

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**  
**PERAN PENTING ASISTEN PRODUKSI (*PRODUCTION ASSISTANT*)**  
**DALAM PROGRAM VIDEO KONTEN DI CAMEO PROJECT**  
**Laporan Praktik Kerja Lapangan Ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli**  
**Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Broadcasting**  
**R-TV**



**Oleh:**

**Alexandra Ivena S**

**2015/BC/4097**

**PROGRAM STUDI PENYIARAN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI**  
**YOGYAKARTA**  
**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**“Peran Penting Asisten Produksi (*Production Assistant*) Dalam Program  
Video Konten Di Cameo Project”**

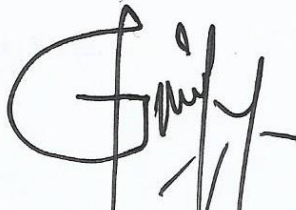
**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli  
Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan spesifikasi Broadcasting  
R-TV**

**Disusun Oleh :**

**Alexandra Ivena S**

**2015/BC/4097**

**Disetujui Oleh :**



**Supadiyanto, M.I.Kom**  
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI PENYIARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)  
YOGYAKARTA  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

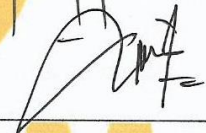
Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan dosen penguji *Broadcasting R-TV* Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 23 Agustus 2018  
Jam : 17.00 – 19.00 WIB  
Tempat : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta

1. Supadiyanto, M.I.Kom.  
(Pembimbing dan penguji I)



2. Hanif Zuhana Rahmawati, M.Sn.  
(Penguji II)



3. Pius Rino Pungkiawan, M.Sn.  
(Penguji III)




Mengesahkan :



R. Sumantri Raharjo, M.Si  
Ketua STIKOM

Mengetahui :



Hanif Zuhana R., M.Sn  
Ketua Prodi Broadcasting

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Alexandra Ivena Susanto  
NIM : 2015/BC/4097  
Judul Laporan : Peran Penting Asisten Produksi (*Production Assistant*) Dalam Program Video Konten Di Cameo Project

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinil, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja Profesional selama saya menempuh praktek kerja lapangan di Cameo Project dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy – paste*) karya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah; disamping dalam catatan perut pada halaman tulisan
3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademik, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen – dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian dipublikasikan secara luas oleh STIKOM.

Penyataan ini saya buat dengan sesungguhnya,

Yogyakarta, 13 Agustus 2018



Alexandra Ivena Susanto

## **MOTTO**

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.

(Filipi 4:13)

Lakukan Sesuatu Karena Kita Mampu

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas segala berkat dan anugerah-Nya diberikan kesempatan mengenggam ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Laporan ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Ahli Madya. Dalam penelitian dan penyusunan laporan ini, penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis sangat ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua yang selalu menanyakan “kamu kapan selesainya?”. Terima kasih atas dukungan moril dan materil.
2. Terima kasih kepada dosen pembimbing Pak Supadiyanto yang telah membimbing dan memotivasi, walaupun sering menambah revisian dan sulit untuk ditemui.
3. Buat temen-temen Generasi Baja yang telah berjuang bersama untuk mengerjakan laporan ini dan berbagi kesenangan agar tidak tegang.
4. Terima kasih kepada Kak Helga dan Kak Bob sebagai asisten produksi di Cameo Project yang dengan ikhlas membimbing dan menjawab pertanyaan yang saya ajukan terkait laporan ini.
5. Terima kasih kepada seluruh teman-teman yang sudah membantu yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

## KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kemudahan, kesehatan dan anugerah luar biasa kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul : Peran Penting Asisten Produksi (*Production Assistant*) Dalam Program Video Konten Di Cameo Project

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mendapat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta yang telah memberi dukungan moril dan materiil sehingga laporan ini bisa selesai dengan tepat waktu.
2. Bapak Supadiyanto, M. I. Kom selaku dosen pembimbing yang telah dengan ikhlas membimbing penulis sehingga penulisan laporan ini berjalan dengan lancar.
3. Ibu Hanif Zuhana Rahmawati, M.Sn selaku Kaprodi *Broadcasting R-TV* yang selalu mendukung anak didiknya walaupun jarang ke kampus.
4. Segenap tim penguji Laporan Praktik Kerja Lapangan.
5. Seluruh Dosen dan Staff dan karyawan/ti Civitas Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta, khususnya Dosen *Broadcasting R-tv*
6. Seluruh Tim produksi Cameo Project yaitu, Kak Helga, Kak Bob, Ko Rio, Mas Dedi, Mas Dimas. Telah memberikan ilmu yang baru.
7. Kepada ko Andry Ganda selaku pendiri Cameo Project dan kepada seluruh karyawan kantor Cameo Project yang telah bersedia menerima penulis menjadi salah satu bagian dari tim Cameo Project, dan berbagi ilmu kepada penulis.
8. Kepada seluruh anak magang yang bersama dengan penulis ketika penulis magang.
9. Semua anggota generasi baja Om Danu, Candra, Vido, Arfan, Erviyan, Bayu, Citra, Yohan, Dewa, Rendy. Terima kasih telah berbagi ilmu yang

tidak saya dapatkan di kampus, saling mendukung satu sama lain, menghabiskan waktu bersama untuk membicarakan banyak hal, kumpul selalu ada tawa dan cerita, dan semua hal yang telah kita jalani dan lalui, semoga sampai kapanpun kita akan selalu seperti ini.

10. Seluruh angkatan BC 15 yang telah menjadi teman selama perkuliahan yang melelahkan ini.

Penulis menyadari bahwa ada kekurangan baik dari segi penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan maupun dari segi lainnya. Oleh karena itu, penulis sangat berharap dan akan terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi calon praktisi *Broadcasting R-TV*.

Yogyakarta, 13 Agustus 2018



Alexandra Ivena Susanto



## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Etika Akademik.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Motto .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Waktu dan Lokasi PKL.....	7
1.5 Metode Penelitian.....	8

### **BAB II KERANGKA KONSEP**

2.1 Penegasan Judul .....	11
2.2 Kajian Pustaka.....	13
2.2.1 Komunikasi Massa .....	13
2.2.2 Struktur Pekerja Film.....	14
2.2.3 Asisten Produksi .....	18
2.2.4 Tahapan Produksi Video Konten.....	19

2.2.5 Youtube .....	21
2.2.6 Internet .....	21
2.2.7 Konten Video .....	24
2.2.8 Jalur Dsitribusi Film .....	25
2.2.9 Regulasi .....	26
2.3 Ekstraksi Penelitian terdahulu.....	45

### **BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah, Visi, Misi, dan Tujuan.....	49
3.1.1 Rate Harga Cameo Project.....	51
3.1.2 Prestasi Cameo Project.....	51
3.2 Struktur Organisasi .....	55
3.3 Filosofi Logo .....	61
3.4 Obyek Praktik yang dilakukan .....	62
3.4.1 Project Cameo dari tahun 2016-2018 .....	62

### **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1 Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	65
4.2 Pembahasan.....	70
4.2.1 Deskripsi Video Konten .....	70
4.2.2 Peran Asisten Produksi Dalam Mempertahankan Kualitas Video Konten .....	81
4.2.3 Hambatan .....	100
4.2.4 Solusi yang dilakukan .....	102
4.3 Refleksi & Diskusi .....	104
4.3.1 Kualitas Isi Video Konten .....	107

### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	111
5.2 Saran .....	112

### **DAFTAR PUSTAKA .....**

### **LAMPIRAN.....**

## **DAFTAR GAMBAR**

1. Gambar 1 Internet Live Stats .....	3
2. Gambar 2 Peta Lokasi Cameo Project .....	7
3. Gambar 3 Peta Cameo Project .....	67
4. Gambar 4 Rate Card Cameo Project .....	68
5. Gambar 5 Siup Cameo Project .....	71
6. Gambar 6 Bagan Struktur Organisasi Cameo Project.....	72
7. Gambar 7 Logo Cameo .....	78
8. Gambar 8 React Video .....	90
9. Gambar 9 Hi-Sis! .....	91
10. Gambar 10 Alay Lu! .....	92
11. Gambar 11 Webseries Episode 1 .....	94
12. Gambar 12 Webseries Episode 2 .....	94
13. Gambar 13 Webseries Episode 3 .....	95
14. Gambar 14 Webseries Episode 4 .....	95
15. Gambar 15 Webseries Episode 5 .....	96
16. Gambar 16 Webseries Episode 6 .....	96
17. Gambar 17 Webseries Episode 7 .....	97
18. Gambar 18 Dilecehkan! .....	97
19. Gambar 19 Bagan Alur Produksi .....	100
20. Gambar 20 Contoh Naskah Cameo Project .....	102
21. Gambar 21 List Wardrobe.....	104
22. Gambar 22 Breakdown .....	106
23. Gambar 23 From Pengajuan Budget .....	107
24. Gambar 24 Crew Call.....	108
25. Gambar 25 Rapat Pematangan Konsep.....	109
26. Gambar 26 Asisten Produksi Saat Dilokas .....	112
27. Gambar 27 Contuinity Log .....	113
28. Gambar 28 Asisten Produksi Menjadi Clapper.....	114
29. Gambar 29 Asisten Produksi Menjadi Clapper.....	115
30. Gambar 30 Produksi Klien Baf .....	117
31. Gambar 31 Subscriber Cameo Project .....	122

