

**LAPORAN
PRAKTIK KERJA LAPANGAN**



**PEMBUATAN KONTEN VIDEO UNTUK *BRANDING*
AGENCY JUZZON PRODUCTION
SEBAGAI EVENT ORGANIZER DAN WEDDING PLANNER**

HAFIZ SYAWAL

2207431043

**PROGRAM STUDI TEKNIK MULTIMEDIA DIGITAL
JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER**

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

- 1) Judul : Pembuatan Konten Video Untuk Branding Agency Juzzon Production Sebagai Event Organizer Dan Wedding Planner
- 2) Penyusun
 - a) Nama : Hafiz Syawal
 - b) NIM : 2207431043
- 3) Program Studi : D-IV Teknik Multimedia Digital
- 4) Jurusan : Teknik Informatika dan Komputer
- 5) Waktu Pelaksanaan : 15 Juli 2025 – 15 Januari 2026
- 6) Tempat Pelaksanaan : Juzzon Productions, ITC Permata Hijau C 4 No. 4, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12210

Pembimbing PNJ



Noorlela Marcheta, S.Kom., M.Kom.,

NIP. 199303022019032022

Depok, 9 Desember 2025

Pembimbing Perusahaan


JZ
JUZZON PRODUCTIONS
WEDDING PLANNER

Juzzon Yusuf Wijaya, S.Sn., MBA

Mengesahkan,



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

NIP. 199110042019032024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul *“Pembuatan Konten Video untuk Branding Agency Juzzon Production sebagai Event Organizer dan Wedding Planner”* dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir saya pada semester 7 ini

Laporan ini disusun untuk mendokumentasikan seluruh kegiatan pembuatan konten video selama masa magang penulis di perusahaan Juzzon Production, sebuah agency yang bergerak di bidang event organizer dan wedding planner. Isi laporan mencakup keseluruhan dari proses kerja mulai dari perencanaan konsep konten, pengambilan gambar, proses penyuntingan video, hingga tahap publikasi konten ke media sosial perusahaan sebagai bagian dari strategi *branding* digital. Selain itu, laporan ini juga diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran bagi penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi ke dalam dunia kerja profesional.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Anita Hidayati, S.Kom., M.Kom., selaku Ketua Jurusan Teknik Informatika dan Komputer.
2. Ibu Malisa Huzaifa, S.Kom., M.T., selaku Kepala Program Studi Teknik Multimedia Digital.
3. Ibu Noorlela Marcheta, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing dari Politeknik Negeri Jakarta atas arahan dan bimbingannya selama proses pelaksanaan magang dan penyusunan laporan ini.
4. Bapak Juzzon Yusuf Wijaya, selaku pembimbing industri sekaligus owner Juzzon Production yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, serta banyak ilmu berharga selama kegiatan magang berlangsung.
5. Seluruh tim Juzzon Production yang telah memberikan dukungan dan pengalaman kerja nyata dalam dunia industri kreatif.

6. Keluarga dan sahabat yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan moral kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 28 Oktober 2025

Hafiz Syawal
NIM. 2207431043

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Kegiatan.....	1
1.2 Ruang Lingkup Kegiatan	2
1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	3
1.4 Tujuan dan Kegunaan	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Kegunaan	4
BAB II	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Videografi.....	5
2.2 Penyuntingan Video	5
2.3 <i>Branding</i> dan Identitas Visual	6
2.4 Strategi Komunikasi Visual Melalui Media Sosial	6
2.5 Teknik Pengambilan Gambar (Camera Angle) dalam Videografi	7
2.5.1 Jenis-Jenis Pengambilan Gambar	7
2.6 Metode Pipeline.....	12
2.6.1 Pra–Produksi.....	13
2.6.2 Produksi	13
2.6.3. Pasca–Produksi	14
BAB III.....	15
HASIL PELAKSANAAN MAGANG	15
3.1 Profil DUDI	15

3.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan	15
3.1.2 Struktur Kerja Magang	16
3.2 Uraian Kegiatan Magang	17
3.2.1 Tugas Harian.....	18
3.2.2 Proyek pernikahan	18
3.3 Pembahasan Hasil Magang	19
3.3.1 Tahap Pra-Produksi.....	19
3.3.2 Tahap Produksi	38
3.3.3 Tahap Pasca-Produksi.....	62
Karakteristik Grading yang Diterapkan.....	64
3.4 Identifikasi Kendala yang Dihadapi	70
3.4.1 Kendala Pelaksanaan Tugas.....	70
3.4.2 Cara Mengatasi Kendala	70
3.5 Pengujian.....	71
3.5.1 Pemahaman <i>Branding</i>	72
3.5.2 Visual dan Teknik Video	73
3.5.3 <i>Storytelling</i> dan Pesan.....	74
3.5.4. Dampak <i>Branding</i>	74
BAB IV	77
PENUTUP.....	77
4.1 Kesimpulan	77
4.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Konsep Video pernikahan of Mazaya & Henry	20
Tabel 3.2 Konsep Video pernikahan of Seanny & Sergio	23
Tabel 3.3 Konsep Video Sangjit of Josephine & Eric	26
Tabel 3.4 Konsep Video the Wedding of Josephine & Eric	29
Tabel 3.5 Konsep Video the Wedding of Kimberly & Joshua	31
Tabel 3.6 Konsep Video the Wedding of Celline & Varly	34
Tabel 3.7 Teknik Pengambil Gambar Bride & Groom Preparation.....	39
Tabel 3.8 Teknik Pengambilan Gambar Beauty Shoot Pagi.....	41
Tabel 3.9 Teknik Pengambilan Gambar Prosesi Adat Tionghoa.....	43
Tabel 3.10 Teknik Pengambilan Gambar Prosesi akad atau Pemberkatan.....	45
Tabel 3.11 Teknik Pengambilan Gambar Beauty Shoot Sore.....	47
Tabel 3.12 Teknik Pengambilan Gambar Detail Dekor.....	49
Tabel 3.13 Teknik Pengambilan Gambar RESEPSI.....	51
Tabel 3.14 Teknik Pengambilan Gambar Detail Dekor.....	58
Tabel 3.15 Daftar backsound yang digunakan untuk setiap wedding.....	68
Tabel 3.16 Pengujian Pemahaman Branding	72
Tabel 3.17 Pengujian Visual dan Teknik Video	73
Tabel 3.18 Pengujian Storytelling dan Pesan.....	74
Tabel 3.19 Pengujian Dampak Branding	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Juzzon Production.....	15
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Juzzon Production	16
Gambar 3.3 Struktur Kerja Magang.....	17
Gambar 3.4 Technical Meeting.....	36
Gambar 3.5 Proses Penyuntingan Video BTS Highlight.....	63
Gambar 3.6 Proses penyuntingan video Highlight MC	63
Gambar 3.7 Before Color Grading.....	65
Gambar 3.8 After Color Grading	65
Gambar 3.9 Basic Adjustment	66
Gambar 3.10 HSL	66
Gambar 3.11 Curves.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Diterima PKL	82
Lampiran 2 Log Book Kegiatan PKL	83
Lampiran 3 Pengujian Melalui Gform	90
Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan PKL	93
Lampiran 5 Hasil Edited Video.....	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kegiatan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi, termasuk dalam konteks pemasaran jasa kreatif. Saat ini, konten visual khususnya video menjadi format yang paling efektif dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi di media sosial. Video memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan secara lebih dinamis, emosional, dan mudah diingat dibandingkan teks atau foto statis. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa konten video memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas pemasaran digital dan dapat meningkatkan daya tarik serta visibilitas suatu brand di ruang digital (Saputra et al., 2024).

Di industri jasa, khususnya wedding organizer dan event planner, kebutuhan akan konten visual yang kuat semakin penting mengingat tingginya tingkat persaingan serta tingginya ekspektasi klien terhadap kualitas pelayanan. Wedding organizer tidak hanya dituntut untuk menjalankan acara secara profesional, tetapi juga mampu menampilkan citra tersebut secara konsisten melalui media sosial. Konten video dianggap mampu memperkuat image perusahaan, meningkatkan *brand awareness*, dan membangun kepercayaan calon klien melalui penyajian momen acara, ekspresi pengantin, detail dekorasi, serta profesionalisme tim di balik layar (Indriati, 2023).

Juzzon Production sebagai perusahaan yang bergerak di bidang event organizer dan wedding planner juga menghadapi tantangan yang sama. Meskipun perusahaan telah berpengalaman dalam menangani berbagai acara besar, kebutuhan untuk membangun citra digital yang kuat tetap menjadi prioritas agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Strategi *branding* digital memerlukan konten yang kreatif, konsisten, serta mampu mewakili nilai profesionalisme

perusahaan. Seperti dijelaskan oleh Setiawan et al. (2024), kreativitas konten dan frekuensi publikasi berpengaruh langsung terhadap persepsi dan minat audiens, sehingga keberhasilan strategi media sosial sangat bergantung pada kualitas konten visual yang diproduksi.

Dalam konteks ini, pembuatan konten video di Juzzon Production tidak berfungsi sebagai layanan video untuk klien secara personal, melainkan sebagai media promosi internal perusahaan. Konten tersebut menampilkan suasana kerja, proses kreatif, kegiatan tim saat menangani acara, serta momen-momen istimewa yang hanya dapat ditangkap melalui videografi. Pendekatan ini sejalan dengan temuan penelitian Afirudin & Mawardi (2025) yang menyatakan bahwa konten digital berperan penting dalam membangun citra profesional dan meningkatkan engagement audiens terhadap layanan jasa.

Melalui kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, penulis terlibat langsung dalam serangkaian proses produksi konten mulai dari perencanaan konsep konten, pengambilan gambar di lokasi acara, hingga proses penyuntingan video. Video diproduksi sebagai materi unggahan di media sosial perusahaan, khususnya Instagram. Kegiatan ini tidak hanya mendukung strategi *branding* Juzzon Production, tetapi juga memberikan pengalaman praktis bagi penulis dalam bidang videografi, *storytelling*, manajemen produksi konten, dan pengembangan kreativitas visual. Dengan demikian, kegiatan magang ini menjadi solusi langsung atas kebutuhan perusahaan dalam memperkuat citra digital sekaligus menjadi sarana pembelajaran yang relevan dengan bidang kompetensi penulis.

1.2 Ruang Lingkup Kegiatan

Magang dilaksanakan di perusahaan Juzzon Production, sebuah agency yang bergerak di bidang event organizer dan wedding planner. Pada praktiknya, penulis ditempatkan pada tim kreatif dengan fokus utama dalam proses perencanaan, pengambilan gambar, dan pengeditan video untuk kebutuhan *branding* perusahaan di media sosial. Ruang lingkup kegiatan mencakup seluruh tahapan kerja yang berkaitan dengan produksi konten video promosi internal perusahaan. Adapun rincian ruang lingkup kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Merancang konsep dan rencana produksi (*content planning*) untuk setiap event yang akan dijadikan konten
- b. Melakukan proses pengambilan video (pengambilan gambar) di lokasi acara menggunakan perangkat kamera dan juga handphone Serta melakukan proses perekaman audio pada saat kegiatan acara berlangsung dengan menggunakan laptop dan juga kabel RCA yang disambungkan ke alat *audio mixer* untuk mendapatkan file audio untuk keperluan penyuntingan konten
- c. Melakukan proses penyuntingan (*editing*) video menggunakan perangkat lunak *Capcut*, mencakup pemilihan *color grading*, penyesuaian warna, penyusunan musik serta audio, serta penambahan elemen grafis untuk memperkuat pesan visual.
- d. Melakukan evaluasi hasil video bersama tim kreatif untuk memastikan kesesuaian dengan identitas brand dan standar kualitas perusahaan sebelum konten dipublikasikan di media sosial resmi Juzzon Production.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

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

- a. Nama Perusahaan : Juzzon Production
- b. Waktu Pelaksanaan : 15 Juli 2025 – 15 Januari 2026
- c. Tempat Pelaksanaan : Dilaksanakan secara *hybrid*, dengan sistem *Work From Home (WFH)* dan *Work From Cafe (WFC)*. Pertemuan luring dilakukan di beberapa kafe di kawasan Greenlake City, Kembangan, Jakarta Barat.
- d. Alamat Perusahaan : Permata Hijau C 4 No. 4, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12210

1.4 Tujuan dan Kegunaan

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari kegiatan Praktik Kerja Lapang (PKL) ini adalah untuk menerapkan pengetahuan serta keterampilan yang telah didapat selama masa studi ke dalam praktik kerja nyata, khususnya dalam bidang videografi dan produksi konten kreatif. Kegiatan ini juga bertujuan untuk menghasilkan konten video yang sesuai dengan kebutuhan *branding* perusahaan, mendukung strategi promosi melalui media sosial, serta memberikan pengalaman bagi penulis dalam memahami alur kerja profesional di industri kreatif mulai dari perencanaan konsep, pengambilan gambar, hingga proses penyuntingan video.

1.4.2 Kegunaan

Kegunaan dari kegiatan ini adalah memberikan kontribusi nyata kepada lingkungan kerja yaitu Juzzon Production melalui pembuatan konten video yang menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas perusahaan, sehingga dapat memperkuat citra profesional Juzzon Production sebagai wedding organizer di mata publik. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran praktis bagi penulis untuk mengasah kompetensi di bidang videografi, penyuntingan, dan manajemen konten *branding* dalam lingkungan kerja nyata.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Videografi

Videografi merupakan kegiatan merekam gambar bergerak untuk menyampaikan sebuah pesan, emosi, dan informasi secara visual. Videografi tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi dalam konteks industri kreatif, tetapi dapat digunakan juga sebagai media promosi untuk membangun citra yang bersifat positif untuk sebuah brand. Menurut Iskandar dan Siregar (2020), videografi memiliki peran penting dalam menciptakan visual yang memiliki daya tarik dan mampu mempengaruhi persepsi audiens terhadap sebuah produk atau layanan. Kualitas visual, komposisi, pencahayaan, dan pengambilan sudut gambar menjadi aspek utama dalam menciptakan karya yang komunikatif serta menarik.

dalam dunia event organizer serta wedding planner, teknik videografi digunakan untuk menampilkan suasana acara, kreativitas tim, serta bagaimana penyelenggara acara dapat menjalankan acara dengan profesional. Video yang dikemas dengan estetik dapat menjadi alat promosi yang efektif untuk mendapatkan kepercayaan dari calon klien. Menurut Harahap dan Ramadhan (2021), video promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa berbasis acara atau pernikahan karena penggunaan video promosi memberikan pengalaman visual yang lebih kuat dibandingkan media seperti foto atau teks.

2.2 Penyuntingan Video

Penyuntingan video merupakan proses penyusunan dan pengolahan gambar bergerak yang telah direkam menjadi satu kesatuan narasi yang utuh dan menarik. Melalui proses ini, editor video menentukan bagaimana ritme, emosi, dan pesan akan disampaikan kepada penonton. Menurut Syafrudin dan Rachman (2022), proses penyuntingan video memiliki peran penting untuk menciptakan

kesinambungan visual agar video yang dibuat terasa mengalir secara logis, natural, dan tidak membingungkan penonton.

