. Adapun rata-rata durasi tonton (average view duration) per penonton tercatat selama 5 menit 26 detik.



Gambar 3.9 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps3 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.10 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps3 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.11 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps3 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

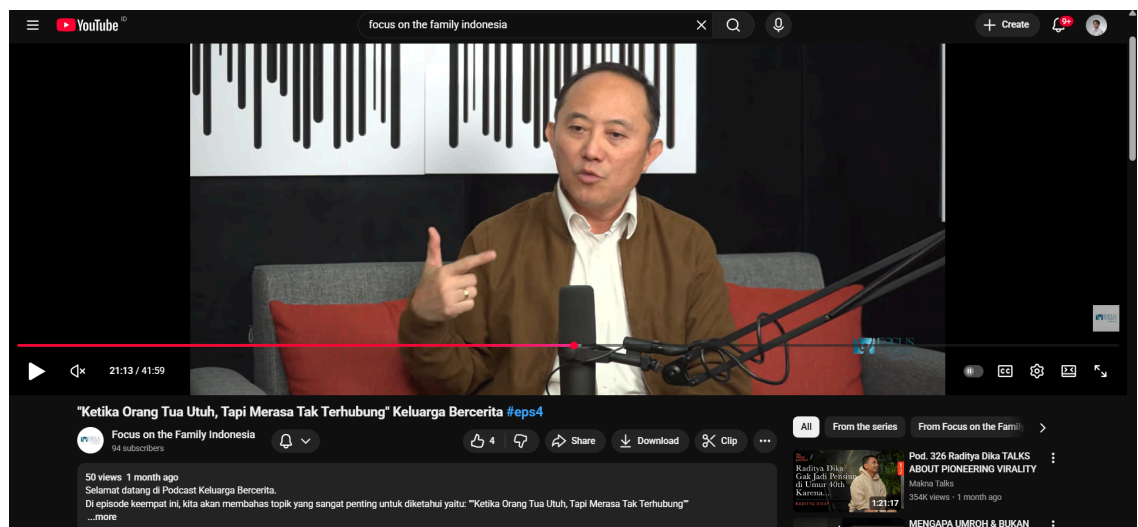
5. “Ketika Orang Tua Utuh, Tapi Merasa Tak Terhubung” "Keluarga Bercerita" #eps4

Merujuk pada Gambar 3.13, hasil proses penyuntingan video ini berupa episode konten video berdurasi 41 menit 59 detik yang telah dipublikasikan melalui kanal Youtube resmi Focus On The Family Indonesia pada 14 November 2025. Episode 4 dari siniar "Keluarga Bercerita" berjudul "Ketika Orang Tua Utuh, Tapi Merasa Tak Terhubung" "Keluarga Bercerita" #eps4 seperti yang tertulis pada Gambar 3.12. Episode tersebut dapat diakses melalui tautan berikut: <https://youtu.be/PbCRRdl38bw>

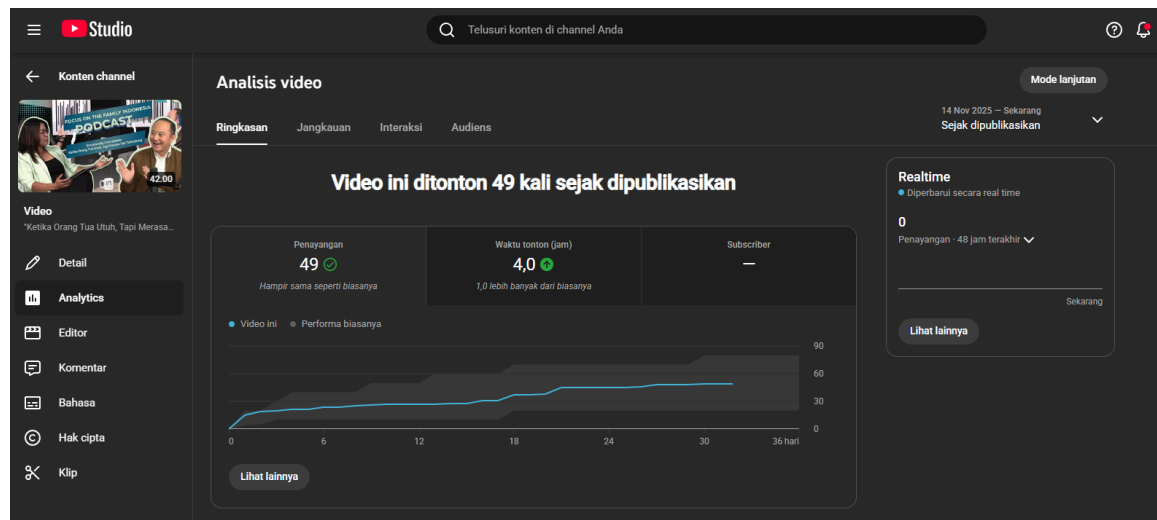
Berdasarkan data dari Youtube analisis dan terlihat pada Gambar 3.14, pada tanggal 19 Desember 2025 video tersebut telah menjangkau penonton dengan total 49 kali penayangan (views) dan memperoleh 4 tanda suka (likes). Dari sisi keterlibatan penonton (audience retention), video ini mencatatkan total waktu tonton (watch time) akumulatif selama 4,0 jam. Adapun rata-rata durasi tonton (average view duration) per penonton tercatat selama 4 menit 55 detik.



Gambar 3.12 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps4 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.13 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps4 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.14 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps4 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

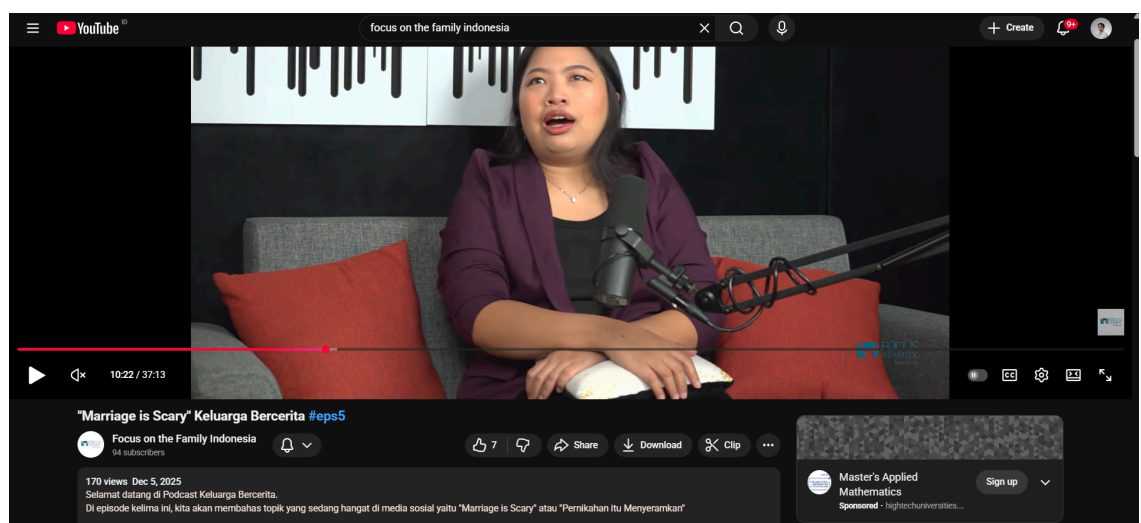
6. "Marriage is Scary" "Keluarga Bercerita" #eps5

Merujuk pada Gambar 3.16, hasil proses penyuntingan video ini berupa episode konten video berdurasi 37 menit 19 detik yang telah dipublikasikan melalui kanal Youtube resmi Focus On The Family Indonesia pada 5 Desember 2025. Episode 5 dari siniar "Keluarga Bercerita" berjudul "Marriage is Scary" "Keluarga Bercerita" #eps5 seperti yang tertulis pada Gambar 3.15. Episode tersebut dapat diakses melalui tautan berikut: https://youtu.be/IpzO_Zjnlo4