32. Gambar 32 Subscriber Lagikeren.....	123
33. Gambar 33 Video Tranding “Ahok” .....	123
34. Gambar 34 Video Tranding “Alay Lu!” .....	123
35. Gambar 35 Statistik Penonton Cameo Project .....	125
36. Gambar 36 Statistik Penonton Lagikeren Berdasarkan Umur .....	126
37. Gambar 37 Statistik Penonton Lagikeren Berdasarkan Jenis Kelamin	127

### **DAFTAR TABEL**

1. Tabel 1 Analisis Kegiatan PKL.....	82
2. Tabel 2 Analisis Angka Kegiatan PKL.....	86
3. Tabel 3 Keterangan Isi <i>Contuinity Log</i> .....	95

## **ABSTRACT**

*Youtube has become a favorite media lately, through Youtube media there are so many people who start accessing and even uploading video content in the form of creative works. The high audience interest in a Youtube media is a new means to start a video content business. The aim of the problem of this reasearch is how the role of the production assistant in maintaining the quality of the video content program on Cameo Project. And how is the solution of the obstacles / constraints experienced by the Production Asisstant in the production of video content programs. In this study the author uses qualitative methods where the writer plunges the field directly. Data collection techniques used in this study are interviews, observation, and literature studies. The conclusion of this study is that the production assistant become the director's right hand in the production process, so that production runs smoothly from pre-production to post-production and production assistant must be ready to concurrently hold several jobdesk at once. Production assistant must able to have a solution to the constrains of time, human resources, limited equipment, uncertain, budget, and artistic natural.*

*Key Words : Youtube, Production Assistant, Video Content, qualitative methods Cameo Project*

## **ABSTRAK**

*Youtube menjadi media favorit belakangan ini, melalui media Youtube saat ini banyak sekali orang yang mulai mengakses bahkan mengupload video konten berupa karya kreatif. Tingginya minat penonton terhadap suatu media Youtube menjadi sarana baru untuk memulai bisnis video konten. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana peran asisten produksi (*production assistant*) dalam mempertahankan kualitas program konten video di Cameo Project, dan bagaimanakah solusi atas hambatan/kendala yang dialami asisten produksi (*Production Assistant*) dalam produksi program konten video. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dimana penulis terjun kelapangan secara langsung. Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan studi pustaka. Kesimpulan penelitian ini asisten produksi menjadi tangan kanan *director* dalam proses produksi, agar produksi berjalan dengan lancar mulai dari pra produksi hingga pasca produksi dan asisten produksi harus siap merangkap beberapa *jobdesk* sekaligus. Asisten produksi juga harus memiliki solusi atas hambatan waktu, sumber daya manusia, peralatan yang terbatas, cuaca alam yang tidak menentu, *budget*, dan artistik.*

*Kata kunci : Youtube, Asisten produksi, video konten, metode kualitatif, Cameo Project.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini, khlayak muda banyak meminati sebuah karya-karya kreatif. Melalui media *Youtube* saat ini banyak sekali orang yang mulai mengakses bahkan mengupload video konten berupa karya kreatif. Kini TV sudah tidak lagi menjadi kesenangan khlayak muda, saat ini media yang mereka akses ada pada satu genggaman yaitu gadget.

Akhir-akhir ini semakin pesatnya persaingan ekonomi yang memacu para produsen untuk bersaing memperebutkan pasar. Tinggnya minat penonton terhadap suatu media *Youtube* menjadi sarana baru untuk memulai bisnis video konten. Berbagai macam bentuk strategipun digunakan untuk menarik perhatian pasar, salah satunya adalah dengan cara beriklan. Bagi produsen, iklan bukan hanya sarana untuk memasarkan produk, melainkan juga untuk menanamkan citra kepada khlayak tentang produk yang ditawarkan dengan mengemas iklan menjadi video konten.

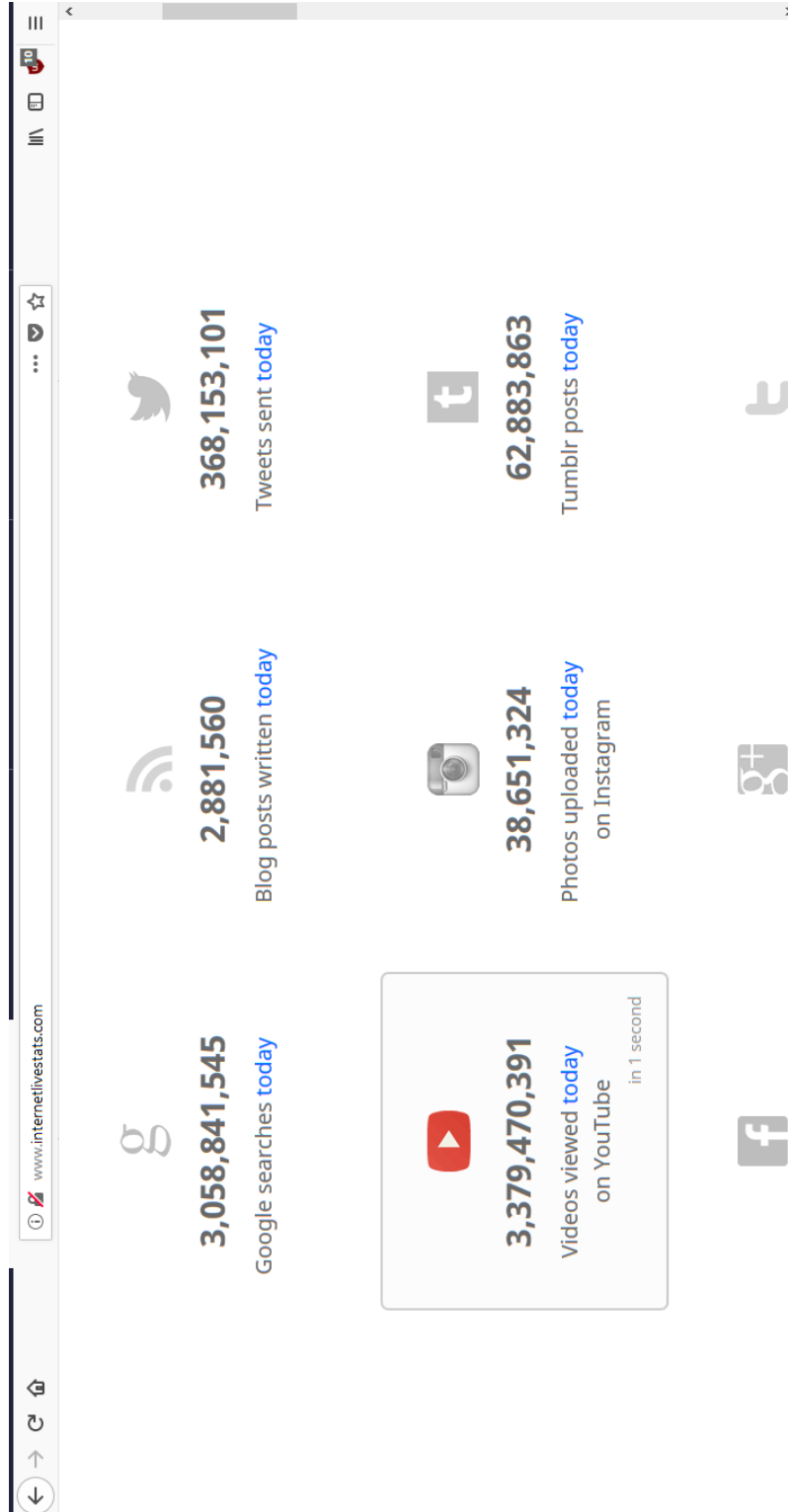
Saat ini banyak sekali perusahaan jasa khususnya dibidang perfilman bersaing untuk menghasilkan film yang dapat memuaskan konsumen. Industri hiburan seperti film sebenarnya sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat. Perusahaan perfilman ataupun *Production House* seiring waktu banyak bermunculan untuk memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat Indonesia. Dengan begitu, sangat dibutuhkan strategi bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya di industri tersebut.

Film bukanlah produk hiburan semata, melainkan juga termasuk kepada produk budaya, karena tanpa disadari film mencerminkan realitas kehidupan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat pada masanya. Seringkali cerita yang diangkat ke dalam sebuah film dipengaruhi oleh kondisi dan kehidupan masyarakat tempat film tersebut berada. Secara tidak langsung film dapat menggambarkan watak atau identitas suatu bangsa. Film juga dapat mengubah citra suatu bangsa di mata internasional apabila dimanfaatkan dengan benar.

Saat ini ada beberapa macam media yang dapat dijadikan wadah untuk beriklan dan menampilkan karya kreatif seperti film. Jika dahulu hanya ada televisi, radio, dan koran sebagai sarana beriklan, namun saat ini disetiap situs internet maupun aplikasi internet bisa menjadi ajang beriklan. Pada era saat ini produsen mulai banyak beriklan menggunakan cara yang berbeda, yaitu dengan membuat sebuah karya kreatif yang dilatarbelakangi sebuah iklan. Produsen-produsen saat ini lebih tertarik membuat iklan dengan kemasan ringan dan menarik, namun membuat penonton mengingat tentang iklan tersebut. Produsen menggunakan cara yang berbeda yakni dengan membuat iklan yang dikemas dengan *Web Series*. Media konvensional seperti media cetak dan televisi sebelumnya merajai pendapatan iklan hingga melejitnya penggunaan internet secara global. Perubahan tersebut menggeser pilihan perusahaan untuk beriklan ke digital yang bisa diakses lewat komputer maupun ponsel.