Dalam konteks *branding* digital, penyuntingan dilakukan untuk menyesuaikan gaya visual yang akan digunakan agar sesuai dengan citra perusahaan yang sudah ada atau sedang dibangun agar agar hasil video yang dibuat tetap konsisten. Pemilihan materi, musik, warna, serta transisi visual menjadi faktor yang mempengaruhi kesan profesional dan estetika pada video. Hasil penelitian Lestari dan Andriani (2023) menunjukkan bahwa penyuntingan video yang baik akan meningkatkan efektivitas pesan promosi yang ingin disampaikan serta memperkuat citra perusahaan di mata audiens.

2.3 *Branding* dan Identitas Visual

Branding merupakan usaha untuk membangun citra, kepercayaan, dan persepsi publik terhadap suatu entitas, baik untuk sebuah perusahaan, produk, maupun jasa. Menurut Wulandari (2021), *branding* digunakan untuk menciptakan diferensiasi serta membangun loyalitas konsumen melalui penyampaian nilai dan pengalaman yang konsisten. Identitas visual, seperti logo, warna, tipografi, dan gaya desain, menjadi elemen penting dalam mendukung strategi *branding*.

Dalam industri wedding planner, identitas visual yang kuat mampu menampilkan karakteristik dan profesionalitas perusahaan. *Branding* melalui konten video dapat menonjolkan nilai-nilai estetika, kreativitas, serta kualitas pelayanan. Hal ini sejalan dengan penelitian Putri dan Azzahra (2023) yang menegaskan bahwa konsistensi visual dalam media digital berperan penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan daya tarik calon pelanggan.

2.4 Strategi Komunikasi Visual Melalui Media Sosial

Media sosial kini menjadi sarana utama dalam strategi komunikasi dan promosi bagi berbagai jenis usaha, termasuk event organizer dan wedding planner. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan perusahaan menampilkan portofolio dan konten video yang mencerminkan keunggulan layanan

mereka. Menurut Rachmawati (2022), strategi komunikasi visual di media sosial harus memperhatikan aspek estetika, narasi, dan kedekatan emosional agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Hasil penelitian Hartanti et al. (2022) serta Hilmiyati dan Nurfebiaraning (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara konsisten dengan pendekatan visual yang menarik dapat memperkuat citra perusahaan, meningkatkan keterlibatan audiens (*engagement*), serta memperluas jangkauan promosi. Dengan demikian, media sosial berperan penting sebagai alat komunikasi dua arah yang mendukung *branding* digital Juzzon Production.

2.5 Teknik Pengambilan Gambar

Teknik pengambilan gambar merupakan elemen penting dalam videografi karena menentukan cara audiens menerima pesan visual. Pemilihan angle yang tepat membantu membangun emosi, memperkuat *storytelling*, serta meningkatkan kualitas estetika video, khususnya pada produksi video pernikahan yang menekankan aspek keindahan dan nilai emosional.

2.5.1 Jenis-Jenis Pengambilan Gambar

1. Close-Up (CU)

Close-up adalah teknik pengambilan gambar yang memfokuskan pada bagian tertentu dari subjek, terutama wajah atau detail kecil seperti tangan, perhiasan, atau elemen dekoratif. Menurut Fadillah & Surahman (2020), close-up menjadi alat penting dalam *storytelling* visual karena mampu memperlihatkan ekspresi halus dan detail mikro yang tidak dapat ditangkap oleh shot yang lebih lebar. Penggunaan close-up juga mengarahkan perhatian audiens secara langsung pada elemen yang ingin disorot, sehingga menciptakan fokus yang kuat.

Dalam videografi pernikahan, close-up membantu menonjolkan elemen-elemen penting seperti makeup pengantin, bulu mata, detail dress, cincin, hingga tekstur bunga. Teknik ini menciptakan kesan intim, elegan, dan personal karena penonton dapat melihat momen dalam jarak dekat

seolah ikut berada di dalam prosesnya. Close-up juga memperkuat kesan premium karena detail kecil menjadi terlihat lebih rapi, halus, dan artistik.

2. Medium Shot (MS)

Medium shot menampilkan subjek dari pinggang hingga kepala, memberikan keseimbangan antara detail ekspresi dan konteks lingkungan. Menurut Siregar (2021), medium shot digunakan untuk memperlihatkan bahasa tubuh sekaligus menjaga fokus pada karakter, sehingga cocok untuk adegan percakapan atau interaksi. Shot ini menggabungkan elemen ekspresi wajah dan gesture tubuh dengan proporsi yang ideal, sehingga penonton tetap dapat memahami emosi maupun aktivitas yang sedang berlangsung.

Dalam konteks videografi pernikahan, medium shot digunakan ketika crew sedang bekerja, ketika pengantin berinteraksi dengan keluarga, atau ketika MC memandu acara. Medium shot memperlihatkan profesionalitas dan dinamika kerja tim tanpa kehilangan fokus pada subjek utama. Pengambilan gambar ini juga memberikan kesan natural dan dokumentatif, sangat cocok untuk momen-momen yang berlangsung cepat dan membutuhkan framing stabil.

3. Medium Close-Up

Medium close-up berada di antara close-up dan medium shot, biasanya mengambil bagian dari dada hingga kepala. Menurut Kusuma & Lestari (2022), Medium Close-Up sering digunakan untuk menyampaikan emosi dengan lebih dekat namun tetap mempertahankan sedikit konteks visual di sekitar subjek. Teknik ini efektif untuk menampilkan ekspresi wajah yang lebih intens tanpa memberikan kesan terlalu dekat.

Pada video pernikahan, Medium Close-Up sering digunakan saat bride atau groom berpose, ketika keluarga memberikan dukungan, atau saat momen sentimental terjadi. Shot ini memberikan keseimbangan ideal: ekspresi terlihat jelas, namun dress, jas, atau latar tetap tersampaikan. Medium Close-Up juga digunakan pada sesi beauty morning shoot untuk menunjukkan ketenangan, keanggunan, dan kelembutan ekspresi pengantin sebelum acara dimulai.

4. Full Body Shot

Full body shot atau long shot menampilkan subjek dari kepala hingga kaki, memberikan gambaran lengkap mengenai posisi tubuh, pakaian, dan hubungan subjek dengan ruang. Menurut Prasetyo (2021), Full Body Shot sering digunakan untuk memperlihatkan komposisi ruang yang luas atau menampilkan adegan yang melibatkan pergerakan tubuh secara utuh. Pengambilan gambar ini memberikan konteks visual yang kuat karena penonton dapat melihat interaksi antara subjek dan lingkungan.

Dalam video pernikahan, Full Body Shot berperan penting dalam menampilkan gaun pengantin secara keseluruhan, *capturing entrance* pengantin, serta merekam prosesi adat atau pemberkatan secara utuh. Full body shot juga memperlihatkan kemegahan venue, dekorasi, dan *ambience* acara, sehingga memberikan kesan mewah dan elegan. Shot ini sering menjadi pembuka atau penutup adegan karena memberikan skala visual yang besar.

5. Wide Shot

Wide shot adalah pengambilan gambar yang menampilkan area luas dan lingkungan sekitar subjek. Teknik ini umum digunakan untuk establishing shot atau untuk memperkuat konteks ruang dalam video. Anwar (2023) menjelaskan bahwa wide shot memberikan gambaran keseluruhan adegan sehingga penonton memahami lokasi, suasana, dan skala kejadian.

Dalam videografi wedding, Wide Shot digunakan untuk menampilkan ballroom, panggung, dekorasi besar seperti gate bunga, lampu gantung, hingga meja tamu. Wide shot memberikan kesan megah dan memperlihatkan kemewahan dekorasi secara keseluruhan, sehingga menegaskan kualitas event. Shot ini sangat penting untuk memperlihatkan karya vendor, menciptakan *ambience visual*, serta memberikan transisi antar segmen video.

6. Detail Shot / Cutaway

Detail shot atau cutaway adalah pengambilan gambar pada objek kecil yang menjadi elemen pendukung, seperti cincin, sepatu, parfum, veil, hingga dekorasi kecil. Lestari (2020) menjelaskan bahwa cutaway berfungsi sebagai *color grading* tambahan yang meningkatkan estetika sekaligus memperkaya *storytelling*. Shot ini biasanya berfokus pada tekstur, bentuk, atau objek simbolik.

Dalam videografi pernikahan, detail shot digunakan untuk menggambarkan nuansa elegan dan mewah, menambahkan variasi visual, serta sebagai transisi halus dalam proses penyuntingan. Detail kecil—cincin, undangan, kain gaun—menjadi elemen penting karena menyampaikan tema pernikahan, palet warna, dan estetika yang dipilih pengantin. Detail shot juga memperkuat kesan personal dan romantis.

7. Low Angle

Low angle adalah teknik pengambilan gambar dari posisi lebih rendah, mengarah ke atas. Menurut Putra & Handayani (2021), angle ini digunakan untuk menciptakan kesan dramatis, dominan, sakral, atau superior pada subjek. Low angle memberikan proporsi tubuh yang lebih panjang, sehingga subjek terlihat lebih kuat dan berwibawa.

Dalam prosesi adat pernikahan, low angle digunakan pada momen simbolik untuk menekankan nilai budaya dan keagungan ritual. Pada pemberkatan atau akad, angle ini memberi kesan sakral dan emosional. Pada video MC atau pengantin berjalan, low angle memperindah proporsi tubuh, menjadikan visualnya lebih sinematik dan premium. Teknik ini juga efektif untuk adegan transisi komedik atau dramatis.

8. High Angle

High angle adalah teknik pengambilan gambar dari posisi yang lebih tinggi, mengarah ke bawah. Menurut Dwiyanto (2023), angle ini digunakan untuk memperlihatkan pola, komposisi ruang, dan dinamika kerumunan.

High angle memberikan perspektif menyeluruh sehingga memudahkan penonton memahami skala adegan.

Dalam wedding, high angle sangat efektif untuk menonjolkan grand staircase, dekorasi mewah, dan kerumunan tamu dari perspektif bird-eye. Teknik ini menciptakan kesan elegan dan sinematik, terutama jika venue memiliki arsitektur megah. High angle juga digunakan untuk memperindah movement bride saat berjalan dari atas tangga, memberikan visual yang berkelas dan artistik.

9. Eye Level Angle

Eye level adalah angle yang sejajar dengan mata subjek sehingga tampak natural. Hidayat (2020) menjelaskan bahwa teknik ini memberikan kesan netral dan realistis karena sesuai dengan perspektif manusia pada umumnya. Angle ini tidak memberikan efek dramatis khusus, sehingga cocok untuk dokumentasi yang bersifat natural.

Dalam videografi pernikahan, eye level sering digunakan untuk momen interaksi crew dengan pengantin, prosesi makan onde atau misua, serta dokumentasi harian. Shot ini memperlihatkan situasi apa adanya tanpa manipulasi perspektif, sehingga hasilnya jujur dan mudah diikuti oleh penonton.

10. Over-Shoulder Shot

Over-shoulder shot mengambil sudut dari belakang bahu subjek, dengan objek utama berada di depan. Menurut Lestari & Pratama (2022), Over-Shoulder Shot digunakan untuk menggambarkan perspektif karakter dan meningkatkan kedekatan emosional dengan sudut pandang tertentu. Angle ini sering dipakai dalam dialog, reaksi emosional, atau adegan penting yang memerlukan fokus pada apa yang dilihat oleh karakter.

Dalam wedding, Over-Shoulder Shot dapat digunakan ketika pengantin pria melihat pengantin wanita masuk ke altar, memperlihatkan sudut pandang yang sangat emosional dan personal. Teknik ini memberi *depth visual* dan memperkuat *storytelling* karena penonton seolah melihat

momen dari mata karakter sendiri. Shot ini sangat powerful untuk adegan sentimental.

11. Tracking Shot

Tracking shot adalah teknik di mana kamera bergerak mengikuti subjek. Menurut Saputra (2021), tracking shot menciptakan kesan dinamis, energik, dan immersif karena kamera bergerak secara sinkron dengan objek yang direkam. Teknik ini umum digunakan dalam adegan aksi atau ketika ingin menunjukkan pergerakan natural.

Dalam videografi pernikahan, tracking shot digunakan saat bride berlari kecil di lorong, ketika MC berjalan menuju venue, atau saat after party. Shot ini menciptakan kesan hidup, spontan, dan cinematic, menjadikan video lebih bervariasi dan engaging. Pada video MC Juzzon, tracking shot memperkuat konsep komedi, urgency, atau keseruan suasana.

2.6 Metode Pipeline

Metode Pipeline merupakan kerangka kerja yang fundamental dalam industri film, videografi, periklanan, dan produksi multimedia modern. Ketiga tahapan ini membentuk alur kerja yang sistematis untuk memastikan proses pembuatan konten berjalan terencana, terstruktur, dan menghasilkan output visual yang efektif serta sesuai tujuan komunikasi. metode ini dikaitkan dengan tiga tahapan utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang masing-masing berfokus pada kegiatan perencanaan, eksekusi, dan penyelesaian karya multimedia.

Menurut Nugroho & Rachmawati (2020), pengerjaan proyek dengan menggunakan alur pra-produksi hingga pasca-produksi diperlukan sebagai kerangka industri kreatif karena setiap tahapan memiliki peran krusial dalam menentukan kualitas akhir sebuah karya. Pernyataan tersebut didukung oleh Wibowo (2021) yang menjelaskan bahwa kesalahan dalam salah satu tahap dapat berdampak pada efektivitas *storytelling* visual dan konsistensi brand.

Secara umum, metode ini terdiri atas tiga tahap:

2.6.1 Pra-Produksi

Pra-produksi adalah tahap perencanaan awal yang mencakup seluruh persiapan sebelum pengambilan gambar dilakukan. Pada tahap ini ditetapkan konsep, gaya visual, kebutuhan teknis, serta alur proses produksi. Menurut Putra & Susanto (2021), pra-produksi berfungsi sebagai proses penentuan visi kreatif sekaligus pengendalian risiko produksi melalui persiapan yang matang.

Tahapan pra-produksi meliputi:

- a. Penentuan ide dan tujuan video
- b. Diskusi konsep visual
- c. Riset venue dan analisis teknis
- d. Penyusunan kebutuhan pengambilan gambar
- e. Penyiapan alat dan pembagian peran tim

Tahap ini menjadi fondasi pada proses produksi yang akan dilakukan karena menentukan arah keseluruhan konten.

2.6.2 Produksi

Produksi merupakan tahap eksekusi saat pengambilan gambar atau video berlangsung. Pada tahap ini seluruh perencanaan yang dipersiapkan pada saat pra-produksi diimplementasikan menjadi material video nyata. Menurut Anjani & Djajadi (2022), produksi membutuhkan kemampuan teknis dan adaptasi yang cepat tangkas karena kondisi lapangan sering berubah dan banyak momen tidak dapat diulang yang berlangsung dengan cepat, terutama dalam konteks event.