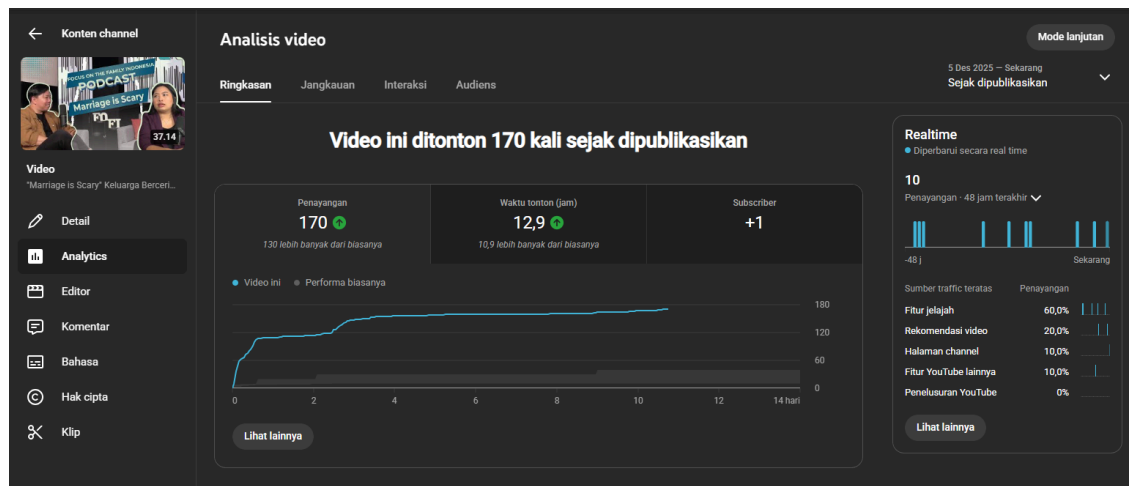
Berdasarkan data dari Youtube analisis dan terlihat pada Gambar 3.17, pada tanggal 19 Desember 2025 video tersebut telah menjangkau penonton dengan total 170 kali penayangan (views) dan memperoleh 7 tanda suka (likes). Dari sisi keterlibatan penonton (audience retention), video ini mencatatkan total waktu tonton (watch time) akumulatif selama 12,9 jam. Adapun rata-rata durasi tonton (average view duration) per penonton tercatat selama 4 menit 40 detik.



Gambar 3.15 Thumbnail "Keluarga Bercerita" #eps5 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.16 Halaman Youtube "Keluarga Bercerita" #eps5 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3.17 Halaman Youtube Analytics "Keluarga Bercerita" #eps5 (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.7 Implementasi

1. Pembuatan Elemen Grafis Bergerak (motion graphics)

Lingkup kerja Penulis meliputi tahap perancangan identitas visual program. Penulis bertugas menciptakan master *template* elemen grafis bergerak (motion graphics) menggunakan Adobe After Effects, yang nantinya akan digunakan sebagai standar visual untuk episode-episode selanjutnya. Secara spesifik, aset animasi yang dikembangkan meliputi *bumper* pembuka dan penutup, grafis identitas narasumber (lower third), kotak teks untuk poin penting, serta animasi informasi media sosial. Video animasi diekspor ke dalam format QuickTime dengan resolusi full HD untuk menjamin kualitas video. Sebelum membuat animasi di Adobe After Effects, Penulis membuat *moodboard* Focus On The Family Indonesia sebagai acuan dalam pembuatan elemen grafis.

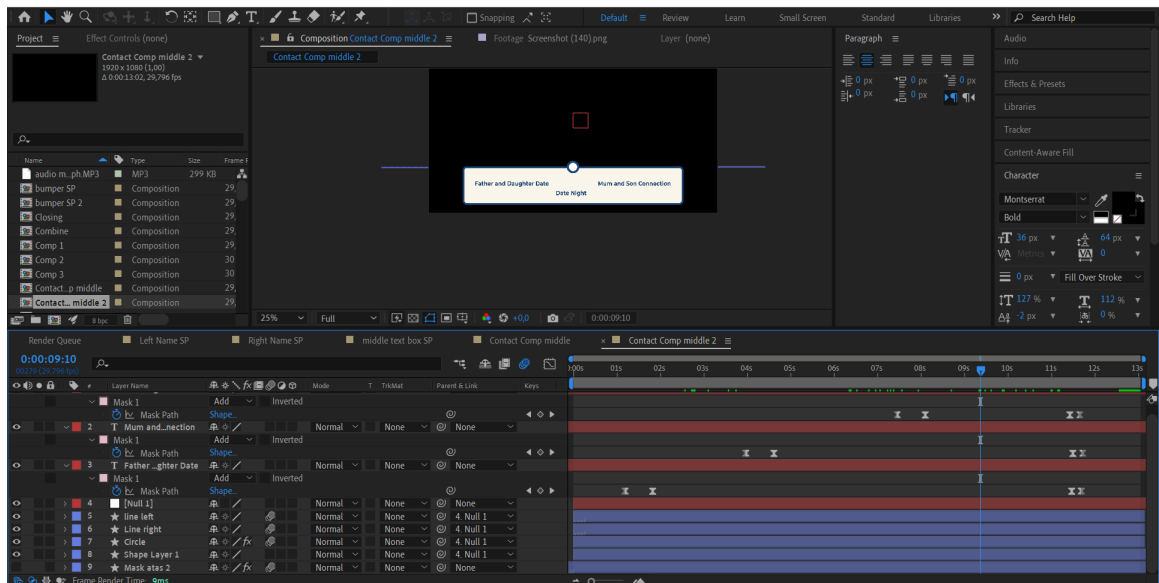
Seperti yang bisa dilihat pada Gambar 3.18, Focus On The Family Indonesia memiliki warna biru (#1c4877) sebagai warna primer yaitu warna yang sama dengan warna logo mereka. Selain itu, Focus On The Family Indonesia memiliki warna lain dalam identitas mereknya seperti hijau (#4aa4aa), hijau (#d6e7c8), putih (#fcf8ef), putih (#ffffff) dan hitam (#000000). Lalu untuk penggunaan jenis teks, Penulis menggunakan montserrat dan poppins karena memiliki keterbacaan yang jelas. Dalam membentuk gabungan antara teks dan elemen lainnya ke dalam animasi akhir, Penulis terinspirasi oleh elemen grafis yang digunakan akun

Youtube Focus On The Family yang dimana menempatkan nama dan jabatan di satu bagian, dipisahkan oleh garis pemisah.