Media sosial dinilai lebih efektif dalam menyampaikan pesan iklan ketimbang media tradisional terlebih di *platform* yang mengutamakan konten video. Itu sebabnya *platform* seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dan *Snapchat* yang dominan dengan video jadi primadona.

Di era internet ini, *Web Series* sudah menjadi hal yang umum. *Web Series* merupakan sebuah konsep acara berseri yang dirilis dalam medium internet, biasanya *Youtube* menjadi *platform* utama bagi para produser *web series*. Format *web series* ini sebenarnya mirip dengan acara yang ditayangkan di televisi, tetapi ada perbedaan dalam *platform* dan konten yang ditayangkan. *Youtube* saat ini sangat eksis hampir disemua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Pernyataan ini dapat disimpulkan melalui data yang menunjukkan banyaknya pengakses youtube didunia disetiap detikanya, merujuk pada data dalam situs website [www.internetlivestats.com](http://www.internetlivestats.com) hingga pada saat penulis menuliskan laporan ini angka pengakses *Youtube* ada pada angka kurang lebih 3,380 Milyar dan jumlahnya pun terus meningkat setiap detikanya.



Gambar 1  
 (sumber : internetlivestats.com)



Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa *Youtube* menjadi platform yang banyak diminati masyarakat, baik sebagai *konten creator* maupun *subscribe* atau pelanggan. Dari data tersebutlah mengapa *Youtube* dikatakan strategis, maka dari itu mulai banyak perusahaan-perusahaan yang beralih atau bahkan menambah wadah iklan mereka selain di televisi yaitu *youtube*. Beriklan di *youtube* selain menguntungkan perusahaan juga menguntungkan sang *konten creator* itu sendiri karena setiap iklan akan dibayar kepada *youtuber* itu sendiri.

*Youtube* benar-benar menjadi media favorit khalayak muda kreatif, banyak sekali khalayak muda yang terjun langsung kedalam platform *Youtube* salah satunya adalah Cameo Project. Dimana Cameo Project merupakan sekelompok anak muda kreatif yang kritis akan hal-hal sosial dan isu-isu politik pada saat ini. Yang dibangun pada tahun 2008 dan awalnya dikenal sebagai perusahaan dalam industri layanan dokumentasi pernikahan, namun saat ini Cameo telah berevolusi menjadi perusahaan yang memproduksi karya visual melalui videografi. Dalam membangun perusahaan rumah produksi ini Cameo memiliki visi yaitu menjadi *Video Producer* di seluruh lanskap digital Indonesia untuk konten hiburan dan inspirasional. Dengan adanya visi tersebut membuat Cameo menentukan misi mereka untuk mewujudkan visi tersebut yaitu mempengaruhi Indonesia melalui video yang menghibur dan menginspirasi, menjadi *konten creator* yang mendidik dan berbobot. Cameo Project memiliki dua PT yaitu PT. Anak Muda Grup (Cameo Project) dan PT. LagiKeren, dimana kedua PT ini memiliki isi konten yang berbeda.

Dalam rumah produksi, ada seorang produser yang memimpin proses pembuatan karya kreatif mulai dari persiapan sebelum shooting sampai pada tahap karya kreatif tersebut siap tayang. Peran produser adalah memilih penulis naskah, menjadi supervisor dalam hal proses *development*, menentukan sutradara, co-produser, desain produksi hingga sinematografinya, berpartisipasi dalam melihat lokasi syuting dan menentukan, menyetujui beberapa hal terkait script syuting, biaya serta jadwal produksi, berkonsultasi dengan orang-orang kreatif, komposer, staff

efek visual dan sutradara, menyetujui laporan pengeluaran. Untuk dapat melewati proses ini, produser tidak bekerja sendiri, tetapi dibantu oleh seorang asisten produksi (*Production Assistant*) yang bertugas menyiapkan segala keperluan shooting dan juga menjadi jembatan antara produser dengan tim produksi yang ada dibawahnya. Karena segala arahan dari produser akan disampaikan ke asisten produksi (*Production Assistant*). Ketika sutradara sudah ditentukan, barulah sutradara yang akan memegang kendali produksi dibawah persetujuan produser. Peran sutradara adalah menangani desain dari set produksi, jadwal pengambilan gambar hingga lokasi syuting. Sutradara juga bisa meminta perubahan pada script film, sutradara juga bisa membantu unit sutradara kedua, dan berkonsultasi mengenai fotografinya, bekerjasama dengan editor mengenai bagian *scene* mana yang harus dihilangkan, dipotong, dirubah dan sebagainya, menentukan bagaimana akting pemerannya, narasinya, dubbing, dan lain sebagainya.

Untuk mendapat pengalaman dan ilmu lebih lanjut mengenai produksi karya kretatif, penulis mencoba untuk melakukan bekerja praktek disalah satu rumah produksi. Adapun rumah produksi yang dipilih adalah “Cameo Project”. Dengan kerja praktek di rumah produksi Cameo Project selama dua bulan, penulis tentunya mendapatkan banyak hal baru mengenai proses sebelum produksi sampai sesudah produksi. Sehingga setelahnya penulis mengambil judul “Peranan Penting asisten produksi (*Production Assistant*) dalam sebuah program video konten di Cameo Project”. Judul tersebut mengasumsikan bagaimana peran penting asisten produksi (*Production Assistant*) mulai dari sebelum proses produksi sampai pasca produksi.

Sebelumnya sudah dijelaskan bagaimana sistematis sebuah rumah produksi memproduksi suatu konten. Di Cameo Project penulis mendapatkan pengalaman dan sistematis yang berbeda namun tetap efektif. Di Cameo project biasanya produser dan sutradara menjadi satu, dan untuk tim produksinya sudah tetap, karena dalam rumah produksi tersebut sudah memiliki *jobdesknya* masing-masing. Di Cameo Project penulis menjabat sebagai asisten produksi (*Production Assistant*) atau yang biasa disebut Asisten Sutradara. Penulis memilih bidang asisten produksi (*Production*

*Assistant*) karena ingin mengasah ilmu dan memperbanyak pengalaman menjadi asisten produksi (*production assistant*) karena memang *passion* penulis ada dalam bidang tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana peran asisten produksi (*Production Assistant*) dalam mempertahankan kualitas program konten video di Cameo Project?
- b. Bagaimanakah solusi atas hambatan/kendala yang dialami asisten produksi (*Production Assistant*) dalam produksi program konten video?

## **1.3 Tujuan**

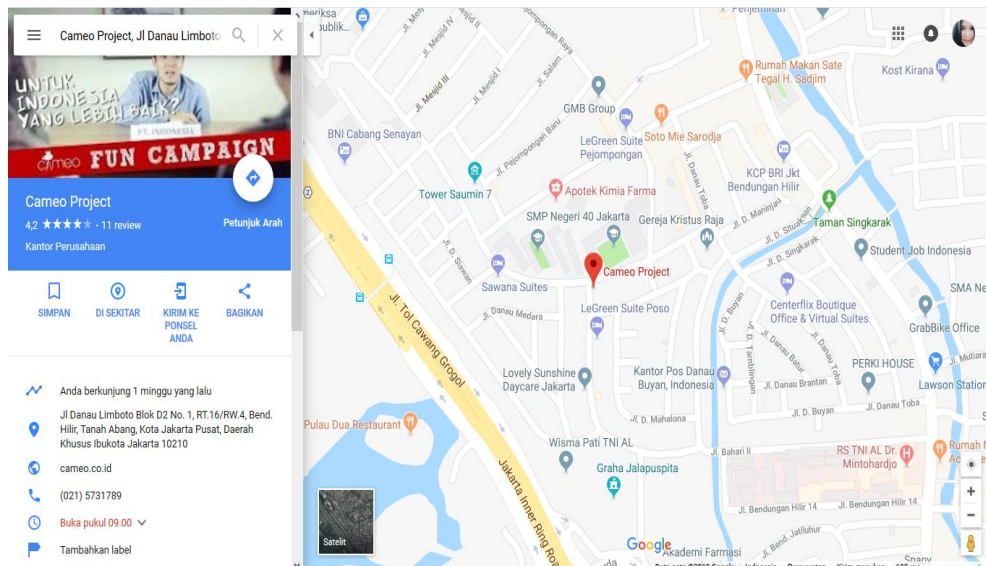
Tujuan yang hendak dicapai dengan melaksanakan Kuliah Kerja Media bagi mahasiswa Broadcasting R-TV Program Diploma III, Akademi Komunikasi Indonesia (AKINDO) khususnya bagi yang memilih bekerja praktek disebuah rumah produksi Cameo Project yaitu :

- a. Untuk memahami peran asisten produksi (*Production Assistant*) dalam mempertahankan kualitas isi dari video konten yang akan di tayangkan.
- b. Untuk mengetahui hambatan & solusi yang ada dalam sebuah produksi video konten.
- c. Untuk mengetahui solusi atas hambatan yang dialami asisten produksi (*Production Assistant*) dalam proses produksi program video konten.
- d. Mengetahui dan memahami tanggung jawab dan mekanisme kerja seorang asisten produksi (*Production Assistant*) di tim produksi karya kreatif.
- e. Untuk mempelajari hal-hal baru tentang dunia produksi video konten yang berbobot.
- f. Untuk menambah pengalaman, pengetahuan, dan ketrampilan agar menjadi *production assistant* yang profesional.