Hal-hal yang termasuk di dalam tahap produksi:

- a. Pengambilan *color grading* utama
- b. Pengambilan audio

- c. Dokumentasi aktivitas crew
- d. Adaptasi terhadap kondisi venue dan perubahan rundown

2.6.3. Pasca-Produksi

Pasca-produksi adalah proses pengolahan seluruh material yang telah dibuat pada proses produksi menjadi video final yang siap dipublikasikan. Tahap ini mencakup penyuntingan, color grading, *mixing audio*, hingga finalisasi hasil.

Menurut Setiawan (2020), pasca-produksi adalah tahap interpretasi kreatif yang menyatukan alur visual, ritme, musik, dan warna untuk menciptakan pengalaman audiovisual yang menarik.

Tahapan pasca-produksi meliputi:

- a. Penyortiran *color grading*
- b. Penyuntingan (cutting, penyusunan alur, ritme)
- c. Pemilihan *background*
- d. Color grading (penyelarasan tone visual)
- e. Penambahan teks dan elemen grafis
- f. Revisi bersama klien/mentor
- g. Finalisasi dan *rendering*

BAB III

HASIL PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Profil DUDI

3.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan

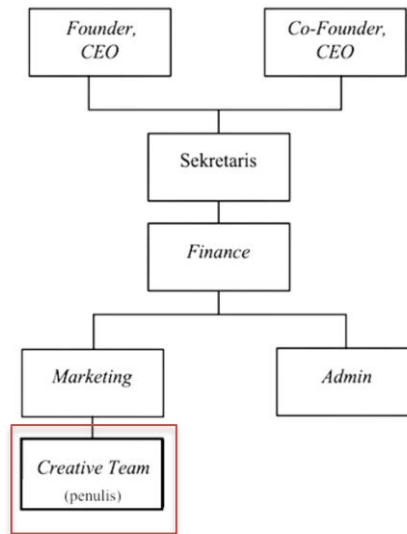


Gambar 3.1 Logo Juzzon Production

Sumber : Juzzon Production (2025)

Juzzon Production merupakan sebuah agency yang bergerak di bidang *event organizer* dan *wedding planner*, dengan fokus pada perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan acara pernikahan. Dalam mendukung operasional perusahaan, Juzzon Production memiliki struktur organisasi yang terdiri atas beberapa divisi dengan peran masing-masing.

Struktur organisasi perusahaan yang berhubungan langsung dengan kegiatan magang ditunjukkan pada bagan berikut:



Gambar 3.2 Struktur Organisasi Juzzon Production

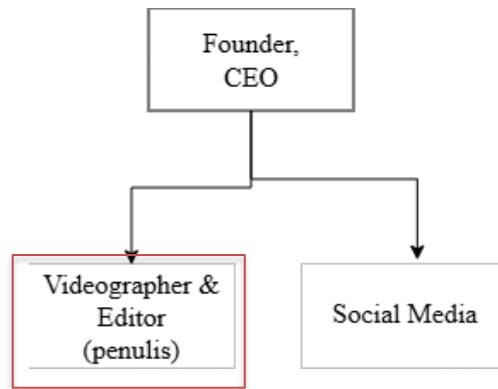
Sumber : Juzzon Production (2025)

Pada struktur tersebut, divisi Marketing menaungi Creative Team, yang bertugas untuk memproduksi seluruh konten visual, termasuk video pernikahan, video MC, dan konten digital lainnya untuk media sosial perusahaan. Posisi peserta magang berada pada Creative Team sebagai bagian dari proses produksi konten digital perusahaan.

3.1.2 Struktur Kerja Magang

Dalam pelaksanaan magang, alur kerja berada langsung berada di bawah Founder/CEO yang sekaligus menjadi mentor utama. Hal ini dilakukan karena proses produksi konten memerlukan penyesuaian cepat terhadap kebutuhan *branding* dan gaya visual yang menjadi ciri khas perusahaan.

Struktur kerja magang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.3 Struktur Kerja Magang

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Penjelasan alur kerja:

1. Founder/CEO sebagai pengarah konsep

Founder bertanggung jawab dalam memberikan arahan kreatif terkait gaya visual, konsep konten, transisi video, dan standar kualitas konten yang harus dicapai.

2. Briefing dilakukan secara langsung (verbal)

Semua instruksi, revisi, dan ide konsep disampaikan secara langsung tanpa perantara divisi lain. Komunikasi dilakukan secara verbal, baik ketika pertemuan luring di area Greenlake Kembangan maupun melalui komunikasi daring.

3. Implementasi oleh intern

Peserta magang bertugas mewujudkan seluruh arahan yang diberikan, mulai dari proses persiapan, pengambilan gambar wedding, penyuntingan video highlight pernikahan, penyuntingan *highlight* MC, penyusunan konsep konten harian, hingga perbaikan revisi berulang.

4. Evaluasi langsung oleh mentor

Setiap hasil video dievaluasi langsung oleh Founder/CEO sehingga proses revisi dapat berlangsung cepat dan responsif.

3.2 Uraian Kegiatan Magang

Selama menjalani kegiatan magang di Juzzon Production, seluruh aktivitas yang dilakukan penulis berfokus pada proses pembuatan konten video untuk mendukung kebutuhan *branding* perusahaan. Secara umum, kegiatan magang terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu tugas harian dan proyek pernikahan.

3.2.1 Tugas Harian

Tugas harian bersifat rutin dan berkaitan langsung dengan kebutuhan konten digital perusahaan, meliputi:

1. Perencanaan Konsep Konten

Penulis berperan dalam menyusun ide awal konten, melakukan diskusi konsep dengan mentor, serta membantu menentukan gaya visual dan *storytelling* yang relevan dengan identitas brand Juzzon Production sebagai event organizer dan wedding planner.

2. Pembuatan Konten Sosial Media

Pada bulan November, penulis membantu penyusunan kalender konten harian untuk akun Instagram perusahaan. Kegiatan mencakup brainstorming ide video, menentukan durasi, merancang alur konten, hingga memproduksi beberapa video yang dipublikasikan.

3. Penyuntingan Konten Tambahan

Selain proyek pernikahan, penulis juga mengerjakan berbagai video internal seperti video hotel review dan video staycation. Pengerjaan meliputi penyusunan naskah voice-over, penyuntingan video di CapCut, serta penyesuaian revisi sesuai arahan mentor.

3.2.2 Proyek pernikahan

Proyek pernikahan merupakan fokus utama selama magang. Penulis terlibat langsung dalam:

1. Pengambilan Gambar di Hari Acara

Meliputi pengambilan *color grading* detail dekorasi, prosesi adat, momen utama bride & groom, serta adegan khusus untuk kebutuhan video highlight pernikahan dan highlight MC.

2. Pengelolaan dan Pemilihan *Color grading*

Setelah acara, penulis melakukan seleksi materi video untuk memastikan seluruh momen penting yang mendukung citra profesional perusahaan dapat ditampilkan

3. Penyuntingan Video pernikahan

Setiap proyek pernikahan menghasilkan dua konten utama, yaitu video highlight pernikahan dan video highlight MC. Proses penyuntingan dilakukan menggunakan CapCut dengan batas durasi maksimal 90 detik, penyesuaian warna yang konsisten, serta pemilihan musik yang sesuai arahan mentor.

4. Kolaborasi dan Revisi

Hasil penyuntingan dikonsultasikan kepada mentor untuk mendapatkan umpan balik. Revisi dilakukan secara bertahap hingga video dinyatakan final dan layak dipublikasikan pada akun resmi perusahaan.

Untuk dokumentasi lebih lengkap terkait hasil pekerjaan selama magang, daftar proyek, serta contoh konten yang diproduksi, dapat dilihat pada Lampiran 1.

3.3 Pembahasan Hasil Magang

Bagian ini menjelaskan proses produksi per proyek pernikahan, mencakup diskusi pra-produksi, pengambilan gambar, penyuntingan, revisi, serta konsep pembuka video highlight MC yang dibahas langsung bersama mentor.

3.3.1 Tahap Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan fondasi utama dari keseluruhan rangkaian pelaksanaan proyek pernikahan di Juzzon Production. Seluruh proses persiapan dilakukan secara langsung di bawah arahan Founder/CEO yang juga berperan sebagai mentor dan talent utama (*Master of Ceremony*) dalam setiap wedding. Karena struktur kerja perusahaan bersifat ringkas, alur koordinasi berlangsung cepat dan efektif, di mana setiap arahan kreatif

diberikan secara langsung dari CEO kepada penulis selaku intern pada divisi Creative Team.

Pada tahap ini, kegiatan utama meliputi diskusi konsep, pemahaman karakter klien, pemilihan gaya visual, pengembangan ide transisi untuk video highlight MC, dan persiapan teknis sebelum hari pelaksanaan. Diskusi pra-produksi dilakukan secara informal namun intens, biasanya melalui percakapan langsung di kantor maupun saat perjalanan menuju lokasi event. Walaupun tidak pernah dibuat dalam bentuk storyboard tertulis, seluruh ide dikerjakan berdasarkan *brief verbal* yang cukup detail dan harus diterjemahkan ke dalam bentuk visual oleh editor.

a. Diskusi Konsep Video

1. Wedding of Mazaya & Henry

Tabel 3.1 Konsep Video pernikahan of Mazaya & Henry

Aspek	Keterangan
Venue	Grand Ballroom, Four Seasons Jakarta
Tema Visual	Glamour luxury, menonjolkan tamu VIP, dekor mewah, dan identitas high-class event
Konsep Video Video highlight pernikahan	Video dibuat untuk menonjolkan kemewahan acara. Fokus pada: 1. dekorasi Four Seasons dan ornamen Dayak 2. tamu penting yang hadir (pejabat, menteri, Polri, artis) 3. penampilan spesial Bunga Citra Lestari, KLa Project, dan Ayalaz Band 4. keindahan pasangan: bride berdarah Dayak dan groom blasteran Swiss.

Aspek	Keterangan
	Disusun secara cinematic dengan pacing elegan dan detail shot glam.
Output Video	1. Teaser 2. Video BTS pernikahan Full Day 3. Highlight MC 4. MC Moment Core (kompilasi interaksi dengan selebriti)
Konsep Opening MC	Transisi “berpindah tempat” menggunakan green screen di HP lalu muncul di ballroom. Memberikan kesan glamour, playful, dan dramatis.
Scene yang Wajib Direkam	1. Interaksi crew dengan pasangan 2. Para tamu VIP 3. Momen show artis 4. Detail dekor Dayak 5. Momen komedi MC bersama Melaney
Refrensi	Desain ukiran dayak dan venue ballroom

Aspek	Keterangan
	 suzanneproductions • Follow Four Seasons Hotel Jakarta from The Wedding of Jessica & Nico Wener: @suzanneproductions @suzanneproductions100 Photo & Video: @suzanneproductions @suzanneproductions100 Decorations: @suzanneproductions Lighting: @suzanneproductions Groom: @suzanneproductions Bride: @suzanneproductions Groom's attendants: @suzanneproductions Hand bouquet: @suzanneproductions Cake: @suzanneproductions MUA: @suzanneproductions Invitations: @suzanneproductions Seating: @suzanneproductions Suits: @suzanneproductions Photobooth: @suzanneproductions DJ: @suzanneproductions Entertainment: @suzanneproductions Wedding Planner & Organizer: @suzanneproductions @suzanneproductions100 #WeddingPlanner #WeddingOrganizer Liked by suzanne.sta and others November 2, 2023 Add a comment...  MC Melaney Ricardo  Performance BCL

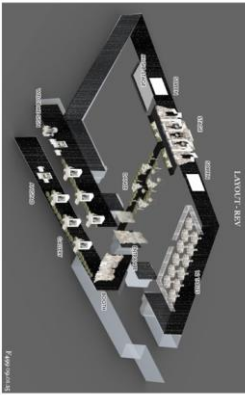
Aspek	Keterangan
	

2. Wedding of Seanny & Sergio

Tabel 3.2 Konsep Video pernikahan of Seanny & Sergio

Aspek	Keterangan
Venue	Grand Ballroom, The Westin Jakarta Gereja Kristus Yesus Mangga Besar Jakarta
Tema Visual	Modern glamour dengan nuansa putih & lighting warm
Konsep Video Video highlight pernikahan	1. Fokus pada kemewahan ballroom dan dekor putih elegan. Karena ini wedding Protestan Chinese, penulis diwanti-wanti agar prosesi adat Chinese tidak ada yang terlewat. 2. Ada elemen unik yaitu lomba 17-an, sehingga <i>highlight</i> dibuat lebih seru dan fun. Shot diperbanyak untuk keluarga, permainan, dan suasana hangat.
Output Video	1. Video BTS pernikahan Full Day

Aspek	Keterangan
	2. Highlight MC 3. “From this to this” (video kegiatan 17an) Konsep Opening MC Konsep awal: MC tampil di area seperti toilet dengan outfit santai lalu transisi berganti dengan pakaian formal lalu muncul di ballroom. Namun karena lighting ruang awal terlalu gelap, konsep diganti spontan dihari yang sama: MC berjalan menemani bride & groom masuk after-party area, lalu transisi ke ballroom menuju backdrop. Hal yang wajib ditonjolkan 1. Dekor putih modern 2. Prosesi adat Chinese (penting) 3. Lomba 17-an (keunikan acara) 4. Momen natural bride–groom yang hangat
Konsep Opening MC	Konsep awal: MC tampil di area seperti toilet dengan outfit santai lalu transisi berganti dengan pakaian formal lalu muncul di ballroom. Namun karena lighting ruang awal terlalu gelap, konsep diganti spontan dihari

Aspek	Keterangan
	yang sama: MC berjalan menemani bride & groom masuk after-party area, lalu transisi ke ballroom menuju backdrop.
Hal yang wajib ditonjolkan	1. Dekor putih modern 2. Prosesi adat Chinese (penting) 3. Lomba 17-an (keunikan acara) 4. Momen natural bride–groom yang hangat
Refrensi	Decor Ballroom Putih 

Aspek	Keterangan
	 lomba 17an 

3. Sangjit of Josephine & Eric

Tabel 3.3 Konsep Video Sangjit of Josephine & Eric

Aspek	Keterangan
Venue	Royal Eight Chinese Dining JHL Solitaire
Tema Visual	Semi formal oriental, intimate, warna merah emas