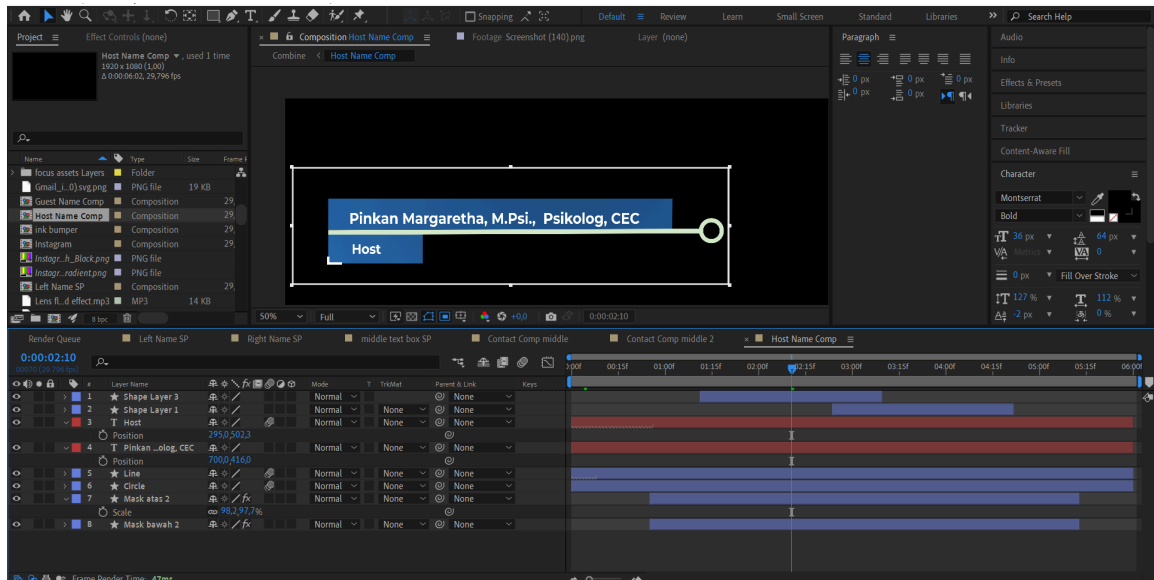
Gambar 3.18 Moodboard (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Setelah menentukan warna, font dan bentuk elemen grafis, Penulis menggunakan perangkat lunak Adobe After Effects untuk membuat dan menganimasikan elemen grafis. Pada Gambar 3.19 Penulis membuat elemen grafis untuk teks judul dan teks poin penting. Elemen tersebut berdurasi 13 detik dengan animasi memasuki layar, saat penayangan, dan keluar layar. Durasi ditentukan agar Penulis dapat menyesuaikan durasi akhir elemen dengan menyuntingnya di *CapCut* sehingga hanya perlu mengubah isi teks untuk setiap episode, hal ini dilakukan untuk efisiensi kerja Penulis. *Font* yang digunakan untuk menampilkan judul dan poin penting adalah montserrat dan warna yang digunakan merupakan biru (#1c4877) sebagai warna garis dan teks, lalu warna yang digunakan sebagai latar teks merupakan warna putih (#fcf8ef). Efek animasi yang digunakan adalah modifikasi *position* lingkaran untuk masuk ke layar, *trim paths* untuk animasi garis *outline* atas dan animasi dua garis atas, dan *masking* untuk animasi menampilkan latar teks dan teks.



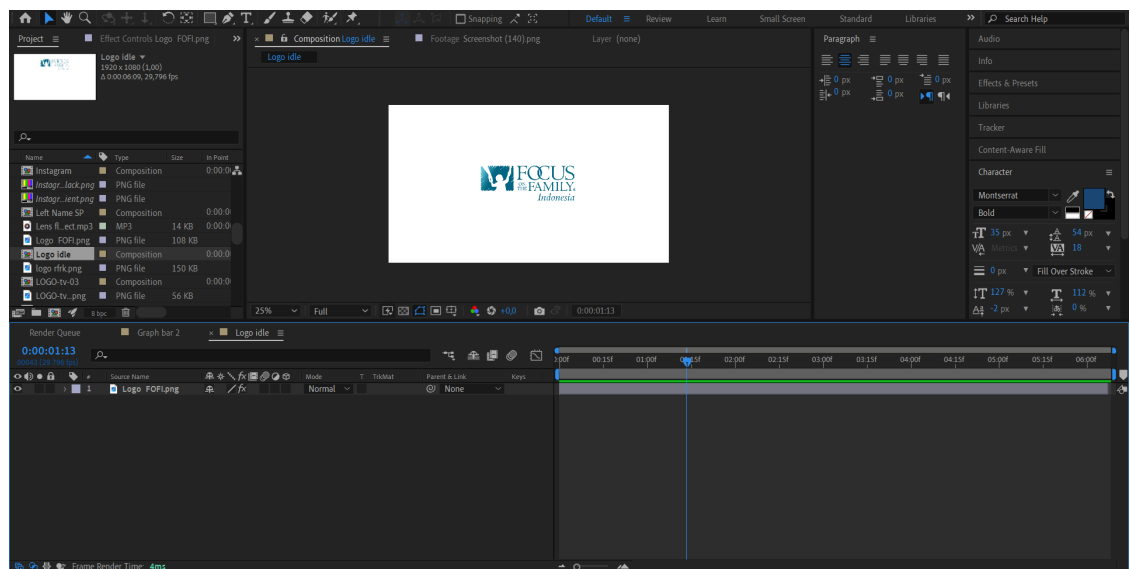
Gambar 3.19 Pembuatan Animasi Kotak Teks Judul dan Poin Penting (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada Gambar 3,20, Penulis membuat elemen grafis nama dan jabatan menggunakan warna biru (#1c4877) untuk latar belakang teks, putih (#fcf8ef) sebagai warna teks, dan hijau (#d6e7c8) sebagai warna garis dan lingkaran. Penulis menggunakan *Font* montserrat untuk teks nama dan jabatan. Elemen grafis berdurasi 15 detik dengan penyesuaian kembali pada CapCut. Efek animasi yang digunakan adalah modifikasi *position* lingkaran untuk masuk ke layar, *trim paths* untuk animasi garis *outline* atas dan animasi dua garis yang mengitari kotak teks, dan *masking* untuk animasi menampilkan latar teks dan teks. Elemen grafis nama dan jabatan dibuat dua tipe yaitu tipe *host* yang berada di sisi kiri dan tipe narasumber di sisi kanan.



Gambar 3.20 Pembuatan Animasi Nama dan Jabatan (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

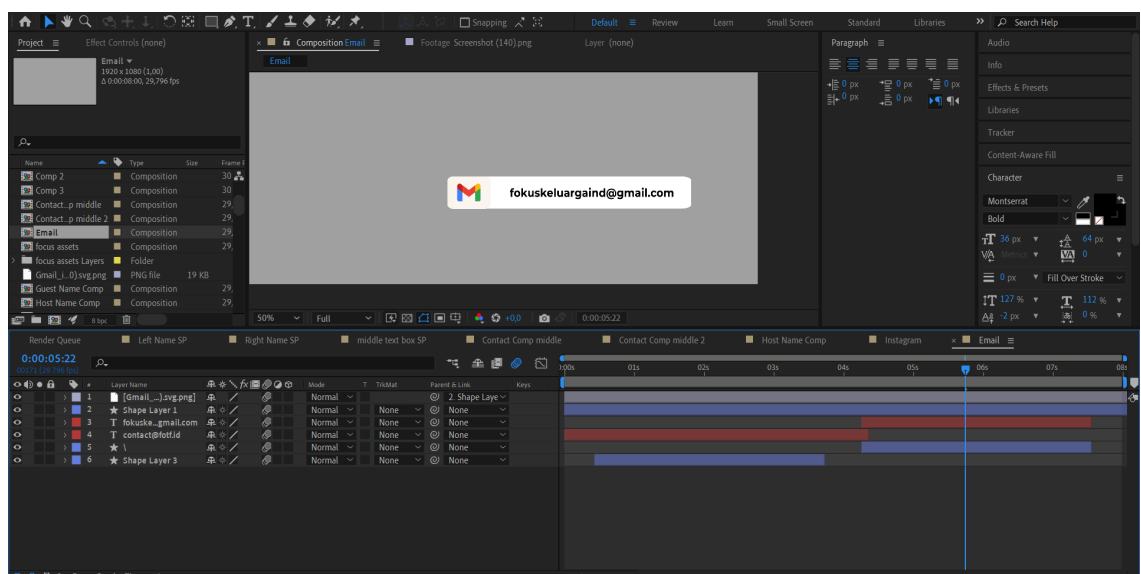
Pada Gambar 3.21, Penulis membuat elemen grafis logo *idle* yang akan ditampilkan sepanjang video pada bagian kanan bawah layar. Elemen ini menganimasikan logo Focus On The Family Indonesia dengan menggunakan efek *light sweep* yang aktif setiap lima detik untuk memberikan efek penjelaras logo tanpa mendistraksi penonton secara berlebihan.