- g. Untuk mengetahui situasi dan kondisi dunia kerja disebuah rumah produksi untuk memproduksi sebuah karya kreatif.
- h. Menerapkan teori yang telah diperoleh dibangku perkuliahan sehingga dapat mengetahui persamaan dan perbedaannya.
- i. Untuk menerapkan gambaran yang seharusnya dalam melaksanakan praktek kerja industri sampai dimana pengetahuan atau kemampuan dalam mengikuti praktek kerja.
- j. Menambah wawasan, pengalaman, dan kemampuan yang memadai dalam menganalisa dan memecahkan masalah yang mungkin terjadi dalam sebuah rumah produksi.

#### 1.4 Waktu dan Tempat Magang

Kegiatan PKL dilaksanakan di PT. Anak Muda Grup atau yang sering disebut dengan Cameo Project yang berlokasi di Blok D2, Jl. Danau Limboto Blok EI No.1, RT.16/RW.4 Kelurahan Bendungan Hilir, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.



Gambar 2  
(sumber : Google Maps)

Kegiatan PKL dilaksanakan selama dua bulan, yaitu pada tanggal 12 Februari 2018 sampai dengan tanggal 12 April 2018 di Blok D2, Jl. Danau Limboto Blok EI No.1, RT.16/RW.4 kelurahan Bendungan Hilir, kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kegiatan PKL ini berlangsung selama delapan jam perhari dan bisa lebih dengan waktu istirahat satu jam. Pelaksanaan PKL dimulai pukul 09.00 – 17.00 WIB. Namun jika ada produksi diluar jam tersebut maka jam masuk pun bisa lebih awal dan jam pulang bisa lebih dari jam tersebut. Sehingga dikatakan jam kerja magangnya lebih fleksibel.

### **1.5 Metode Penelitian**

Paradigma penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Penulis memilih metode analisis kualitatif karena sesuai dengan metode penelitian penulis, yang dimana penulis terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data, melakukan observasi, dan berinteraksi secara langsung dengan obyek yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara : metode studi pustaka, metode observasi, metode wawancara.

#### **- Metode studi pustaka**

Pada metode ini penulis mengumpulkan segala informasi mengenai peran dan tanggung jawab asisten produksi (*Production Assistant*) dalam menjaga kualitas isi video konten. Penulis mencari informasi melalui beberapa referensi buku, dan juga melalui internet.

#### **- Metode Observasi**

Penulis juga mencari informasi dengan pengamatan secara langsung dilapangan. Melihat bagaimana kerja asisten produksi (*Production Assistant*) mempertanggung jawabkan perannya dalam pembuatan video konten. Penulis juga mengamati peran asisten produksi (*Production Assistant*) dalam beberapa video BTS (Behind The Scene) melalui *Youtube* yang memperlihatkan

bagaimana kinerja sebagai asisten produksi (*Production Assistant*). Penulis juga langsung terjun dilapangan untuk mempraktikan secara langsung peran *Production Assistant*.

- **Metode Wawancara**

Wawancara merupakan alat *re-checking* penulis untuk pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Dalam metode ini penulis melakukan tanya jawab kepada karyawan kantor Cameo Project yang menjabat sebagai asisten produksi (*Production Assistant*), yaitu Helga Theresia dan Bob Budiman.

Setelah penulis melakukan metode pengumpulan data seperti yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis juga melakukan metode penganalisisan data dengan cara, informasi yang sudah penulis dapatkan penulis rangkum menjadi satu file, dan data-data lain seperti struktur organisasi, daftar harga projek, dan lain sebagainya penulis mengumpulkannya menjadi satu folder agar mempermudah penulis dalam menulis laporan PKL.

Menurut Miles dan Huberman (1986) menyatakan bahwa analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang selalu disusun dalam sebuah teks yang diperluas atau yang dideskripsikan. Pada saat memberikan makna pada data yang dikumpulkan, data tersebut dianalisis dan diinterpretasikan. Oleh karena penelitian tersebut bersifat kualitatif, maka dilakukan analisis data.

Analisis data meliputi :

1. Reduksi data

Merupakan suatu proses pemilihan. Analisis yang dikerjakan peneliti selama proses reduksi data adalah, melakukan pemilihan tentang bagian data mana yang dikode, mana yang dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebar, dan cerita-cerita apa yang sedang tersebar. Selain itu, reduksi data adalah proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi.

## 2. Proses Penyajian Data

Penyajian data disini merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Adapun penyajian yang baik merupakan suatu cara yang pokok bagi analisis kualitatif yang valid. Beberapa jenis bentuk penyajian data adalah bentuk matriks, grafik, jaringan, bagan, dan sebagainya. Apabila apabila setelah beberapa waktu terjun dilapangan ternyata hipotesis yang dirumuskan selalu didukung oleh data pada saat dikumpulkan dilapangan, hipotesis tersebut terbukti dan berkembang menjadi teori yang *grounded*. Teori ini adalah teori yang ditemukan secara induktif, dan berdasarkan data yang ditemukan dilapanganselanjutnya diuji melalui pengumpulan data yang terus menerus.

## 3. Proses Menarik Kesimpulan

Proses yang ketiga ini peneliti mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi. Kesimpulan akhir mungkin tidak muncul sampai pengumpulan data terakhir, bergantung pada besarnya kumpulan catatan lapangan, pengkodeanya, penyimpanannya, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan atau ketrampilan peneliti, dan tuntutan dari pemberi dana, tetapi sering kesimpulan, itu telah dirumuskan sebelumnya sejak awal, walaupun dinyatakan telah melanjutkannya secara induktif. (M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, 2012 : hlm.306-312)

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Penegasan Judul**

Untuk memberi gambaran yang jelas dan untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami Laporan yang berjudul “Peran Penting Asisten Produksi (Production Assistant) dalam Program Video konten di Cameo Project”, penulis perlu memberi penegasan dari pengertian istilah judul laporan tersebut, sebagai berikut :

##### 1. Peran

Melalui [www.artikelsiana.com](http://www.artikelsiana.com) pengertian peran menurut definisi para ahli menyatakan bahwa pengertian Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. Seseorang melaksanakan hak dan kewajiban, berarti telah menjalankan suatu peran.

##### 2. Asisten Produksi (*Production Assistant*)

asisten/asis•ten/ /asistén/ n orang yang bertugas membantu orang lain dalam melaksanakan tugas profesional, misalnya dalam pekerjaan, profesi, dan kedinasan. (Anton M. Moeliono, 2008 : 93)

produksi/pro•duk•si/ n 1 proses mengeluarkan hasil; penghasilan: ongkos -- barang; 2 hasil: buku itu merupakan -- nya yang pertama; 3 pembuatan: -- film itu menelan biaya cukup besar; (Anton M. Moeliono, 2008 : 1103)

Asisten Produksi (*Production Assistant*) adalah orang yang bertanggung jawab memproduksi langsung dilapangan/lokasi shooting/clip/film atas Hasil brainstorming yang telah disetujui tim produksi (Manager, Eksekutif produser, Produser, PA, Kreatif). Dalam Hal ini seorang PA dikomando oleh produser, yang merumuskan konsep dari hasil evaluasi dari tim KREATIF, yang telah dibuat, disepakati, dan diputuskan oleh eksekutif produser dan produser.



### 3. Program

Rancangan mengenai asas serta usaha (dalam ketatanegaraan, perekonomian, dan sebagainya) yang akan dijalankan: beberapa partai menyetujui -- pemerintah; Komp urutan perintah yang diberikan pada komputer untuk membuat fungsi atau tugas tertentu; (Anton M. Moeliono, 2008 : 1104)

Dalam sebuah program diartikan sebagai dalam produksi sesuatu hal. Produksi sesuatu hal disini adalah memproduksi sebuah karya video kreatif yang berupa video konten, comedy, fun champaign, dan film pendek di rumah produksi Cameo Project.

### 4. Video Konten

video/vi•deo/ /vidéo/ n 1 bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi; 2 rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi. (Anton M. Moeliono, 2008 : 1547)

kon.ten /kontén/n informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. (Anton M. Moeliono, 2008 : 729)

### 5. Cameo Project

Cameo Project adalah sebuah perusahaan rumah produksi yang bergerak dibidang jasa khususnya fotografi dan videografi.

Dari definisi-definisi setiap kata diatas menyudut pada satu kesimpulan, sehingga yang dimaksud dengan penegasan judul diatas adalah tugas dan tanggung jawab asisten produksi dalam produksi video konten di Cameo Project.

## **2.2 Kajian Pustaka**

Sitirahayu Haditono (1999), menyatakan bahwa suatu teori akan memperoleh arti penting, bila ia lebih banyak dapat melukiskan, menerangkan, dan meramalkan gejala yang ada (Sugiono, 2010:53). Dalam landasan teori perlu dikemukakan deskripsi teori dan kerangka berfikir sehingga selanjutnya dapat dirumuskan hipotesis dan instrumen penelitian (Sugiono, 2010:58). Adapun teori yang peneliti anggap relevan dalam penelitian ini adalah:

1. Komunikasi Massa
2. Struktur Pekerja Film
3. Asisten Produksi
4. Tahapan Produksi
5. Youtube
6. Internet
7. Video Konten
8. Jalur Distribusi Film
9. Regulasi

### **2.2.1 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa menurut Gebner (1967) “Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies” (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia).