Aspek	Keterangan
Konsep Video Video highlight pernikahan	1. Menonjolkan kesakralan tradisi sangjit, suasana intim keluarga, serta keanggunan bride dengan gaun bercorak naga. 2. Bride sangat photogenic sehingga diarahkan untuk membuat video yang estetik & <i>branding-friendly</i>. 3. Karena venue gelap, penulis diwanti-wanti untuk mengatur kamera dengan hati-hati.
Output Video	1. Highlight Sangjit Full Day 2. Highlight MC
Konsep Opening MC	MC berlari seolah terlambat dengan outfit kasual lalu adegan berganti dengan MC muncul rapi memakai jas tepat di depan backdrop sangjit. konsep komedi ringan, sesuai arahan sejak sebelum hari H.
Hal yang wajib ditonjolkan	1. Detail adat sangjit 2. Beauty shot bride dengan gaun motif naga 3. Warna merah emas dekorasi 4. Family interaction 5. Komedi ringan opening MC
Catatan Khusus	Venue gelap & intimate framing harus

Aspek	Keterangan
	simetris dan memanfaatkan <i>highlight-set</i> light.
Refrensi	Venue Resto  Refrensi Acara  Gaun Bride

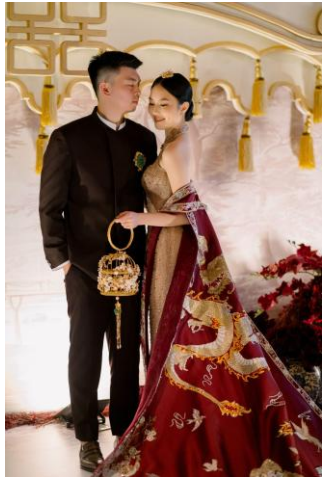
Aspek	Keterangan
	

4. Wedding of Josephine & Eric

Tabel 3.4 Konsep Video the Wedding of Josephine & Eric

Aspek	Keterangan
Venue	JHL Solitaire Gading Serpong Sun City Ballroom Vihara Ekayana Jakarta
Tema Visual	Pink luxury dengan tradisi Buddha Chinese yang kental
Konsep Video Video highlight pernikahan	1. Penekanan pada kecantikan bride & ketampanan groom 2. suasana pink elegant. 3. Konsep <i>storytelling</i> sudah mulai diarahkan untuk <i>non-linear</i>, tidak urut dari awal–akhir. Momen hook ditempatkan di awal agar lebih

Aspek	Keterangan
	dinamis.
Output Video	1. Video BTS pernikahan Full Day 2. Highlight MC
Konsep Opening MC	Konsep dirancang sejak H-1: <i>"It's a wrap!"</i> + adegan komedi tipis; MC berjalan menuju entrance dengan gaya seperti hampir tersandung sebelum masuk ballroom. Tone fun namun tetap elegan.
Hal yang wajib ditonjolkan	1. Adat Buddha Chinese lengkap 2. Tema warna pink 3. Bride & groom yang photogenic 4. Momen hook di awal (non-linear cut) 5. Crew service professionalism
Refrensi	Prosesi Adat  Decor (pink tone)

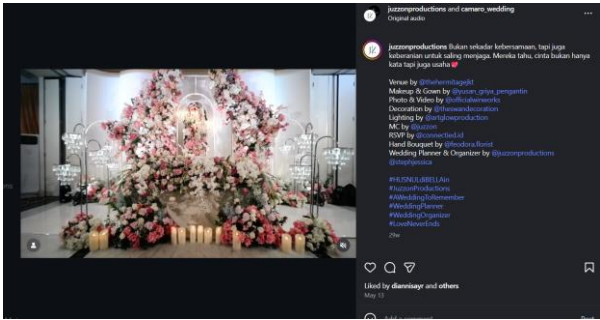
Aspek	Keterangan
	 Bride dan Groom Photogenic 

5. Wedding of Kimberly & Joshua

Tabel 3.5 Konsep Video the Wedding of Kimberly & Joshua

Aspek	Keterangan
Venue	The Hermitage Jakarta
Tema Visual	<i>Intimate heritage dengan colorful floral</i>
Konsep Video Video highlight	1. Menonjolkan suasana intimate.

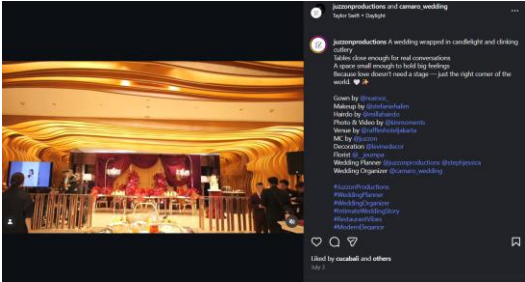
Aspek	Keterangan
pernikahan	2. Bride & groom diinformasikan sangat ekspresif sehingga visual diarahkan ke momen natural seperti menangis di pemberkatan, senyum besar di resepsi, dan vibe “no jaim”. 3. Real Cake dengan buah-buahan yang mendominasi 4. Dekor floral warna-warni menjadi elemen utama framing.
Output Video	3. Video BTS pernikahan Full Day 4. Highlight MC
Konsep Opening MC	Tetap menggunakan konsep “It’s a wrap!” tetapi dibuat lebih soft dan selaras dengan ambience heritage venue.
Hal yang wajib ditonjolkan	1. Ekspresi natural bride–groom 2. Nuansa colorful floral 3. Suasana intimate & ringan 4. Crew dengan pendekatan lebih personal
Refrensi	dekor floral

Aspek	Keterangan
	 ekspresi pengantin  Real Cake 

6. Wedding of Celline & Varly

Tabel 3.6 Konsep Video the Wedding of Celline & Varly

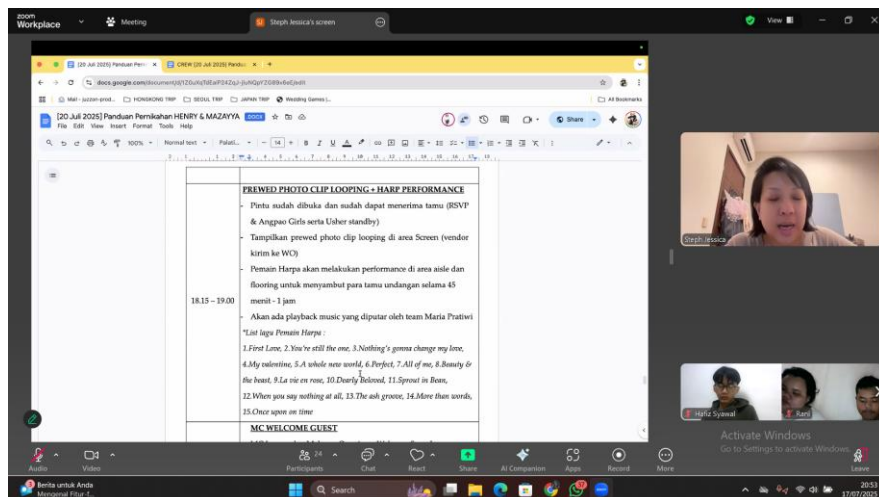
Aspek	Keterangan
Venue	Arts Café – Raffles Vihara Amurva Bhumi
Tema Visual	Intimate – tradition focused
Konsep Video Video highlight pernikahan	Fokus kuat pada prosesi di vihara karena autentik dan sarat budaya Chinese. Banyak ritual (berdoa ke beberapa dewa, tea pai, misua) dan semuanya terikat <i>jam baik</i> . Ditekankan untuk tidak melewatkan satu pun prosesi.
Output Video	1. Video BTS pernikahan Full Day 2. Highlight MC
Konsep Opening MC	MC berada di area mall dan “kalap mata” melihat barang; terlalu asik belanja sampai lupa waktu lalu MC dihampiri crew yang mengingatkan sudah terlambat untuk nge mc. Lalu MC lari ke ballroom. Konsep komedi.
Hal yang wajib ditonjolkan	1. Ritual vihara lengkap 2. Jam baik setiap prosesi 3. Komedi opening MC 4. Crew yang extremely helpful (paling berhasil ditonjolkan)

Aspek	Keterangan
Catatan Khusus	Audio clip-on gagal dan harus pakai dubbing dari event lain (legal karena sudah disetujui mentor).
Refrensi	Venue Vihara Amurva Bhumi  Tradisi Chinese Wedding  Venue Resepsi Arts Café 

b. Analisis Venue dan Alur Acara (Rundown)

Tahap berikutnya adalah analisis lokasi dan rundown wedding. Pembahasan rundown dilakukan pada saat rapat crew dengan membahas rundown acara dimulai dari persiapan hingga resepsi. Dari rapat yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Struktur ruang ballroom
2. Kondisi lighting (backlight, lampu kuning, spot light)
3. Alur masuk bride & groom
4. Posisi panggung dan backdrop
5. Area resepsi yang wajib diambil
6. Area prioritas untuk pengambilan *color grading* MC



Gambar 3.4 *Technical Meeting*

Sumber : dokumentasi pribadi

Analisis ini penting karena sangat menentukan:

1. Posisi kamera saat bride–groom masuk,
2. Komposisi framing untuk opening MC,
3. Penentuan lokasi transisi MC.

Setiap venue memiliki karakteristik berbeda.

Contohnya:

1. Ballroom The Westin Jakarta memiliki lampu yang cenderung redup dengan nuansa hitam sehingga diperlukan pengaturan kamera agar hasil gambar maksimal
2. JHL Solitaire Gading Serpong untuk sangjit membutuhkan penyesuaian komposisi karena ruangnya lebih intimate dan memiliki dekorasi khas Chinese wedding dengan nuansa merah gelap yang kuat.
3. Arts Café Raffles Hotel Jakarta memiliki dekorasi ruangan dengan nuansa warna hangat yang cukup kuat sehingga diperlukan penyesuaian kamera

Penulis juga melakukan briefing kecil bersama mentor terkait:

1. momen transisi MC,
2. adegan khusus yang harus direkam,
3. improvisasi yang mungkin muncul di hari H,

c. Persiapan Teknis Alat

Pra-produksi juga mencakup pemeriksaan seluruh alat yang akan digunakan:

1. kamera & lensa
2. baterai cadangan
3. memory card
4. Hardisk 512 gb
5. mic wireless clip-on
6. Kabel RCA
7. Laptop

Setiap alat dicek untuk memastikan:

1. tidak ada noise pada mic,
2. format recording sudah sesuai
3. white balance sesuai venue,

4. stabilizer sudah balance.

d. Finalisasi Ide Transisi Video MC

Tahap ini menjadi salah satu bagian dari pra-produksi di JUZZON PRODUCTION. Setiap wedding memiliki konsep transisi MC yang berbeda, dan sebagian besar ditentukan sebelum hari H, namun beberapa juga muncul secara spontan berdasarkan situasi di lapangan.

Ringkasan pola pra-produksi transisi:

1. Beberapa konsep disiapkan matang sebelum wedding (sangjit Eric–Josephine, wedding Varly–Celline).
2. Beberapa ide muncul spontan saat acara berlangsung (mis. Sergio–Seanny ketika membuka after party).
3. Mentor mengarahkan tone: komedi, dramatis, atau elegan.

Tahap ini sangat menentukan arah visual keseluruhan video highlight MC.

3.3.2 Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan proses utama dokumentasi yang dilakukan pada saat acara berlangsung. Seluruh kegiatan pada tahap ini berlangsung secara real-time dan tidak dapat diulang, sehingga penulis harus bekerja cepat, responsif, serta mampu menyesuaikan pengambilan gambar sesuai kondisi lapangan. Seluruh proses pengambilan gambar dilakukan menggunakan kamera Canon EOS 100D, iPhone 15 (pada beberapa wedding dengan kondisi lighting sulit), dan selalu direkam dalam format vertikal (9:16) untuk kebutuhan distribusi konten pada platform Instagram dan TikTok sesuai standar produksi Juzzon Production.

Dalam hal pengaturan teknis, penulis menggunakan pendekatan segitiga eksposur yang disesuaikan dengan kondisi cahaya venue, namun dengan prinsip utama:

1. Menghindari tone kuning berlebih, karena ballroom hotel sering menggunakan lampu warm dan jika warna terlalu kuning, proses color grading akan menjadi lebih berat.
2. Menghindari bayangan gelap di wajah bride dan groom, sehingga exposure umumnya dibuat sedikit lebih terang (*slightly overexposed*).
3. Mengutamakan *highlight* detail seperti hiasan gaun, makeup, dan dekorasi, sehingga pengaturan aperture dibuat selektif agar depth of field tetap estetik.

Berikut uraian proses produksi pada setiap acara wedding/sangjit:

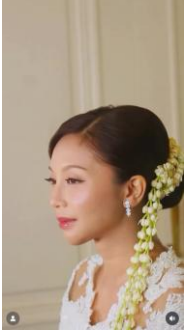
a. Tahap 1 Preparing / Bridal & Groom Preparation

Tahap ini dimulai sejak pagi hari ketika bride dan groom melakukan sesi make-up, hair-do, serta persiapan pakaian. Pengambilan *color grading* dilakukan dengan beberapa teknik:

Teknik Pengambilan Gambar

Tabel 3.7 Teknik Pengambil Gambar Bride & Groom Preparation

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Close-up	Fokus mengambil bagian pengantin saja memnuhi layar untuk menangkap detail makeup, bulu mata, foundation blending, dan detail perhiasan. Tujuan: menonjolkan sisi elegan bride dan meningkatkan kesan premium.	

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
		
Medium shot	Mengambil scene dengan setengah badan yang masih memiliki ruang agar crew dapat terlihat. Bertujuan untuk memperlihatkan crew yang sedang bekerja. Tujuan: menunjukkan bahwa crew wedding bekerja profesional dan penuh perhatian terhadap klien.	
Detail shot (cutaway)	pada objek seperti cincin, bouquet, sepatu, veil, parfum, dan wedding invitation. Tujuan: memberikan konteks estetis sekaligus material tambahan untuk transisi saat penyuntingan.	

b. Tahap 2 Beauty Shoot Pagi (Gaun dan Jas untuk Akad/Pemberkatan)

Setelah proses makeup selesai, dilakukan beauty shoot dengan menggunakan pakaian untuk akad atau pemberkatan.

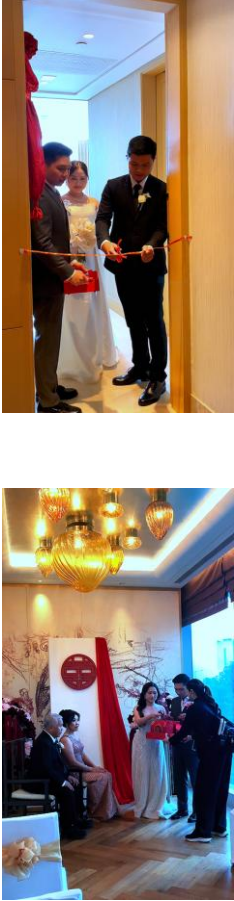
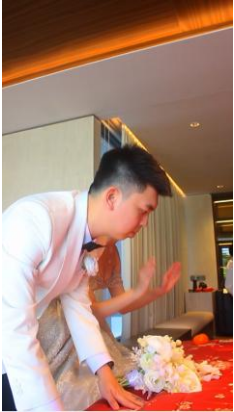
Teknik Pengambilan Gambar

Tabel 3.8 Teknik Pengambilan Gambar Beauty Shoot Pagi

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Full body shot	Gambar diambil dengan <i>full body</i> yang terlihat keseluruhan Tujuan: menampilkan keseluruhan tampilan <i>bride</i> secara mewah dan elegan.	
Gerakan tracking	Gambar diambil full body dengan gerakan mengikuti <i>bride</i> saat berlari-lari kecil di lorong hotel Tujuan: memberikan kesan dramatis dan romantis.	