Gambar 3.21 Pembuatan Animasi Logo *Idle* (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selanjutnya, Penulis membuat elemen grafis untuk menampilkan media sosial Focus On The Family Indonesia. Media sosial yang ditampilkan meliputi Gmail, WhatsApp, website, dan

Instagram, Penulis menggunakan logo dari masing-masing sosial media tersebut dalam pembuatan elemen grafis. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3.22, terdapat tiga warna yang digunakan yaitu warna putih (#f8f8f8) sebagai latar logo, warna putih (#ffffff) sebagai latar teks, dan hitam (#000000) sebagai warna teks. Efek animasi yang digunakan adalah modifikasi ukuran (scale) dan (opacity) dari logo media sosial untuk animasi masuk dan keluar dari layar, lalu efek *masking* untuk mengeluarkan dan memasukan teks dan teks dari logo media sosial. Proses pembuatan yang sama dilakukan untuk semua elemen grafis media sosial.



Gambar 3.22 Pembuatan Animasi Bergerak Media Sosial (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penulis membuat grafis yang menampilkan *footage* pasangan atau keluarga apabila terdapat *footage* yang goyang (shaky). Pertimbangan dalam pemilihan *footage* adalah dengan memperhatikan topik pembicaraan saat *footage* sedang ditampilkan. Dalam membuat grafis ini, hal pertama yang Penulis akan lakukan adalah mencari dan mengunduh beberapa *footage* dari internet yang bebas lisensi. Jumlah pengunduhan *footage* akan disesuaikan dengan panjang durasi yang harus ditampilkan. Setelah mengumpulkan *footage*, Penulis menambahkan latar belakang berwarna biru (#1c4877), lalu menampilkan kumpulan *footage* hingga durasi yang ditentukan seperti pada Gambar 3.23.



Gambar 3.23 Penampilan Footage Keluarga atau Pasangan (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Pembuatan Siniar "Keluarga Bercerita"

Pada proses pembuatan siniar "Keluarga Bercerita", Penulis bertanggung jawab atas tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi dilakukan untuk mempersiapkan pelaksanaan tahap produksi. Dalam tahap ini, Penulis mempelajari tentang cara pengoperasian peralatan yang akan digunakan melalui internet. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan bekal pengetahuan agar lebih terasa familiar saat mengoperasikan alat di tahap produksi. Tahap produksi dilakukan pada tanggal 2 desember 2025 di lab multimedia, Ichthus West, Jakarta Barat. Daftar alat-alat yang digunakan dalam tahap produksi dapat dilihat pada Tabel 3.8.

Tabel 3.8 Daftar Peralatan Produksi

Nama Alat	Kuantitas
Shure SM7B Microphone	3
Mackie Onyx 12 (8 preamp mic input)	1
Mackie MDB 1P (Single Channel Passive Direct Box)	3
Mackie HM800	1

Audio Technica ATH-M 30X Closed Back Stereo Headphone	3
Konig & Meyer 23580 Microphone Desk Arm	2
Konig & Meyer 21070 Microphone Boom Stand	1
Godox SL200ii Studio Light, softbox dan light stand	2
Canon XA11 dan 128 GB Sandisk pro memori	1
Canon A7s Mark II dan 256 Sandisk pro memori	
Camera Tripod	2
PC Intel Core i7 - 12700F, RTX 2060 12GB, 16GB RAM, 24” Monitor	1

Pada proses produksi, Penulis bertugas untuk mengatur *setup* dua kamera yaitu kamera canon A7s Mark II yang mengambil gambar *close up* narasumber dan canon XA11 untuk gambar *close up host* serta *wide angle*. Kamera canon XA11 tersambung dengan komputer sehingga pengoperasian camera seperti memulai dan berhenti rekam dapat dilakukan dari komputer. Sementara itu, dua mikrofon telah terhubung dengan audio *mixer* dan komputer, sehingga audio dan video sudah terintegrasi dengan baik. *Setup* produksi dapat dilihat pada Gambar 3.24, berdasarkan gambar tersebut, Penulis menggunakan dua *lighting* beserta *soft box* dan *light stand* serta lampu LED di bagian plafon ruangan untuk pencahayaan. Ruangan juga sudah dilengkapi busa pada seluruh bagian tembok agar suara tidak bergema dan suara dari luar ruangan tidak terdengar.



Gambar 3.24 *Setup Lokasi Produksi "Keluarga Bercerita"* (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selama proses pengambilan rekaman berlangsung, Penulis mengambil peran sebagai kameramen kamera canon A7s Mark II yang dimana Penulis harus mengawasi baterai kamera dan memastikan kualitas gambar. Penulis juga menjadi pengambil keputusan saat kamera canon XA11 berubah sudut pengambilan gambar antara *wide angle* dan *close up host*. Hal itu membutuhkan kecermatan dalam membaca situasi dan memanfaatkan momentum. Setelah proses pengambilan video selesai, Penulis melakukan penamaan berkas dengan format “Jenis Kamera_Judul episode_Nomor Pengambilan” guna memudahkan dalam mengidentifikasi *footage* saat memulai proses penyuntingan dan memindahkan berkas melalui *sd card* ke laptop serta mengunggah video ke arsip digital perusahaan. Selain itu, Penulis juga mengambil foto *host* dan narasumber untuk dijadikan bahan *thumbnail*.

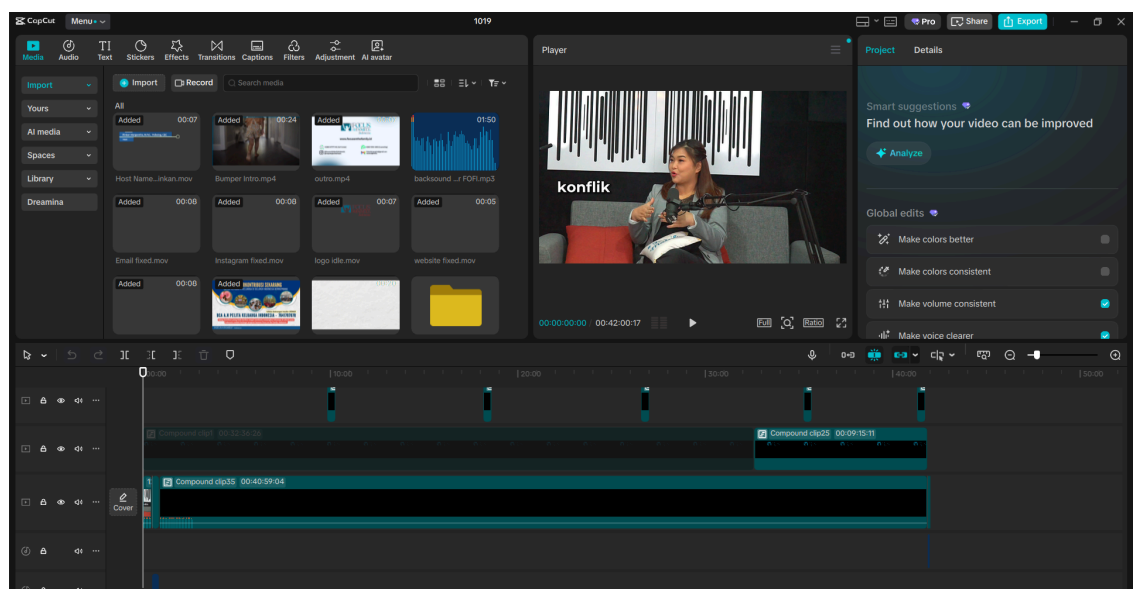
Setelah tahap produksi selesai, Penulis memasuki tahap pasca-produksi. Pada tahap ini, Penulis menggunakan perangkat lunak CapCut dan adobe after effect untuk penyuntingan video. Hal yang pertama dilakukan adalah Penulis memasukan video ke dalam proyek CapCut, lalu memindahkan nya ke *timeline*. Setelah itu, Penulis melakukan sinkronisasi

audio dan video antara dua kamera dan menghapus audio dari kamera canon A7s Mark II. Setelah sinkronisasi audio video, Tahap selanjutnya adalah proses pembuatan *rough cut*, jenis pemotongan video yang digunakan adalah pemotongan langsung (straight cut), audio dari *shot* sebelumnya masih terdengar saat visual beralih ke *shot* baru (L Cut), dan audio dari *shot* berikutnya sudah mulai terdengar saat visual masih di *shot* sebelumnya (J Cut). Pemilihan penggunaan jenis *cut* dilakukan berdasarkan ketersediaan dan kecocokan dari *footage*. Sembari membuat *rough cut* Penulis memberikan tanda (marker) pada momen-momen yang dapat dijadikan *hook* awal, momen saat video goyang, dan momen saat *host* mempromosikan program Focus On The Family Indonesia.