Dari definisi Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Proses memproduksi sebuah pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri. (Romli. 2016: hlm.2)

Komunikasi massa merupakan salah satu aktivitas sosial yang berfungsi dimasyarakat. Adapun komunikasi massa memiliki peranan fungsinya. Robert K. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktifitas memiliki dua aspek, yaitu:

- a. Fungsi nyata
- b. Fungsi tidak nyata

### **2.2.2 Struktur Pekerja Film**

Dalam pembuatan sebuah film tentu membutuhkan struktur pekerja film, berikut struktur pekerja film :

1. Produser Eksekutif, merupakan seorang investor yang membiayai proyek film atau video yang diberikan kepada filmmaker (pembuat film) atau videoklipmaker. Produser eksekutif bisa terdiri dari banyak orang.
2. Produser, yaitu seseorang atau beberapa orang yang bertugas mengelola segala hal yang berhubungan dengan pembuatan film/video. Produser harus menginisiasi, mengkoordinasi, mensupervisi dan mengontrol segala hal tentang pembiayaan, merekrut personal atau kru dan pengaturan distribusi. Seorang produser akan terlibat pada keseluruhan tahapan proses pembuatan film dari awal sampai akhir. Produser bertanggung jawab kepada Produser Eksekutif yang berhubungan dengan kinerjanya.
3. *Production Assistant*, Asisten Produser atau dikenal dengan istilah PA (*Production Assistant*) adalah posisi *entry level* di produksi film dan televisi. Namun begitu sosok asisten produser ini memegang peran yang sangat penting dalam sebuah produksi televisi ataupun film. Asisten produser bertugas membantu agar proses produksi berjalan lancar, dari mulai pra produksi hingga pasca produksi. Seorang PA memastikan alat-alat produksi tersedia dan tidak ada yang terlewat, kru bekerja sesuai jadwal dan tidak ngaret, membuat salinan skrip, sampai memantau proses editing termasuk di dalamnya proses *dubbing*.

4. Manajer Produksi, bertugas mengawasi aspek fisik produksi yang tidak berhubungan dengan proses kreatif sebuah film atau video. Manajer produksi mengawasi personil, teknologi, anggaran dan penjadwalan. Merupakan tugas manajer produksi untuk memastikan bahwa pembuatan film atau video sesuai dengan penjadwalan dan anggaranyang disediakan. Manajer Produksi juga bertugas mengelola kebutuhan sehari-hari termasuk gaji kru, biaya produksi dan biaya sewa peralatan. Manajer Produksi bekerja dibawah Line Producer dan bertugas mensupervisi langsung Koordinator Produksi.
5. Manajer Unit, untuk pembuatan film atau video yang besar, tugasnya hampir sama dengan manajer produksi sebagai pengawas second production, tetapi untuk skala kecil biasanya ditempatkan sebagai pengelola transportasi produksi.
6. Koordinator Produksi, bertugas mengkoordinasikan yang berhubungan dengan informasi produksi. Koordinator produksi bertanggung jawab untuk mengatur semua logistik dari perekrutan kru produksi, menyewa peralatan dan pencarian talent/artis. PC (Production Coordinator) merupakan bagian dari produksi film.
7. Post-Production Supervisor, bertugas untuk mengawasi pelaksanaan paska produksi.
8. Director/Sutradara, bertanggung jawab terhadap aspek kreatif film, termasuk konten dan mengendalikan alur plot, mengarahkan aktor, menyusun dan memilih lokasi dimana pelaksanaan shoting film, menentukan waktu dan isi dari soundtrack film. Meskipun kekuasaan dan wewenang sutradara besar, ia tetap tunduk dibawah komando produser.
9. Asisstan Director, disebut juga AD bertugas membantu manajer produksi dan sutradara. Inti pekerjaannya adalah memastikan jadwal yang sesuai dan menjaga lingkungan kerja yang kondusif dimana sutradara, aktor, dan kru dapat fokus pada pekerjaan mereka masing-masing. Mereka mengawasi kegiatan setiap hari kerja dan mengatur

penjadwalan pemain/aktor dan kru, mengawasi serta menjadwalkan pemakaian peralatan, script/naskah dan set.

10. Script Supervisor dikenal sebagai “petugas kontinuiti” (continuity person). Pengawas naskah bertugas mencatat bagian mana dari naskah yang telah difilmkan/divideokan dan membuat catatan dari setiap penyimpangan antara apa yang difilmkan/divideokan dan yang ada pada naskah. Mereka bertugas mencatat setiap shoot dan menjaga properti tetap pada tempatnya, menjaga blocking, dan detail lainnya yang memastikan kontinuitas adegan. Pengawas Naskah memberikan catatan kepada editor untuk mempercepat proses pengeditan film.
11. Desainer Produksi, bertanggung jawab terhadap penciptaan fisik untuk tampilan sebuah film yaitu hal-hal yang berhubungan dengan setting, kostum, properti, make up karakter, dan semua pekerjaan unit. Desainer produksi bekerja sangat dekat dengan sutradara dan sinematografer untuk menciptakan tampilan sebuah film.
12. Art Director, bertanggung jawab kepada desainer produksi, bertugas mengawasi langsung kinerja seniman dan pengrajin, seperti para desainer, seniman grafis, dan ilustrator yang memberikan rancangan untuk dikembangkan oleh desainer produksi. Art director bekerja bersama bagian konstruksi untuk mengawasi estetika dan detail tekstur set yang sesuai seperti yang diharapkan.
13. Director of Photography (DOP) mengepalai kru kamera dan lighting. DOP membuat keputusan pada pencahayaan dan pemingkanaan adegan dan berkoordinasi dengan sutradara. Biasanya, sutradara menceritakan bagaimana mereka ingin tampilan saat shooting, dan DOP memilih aperture yang tepat, filter, dan pencahayaan untuk mencapai efek yang diinginkan.
14. Camera Operator bertugas mengoperasikan kamera berdasar arahan dari DOP atau sutradara untuk merekam setiap scene/adegan.
15. First Assistant Camera (Focus Puller) disebut juga 1stAC bertugas memastikan dan mengamati bahwa kamera selalu dalam kondisi

fokus obyek yang sesuai ketika merekam gambar dalam setiap adegan.

16. Second Assistant Camera (Clapper Loader) juga disebut 2ndAC bertugas mengoprasikan clapperboard pada permulaan setiap adegan dan mencatatnya sebagai stok shot di sela-sela pengambilan gambar. Ia juga bertugas cek dan ricek setiap stok shot dalam catatannya ketika mengirim dan menerima film diproses di laboratorium (jika menggunakan film seluloid). Ia juga mengatur dan mengawasi peralatan kamera dan urusan transportasi camera di lokasi shooting.
17. Production Sound Mixer merupakan kepala produksi bagian perekaman suara, yang bertugas dan bertanggungjawab terhadap perekaman suara selama pembuatan film/video. Mereka menentukan penggunaan mikrofon sesuai kebutuhan, pengoprasian alat-alat perekam, dan kadang-kadang melakukan mixing suara pada satu waktu.
18. Boom Operator merupakan asisten dari Production Sound Mixer, yang bertanggung jawab terhadap pergerakan dan penggantian mikrofon selama pembuatan film/video. Ia juga mengatur penempatan mikrofon radio dan set mikrofon yang tersembunyi. Di Perancis boom operator disebut perchman.
19. Gaffer merupakan kepala dari departemen listrik. Merencanakan dan mengeksekusi perencanaan lighting untuk keperluan produksi.
20. Lighting Technician (LT) ikut membantu menyeting dan mengontrol perlengkapan lighting.
21. Film Editor bertugas mengedit film/video dan menggabungkannya menjadi tayangan film atau video berdasar arahan dari sutradara.
22. Visual Effect Supervisor bertugas pada departemen visual efek. Visual efek dilakukan pada pasca produksi berhubungan dengan perubahan-perubahan gambar yang dilakukan. Visual efek berbeda dengan spesial efek yang bekerja pada fase produksi.
23. Sound Editor bertanggung jawab terhadap penyusunan dan pengeditan seluruh sound efek.

24. Re-recording Mixer menyeimbangkan suara antara dialog, musik, dan efek. Kemudian menyelesaikannya dalam bentuk film audio track.
25. Composer bertugas menulis score musik untuk film.

### 2.2.3 Asisten Produksi

Asisten Produksi (*Production Asistant*) disebut juga PA. PA adalah orang yang paling sibuk karena banyak tugas yang dilakukan mulai dari praproduksi, produksi, dan pasca produksi. Pekerjaannya mulai dari mempersiapkan/ mencari/ mencatat/ mengumpulkan/ mengoordinasikan seluruh fasilitas produksi, studio, desain grafis, bakcdrop, stage, wardrobe, make up, kamera, audio, lighting, memperbanyak rundown, script, dan juga kadang terlibat dalam proses kreatif (Rusman Latief dan Yusiatie Utud, 2015 : hlm. 127).

Asisten Produksi (*Production Asistant*) bertanggung jawab atas segala hal di lokasi produksi dengan mengurus berbagai pekerjaan agar produksi berjalan lancar, membantu produser dalam mengatur produksi agar sesuai dengan jadwal dan *budget* seperti mengetik administrasi produksi, mengatur penonton, dan lain-lain. Berikut ini peran asisten produksi (*Production Asistant*) dalam proses produksi :

- ✓ Mengkoordinir semua materi produksi bersama unit.
- ✓ Mengkoordinir peralatan, set artistik, kru siap pada saat *rehearsal* dan saat *shooting*.
- ✓ Menyiapkan *daily shooting schedule* dan menyiapkan *crewcall*.
- ✓ Mencari dan menyiapkan *stock* lokasi untuk *shooting outdoor*, *camera blocking*, *floor plan*, dan membuat catatan hasil *rehearsal* sekaligus mendistribusikan kepada semua kru produksi.
- ✓ Membuat master *rundown* produksi. (Andi Fachruddin, 2016 : hlm. 152).