Teknik Pengambilan Gambar

Tabel 3.9 Teknik Pengambilan Gambar Prosesi Adat Tionghoa

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Full Body Shot	Gambar diambil secar <i>full body</i> dengan menunjukkan pengantin secara keseluruhan Tujuan: menunjukkan rangkaian prosesi dengan secara utuh dan menunjukkan bagaimana crew mengarahkan prosesi agar dapat berjalan dengan baik	
Angle rendah (low angle)	pada prosesi yang bersifat simbolik. Pengambilan gambar diambil dari bawah yang menunjukkan pengantin terlihat mendominasi saat melakukan tradisi Tujuan: memberikan kesan	

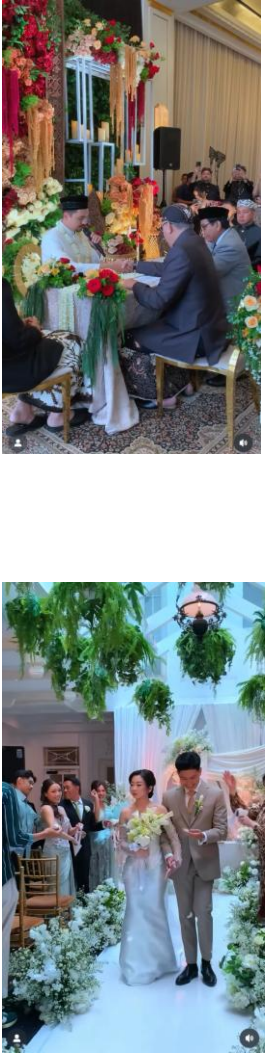
Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
	sakral dan menghargai nilai budaya.	
Medium shot	Pengambilan gambar dilakukan dengan setengah badan dengan ada ruang kosong dibagian atas Tujuan: menampilkan tradisi makan onde ataupun makan misoa dengan jelas	
Eye Angle	Pengambilan gambar dilakukan dengan posisi kamera sejajar dengan tinggi pengantin Tujuan : Menampilkan bagaimana Crew sangat membantu pengantin dalam menjalankan prosesi adat tionghoa	

d. Tahap 4 Akad, Pemberkatan, atau Upacara Utama

Tahap ini merupakan inti dari acara wedding.

Teknik Pengambilan Gambar

Tabel 3.10 Teknik Pengambilan Gambar Prosesi akad atau Pemberkatan

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Full Body Shot	Pengambilan gambar dilakukan secara <i>full body</i> untuk menunjukkan keseluruhan acara Tujuan: menunjukkan bagaimana pada saat prosesi ijab kabul berjalan secara utuh dan menampilkan pengantin berjalan menuju altar pernikahan	

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Angle rendah (low angle)	Pengambilan gambar dilakukan dari bawah untuk menunjukkan bagian altar gereja yang terlihat megah Tujuan: memberikan kesan sakral pada saat pemberkatan didalam gereja	
Over shoulder shot	Pengambilan gambar dilakukan dari belakang bahu <i>groom</i> Tujuan: menampilkan sudut pandang Groom terharu melihat bride masuk ke <i>entrance</i> pemberkatan	
Medium Shot	Pengambilan gambar dilakukan dengan setengah badan dan terdapat ruang kosong dibagian atas	

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
	Tujuan : untuk mengambil momen ketika menunjukkan buku nikah	

e. Tahap 5 Beauty Shoot Sore (Gaun dan Jas Resepsi)

Dilakukan setelah pengantin berganti pakaian resepsi.

Teknik Pengambilan Gambar

Tabel 3.11 Teknik Pengambilan Gambar Beauty Shoot Sore

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Full Body Shot	Pengambilan gambar dilakukan secara <i>full body</i> untuk menunjukkan keseluruhan kegiatan <i>photoshoot</i> Tujuan: menampilkan prosesi <i>photoshoot</i> secara utuh dan menampilkan agar terlihat seperti <i>behind the scene</i>	

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
		
Medium Shot	Pengambilan gambar dilakukan dengan setengah badan dan terdapat ruang kosong dibagian atas Tujuan: menampilkan detail momen dan juga ekspresi disaat bersamaan	

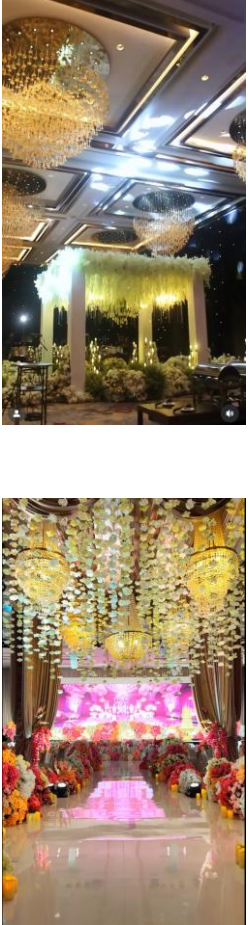
Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
High Angle	Pengambilan gambar dilakukan dari atas menampilkan pengantin secara <i>full body</i> dengan latar belakang tangga Tujuan: Menonjolkan Setting Lokasi (Grand Staircase) agar terlihat mewah	

f. Tahap 6 Dokumentasi Detail Dekor Venue

Setiap venue memiliki karakteristik unik yang perlu ditonjolkan.

Teknik Pengambilan Gambar

Tabel 3.12 Teknik Pengambilan Gambar Detail Dekor

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Wide shot	Pengambilan gambar ini dilakukan dengan menampilkan keseluruhan ballroom. Tujuan: menunjukkan skala acara dan kemewahan dekorasi.	
Close up	Pengambilan gambar ini dilakukan dengan merekam objek detail dekor dari dekat Tujuan: menampilkan detail dekor berupa bunga, backdrop, kue dsb	

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
		 

g. Tahap 7 Resepsi Utama

Pada tahap ini suasana lebih dinamis dan membutuhkan kecepatan reaksi.

Teknik Pengambilan Gambar

Tabel 3.13 Teknik Pengambilan Gambar RESEPSI

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Full body Shot Eye level Angle	Diambil pada saat 1. Grand Entrance 2. Wedding Cake 3. Wedding Toast 4. Wedding Dance 5. Wedding Kiss 6. Opening MC Transition 7. Crew membantu Pengantin Pengambilan gambar dilakukan secara <i>full body</i> dan posisi kamera sejajar dengan kepala pengantin Tujuan: agar keseluruhan prosesi resepsi dapat ditampilkan secara utuh	 

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
		 

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
		 

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Medium Shot	Pengambilan gambar dilakukan dengan setengah badan dengan masih terdapat beberapa ruang kosong dibagian belakang Tujuan: menonjolkan ekspresi bahagia dan detail hiburan. Diambil pada saat 1. Menampilkan ekspresi Pengantin 2. Entertainment & live music 3. Mc Saat sedang membawakan acara 4. Menampilkan crew sedang mengarahkan acara	 

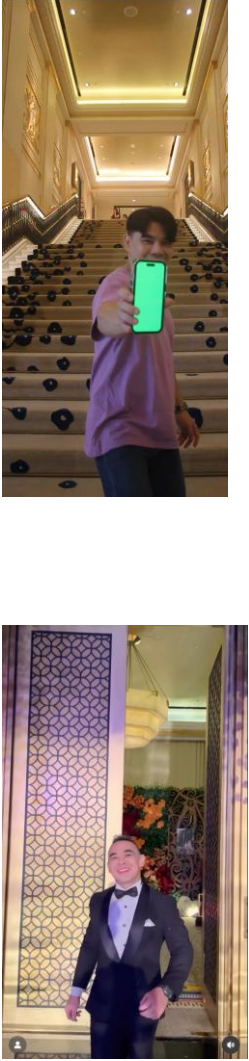
Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
		 

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Tracking Shot	Pengambilan gambar dilakukan dengan mengikuti gerakan MC Diambil pada saat pembuatan video transisi untuk pernikahan Varly dan Celine, saat mc berada didalam mall Tujuan : menunjukkan kehebohan mc saat berada di mall dan menuju venue	 

h. Produksi Khusus untuk Opening Video Highlight MC

Video Opening MC memiliki struktur produksi yang berbeda dari video pernikahan tradisional.

Tabel 3.14 Teknik Pengambilan Gambar Detail Dekor

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Low Angle Medium Shot Tracking Shot	Pada The wedding of Mazaya and Hanry. Scene diambil pada saat MC turun dari tangga dengan menampilkan handphone dengan layar greenscreen sebagai transisi untuk ke scene berikutnya yaitu berjalan di entrance ballroom	

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Medium Shot	Pada The Wedding of Seanny and Sergio, scene diambil pada saat MC mempersilahkan pengantin masuk kedalam entrance after party Tujuan: menonjolkan ekspresi MC	
Full Body Shot Low angle	Pada Sangjit of Josephine and Eric scene diambil dengan konsep mc sedang berada di lokasi lain terburu buru menuju lokasi sangjit Tujuan : pengambilan diambil full body shot dan low angle agar proporsi tubuh MC terlihat bagus didalam video serta agar terlihat pergerakan MC terburu-buru berlari	

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
		
Full Body Shot Low angle	Pada The Wedding of Josephine and Eric scene diambil dengan konsep MC berjalan ke entrance dengan konsep komedi, yaitu berjalan lalu tersandung Tujuan : pengambilan diambil full body shot dan low angle agar proporsi tubuh MC terlihat bagus didalam video serta pada saat scene tersandung dapat terlihat secara utuh	

Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
Full Body Low Angle	Pada the Wedding of Kimberly and Joshua scene diambil dengan konsep MC bersama pengantin lalu mc berteriak “<i>it’s a wrap</i>” Tujuan : pengambilan diambil full body shot dan low angle agar proporsi tubuh MC terlihat bagus didalam video serta pada saat scene terlihat ekspresif	
Tracking Shot	Pada the Wedding of Celine and Varly scene diambil dengan konsep MC keliling mall lalu terburu-buru menuju venue Tujuan : menunjukkan kehebohan mc saat berada di mall dan menuju venue	

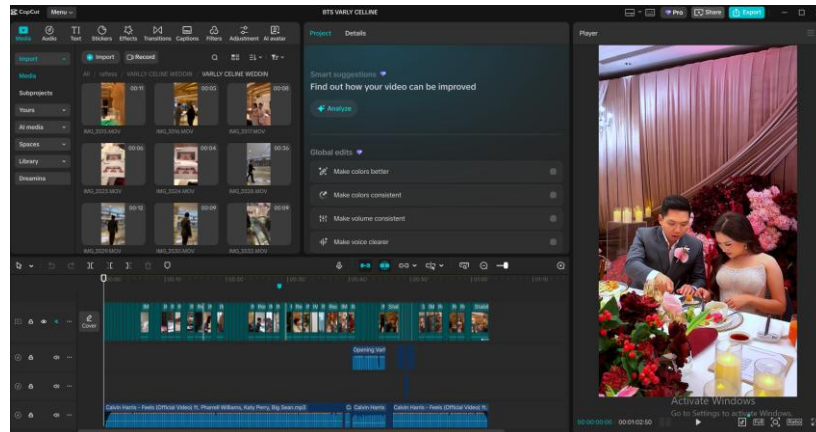
Jenis Pengambilan Gambar	Keterangan	Hasil
		

3.3.3 Tahap Pasca-Produksi

Tahap pasca produksi merupakan proses pengolahan seluruh *color grading* yang telah dikumpulkan pada hari H. Pada tahap ini penulis melakukan proses penyuntingan, *color grading*, pemilihan *background*, penyusunan alur cerita video, serta finalisasi output. Seluruh proses pengeditan dilakukan menggunakan CapCut, sesuai arahan mentor dan standar produksi Juzzon Production.

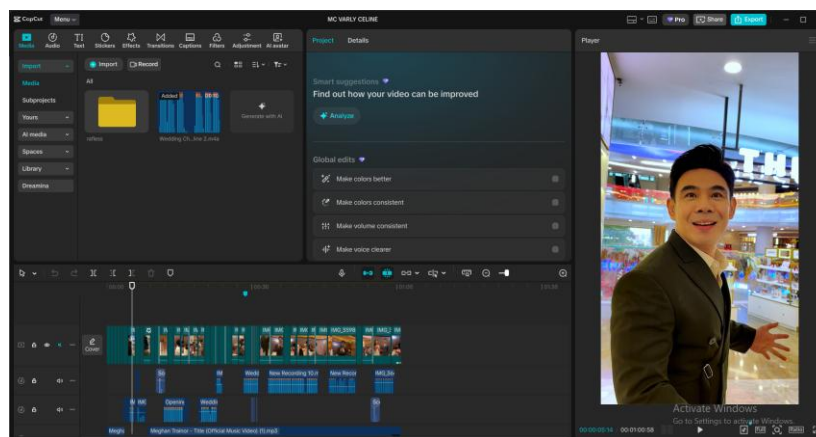
a. Proses Penyuntingan Utama

Setiap video disunting dengan durasi maksimal 90 detik, menyesuaikan kebutuhan distribusi konten pada platform Instagram. Proses pemotongan video dilakukan dengan gaya *cut to cut* yang cepat namun tetap halus, agar setiap scene tampil dinamis dan tidak membosankan. Alur gambar dipilih berdasarkan momen paling menarik dan paling bermakna bagi bride–groom, serta momen yang dapat mewakili *high value* dari layanan Juzzon Production.



Gambar 3.5 Proses Penyuntingan Video BTS Highlight

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.6 Proses penyuntingan video Highlight MC

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada tahap awal magang (wedding Mazaya–Henry hingga wedding Sergio–Seanny), penulis mengikuti template umum yang digunakan oleh editor sebelumnya, yaitu:

1. Opening video menggunakan overlay teks “*The Wedding of ...*”
2. Penyusunan alur *color grading* berdasarkan urutan kejadian pada hari H (linear *storytelling*)

Namun memasuki proyek pernikahan Eric–Josephine, mentor memberikan arahan baru agar gaya pengeditan lebih modern dan dinamis. Arahan tersebut meliputi:

1. Tidak menggunakan teks template opening
2. Urutan visual tidak perlu mengikuti timeline hari H
3. Scene–scene *paling menarik*, seperti ekspresi emosional, ambience mewah, atau moment core, ditempatkan di bagian awal video (*hook opening*)
4. Alur disusun dengan gaya non-linear *storytelling*, mengikuti ritme musik dan mood video.