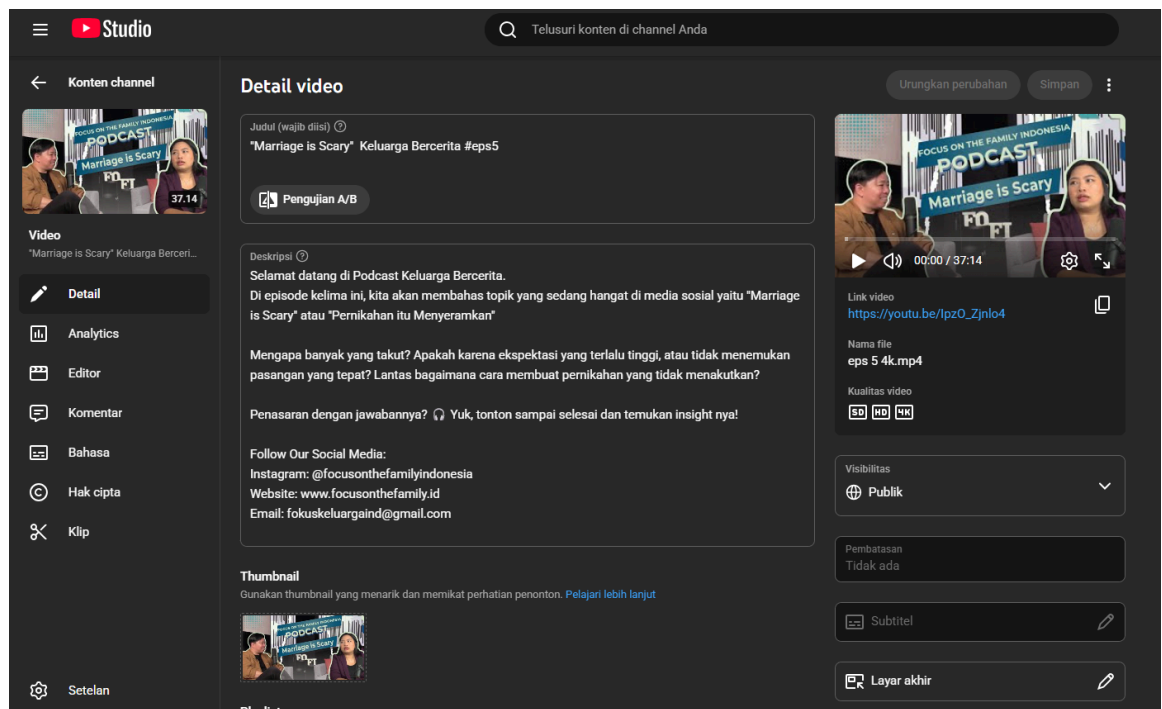
Setelah mendapatkan *rough cut*, Penulis melakukan penambahan bumper awal dan akhir pada *timeline*, elemen grafis logo Focus On The Family Indonesia sepanjang video. Selanjutnya, Penulis melakukan penyuntingan audio dan pewarnaan gambar, Penulis menggunakan fitur *Noise Reduction* (pengurang kebisingan), *Enhance Voice* (penjernihan suara), dan *Loudness Normalization* (penstabil volume) untuk penyuntingan audio dan melakukan penyesuaian warna pada fitur *adjustment* gambar. Lalu Penulis melakukan konfirmasi nama dan jabatan *host* dan narasumber kepada mentor untuk memastikan tidak ada kesalahan pengetikan. Setelah mendapatkan konfirmasi, Penulis membuat elemen grafis yang menampilkan nama dan jabatan, topik atau judul episode dan poin-poin penting di Adobe After Effects menggunakan *template* yang sudah disiapkan sebelumnya. Pembuatan elemen grafis mencakup penyesuaian teks dan modifikasi panjang teks latar dan mengeksport dalam bentuk *quicktime*. Setelah itu, Penulis memasukan elemen-elemen tersebut ke dalam *timeline* CapCut dengan memperhatikan durasi atau momen yang tepat serta ukuran dan penempatan elemen.

Setelah itu, Penulis mengumpulkan potongan-potongan menarik sepanjang video yang telah ditandai sebelumnya ke dalam satu rangkaian video dan memberikan teks *subtitle* menggunakan fitur *auto generate caption* CapCut untuk membuat *hook* awal dan menempatkan nya pada awal *timeline*. Selanjutnya, penulis memastikan kembali seluruh tampilan video dan audio, lalu mengeksport video dalam bentuk mp4 dan resolusi 4K. Setelah itu, Penulis mengunggah video ke dalam arsip digital perusahaan lalu memberikan video kepada mentor untuk dilakukan pengujian. Apabila terdapat catatan dari mentor, Penulis

akan melakukan revisi hingga hasil akhir sesuai dengan yang diharapkan. Sementara itu, Penulis membuat judul dan teks deksripsi episode yang akan diunggah ke Youtube dan melakukan konfirmasi kepada mentor. *Timeline* akhir dalam penyuntingan siniar "Keluarga Bercerita" dapat dilihat pada Gambar 3.25. Setelah mendapatkan konfirmasi dan hasil akhir produk, Penulis mengunggagah video ke akun Youtube Focus On The Family Indonesia, memasukan *thumbnail*, judul dan teks deskripsi pada kolom yang tersedia, serta menjadwalkan jam dan tanggal publikasi video tersebut yang dapat dilihat pada Gambar 3.26.



Gambar 3.25 *Timeline* CapCut "Keluarga Bercerita" (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

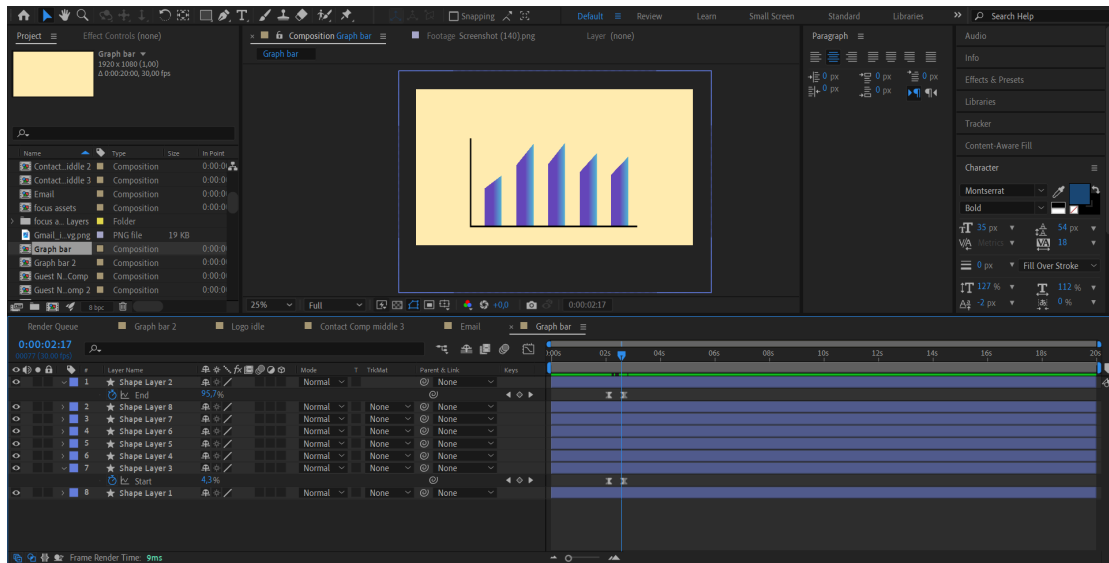


Gambar 3.26 Pengunggahan Video ke Youtube (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. Pembuatan Animasi Visualisasi Data