## 2.2.4 Tahapan Produksi Video Konten

Metodologi yang paling umum dipakai pada proses produksi Multimedia adalah yang biasa disebut dengan alur produksi 3 tahap. Secara umum, proses produksi multimedia dirancang dengan menjalankan 3 tahap sebagai berikut:

### a. Pra-Produksi

Tahap pra-produksi adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan persiapan. Pra-produksi ini biasanya paling banyak menyita sumber daya waktu dalam sebuah produksi. Dalam pra produksi sendiri dibagi menjadi beberapa bagian tahapan yaitu:

- Menentukan ide  
Menentukan ide yang akan digunakan sebagai konsep produksi video konten tersebut.
- Pendefinisian konsep/mematangkan konsep  
setelah ide sudah dapat maka tahap selanjutnya adalah mengonsep produksi itu sendiri. Dalam tahap ini asisten produksi (*Production Assistant*) membantu produser mematangkan konsepnya. Kemudian hunting lokasi, mencari lokasi mana yang sesuai dengan konsep.
- *Production plan*  
Membuat *production plan* yang meliputi: berapa crew yang akan di ikut sertakan dalam membuat video konten tersebut, target audience, tujuan proyek ini untuk apa, menentukan budget produksi, pembagian jobdesk, membuat time schedule, pembuatan breakdown.
- Mempersiapkan alat produksi  
Setelah semua matang, kemudian merencanakan alat apa saja yang dibutuhkan, kemudian tim produksi akan mempersiapkan peralatan agar pada saat produksi tidak terkendala jika semua sudah siap.

### b. Produksi



Tahap produksi merupakan tahap implementasi pra-produksi dimana semua anggota tim pengembang multimedia bekerja. Produksi adalah proses pengambilan gambar yang bertujuan untuk mengubah sebuah tulisan sebuah ide menjadi gambar visual sehingga bisa dinikmati oleh masyarakat.

Pada tahap produksi ini sutradara harus selalu preview pengambilan gambar pershootnya. Tujuannya adalah supaya hasil gambar yang diambil dapat maksimal dan sesuai dengan script.

#### c. Pasca Produksi

Pasca produksi adalah proses penyelesaian akhir (finishing) dari sebuah rangkaian produksi (syuting) yang meliputi pengeditan gambar, penambahan tittle, grafik, animasi, special effects, musik, soundeffects, audio dubing, dan output ke media videoseperti : Betacam, DVCAM, MiniDV, dan CD/DVD.

Secara sederhana, proses editing merupakan usaha merapikan dan membuat sebuah tayangan film menjadi lebih berguna dan enak ditonton. Dalam kegiatan ini seorang editor akan merekonstruksi potongan-potongan gambar yang diambil oleh kameramen.

### **2.2.5 Youtube**

Youtube adalah jejaring media sosial yang memberi ruang pada konsumen untuk mengunggah video buatannya kedalam situsnya. Semakin bagus dan semakin viral suatu video, efek jejaringnya semakin besar, dan situs ini berkembang menjadi pasar untuk komunikasi produk atau organisasi. YouTube juga menjadi peluang bagi para pemasar untuk mengiklankan produk dengan menggunakan algoritma yang dapat menyasat tujuan spesifik. (Rhenald Kasali, 2018 : 55)

Anehnya, ketika dunia periklanan menjadi semakin bersaing, tampak kecenderungan munculnya perusahaan spesialis media berskala multinasional. Fenomena ini tidak dapat dihidari mengingat media telah menjadi tempat perputaran dana terbesar disektor periklanan. Akibat dari fenomena ini adalah pergeseran dan penyesuaian yang harus dilakukan dalam paradigma periklanan. Perusahaan-perusahaan periklanan yang semula berpretensi full service, mulai melepas kegiatan media dan berfokus pada karya kreatif. Ada juga perusahaan yang periklanan yang mengubah dirinya menjadi brand agency khusus menggarap branding maupun re-branding bagi kliennya. (Bondan Winarno, 2008 : 221,223)

### **2.2.6 Internet**

Seperti yang diramalkan Alvin Toffler (1980), dunia kita telah memasuki gelombang ketiga. Demikian juga dengan dunia internet. Gelombang ketiga dari Toffler menandakan bahwa kita telah ada pada era informasi: “Sebuah komunitas global elektronik saat manusia begitu mudah menjangkau segala jasa dan informasi tanpa batas dan membangun komunitasnya, berinteraksi bukan berdasarkan jarak geografi, melainkan karena kesamaan minat.”

Steve Case (2016), pendiri America Online (AOL), adalah salah satu yang terpengaruh tulisan Toffler. Ia membagi dunia internet yang tengah kita jalani ini ke dalam 3 gelombang:

- Gelombang Pertama (1985-1999) – From Zero to One

Terinspirasi pemikiran Toffler, para tokoh seperti Jobs, Gates, Case, Moore, Scoot McNealy, Groove bergerak dan mengarahkan segala upaya ibarat para pembuka hutan yang membabat semak belukar untuk mewujudkan konektivitas internet. Mereka pun menghasilkan produk-produk untuk membuka akses seperti perangkat lunak dasar, modem, mikroprosesor, perangkat keras, dan jejaring yang memungkinkan terhubungnya hasil kerja mereka.

- Gelombang Kedua (2000-2015) – Aplikasi dan Komersialisasi

Ini adalah gelombang yang penuh keriaan setelah konektivitas terbentuk. Inilah saatnya cita-cita Toffler direalisasikan oleh para pembentuk komunitas. Kemunculan dan semakin menguatnya mesin pencari Google bukan saja mematikan Yellow Pages tetapi juga memperkuat komunitas dunia dalam mengorganisir realitas, membentuk identitas, mencari teman, kekasih, barang, hiburan, tempat, informasi, dan lain-lain. Selain Google, pada era ini juga marak berkembang media sosial, atau jejaring sosial yang berpotensi mengorganisir diri kita. Pada gelombang ini pula muncul produk-produk yang lebih bersahabat, yang membuat manusia bisa berpindah dari alam fisik geografisnya ke dunia maya, mulai dari video, permainan, peta, perjalanan, dan komunikasi.

Untuk pertama kalinya, Apple pun mengintegrasikan kehidupan itu dalam ponsel, menjadi smartphone. Google pun meluncurkan Android. Hidup menjadi lebih smart, lebih mudah diakses, lebih mobile dan menjadi motor perkembangan ekonomi melalui e-commerce yang memicu perdagangan global. Tokoh-tokoh pada gelombang ini adalah Mark Zuckerberg, Larry Page, Jack Ma, Kevin Systrom, Chad Hurley, Steve Chang, Jawed Karim, Tim Cook, dan Sergey Brin.

- Gelombang Ketiga (2016) – Era Internet of Things

Inilah saatnya internet hidup mandiri dan tak lagi sekedar menjadi milik perusahaan-perusahaan perintis internet. Internet

memungkinkan tercapainya kemajuan dalam bidang kesehatan, pendidikan, transportasi, keagamaan, perdagangan yang lebih sehat, dan masih banyak lagi, meski tentu saja internet juga bisa memungkinkan berkembang pesatnya kegiatan-kegiatan yang negatif seperti kriminalitas, obat-obatan terlarang, perdagangan manusia, dan kejahatan-kejahatan lainnya yang antara lain masuk kategori Deep Net (dark net, hidden web). Pada era ini, perdagangan melalui dunia maya akan semakin intens, membuat para pendatang baru menantang korporasi-korporasi besar dan incumbent.

Jumlah pengguna internet aktif di Indonesia yang mencapai 73 juta pengguna dimana 7%-nya melakukan transaksi jual-beli melalui internet. Hal ini mendorong terciptanya e-commerce yang makin diminati oleh masyarakat Indonesia. E-commerce merupakan proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer dan internet sebagai perantara transaksi bisnis. Pada tahun 2014, nilai transaksi e-commerce mencapai \$12 Miliar atau Rp 150 Triliun. Pemerintah menetapkan target untuk transaksi sampai dengan tahun 2016 mencapai \$24 Miliar atau Rp 300 Triliun.

Bertambahnya pengguna Internet, termasuk makin besarnya jumlah penggunaan teknologi ini dalam kehidupan sehari-hari, telah melahirkan berbagai dampak sosial, ekonomi dan politik. Pemerintah harus hadir dalam penanganan konten ilegal. Konten pornografi, judi, kekerasan, SARA, malware dan konten ilegal lainnya telah memicu banyaknya kasus kekerasan seksual terhadap anak, kerusuhan antar suku atau agama, meningkatnya kejahatan, serta pengaruh buruk bagi masyarakat terutama anak-anak.

E-Government (electronic government) adalah suatu pemanfaatan teknologi informasi, baik internet maupun non-internet, untuk menyediakan pelayanan yang lebih nyaman dan efisien terhadap warga dan organisasi atas informasi dan pelayanan

pemerintah yang berbasis internet, seperti portal, website, email, blog, dan lain-lain.

Kecenderungan anak muda dalam mengonsumsi media saat ini sangatlah besar. Secara orientasi personal, para remaja menggunakan media sosial dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi dengan teman-teman mereka.