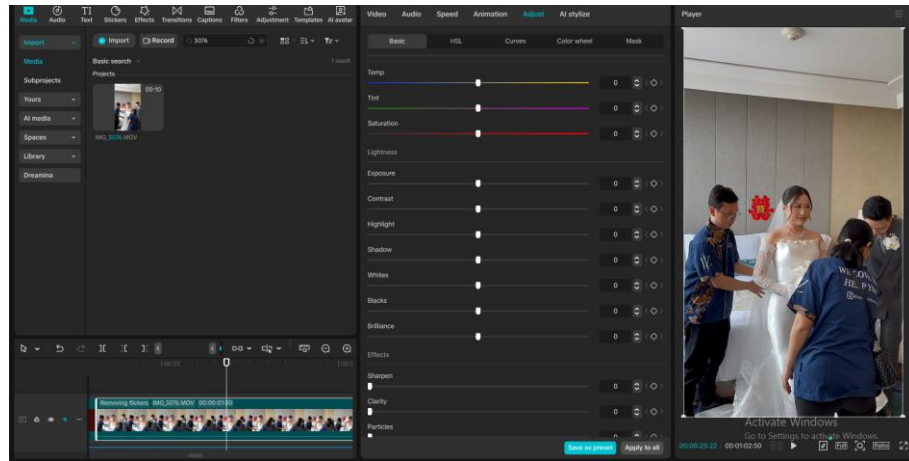
Pendekatan ini membuat video lebih engaging dan meningkatkan kemungkinan retention rate saat diunggah ke media sosial.

b. Color Grading

Color grading merupakan bagian yang sangat penting karena Juzzon Production memiliki standar visual tertentu, yaitu:

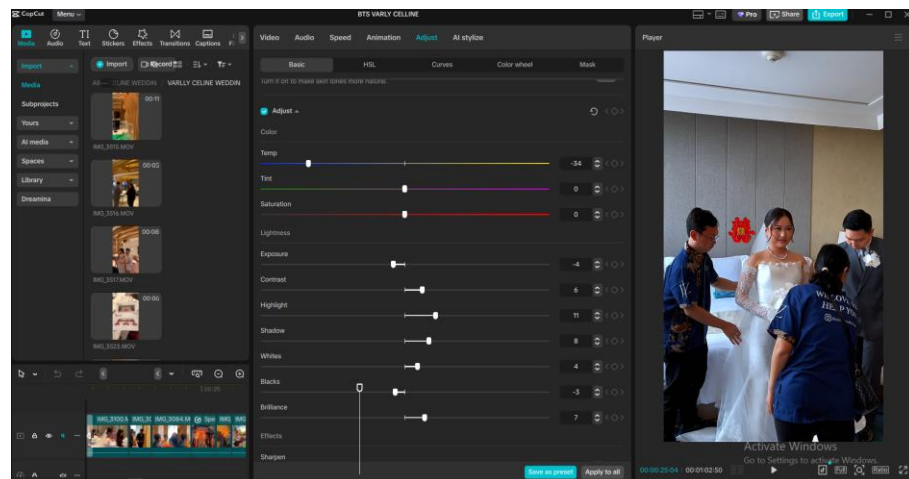
Karakteristik Grading yang Diterapkan

1. Tone bold dan tebal: untuk menonjolkan kesan luxury dan premium.
2. Hindari warna terlalu gelap, agar detail gaun, wajah, dan dekor tetap terlihat.
3. Hindari warna terlalu terang, agar ambience ballroom hotel tidak overexposed.
4. Hindari tone kekuningan, yang umum muncul di ballroom hotel (Westin, Four Seasons, Raffles).
5. Warna kulit dibuat senatural mungkin agar bride–groom terlihat flawless.



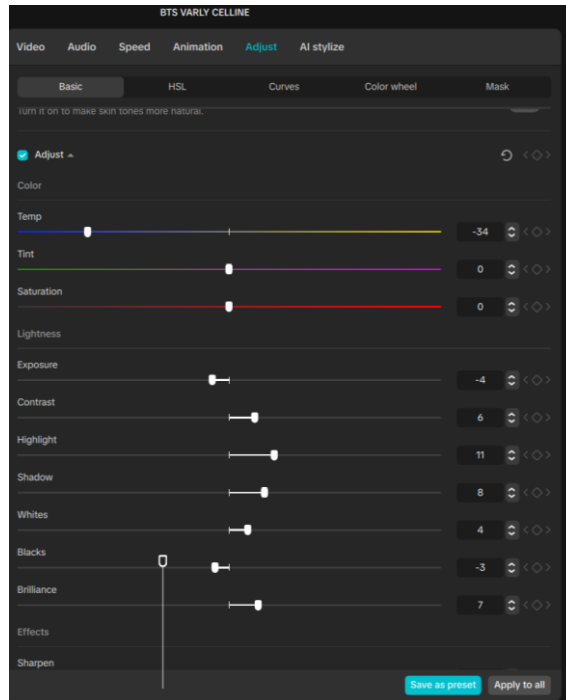
Gambar 3.7 *Before Color Grading*

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.8 *After Color Grading*

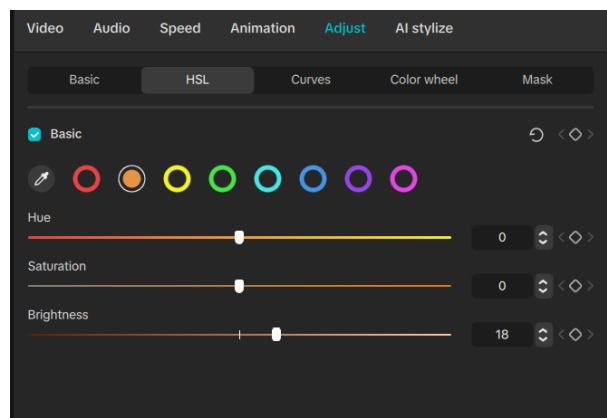
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.9 *Basic Adjustment*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

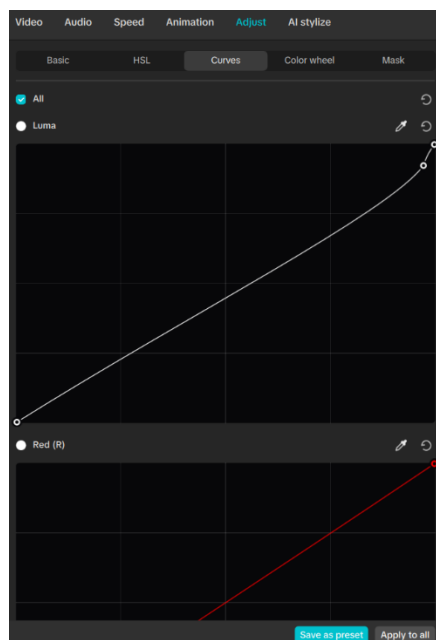
Basic Adjustment digunakan untuk pengaturan dasar pencahayaan dan warna secara menyeluruh. Pengaturan yang digunakan meliputi exposure dan brightness untuk menyesuaikan tingkat terang, contrast untuk memperjelas perbedaan terang-gelap, *highlight* dan shadows untuk menjaga detail, saturation untuk mengatur intensitas warna, serta temperature dan tint untuk menciptakan kesan hangat dan warna kulit yang natural.'



Gambar 3.10 HSL

Fitur HSL digunakan untuk penyesuaian warna secara spesifik berdasarkan kelompok warna tertentu.

Hue digunakan untuk menggeser arah warna, saturation untuk mengatur kejenuhan warna, dan lightness untuk menyesuaikan tingkat terang warna tertentu. Fitur ini dimanfaatkan untuk menjaga warna kulit tetap natural serta menyesuaikan warna dekorasi tanpa memengaruhi keseluruhan video.



Gambar 3.11 *Curves*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Curves digunakan untuk pengaturan tonal dan warna secara lebih presisi. Luma curve dimanfaatkan untuk mengatur terang dan gelap tanpa mengubah warna, sedangkan kurva RGB digunakan untuk menyeimbangkan warna merah, hijau, dan biru. Penggunaan kurva ringan bertujuan menciptakan kontras lembut dan tampilan sinematik.

c. Pemilihan Musik / *Backsound*

Pemilihan *backsound* tidak dilakukan pada tahap pra-produksi melainkan dilakukan langsung saat penyuntingan. Musik dipilih berdasarkan:

1. Kesesuaian tempo dengan mood acara
2. Kesesuaian genre dengan konsep wedding
3. Durasi yang cocok dengan struktur video
4. Instruksi dari mentor agar musik upbeat (enerjik), bukan slow, namun tetap elegan.

Daftar *Backsound* yang digunakan untuk setiap Wedding

Tabel 3.15 Daftar *backsound* yang digunakan untuk setiap wedding

Event Wedding	Lagu Highlight BTS	Lagu Highlight MC	Lagu Teaser
The Wedding of Mazaya and Hanry	Tiara Andini & Arsy Widianto – <i>Cantik</i>	Nicky Youre – <i>Sunroof</i>	Taylor Swift – <i>Gorgeous</i>
The Wedding of Seanny and Sergio	Mark Ronson ft. Bruno Mars – <i>Uptown Funk</i>	BØRNS – <i>Electric Love</i>	-
Sangjit of Josephine and Eric	<i>I Like You So Much, You'll Know It</i> (OST A Love So Beautiful)	<i>Be Your Light</i> (Hidden Love OST)	
The Wedding of Josephine and Eric	<i>Golden</i> (K-Pop Demon Hunters OST)	Sabrina Carpenter – <i>Tears</i>	

Event Wedding	Lagu Highlight BTS	Lagu Highlight MC	Lagu Teaser
The Wedding of Kimberly and Joshua	Taylor Swift – <i>The Fate of Ophelia</i>	Sabrina Carpenter – <i>Espresso</i>	
The Wedding of Celine and Varly	Calvin Harris – <i>Feels</i>	Meghan Trainor – <i>Title</i>	

Pemilihan lagu yang upbeat bertujuan memberikan kesan youthful, lively, dan sesuai dengan gaya Juzzon Production yang ingin menunjukkan wedding tidak hanya elegan tetapi juga fun dan penuh emosi positif.

d. Penyempurnaan Output

Tahap akhir pasca produksi meliputi:

1. Penyesuaian audio
2. Sinkronisasi dengan transisi MC
3. Koreksi color grading final
4. Penambahan text overlay jika dibutuhkan
5. Penyimpanan dalam format vertikal siap unggah

Output final diserahkan kepada mentor untuk proses revisi. Revisi biasanya berkisar pada:

1. Pemilihan momen
2. Perbaikan warna tertentu
3. Penyesuaian transisi
4. Pemadatan durasi agar tetap <90 detik

Video dinyatakan final apabila sudah sesuai dengan standar kualitas perusahaan dan arahan langsung dari mentor yang sekaligus bertindak sebagai MC dan creative director.

3.4 Identifikasi Kendala yang Dihadapi

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Tugas

Selama melaksanakan kegiatan magang, penulis menghadapi beberapa kendala baik teknis, di antaranya:

a. **Pencahayaan dan Warna (Lighting & White Balance).**

Beberapa venue wedding memiliki pencahayaan yang sangat kuning, terlalu gelap, atau memiliki backlight kuat, sehingga menyulitkan proses pengambilan gambar. Hal ini terjadi terutama pada event di ballroom hotel atau restoran sangjit yang minim pencahayaan.

b. **Gangguan Audio**

pada saat Wedding Eric Josephine terdapat kasus audio tidak terekam karena gangguan alat (mic wireless) yang menyebabkan audio tidak terekam sama sekali. Lalu pada saat Wedding Celline Varly terdapat kasus audio yang direkam memiliki hasil yang tidak bagus karena seluruh audio terdapat *noise*

c. **Revisi Video yang Berulang**

Konten harian maupun konten edukasi sering memerlukan beberapa tahapan revisi, seperti penyesuaian subtitle, penambahan VT, penggantian *backsound*, atau perbaikan pacing. Hal ini menambah waktu pengerjaan dan menuntut fokus lebih.

3.4.2 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala yang muncul selama magang, beberapa langkah dilakukan baik atas inisiatif penulis maupun melalui arahan mentor:

- b. Menyesuaikan exposure secara manual agar warna lebih netral dan tidak kekuningan.
- c. Menggunakan perangkat alternatif, seperti iPhone 15, ketika kondisi lighting venue sulit diatasi kamera.
- d. Melakukan cek audio berkala, serta menyiapkan backup audio dari kamera jika perangkat utama bermasalah.
- e. Melakukan Dubbing untuk audio yang memiliki hasil suara tidak bagus
- f. Melakukan improvisasi angle dan blocking, terutama di venue yang sempit atau penuh dekorasi.
- g. Mengoptimalkan proses penyuntingan, seperti penggunaan preset color grading, perbaikan audio, serta penyesuaian pacing.

3.5 Pengujian

Pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada responden umum. Sebelum mengisi kuesioner, responden diminta untuk menonton video profil Juzzon Production melalui tautan Google Drive yang disediakan. Pengujian melibatkan 24 responden dan menggunakan metode *User Acceptance Test* (UAT) berbasis skala Likert untuk mengetahui persepsi audiens terhadap kualitas visual, pesan, dan dampak *branding* video.

Metode pengujian dilakukan dengan cara berikut :

Skala Pengukuran : Skala Likert (1-5):

- 1. Sangat Setuju. (5)
- 2. Setuju. (4)
- 3. Cukup. (3)
- 4. Kurang Setuju. (2)
- 5. Sangat Kurang Setuju. (1)

Analisis Hasil Pengujian

Langkah-langkah:

- 1. Kumpulkan data pengujian dari checklist dan skala Likert.

2. Hitung rata-rata skor dari setiap kriteria pengujian.
3. Metode penghitungan rata rata skor (Total skor : jumlah responden)
4. Skor tertinggi adalah 5
5. Revisi berdasarkan skor rendah(1 - 2,9).

3.5.1 Pemahaman *Branding*

Berdasarkan hasil pengujian terhadap 24 responden, mayoritas responden mampu memahami positioning Juzzon Production setelah menonton video profil. Sebanyak 50% responden menilai bahwa Juzzon Production bergerak di bidang Event Organizer dan Wedding Organizer, sementara 45,8% responden menilai bahwa Juzzon Production bergerak di salah satu dari kedua bidang tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa video mampu menyampaikan identitas bisnis secara cukup jelas kepada audiens.

Tabel 3.16 Pengujian Pemahaman *Branding*

Kriteria Penilaian	Hasil Analisis	Skor
Pemahaman apakah Juzzon Production bergerak dibidang <i>wedding planner and event organizer</i>	Wedding Planner : 11 tanggapan Event Organizer : 1 tanggapan Keduanya : 12 tanggapan	4,5
Penilaian apakah Video yang ditampilkan mampu menggambarkan Juzzon Production sebagai brand yang profesional.	Setuju : 13 tanggapan Sangat setuju : 8 tanggapan Netral : 3 tanggapan	4,2
	TOTAL	4,3

Selain itu, sebesar 87,5% responden menyatakan **setuju** dan **sangat setuju** bahwa video mampu menggambarkan Juzzon Production sebagai brand yang profesional. Hasil ini menunjukkan bahwa video profil berhasil membangun citra profesional perusahaan di mata audiens.