Dalam episode tertentu, Penulis mendapati beberapa momen ketika *host* mengucapkan beberapa data sebagai pengantar topik episode pada awal video. Ketika mendapatkan momen tersebut, Penulis akan membuat animasi visualisasi data yang diucapkan oleh *host* menggunakan perangkat lunak Adobe After Effects. Hal pertama yang dilakukan Penulis adalah melakukan riset data yang diucapkan *host* di internet, lalu mencari gambar grafik secara spesifik dari data yang tersedia. Setelah itu, Penulis menggunakan grafik yang ada sebagai acuan dalam pembuatan animasi grafik. Hal ini juga menentukan pemilihan jenis grafik yang digunakan. Merujuk pada Gambar 3.27, efek yang digunakan adalah *trim paths* untuk menganimasikan grafik. Setelah video visualisasi data didapatkan, video dimasukkan ke *timeline* CapCut dan disesuaikan kembali terkait durasi dan penempatannya. Setelah itu, Penulis menambahkan keterangan elemen teks seperti judul data, tahun, persentase ke dalam video dengan menambahkan animasi yang disediakan CapCut untuk masuk dan keluar nya

elemen di layar.



Gambar 3.27 Pembuatan Animasi Visualisasi Data (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.8 Pengujian

Tahap pengujian merupakan tahapan yang penting untuk memastikan produk akhir dari video siniar "Keluarga Bercerita" telah memenuhi standar kualitas dari Focus On The Family Indonesia. Dalam proses ini, setelah Penulis menyelesaikan tahap penyuntingan, Penulis akan mengirim video kepada mentor pembimbing untuk dilakukan tahap pengujian. Pada tahap ini mentor berperan sebagai *quality control* yang dimana bertugas untuk memastikan video memenuhi standar kualitas Focus On The Family Indonesia. Parameter pengujian yang dilakukan mentor mencakup lima parameter utama sebagai berikut.

1. Validasi alur dan konten bertujuan untuk memastikan kesesuaian antara naskah (Terms of Reference) dengan hasil akhir video. Pada parameter ini mentor akan memastikan seluruh poin diskusi utama tersampaikan dengan jelas. Selain itu, mentor mengevaluasi momen-momen improvisasi dari narasumber.
2. Standarisasi teknis audio visual bertujuan untuk memberikan kenyamanan pada penonton. Hal ini mencakup memastikan suara *host* dan narasumber terdengar jelas dan memiliki level volume yang seimbang. Lalu memastikan tidak ada *footage* yang goyang (*shaky*) dan memiliki pewarnaan yang sesuai. Dalam parameter ini mentor akan memberikan catatan

berupa durasi apabila ditemukan *footage* yang goyang. Menindaklanjuti hal ini, Penulis akan melakukan penyuntingan kembali sepanjang durasi yang dicatat dengan menampilkan *footage* tentang keluarga atau pasangan dengan mempertimbangkan hal yang sedang dibicarakan.

3. Akurasi grafis dan identitas visual bertujuan untuk memastikan kembali informasi yang tampil di video akurat dan sesuai. Hal ini mencakup verifikasi nama, gelar akademik, dan jabatan *host* serta narasumber, tidak ada kesalahan pengetikan dan memastikan keterbacaan teks pada video.
4. Manajemen ritme dan retensi penonton bertujuan untuk mencegah kebosanan penonton terutama saat pembahasan dirasa terlalu teoritis atau panjang dengan menyisipkan *footage* suasana keluarga, dokumentasi acara (event), atau ilustrasi grafik yang relevan untuk memecah kejenuhan visual dan memperjelas konteks. Dalam parameter ini mentor akan memberikan catatan durasi tertentu yang dapat disisipkan *footage*, dokumentasi acara, atau ilustrasi grafik. Penulis akan menindaklanjuti revisi berdasarkan video sisipan arahan mentor. Apabila *footage* keluarga, Penulis akan mencari *footage* di internet yang bebas dari hak cipta, lalu membuat *montage* (serangkaian shot atau klip pendek yang berbeda (latar waktu/ruang berbeda) menjadi satu urutan yang koheren). Jika dokumentasi acara, Penulis akan melakukan pencarian dokumentasi berdasarkan jenis acara pada kumpulan dokumentasi pribadi Focus On The Family Indonesia. Dan jika ilustrasi grafik, maka Penulis akan melakukan pencarian grafik data yang akan divisualisasikan di internet, lalu Penulis akan menganimasikan grafik data tersebut.
5. Kesesuaian *branding* dan *soft selling* bertujuan untuk memastikan penyebutan atau informasi mengenai program layanan Focus On The Family Indonesia (seperti konseling atau seminar) dilakukan secara halus (*soft selling*), terkesan natural, dan selaras dengan topik episode yang sedang dibahas. Pada parameter ini, mentor akan memberi masukan dalam bentuk durasi dan program yang harus ditampilkan dalam bentuk teks nama atau logo program. Dalam menindaklanjuti hal ini, Penulis akan menyunting *template* animasi kotak teks dan judul penting yang dapat dilihat pada Gambar 3.19 dengan mengubah teks menjadi nama teks program yang dipromosikan atau meminta logo program dari mentor dan memasukan logo tersebut ke dalam kotak teks.

3.9 Kendala Pelaksanaan Tugas

Selama menjalani pelaksanaan magang di Focus On The Family Indonesia, Penulis menghadapi beberapa kendala yang bersifat teknis maupun non-teknis sebagai berikut:

a. Kendala Teknis

1. Audio tidak jernih yang dihasilkan kurang optimal karena mikrofon dan *audio mixer* tidak terhubung dengan baik. Kendala teknis ini menyebabkan hasil rekaman suara menjadi tidak jernih dan memerlukan perbaikan pada tahap pasca-produksi.
2. Rekaman video kamera narasumber sering terhenti akibat keterbatasan daya baterai yang mengharuskan penggantian berulang. Kendala ini mengakibatkan berkas video menjadi beberapa bagian terpisah serta menimbulkan kekosongan rekaman selama beberapa detik yang memutus kesinambungan visual.
3. Pengambilan gambar pada kamera *host* sering mengalami perubahan komposisi secara mendadak (*close-up* ke *wide-shot*) pada saat *host* sedang berbicara. Perubahan sudut pengambilan gambar yang tidak tepat ini mengakibatkan gangguan visual (*visual distraction*) yang mengurangi kenyamanan menonton.

b. Kendala Non-Teknis

1. Proses verifikasi akhir atau *quality control* dari mentor divisi membutuhkan waktu yang lama dikarenakan padatnya jadwal yang mentor miliki. Hal ini menyebabkan alokasi waktu revisi memiliki waktu yang sempit dan pada akhirnya menyebabkan keterlambatan dalam publikasi video.

3.9.1 Cara Mengatasi Kendala

Dari beberapa kendala yang telah dihadapi, Penulis telah menerapkan sejumlah solusi untuk mengatasi kendala tersebut.

a. Cara Mengatasi Kendala Teknis

1. Audio yang tidak jernih diatasi pada tahap pasca-produksi menggunakan perangkat lunak CapCut. Penulis menggunakan fitur-fitur seperti *Noise Reduction* (pengurang kebisingan), *Enhance*

Voice (penjernihan suara), dan *Loudness Normalization* (penstabil volume) diterapkan untuk memperbaiki kejernihan suara. Selain itu, dapat dilakukan tindakan pencegahan di masa depan, seperti pengecekan ulang konektivitas mikrofon dan audio *mixer* pada tahap produksi.