Sehingga mereka memutuskan untuk memiliki akun media sosial lebih dari satu. Nilai individu yang ditampilkan dalam media sosial, para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri mereka di media sosial tersebut. Remaja suka menampilkan identitas mereka yang Smart, terlihat bahagia, dan suka menampilkan hobi atau kegiatan yang mereka sukai. Para remaja cukup terbuka di media sosial dalam menunjukkan identitas mereka. Hal ini ditunjukkan dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan mereka untuk eksis dengan mengupload kegiatan yang sedang mereka lakukan (baik melalui foto ataupun status) dan mengungkapkan permasalahan pribadi di media sosial, dalam bentuk tersirat.

### **2.2.7 Konten Video**

Dalam KBBI video diartikan dengan rekaman gambar hidup atau program tv untuk ditayangkan lewat pesawat tv. Sedangkan konten diartikan informasi yang tersedia melalui media ataupun produk elektronik. Maka dapat disimpulkan yang dimaksudkan video konten adalah sebuah rekaman gambar hidup yang berisi tentang informasi sesuatu hal yang akan dipublikasikan melalui media, baik media sosial maupun media televisi. Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat dan memberikan pengaruh diberbagai dunia membbuat perubahan terjadi didalam masyarakat baik secara cepat maupun lamban.

Konten-konten dalam media yang dibuat oleh pengguna internet mempengaruhi tatanan sosial dalam masyarakat. Dalam beragam fungsi dari konten yang disediakan menyebabkan masyarakat menjadi individualis dalam berkomunikasi didunia nyata. Video konten diyakini

bisa menjadi sarana yang baik dalam memberikan informasi, dan edukasi. Namun ketika video konten dibuat dengan konten yang tidak tepat itu juga bisa memicu sebuah masalah. Namun saat ini orang-orang mulai menggunakan video konten sebagai sarana yang positif, seperti contohnya edukasi, menjaga persatuan dengan ajakan yang positif. Bahkan perusahaan juga saat ini menjadikan video konten sebagai sarana beriklan.

### **2.2.8 Jalur Distribusi Film**

Distribusi film merupakan tahap lanjutan yang sangat penting setelah film selesai di produksi. Film sebaik apapun, apabila ia tidak ditonton oleh khalayak, maka akan jadi film yang sia-sia. Mekanisme produksi tetaplah merupakan satu dari tiga unsur dan terpisahkan dari kegiatan ekonomi film, yaitu produksi-distribusi-konsumsi (Sasono & Imajaya, 2011 : 192). Dengan tidak sampai pada penonton, berarti film sebagai media komunikasi telah gagal untuk menjalankan fungsinya dalam menyampaikan pesan dan secara ekonomi ia telah gagal karena tidak bisa menggunakan sumber daya yang terbatas untuk menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya atau minimal untuk bisa mengembalikan ongkos produksi.

Sebagai *powerhouse* yang kuat, perusahaan distribusi film bisa dipandang sebagai yang paling diuntungkan sehingga muncul anggapan bahwa distributor tidak lain dari bidang penyedot pendapatan produser (Sasono, 2007 ; 193). Maka tidak heran jika pendapatan produser dari hasil presentase mendapat banyak potongan (Bordwell and Thompson, 2005 ; 13). Di Indonesia, film independen bergerak secara mandiri dengan dana yang seadanya sesuai dengan kreativitas filmmaker dalam mencari funding, kru yang belum tentu dibayar, lalu mendistribusikan film secara door-to-door agar mendapatkan penonton alih-alih mendapatkan pemasukan untuk produksi selanjutnya (Aditya Kurniawan Sueardi, 2009 : 3-4)

Rumah produksi atau biasa disebut “Production House” (PH) adalah perusahaan pembuatan rekaman video atau perusahaan pembuatan

rekaman audio yang kegiatan utamanya membuat rekaman secara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran. (Pasal 1 angka 18 UU Nomor 24 Tahun 1997 Tentang Pengelolaan Penyiaran).

Dalam pengertian mudahnya, production house sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program-program audio dan audiovisual untuk disajikan kepada khalayak, sasarannya baik secara langsung maupun *broadcasting house*.

### **2.2.9 Regulasi**

Berdasarkan penelusuran terhadap regulasi, berikut ini disajikan undang-undang yang relevan dengan topik penelitian ini yaitu,

1. UU Nomor 19 tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik :

Pasal 31;

- (1) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan intersepsi atau penyadapan atas Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dalam suatu Komputer dan/atau Sistem Elektronik tertentu milik Orang lain.
- (2) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan intersepsi atas transmisi Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak bersifat publik dari, ke, dan didalam suatu Komputer dan/atau Sistem Elektronik tertentu milik Orang lain, baik yang tidak menyebabkan perubahan apa pun maupun yang menyebabkan adanya perubahan, penghilangan, dan/atau penghentian Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sedang ditransmisikan.
- (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Dan ayat (2) tidak berlaku terhadap intersepsi atau penyadapan yang dilakukan dalam rangka penegakan hukum atas permintaan kepolisian, kejaksaan, atau

institusi lainnya yang kewenangannya ditetapkan berdasarkan undang-undang.

- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara intersepsi sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dengan undang-undang.

Pasal 40;

- (1) Pemerintah memfasilitasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - (2a) Pemerintah wajib melakukan pencegahan penyebarluasan dan penggunaan Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - (2b) Dalam melakukan pencegahan sebagaimana dimaksud pada ayat (2a), Pemerintah Berwenang melakukan pemutusan akses dan/atau memerintahkan kepada Penyelenggara Sistem Elektronik untuk melakukan pemutusan akses terhadap Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar hukum.
- (3) Pemerintah menetapkan instansi atau institusi yang memiliki data elektronik strategis yang wajib dilindungi.
- (4) Instansi atau institusi sebagaimana dimaksud pada ayat (3) harus membuat Dokumen Elektronik dan rekam cadang elektroniknya serta menghubungkannya ke pusat data tertentu untuk kepentingan pengamanan data.
- (5) Instansi atau institusi lain selain diatur pada ayat (3) membuat Dokumen Elektronik dan rekam cadang elektroniknya sesuai dengan keperluan perlindungan data yang dimilikinya.



- (6) Ketentuan lebih lanjut mengenai peran Pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), ayat (2a), ayat (2b), dan ayat (3) diatur dalam peraturan pemerintah.”

Pasal 43;

- (1) Selain Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan Pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Hukum Acara Pidana untuk melakukan penyidikan tindak pidana di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik.
- (2) Penyidikan di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan memperhatikan perlindungan terhadap privasi, kerahasiaan, kelancaran layanan publik, dan integritas atau keutuhan data sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Penggeledahan dan/atau penyitaan terhadap Sistem Elektronik yang terkait dengan dugaan tindak pidana di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum acara pidana.
- (4) Dalam melakukan penggeledahan dan/atau penyitaan sebagaimana dimaksud pada ayat (3), penyidik wajib menjaga terpeliharanya kepentingan pelayanan umum.
- (5) Penyidik Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang:
  - a. menerima laporan atau pengaduan dari seseorang tentang adanya tindak pidana dibidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik;
  - b. memanggil setiap Orang atau pihak lainnya untuk didengar dan diperiksa sebagai tersangka atau saksi sehubungan dengan adanya dugaan tindak pidana di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik;

- c. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik;
- d. melakukan pemeriksaan terhadap Orang dan/atau Badan Usaha yang patut diduga melakukan tindak pidana di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik;
- e. melakukan pemeriksaan terhadap alat dan/atau sarana yang berkaitan dengan kegiatan Teknologi Informasi yang diduga digunakan untuk melakukan tindak pidana di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik;
- f. melakukan penggeledahan terhadap tempat tertentu yang diduga digunakan sebagai tempat untuk melakukan tindak pidana di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik;
- g. melakukan penyegelan dan penyitaan terhadap alat dan/atau sarana kegiatan Teknologi Informasi yang diduga digunakan secara menyimpang dari ketentuan peraturan perundang-undangan;

Pasal 45;

- (1) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan perjudian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

- (3) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah).
- (4) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan/atau pengancaman sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (4) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan delik aduan.

Pasal 45A;

- (1) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pasal 45B; Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mengirimkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakutkan yang ditujukan secara pribadi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah).

## 2. UU No 44 tahun 2008 Tentang Pornografi :

Pasal 4;

(1) Setiap orang dilarang memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan, menyebarluaskan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjualbelikan, menyewakan, atau menyediakan pornografi yang secara eksplisit memuat:

- a. persenggamaan, termasuk persenggamaan yang menyimpang;
- b. kekerasan seksual;
- c. masturbasi atau onani;
- d. ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan;
- e. alat kelamin; atau
- f. pornografi anak.

(2) Setiap orang dilarang menyediakan jasa pornografi yang:

- a. menyajikan secara eksplisit ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan;
- b. menyajikan secara eksplisit alat kelamin;
- c. mengeksploitasi atau memamerkan aktivitas seksual; atau
- d. menawarkan atau mengiklankan, baik langsung maupun tidak langsung layanan seksual.

Pasal 5; Setiap orang dilarang meminjamkan atau mengunduh pornografi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1).

Pasal 6; Setiap orang dilarang memperdengarkan, mempertontonkan, memanfaatkan, memiliki, atau menyimpan produk pornografi

sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1), kecuali yang diberi kewenangan oleh peraturan perundang-undangan.

Pasal 7; Setiap orang dilarang mendanai atau memfasilitasi perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.