3.5.2 Visual dan Teknik Video

Pada aspek visual dan teknik video, hasil kuesioner menunjukkan respons yang sangat positif. Sebanyak 77,8% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa kualitas visual video, meliputi komposisi, angle, dan warna, terlihat menarik. Selain itu, 87,5% responden menyatakan bahwa video memberikan kesan mewah dan eksklusif.

Dari segi alur, sebesar 83,3% responden menyatakan bahwa alur video mudah dipahami dan tidak membosankan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan tahapan produksi dalam metode pipeline telah menghasilkan struktur video yang efektif dan nyaman ditonton.

Tabel 3.17 Pengujian Visual dan Teknik Video

Kriteria Penilaian	Hasil Analisis	Skor
Penilaian apakah Kualitas visual video (komposisi, angle, warna) terlihat menarik.	Setuju : 17 tanggapan Sangat setuju : 7 tanggapan	4,2
Penilaian apakah Video memberikan kesan mewah dan eksklusif.	Setuju : 13 tanggapan Sangat setuju : 8 tanggapan Netral : 3 tanggapan	4,2
Penilaian apakah Alur video mudah dipahami dan tidak membosankan.	Setuju : 12 tanggapan Sangat setuju : 8 tanggapan Netral : 4 tanggapan	4,1
	TOTAL	4,1

3.5.3 *Storytelling* dan Pesan

Pada variabel *storytelling* dan pesan, hasil pengujian menunjukkan bahwa video mampu menyampaikan cerita dan suasana acara dengan baik. Sebanyak 87,5% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa video berhasil menggambarkan suasana acara yang ditampilkan.

Selain itu, sebesar 91,7% responden menilai bahwa video menunjukkan Juzzon Production bekerja secara profesional dan mampu membantu klien. Hasil ini mengindikasikan bahwa pesan utama yang ingin disampaikan melalui video dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Tabel 3.18 Pengujian *Storytelling* dan Pesan

Kriteria Penilaian	Hasil Analisis	Skor
Penilaian apakah Video mampu menyampaikan cerita dan suasana acara dengan baik.	Setuju : 14 tanggapan Sangat setuju : 9 tanggapan Netral : 1 tanggapan	4,3
Penilaian apakah Video menunjukkan bahwa tim Juzzon Production bekerja secara profesional dan membantu klien.	Setuju : 10 tanggapan Sangat setuju : 12 tanggapan Netral : 2 tanggapan	4,4
	TOTAL	4,3

3.5.4. Dampak *Branding*

Dari aspek dampak *branding*, hasil pengujian menunjukkan bahwa video memberikan pengaruh positif terhadap persepsi audiens. Sebanyak 91,6% responden menyatakan memiliki kesan positif terhadap Juzzon Production setelah menonton video.

Selain itu, sebesar 70,8% responden menyatakan **setuju** bahwa Juzzon Production layak dipilih sebagai Event Organizer atau Wedding Planner, dan 91,6% responden menilai bahwa video ini cocok digunakan sebagai konten media sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa

video profil tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media promosi dan penguatan *branding*.

Tabel 3.19 Pengujian Dampak *Branding*

Kriteria Penilaian	Hasil Analisis	Skor
Penilaian apakah Setelah menonton video, penonton memiliki kesan positif terhadap Juzzon Production.	Setuju : 11 tanggapan Sangat setuju : 11 tanggapan Netral : 2 tanggapan	4,3
Penilaian apakah Video ini membuat penonton percaya bahwa Juzzon Production layak dipilih sebagai event organizer atau wedding planner.	Setuju : 17 tanggapan Sangat setuju : 6 tanggapan Netral : 1 tanggapan	4,2
Penilaian apakah video ini cocok digunakan sebagai konten media sosial perusahaan.	Setuju : 11 tanggapan Sangat setuju : 11 tanggapan Netral : 2 tanggapan	4,3
	TOTAL	4,2

Hasil Analisis Keseluruhan

1. Pemahaman *Branding* : 4,3
2. Visual dan Teknik Video : 4,1
3. Story Telling dan pesan : 4,3
4. Dampak *Branding* : 4,2

Hasil Akhir Analisis : 4,2

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa video profil Juzzon Production yang dikembangkan menggunakan metode pipeline telah diterima dengan baik oleh audiens. Video dinilai mampu menyampaikan identitas brand, menampilkan

kualitas visual yang menarik, menyampaikan pesan secara efektif, serta memberikan dampak positif terhadap citra dan kepercayaan audiens terhadap perusahaan.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan, produksi, dan pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa video profil Juzzon Production berhasil dikembangkan dengan menggunakan metode *pipeline* yang terdiri dari tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Penerapan metode ini membantu proses pembuatan video berjalan secara terstruktur dan terencana sehingga menghasilkan konten visual yang sesuai dengan tujuan komunikasi dan kebutuhan *branding* perusahaan.

Hasil pengujian menggunakan metode *User Acceptance Test* (UAT) berbasis kuesioner skala Likert menunjukkan bahwa video profil Juzzon Production memperoleh respons yang sangat positif dari audiens. Mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori **baik** hingga **sangat baik** terhadap aspek pemahaman *branding*, kualitas visual dan teknik video, *storytelling* dan penyampaian pesan, serta dampak *branding* yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa video mampu menyampaikan identitas Juzzon Production sebagai penyedia jasa Event Organizer dan Wedding Organizer yang profesional.

Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa video profil memberikan dampak positif terhadap persepsi dan kepercayaan audiens, serta dinilai layak digunakan sebagai konten promosi digital, khususnya pada platform media sosial. Dengan demikian, video profil yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media promosi dan penguatan citra merek Juzzon Production.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan selanjutnya, antara lain:

1. Pengembangan Konten.

Video profil dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variasi konten, seperti testimoni klien, cuplikan proyek yang lebih beragam, atau penyesuaian durasi untuk kebutuhan platform media sosial yang berbeda.

2. Aspek Teknis Produksi.

Pada penelitian selanjutnya, kualitas visual dan audio dapat ditingkatkan melalui penggunaan peralatan produksi yang lebih profesional, teknik pengambilan gambar yang lebih variatif, serta proses *color grading* dan *sound design* yang lebih optimal.

3. Metode Pengujian

Pengujian dapat dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak dan segmentasi audiens yang lebih spesifik, seperti calon klien atau pelaku industri event, agar hasil evaluasi yang diperoleh lebih representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afirudin, M. and Mawardi, A. (2025) 'Analisis kinerja konten digital CV Avero Indonesia dalam mendukung pemasaran digital', *Jurnal Media Informatika*, 6(2), pp. 1013–1020.
- Anjani, D. and Djajadi, M. (2022) 'Manajemen produksi video dokumenter pada industri kreatif', *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), pp. 112–122.
- Anwar, M.A. (2023) 'Teknik pengambilan gambar dalam produksi video dokumenter', *Jurnal Film & Media*, 5(1), pp. 14–25.
- Dwiyanto, R. (2023) 'Penerapan sudut pengambilan gambar (camera angle) pada video event', *Jurnal Visi Media*, 7(2), pp. 55–66.
- Fadillah, R. and Surahman, M. (2020) 'Pengaruh penggunaan close-up shot dalam penyampaian emosi visual pada produksi video', *Jurnal Komunikasi Visual*, 4(2), pp. 89–98.
- Harahap, R. and Ramadhan, D. (2021) 'Pengaruh video promosi terhadap minat konsumen menggunakan jasa wedding organizer di Kota Medan', *Jurnal Komunikasi dan Media*, 3(2), pp. 45–53.
- Hartanti, R.N., Puspitorini, A., Kusstianti, N. and Lutfiati, D. (2022) 'Analisis strategi promosi jasa make up pengantin di Paras Asri Wedding Organizer melalui media sosial', *Jurnal Tata Rias*, 11(1), pp. 49–57.
- Hidayat, A. (2020) 'Analisis penggunaan eye-level angle dalam videografi pernikahan', *Jurnal Media Kreatif*, 6(1), pp. 22–31.
- Hilmiyati, F.L. and Nurfebriyaning, S. (2023) 'Strategi komunikasi pemasaran oleh Bukit Air Wedding dalam menarik minat konsumen selama pandemi Covid-19 melalui media sosial Instagram', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1).
- Indriati, K.W. (2023) 'Strategi marketing Kusuma Kencana dalam meningkatkan penjualan jasa wedding organizer melalui sosial media TikTok', *Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 4(1), pp. 249–265.
- Iskandar, A. and Siregar, D. (2020) 'Peran videografi dalam pembuatan konten kreatif di era digital', *Jurnal Seni dan Desain Kreatif*, 4(1), pp. 15–22.
- Kusuma, A. and Lestari, T. (2022) 'Medium close-up sebagai teknik untuk membangun kedekatan emosional dalam video cerita', *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Desain*, 5(2), pp. 40–52.

- Lestari, N. and Andriani, R. (2023) 'Pengaruh teknik penyuntingan terhadap efektivitas pesan dalam video promosi produk digital', *Jurnal Komunikasi Visual Nusantara*, 5(1), pp. 33–41.
- Lestari, S. (2020) 'Cutaway shot dalam video *storytelling*: Fungsi, teknik, dan implementasinya', *Jurnal Desain dan Multimedia*, 3(2), pp. 77–88.
- Lestari, S. and Pratama, Y. (2022) 'Over-shoulder shot (OSS) dalam pembentukan perspektif visual pada produksi video naratif', *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 4(1), pp. 15–26.
- Nugroho, A. and Rachmawati, R. (2020) 'Proses produksi video sebagai media promosi dalam industri kreatif', *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(16), pp. 45–52.
- Prasetyo, F. (2021) 'Efektivitas long shot dalam memperlihatkan skala lokasi pada video event dan dokumentasi', *Jurnal Visualita*, 8(1), pp. 33–42.
- Putra, Y. and Susanto, H. (2021) 'Analisis tahapan pra-produksi dalam perencanaan konten visual', *Jurnal Ilmu Komunikasi Primacomm*, 3(1), pp. 59–70.
- Putra, Z. and Handayani, S. (2021) 'Low-angle shot sebagai teknik pembentukan kesan dramatis dalam produksi film dan video', *Jurnal Sinema Indonesia*, 2(2), pp. 50–60.
- Putri, M.D. and Azzahra, F. (2023) 'Peran identitas visual terhadap citra brand pada industri kreatif', *Jurnal Desain Komunikasi Visual Indonesia*, 7(2), pp. 60–68.
- Rachmawati, A. (2022) 'Strategi komunikasi visual pada media sosial untuk peningkatan brand awareness usaha kreatif', *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 6(3), pp. 102–112.
- Salsabela, R.N. and Widadi, B. (2025) 'Enhancing consumer brand engagement in social media marketing for wedding organizer services', *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(4).
- Saputra, A. et al. (2024) 'Pembuatan konten video dan digital marketing sebagai upaya peningkatan pemasaran produk industri kecil dan menengah', *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 15(1), pp. 1–8.
- Saputra, W. (2021) 'Penerapan tracking shot untuk meningkatkan dinamika visual

- dalam video dokumentasi acara’, *Jurnal Media dan Sinematografi*, 6(2), pp. 99–110.
- Setiawan, R. (2020) ‘Peran pasca-produksi dalam pembentukan pesan visual pada konten digital’, *Jurnal Komunikasi Global*, 9(2), pp. 87–98.
- Setiawan, S.P., Joned, J.B.S. and Hadita, H. (2024) ‘Pengaruh kreativitas konten dan frekuensi publikasi video marketing pendek terhadap niat beli konsumen’, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), pp. 49017–49027.
- Siregar, H. (2021) ‘Medium shot dalam videografi: Fungsi dan penerapannya pada produksi video event’, *Jurnal Komunikasi dan Multimedia*, 5(2), pp. 45–56.
- Sutopo, A.H. (2012) ‘Multimedia Development Life Cycle (MDLC) sebagai metodologi pengembangan aplikasi multimedia’, *Jurnal Teknologi Informasi*, 2(1), pp. 1–8.
- Syafrudin, A. and Rachman, H. (2022) ‘Penerapan teknik penyuntingan dalam pembuatan video promosi untuk media digital’, *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 8(2), pp. 74–83.
- Wibowo, S.A. (2021) ‘Analisis alur produksi video pada industri kreatif digital’, *Jurnal Informatika dan Media Kreatif*, 5(2), pp. 76–85.
- Wulandari, N. (2021) ‘Strategi *branding* dalam membangun citra positif perusahaan di era digital’, *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Branding*, 9(1), pp. 20–28.



JUZZON PRODUCTION

Permata Hijau C4 No. 4, RT 5/RW 9,
Grogol Utara, Kecamatan Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12210

Nomor: 0890/XI/2025

Yth. **Hafiz Syawal**

Dengan hormat,

Melalui surat ini, dengan senang hati menyampaikan bahwa kami **menerima** Saudara/i sebagai Peserta Magang (Intern) di JUZZON PRODUCTION. Kami meyakini bahwa pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang Saudara/i miliki akan memberikan kontribusi yang baik selama pelaksanaan kegiatan magang.

Adapun rincian penerimaan magang adalah sebagai berikut:

- **Posisi** : Videographer and Editor
- **Status** : Peserta Magang (Intern)
- **Periode Magang**: 15 Juli 2025 sampai dengan 15 Januari 2026

Pelaksanaan magang akan dimulai sesuai dengan periode tersebut di atas dan dilaksanakan berdasarkan ketentuan serta kebijakan yang berlaku di JUZZON PRODUCTION.

Demikian surat penerimaan magang ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama Saudara/i, kami ucapkan terima kasih.

Jakarta 14 juli 2025



Juzzon Yusuf Wijaya, S.Sn., MBA
(Supervisor)



**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 : Hafiz Syawal
2. NIM : 2207431043
3. Program Studi : Teknik Multimedia Digital
4. Nama Perusahaan/Industri : Juzzon Productions
5. Nama Pembimbing Industri : Juzzon Yusuf Wijaya

MINGGU	RENTANG TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	TANDA TANGAN
1	15–21 Juli 2025	- Pengenalan magang bersama mentor (Owner Juzzon Production). - Pengenalan workflow videografi dan standar konten untuk wedding organizer. - Pengerjaan project tester "BESAN, benci tapi sayang" (15–19 Juli). - Wedding Henry Mazaya pada tanggal 20 Juli 2025: termasuk dokumentasi full day (akad, resepsi, ambience) dan pengambilan footage MC activity. - Revisi project tester (21 Juli). Output: - Draft + revisi awal video tester. - Footage lengkap Wedding Henry Mazaya.	
2	22–28 Juli 2025	- Melanjutkan revisi video tester "BESAN". - Seleksi & logging footage Wedding Henry Mazaya. - Penyusunan struktur storytelling untuk video wedding highlight. - Briefing lanjutan dengan mentor terkait tone warna & style. Output: - Teaser Wedding Henry Mazaya final (upload 26 Juli). - Video tester final (upload 4 Agustus).	