2. Penggantian baterai kamera dapat dilakukan saat indikator daya baterai masih memiliki sisa daya. Selain itu, penggantian baterai dilakukan pada momen ketika *host* sedang berbicara sehingga Penulis menampilkan rekaman video *host* untuk menutupi jeda waktu penggantian baterai.
3. Rekaman video kamera *host* dapat berganti komposisi pengambilan video dengan memperhatikan momentum. Penggantian sebaiknya tidak dilakukan saat *host* sedang menyampaikan berbicara sehingga penggantian komposisi tidak mendistraksi penonton.

b. Cara Mengatasi Kendala Non-Teknis

1. Proses verifikasi akhir atau *quality control* yang membutuhkan waktu yang lama diatasi dengan memberikan draf video kepada mentor lebih awal. Dengan menyerahkan draf video lebih awal dari tanggal publikasi, mentor memiliki durasi yang lebih banyak untuk melakukan verifikasi akhir disela kesibukannya. Selain itu, Penulis juga menerapkan komunikasi proaktif dengan memberikan pengingat (follow-up) secara berkala dan sopan. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan atensi mentor agar proses verifikasi akhir dapat diprioritaskan dan diselesaikan sedini mungkin.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pelaksanaan magang telah berlangsung selama 4 bulan. Selama magang Penulis bertanggung jawab dalam seluruh tahapan produksi siniar visual "Keluarga Bercerita" seperti mempersiapkan peralatan fungsional untuk produksi, mempersiapkan set rekaman, menjadi kameramen selama rekaman, menyunting video siniar, dan mengunggah siniar ke *platform* Youtube. Siniar ini dirancang untuk menyediakan wadah edukasi keluarga mengenai dinamika, tantangan, dan strategi pengembangan keluarga di Indonesia yang mudah diakses oleh masyarakat.

Penulis telah berhasil memproduksi lima episode siniar "Keluarga Bercerita" dari tahap perencanaan hingga publikasi, di mana kelima episode tersebut telah memenuhi spesifikasi Focus On The Family Indonesia dan lulus uji kelayakan oleh mentor. Berdasarkan data dari Youtube analitik per 19 Desember 2025, kinerja kelima episode tersebut menunjukkan jangkauan penonton yang positif dengan total akumulasi penayangan (views) mencapai 359 kali dan total waktu tonton (watch time) selama 37,6 jam. Episode 5 tercatat memiliki jangkauan terluas dengan 170 penayangan, sementara Episode 2 mencatatkan tingkat keterlibatan penonton terbaik dengan rata-rata durasi tonton (average view duration) mencapai 9 menit 46 detik. Kelima episode tersebut kini berfungsi sebagai wadah edukasi digital yang informatif dan menjadi bukti nyata dari terwujudnya salah satu misi Focus On The Family Indonesia yaitu menyediakan sumber referensi bagi keluarga seperti buku, artikel, video, audio yang mudah diakses oleh masyarakat luas.

4.1 Saran

Setelah melalui kegiatan magang selama 4 bulan dan bertanggung jawab dalam produksi siniar "Keluarga Bercerita", Penulis memiliki beberapa saran untuk proyek "Keluarga Bercerita" yang dapat diterapkan di masa depan.

1. Pengunggahan siniar "Keluarga Bercerita" dapat dilakukan pada *platform* audio visual lain seperti Spotify. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan siniar dan memberikan opsi *platform* yang lebih variatif.
2. Menambahkan nama narasumber dalam penulisan judul episode pada *platform* Youtube dikarenakan beberapa narasumber telah memiliki eksistensi yang baik dalam internet. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan peluang terjangkaunya episode dalam pencarian penonton.
3. Meningkatkan kualitas kamera dalam produksi siniar. Saat ini, salah satu kamera masih belum mendukung kualitas 4K, hal ini menyebabkan perbedaan antara resolusi video.

DAFTAR PUSTAKA

- Adobe. (n.d.). *Adobe After Effects: Visual effects and motion graphics software*. Diakses pada 19 Desember 2025, dari
[https://www.adobe.com/id_id/products/aftereffects.html](https://www.adobe.com/id_id/products/aftereffects.html)
- Adobe. (n.d.). *What is motion graphics?* Adobe Experience Cloud. Diakses pada 1 Desember 2025, dari
<https://www.adobe.com/creativecloud/video/discover/what-is-motion-graphics.html>
- Ali, M. N. dan Aziz, M. M. 2022. “Membangun komunikasi keluarga pada pasangan nikah muda sebagai benteng ketahanan keluarga”. *TAQNIN: Jurnal Syariah dan Hukum*, 4(2), 169–184.
- Anggraini, N. S. dan Anasrulloh, M. 2025. “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Terhadap Pengelolaan Keuangan Keluarga”. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(2), 417-427.
- ASUS. (n.d.). *Best Video Editing Apps for Creators: CapCut Review*. ASUS ZenCreator Hub. Diakses dari
<https://www.asus.com/id/content/CapCut/>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Binus University. 2021, Oktober 26. *Kunci sukses content creator Youtube dengan gaji fantastis*. Binus University Malang.
[<https://binus.ac.id/malang/2021/10/kunci-sukses-content-creator-Youtube-dengan-gaji-fantastis/>]([https://binus.ac.id/malang/2021/10/kunci-sukses-content-creator-Y](https://binus.ac.id/malang/2021/10/kunci-sukses-content-creator-Youtube-dengan-gaji-fantastis/)

outube-dengan-gaji-fantastis/)

CapCut. (n.d.). *Free All-in-one Video Editor*. Diakses dari

<https://www.CapCut.com/>

Febrian, R. 2023. *Redesign front-end website pada perusahaan “Focus On The Family Indonesia” dengan menggunakan metode agile* [Laporan Magang]. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

[https://kc.umn.ac.id/id/eprint/28587/3/BAB_II.pdf](https://kc.umn.ac.id/id/eprint/28587/3/BAB_II.pdf)

Frentio, A. F. 2021. *Split Edit pada Film Fiksi Inyik untuk Mewujudkan Dramatik*.

Padangpanjang: ISI Padangpanjang.

GoodStats. 2025. *31% masyarakat Indonesia menjadikan Youtube sebagai sumber utama pencarian berita*. Diakses pada 19 Desember 2025, dari

<https://goodstats.id/article/31-masyarakat-indonesia-menjadikan-Youtube-sebagai-sumber-utama-pencarian-berita-R8t05>

GoodStats. 2025. *Indonesia masuk jajaran pengguna Youtube terbanyak di dunia 2025*.

Diakses pada 19 Desember 2025, dari

<https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-jajaran-pengguna-Youtube-terbanyak-di-dunia-2025-7Cvdz>

Google. (n.d.). *Recommended upload encoding settings*. Youtube Help. Diakses pada 1 Desember 2025, dari

<https://support.google.com/YouTube/answer/1722171?hl=id>

Gray, C. 2024, Mei 21. *Your guide to 8 popular types of podcast formats*. Sweet Fish Media. Diakses pada 1 Desember 2025, dari

<https://www.sweetfishmedia.com/blog/types-of-podcast-episode-formats>

Harvard iSites. (n.d.). *Podcasting: A brief history*. The President and Fellows of Harvard

- College. Diakses dari
[\[https://archive.ph/20120710232048/http://isites.harvard.edu/icb/icb.do?keyword=k1967&pageid=icb.page23750\]](https://archive.ph/20120710232048/http://isites.harvard.edu/icb/icb.do?keyword=k1967&pageid=icb.page23750)(<https://archive.ph/20120710232048/http://isites.harvard.edu/icb/icb.do?keyword=k1967&pageid=icb.page23750>)
- Iwan, S. 2022, Juni. *Produksi program televisi*. Visual Communication Design Binus University.
[\[https://binus.ac.id/bandung/2022/06/produksi-program-televisi/\]](https://binus.ac.id/bandung/2022/06/produksi-program-televisi/)(<https://binus.ac.id/bandung/2022/06/produksi-program-televisi/>)
- Kalra, G. S., Kathuria, R. S. dan Kumar, A. 2019. “Youtube Video Classification based on Title and Description Text”. *2019 International Conference on Computing, Communication, and Intelligent Systems (ICCCIS)*, 74–79.
- Kilis, G. 2014. “Dinamika konflik suami-istri pada masa awal perkawinan”. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 19(2), 151-158.
- Lily, Y. 2022, Februari 22. *Top 5 features for Adobe After Effects 2022*. iRender.
[\[https://irendering.net/adobe-after-effects-2022-top-5-features/\]](https://irendering.net/adobe-after-effects-2022-top-5-features/)(<https://irendering.net/adobe-after-effects-2022-top-5-features/>)
- Mabruri, A. 2018. *Manajemen Produksi Program Acara TV: Format Non Drama, News, & Sport*. Jakarta: Grasindo.
- Riyanto, G. P. dan Pertiwi, W. K. 2023, Juli 10. “Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia”. *Tekno Kompas*.
[\[https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia\]](https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia)(<https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia>)
- Sianipar, A. P. 2013. “Pemanfaatan Youtube di kalangan mahasiswa”. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*, 2(3), 1–10.
- Statista. 2023. *Most popular social networks worldwide as of October 2023, ranked by number of active users*. Statista Research Department. Diakses dari
[\[https://www.statista.com\]](https://www.statista.com)(<https://www.statista.com>)

Syafrina, A. 2022. “Pemanfaatan podcast sebagai media penyiaran (Studi pada podcast Deddy Corbuzier)”. *KOMASKAM: Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 4(1), 35-46.

Zakiyyatul, N. 2024. “Pengaruh pola asuh orang tua dan lingkungan terhadap pembentukan karakter pada anak usia dini”. *Indonesian Journal of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini*, 6(1), 12-21.

Lampiran 1 Surat Keterangan dari Perusahaan/Industri



Tangerang, 01 Agustus 2025
No: 042/ADM-FOFI/VIII/2025

Hal: Surat Keterangan Magang

Kepada Yth.
Kepala Program Studi
Teknik Informatika dan Komputer
Universitas Negeri Jakarta

Dengan hormat,
Sehubungan dengan adanya permohonan Mahasiswa Magang di Yayasan kami, atas nama:

Nama : Muhammad Bimo Ariotedjo
NIM : 2207431026
Jurusan : Teknik Informatika dan Komputer

Maka dengan ini kami menyetujui penerimaan Mahasiswa yang namanya tertulis diatas untuk melaksanakan magang di *Focus on the Family Indonesia* di departemen *Production & Editor* mulai 1 Agustus 2025 - 31 Januari 2026.

Demikianlah yang dapat kami sampaikan atas segala perhatian dan kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Focus on the Family Indonesia



Victor David Ryan, M.Th., M.M., CBC.
Direktur

FOCUS ^{ON} THE FAMILY ^{INDONESIA}

Ruko Graha Boulevard Summarecon Serpong, Jln Gading Serpong Boulevard RW1,
Tangerang, Banten 15810
(021) 22223175, HP: +62 853 - 67777 - 140
Email: fokusekspaind@gmail.com

Lampiran 2 Rincian Tugas Harian

F3



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, RISET,
DAN TEKNOLOGI**

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER

Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telp: (021)91274097, Hunting Fax : (021) 7863531, (021)7270036
Laman :<http://www.pnj.ac.id>, e-mail : tik.pnj@gmail.com

BUKU PENGHUBUNG PEMBIMBING MAGANG INDUSTRI

1. Nama Mahasiswa : Muhammad Bimo Ariotedjo
2. NIM : 2207431026
3. Program Studi : Teknik Multimedia Digital
4. Nama Perusahaan/Industri : Focus on the Family Indonesia
5. Nama Pembimbing Industri : Debora Natasya Trulin. S.Ikom., OMB

No	Hari/Tgl	Aktivitas yang Dilakukan	Tanda Tangan
1	4 - 10 Agustus	- 5 Agustus: Onboarding Internship 2025 - 4 - 10 Agustus: Melakukan Riset Terkait Podcast Keluarga di Indonesia. Fokus kepada Pengeditan, Produksi, dan Konsep.	
2	11 - 17 Agustus	- 12 Agustus: Rapat Koordinasi Mingguan - 13 Agustus: Membuat Bumper Podcast - 11 - 17 Agustus: Membuat elemen-elemen teks dan notifikasi sosial media podcast	
3	18 - 24 Agustus	- 18 Agustus: Rapat Koordinasi Mingguan - 18 - 24 Agustus: Editing Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 1	
4	25 - 31 Agustus	- 25 Agustus: Rapat Koordinasi	

		Mingguan - 25 - 31 Agustus: Editing podcast pendek "Sekilas Cerita" episode 1	
5	1 September - 7 September	- 2 September: Rapat Koordinasi Mingguan - 1 - 7 September: Editing podcast pendek "Sekilas Cerita" episode 2	
6	8 - 14 September	- 9 September: Rapat Koordinasi Mingguan - 12 September: Upload Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 1 - 8 - 14 September Editing Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 2.	
7	15 - 21 September	- 16 September: Rapat Koordinasi Mingguan - 18 September: Dokumentasi Event No Apologies di SMP Laurensia Alam Sutera - 19 September: Upload Podcast "Sekilas Cerita" Episode 1 - 15 - 21 September: Editing podcast pendek "Sekilas Cerita" episode 3	
8	22 - 28 September	- 23 September: Rapat Koordinasi Mingguan - 26 September: Upload Podcast 22 - 28 September: "Sekilas Cerita" Episode 2 - Editing podcast pendek "Sekilas Cerita" episode 4	
9	29 September - 5 Oktober	- 30 September: Rapat Koordinasi Mingguan - 3 Oktober: Dokumentasi Event	

		No Apologies di SMP Kristen BPK Penabur Bekasi	
10	6 - 12 Oktober	- 7 Oktober: Rapat Koordinasi Mingguan - 6 - 12 Oktober: Edit Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 3 - 10 Oktober Upload Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 2	
11	13 - 19 Oktober	- 14 Oktober: Rapat Koordinasi Mingguan - 15 Oktober: Dokumentasi Event No Apologies Ichthus South Jakarta - 16 Oktober: Edit Recap Event Ichthus South Jakarta - 17 Oktober: Upload Podcast "Sekilas Cerita" Episode 3	
12	20 - 26 Oktober	- 23 Oktober: Dokumentasi Event No Apologies di SMP Sekolah Harapan Bangsa - 21 Oktober: Dokumentasi Event No Apologies di SMA Stella Maris Alam Sutera - 24 Oktober: Upload Podcast "Sekilas Cerita" Episode 4 - 25 Oktober: Dokumentasi Event Marriage Conference di GSKI Rehobot Jakarta.	
12	27 Oktober - 2 November	- 28 Oktober: Rapat Koordinasi Mingguan - 21 Oktober: Upload Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 3 - 27 Oktober - 2 November: Edit Video "Highlights NA"	
13	3 - 9 November	- 4 November: Rapat Koordinasi	

		Mingguan - 3 - 9 November: Edit Video "Highlights NA" - 6 - 7 November: Dokumentasi Event No Apologies SD Stella Maris.	
14	10 - 16 November	- 11 November: Rapat Koordinasi Mingguan - 10 November: Edit Recap Event SD Stella Maris - 13 November: Desain ID Card Focus On the Family Indonesia - 10 - 16 November: Edit Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 4 - 14 November: Upload Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 4	
15	17 - 23 November	- 17 - 23 November: Edit Podcast "Sekilas Cerita" Episode 5 - 21 November: Upload Video "Highlights NA" - 18 - 19 November: Desain Halaman Tutorial Membangun Piramid Balok	
16	24 - 30 November	- 28 November: Upload Podcast "Sekilas Cerita" Episode 5 - 24 - 30 November: Edit Podcast "Keluarga Bercerita" Episode 5	

Tanggal 27 November 2025

Supervisor Perusahaan,



Lampiran 3 Struktur Perusahaan