		- Folder kerja Wedding Henry–Mazaya siap untuk editing.	
3	29 Juli–4 Agustus 2025	- Editing awal Wedding Henry Mazaya. - Color grading awal & sinkronisasi audio. - Mulai mengerjakan Staycation Four Seasons Jakarta: penyusunan script VO, revisi script, dan menunggu rekaman VO. Output: - Draft 1 highlight wedding Henry Mazaya. - Script VO staycation Four Seasons selesai.	
4	5–11 Agustus 2025	- Finalisasi editing Staycation Four Seasons (upload 9 Agustus). - Melanjutkan editing Wedding Henry Mazaya (Highlight & MC Version). - Revisi bertahap dari mentor. Output: - Video Staycation Four Seasons selesai dan publish. - Draft wedding Henry Mazaya mendekati final.	
5	12–18 Agustus 2025	- Revisi lanjutan Wedding Henry–Mazaya (3 video total). - Persiapan Wedding Sergio & Seanny. - Wedding Sergio Seanny (16 Agustus) - Koordinasi rundown & teknis kamera. Output: - MC Highlight Henry–Mazaya final (upload 20 Agustus).	
6	19–25 Agustus 2025	- Lanjut revisi final Wedding Henry Mazaya (Highlight upload 27 Agustus). - Mulai editing Wedding Sergio & Seanny. Output: - Highlight Wedding Henry Mazaya final dan upload. - Draft awal Wedding Sergio & Seanny.	
7	26 Agustus–1 Sept 2025	- Editing Wedding Sergio & Seanny (Highlight & MC). - Color grading dan penyesuaian stabilizer. - Penyusunan konsep visual untuk dua versi video.	

		Output: - Video MC Sergio Seanny upload 29 Agustus. - Draft highlight wedding siap finalisasi.	
8	2-8 September 2025	- Finalisasi Wedding Sergio & Seanny (Highlight upload 3 September). - Mulai pengerjaan Hotel Review Mövenpick: penulisan script VO, revisi script, menunggu rekaman VO. Output: - Wedding Sergio Seanny selesai semua. - Script VO Mövenpick final.	
9	9-15 September 2025	- Editing Hotel Review Mövenpick. - Mulai editing Staycation Art Deco Bandung: penyusunan script VO dan revisi naskah. Output: - Hotel Review Mövenpick upload 15 September. - Draft staycation Art Deco siap finishing.	
10	16-22 September 2025	- Finalisasi Staycation Art Deco Bandung (upload 22 September). - Mulai persiapan Sangjit Eric & Josephine. - Koordinasi teknis kamera dan konsep video. Output: - Video staycation selesai dan upload. - Persiapan sangjit lengkap.	
11	23-29 September 2025	Sangjit Eric & Josephine (23 September). - Editing Hotel Review Alto Restaurant: pembuatan script VO, revisi naskah, editing & finalisasi. - Upload hotel review (26 September). - Editing BTS & MC Sangjit Eric Josephine. Output: - Draft highlight sangjit siap editing lanjut.	
12	30 Sept-6 Oktober 2025	Kegiatan: - Finalisasi Highlight Sangjit EricJosephine (upload 8 Oktober).	

		-Wedding Eric Josephine (30 September) - Editing Staycation Pullman Ciawi: penyusunan script VO, revisi naskah, editing awal. -Wedding Joshua Kimberly (4 Oktober) Output: - Staycation Pullman upload 3 Oktober. - Editing sangjit selesai.	
13	7–13 Oktober 2025	- Editing Wedding Eric & Josephine (MC upload 13 Oktober). - Shooting Staycation Westin Hotel Jakarta (11 Oktober). - Penulisan script VO Westin dan revisinya. Output: - MC Wedding Eric–Josephine final. - Draft staycation Westin selesai 70%.	
14	14–20 Oktober 2025	Kegiatan: - Finalisasi Highlight Wedding Eric & Josephine (final 10 Oktober). - Final editing Staycation Westin (upload 22 Oktober). - Editing Wedding Joshua & Kimberly. (MC + Highlight) Output: - Semua video Eric Josephine selesai. - Video staycation Westin selesai.	
15	21–27 Oktober 2025	Kegiatan: - Final editing Wedding Joshua & Kimberly (MC + Highlight) revisi - Revisi minor color grading. -Wedding Varly & Celine (25 Oktober). Output: - Wedding highlight Joshua Kimberly upload 25 Oktober. - MC highlight Joshua Kimberly upload 29 Oktober.	
16	28 Okt–3 November 2025	Kegiatan: - Editing Wedding Varly & Celine. - Finalisasi highlight (7 November). Output: - MC Varly–Celine upload 5 November. - Highlight wedding Varly Celine final.	

17	4–10 November 2025	Kegiatan: - Mulai Content Planning November. - Produksi konten sosial media (shooting + editing). - Editing konten harian (1 hari + revisi 2–3 hari). - Editing Staycation Hermitage: script VO, revisi naskah, editing awal. Output: - 5 video konten harian selesai dan upload. - Draft staycation Hermitage .	
18	11–17 November 2025	Kegiatan: - Finalisasi Staycation Hermitage. - Lanjutan pembuatan kalender konten November. - Evaluasi performa konten bulanan. Output: - Video staycation Hermitage upload 21 November. - Kalender konten bulan November tersusun.	
19	18–23 November 2025	Kegiatan: - Ongoing editing konten harian IG. - Revisi beberapa video konten. - Persiapan project Wedding Davin & Valerie. Output: - 5+ konten IG selesai. - Semua file aman & terdokumentasi.	
20	18–24 November 2025	Kegiatan: - Penyusunan dan pengiriman script konten "<i>Kelas PST 45</i>". - Dokumentasi acara <i>hotel gathering</i> di The Ritz-Carlton Pacific Place untuk Instagram Story @juzzon. - Dokumentasi acara <i>Christmas Lighting Celebration</i> di The St. Regis Jakarta untuk Instagram Story @juzzon. - Produksi dua konten sosial media: a. <i>Gen Z Lebih Memilih Nikah Intimate</i> b. <i>Pengeluaran Terbesar Ko Juzzon</i> - Editing konten hotel review Grand Platinum (draft awal).	

		- Editing 1 konten harian @juzzon - Revisi video Grand Platinum (perbaikan audio) + revisi konten harian baru (<i>Hubungan Standar TikTok</i>). - Mulai editing konten PST 45 (berdasarkan hasil rekaman VO yang diterima). Output: - 2 konten event untuk IG Story tayang. - 2 video konten utama selesai (versi draft). - 2 konten harian selesai (versi draft & revisi). - Video review Grand Platinum (revisi) - Video PST 45 (draft awal).	
21	1-7 Desember 2025	Kegiatan: - Finalisasi editing video PST 45 sesuai revisi (perombakan alur, penyesuaian subtitle, dan storytelling). - Finalisasi editing video Training Ciasem dari event 22 November (revisi pengulangan kata, perbaikan subtitle). - Finalisasi video Grand Platinum (audio + pacing). - Produksi konten "<i>Kasus Divorce</i>" untuk Instagram @juzzon (shooting + editing). - Revisi lanjutan konten "<i>Hubungan Standar Sosmed/TikTok</i>" berdasarkan feedback (penambahan VT, zoom in-out, penyempurnaan pacing). - Revisi konten lama "<i>Maraknya Penipuan Wedding</i>" (perbaikan typography, VT tambahan, perbaikan audio, judul lebih hook). - Wedding Davin & Valerie (6 Desember 2025).	

		Output: - 3 video final (PST 45, Training Ciasem, Grand Platinum). - 2 konten baru selesai (Kasus Divorce & Hubungan Standar TikTok revisi). - 1 konten lama yang diperbarui (Penipuan Wedding). - Semua materi event Wedding Day Davin-Valerie terekam (raw footage lengkap).	
--	--	--	--

Jakarta 09 Desember 2025

Supervisor Perusahaan,

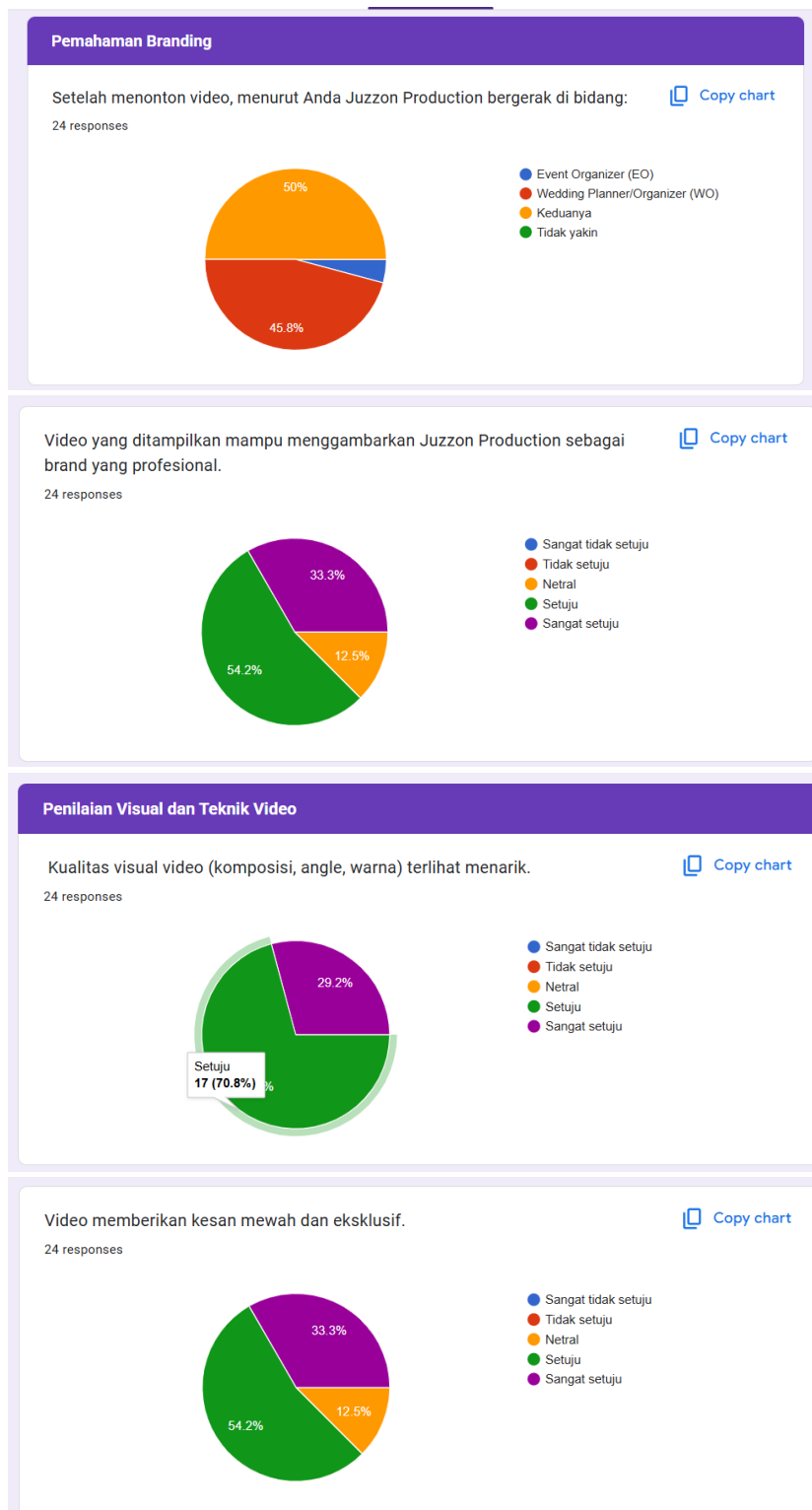


Juzzon Yusuf Wajaya, S.Sn.,

MBA

NRK

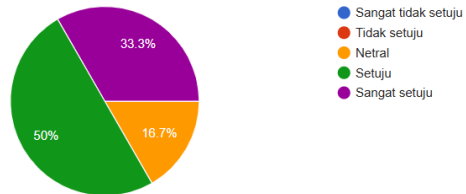
Lampiran 3 Pengujian Melalui Gform



Alur video mudah dipahami dan tidak membosankan.

 [Copy chart](#)

24 responses

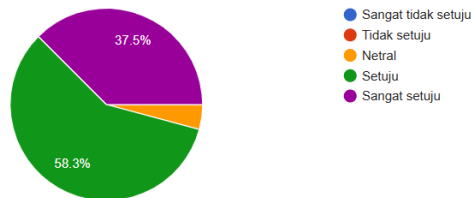


Storytelling dan Pesan

Video mampu menyampaikan cerita dan suasana acara dengan baik.

 [Copy chart](#)

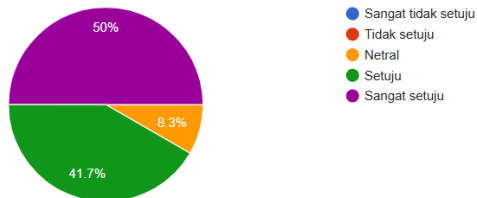
24 responses



Video menunjukkan bahwa tim Juzzon Production bekerja secara profesional dan membantu klien.

 [Copy chart](#)

24 responses

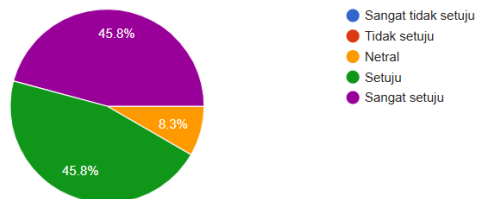


Dampak Branding

Setelah menonton video, saya memiliki kesan positif terhadap Juzzon Production.

 [Copy chart](#)

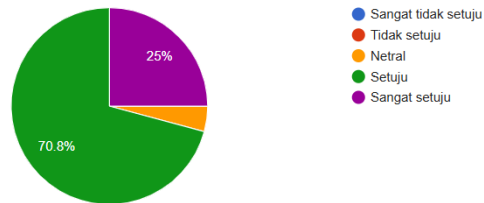
24 responses



Video ini membuat saya percaya bahwa Juzzon Production layak dipilih sebagai event organizer atau wedding planner.

 [Copy chart](#)

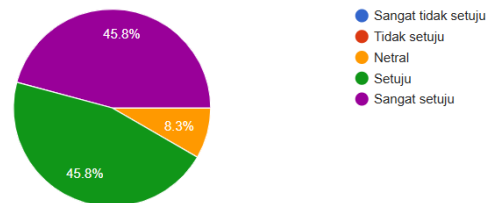
24 responses



Menurut Anda, video ini cocok digunakan sebagai konten media sosial perusahaan.

 [Copy chart](#)

24 responses



Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan PKL