Pasal 8; Setiap orang dilarang dengan sengaja atau atas persetujuan dirinya menjadi objek atau model yang mengandung muatan pornografi.

Pasal 9; Setiap orang dilarang menjadikan orang lain sebagai objek atau model yang mengandung muatan pornografi.

Pasal 10; Setiap orang dilarang mempertontonkan diri atau orang lain dalam pertunjukan atau di muka umum yang menggambarkan ketelanjangan, eksploitasi seksual, persenggamaan, atau yang bermuatan pornografi lainnya.

Pasal 11; Setiap orang dilarang melibatkan anak dalam kegiatan dan/atau sebagai objek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6, Pasal 8, Pasal 9, atau Pasal 10.

Pasal 12; Setiap orang dilarang mengajak, membujuk, memanfaatkan, membiarkan, menyalahgunakan kekuasaan atau memaksa anak dalam menggunakan produk atau jasa pornografi.

Pasal 13;

- (1) Pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi yang memuat selain sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) wajib mendasarkan pada peraturan perundang-undangan.
- (2) Pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan di tempat dan dengan cara khusus.

Pasal 14; Ketentuan mengenai syarat dan tata cara perizinan pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan produk pornografi untuk tujuan dan kepentingan pendidikan dan pelayanan kesehatan dan pelaksanaan ketentuan Pasal 13 diatur dengan Peraturan Pemerintah.

### 3. UU No 28 tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Pasal 2; Undang-Undang ini berlaku terhadap:

- a. semua Ciptaan dan produk Hak Terkait warga negara, penduduk, dan badan hukum Indonesia;
- b. semua Ciptaan dan produk Hak Terkait bukan warga negara Indonesia, bukan penduduk Indonesia, dan bukan badan hukum Indonesia yang untuk pertama kali dilakukan Pengumuman di Indonesia;
- c. semua Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dan pengguna Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait bukan warga negara Indonesia, bukan penduduk Indonesia, dan bukan badan hukum Indonesia dengan ketentuan:
  1. negaranya mempunyai perjanjian bilateral dengan negara Republik Indonesia mengenai perlindungan Hak Cipta dan Hak Terkait; atau
  2. negaranya dan negara Republik Indonesia merupakan pihak atau peserta dalam perjanjian multilateral yang sama mengenai perlindungan Hak Cipta dan Hak Terkait.

Pasal 3; Undang-Undang ini mengatur:

- a. Hak Cipta; dan
- b. Hak Terkait.

Pasal 4; Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pasal 5;

- (1) Hak moral sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 merupakan hak yang melekat secara abadi pada diri Pencipta untuk:
  - a. tetap mencantumkan atau tidak mencantumkan namanya pada salinan sehubungan dengan pemakaian Ciptaannya untuk umum;
  - b. menggunakan nama aliasnya atau samarannya;

- c. mengubah Ciptaannya sesuai dengan kepatutan dalam masyarakat;
  - d. mengubah judul dan anak judul Ciptaan; dan
  - e. mempertahankan haknya dalam hal terjadi distorsi Ciptaan, mutilasi Ciptaan, modifikasi Ciptaan, atau hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya.
- (2) Hak moral sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak dapat dialihkan selama Pencipta masih hidup, tetapi pelaksanaan hak tersebut dapat dialihkan dengan wasiat atau sebab lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan setelah Pencipta meninggal dunia.
- (3) Dalam hal terjadi pengalihan pelaksanaan hak moral sebagaimana dimaksud pada ayat (2), penerima dapat melepaskan atau menolak pelaksanaan haknya dengan syarat pelepasan atau penolakan pelaksanaan hak tersebut dinyatakan secara tertulis.

Pasal 6; Untuk melindungi hak moral sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1), Pencipta dapat memiliki:

- a. informasi manajemen Hak Cipta; dan/atau
- b. informasi elektronik Hak Cipta.

Pasal 7;

- (1) Informasi manajemen Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 huruf a meliputi informasi tentang:
- a. metode atau sistem yang dapat mengidentifikasi originalitas substansi Ciptaan dan Penciptanya; dan
  - b. kode informasi dan kode akses.
- (2) Informasi elektronik Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 huruf b meliputi informasi tentang:
- a. suatu Ciptaan, yang muncul dan melekat secara elektronik dalam hubungan dengan kegiatan Pengumuman Ciptaan;
  - b. nama pencipta, aliasnya atau nama samarannya;
  - c. Pencipta sebagai Pemegang Hak Cipta;
  - d. masa dan kondisi penggunaan Ciptaan;

- e. nomor; dan
- f. kode informasi.

(3) Informasi manajemen Hak Cipta sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan informasi elektronik Hak Cipta sebagaimana dimaksud pada ayat (2) yang dimiliki Pencipta dilarang dihilangkan, diubah, atau dirusak.

Pasal 8; Hak ekonomi merupakan hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas Ciptaan.

Pasal 9;

(1) Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan:

- a. penerbitan Ciptaan;
- b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;
- c. penerjemahan Ciptaan;
- d. pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian Ciptaan;
- e. Pendistribusian Ciptaan atau salinannya;
- f. pertunjukan Ciptaan;
- g. Pengumuman Ciptaan;
- h. Komunikasi Ciptaan; dan
- i. penyewaan Ciptaan.

(2) Setiap Orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.

(3) Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.

Pasal 10; Pengelola tempat perdagangan dilarang membiarkan penjualan dan/atau penggandaan barang basil pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait di tempat perdagangan yang dikelolanya.



Pasal 11;

- (1) Hak ekonomi untuk melakukan Pendistribusian Ciptaan atau salinannya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf e tidak berlaku terhadap Ciptaan atau salinannya yang telah dijual atau yang telah dialihkan kepemilikan Ciptaan kepada siapapun.
- (2) Hak ekonomi untuk menyewakan Ciptaan atau salinannya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i tidak berlaku terhadap Program Komputer dalam hal Program Komputer tersebut bukan merupakan objek esensial dari penyewaan.

Pasal 26; Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- a. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- b. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- c. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- d. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Pasal 27;

- (1) Fonogram yang tersedia untuk diakses publik dengan atau tanpa kabel harus dianggap sebagai Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman untuk kepentingan komersial.

- (2) Pengguna harus membayar imbalan yang wajar kepada Pelaku Pertunjukan dan Produser Fonogram jika Fonogram telah dilakukan Pengumuman secara komersial atau Penggandaan Fonogram tersebut digunakan secara langsung untuk keperluan Penyiaran dan/atau Komunikasi.
- (3) Hak untuk menerima imbalan yang wajar sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak tanggal Pengumuman.

Pasal 29; Pengalihan hak ekonomi atas Ciptaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16, Pasal 17, dan Pasal 19 berlaku secara mutatis mutandis terhadap pengalihan hak ekonomi atas produk Hak Terkait.

Pasal 30; Karya Pelaku Pertunjukan berupa lagu dan/atau musik yang dialihkan dan/atau dijual hak ekonominya, kepemilikan hak ekonominya beralih kembali kepada Pelaku Pertunjukan setelah jangka waktu 25 (dua puluh lima) tahun.

Pasal 33;

- (1) Dalam hal Ciptaan terdiri atas beberapa bagian tersendiri yang diciptakan oleh 2 (dua) Orang atau lebih, yang dianggap sebagai Pencipta yaitu Orang yang memimpin dan mengawasi penyelesaian seluruh Ciptaan.
- (2) Dalam hal Orang yang memimpin dan mengawasi penyelesaian seluruh Ciptaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak ada, yang dianggap sebagai Pencipta yaitu Orang yang menghimpun Ciptaan dengan tidak mengurangi Hak Cipta masing-masing atas bagian Ciptaannya.

Pasal 34; Dalam hal Ciptaan dirancang oleh seseorang dan diwujudkan serta dikerjakan oleh Orang lain di bawah pimpinan dan pengawasan Orang yang merancang, yang dianggap Pencipta yaitu Orang yang merancang Ciptaan.

Pasal 35;

- (1) Kecuali diperjanjikan lain Pemegang Hak Cipta atas Ciptaan yang dibuat oleh Pencipta dalam hubungan dinar, yang dianggap sebagai Pencipta yaitu instansi pemerintah.
- (2) Dalam hal Ciptaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) digunakan secara komersial, Pencipta dan/atau Pemegang Hak Terkait mendapatkan imbalan dalam bentuk Royalti.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pemberian Royalti untuk penggunaan secara komersial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 36; Kecuali diperjanjikan lain, Pencipta dan Pemegang Hak Cipta atas Ciptaan yang dibuat dalam hubungan kerja atau berdasarkan pesanan yaitu pihak yang membuat Ciptaan.

Pasal 37; Kecuali terbukti sebaliknya, dalam hal badan hukum melakukan Pengumuman, Pendistribusian, atau Komunikasi atas Ciptaan yang berasal dari badan hukum tersebut, dengan tanpa menyebut seseorang sebagai Pencipta, yang dianggap sebagai Pencipta yaitu badan hukum.

Pasal 54; Untuk mencegah pelanggaran Hak Cipta dan Hak Terkait melalui sarana berbasis teknologi informasi, Pemerintah berwenang melakukan:

- a. pengawasan terhadap pembuatan dan penyebarluasan konten pelanggaran Hak Cipta dan Hak Terkait;
- b. kerja sama dan koordinasi dengan berbagai pihak, baik dalam maupun luar negeri dalam pencegahan pembuatan dan penyebarluasan konten pelanggaran Hak Cipta dan Hak Terkait; dan
- c. pengawasan terhadap tindakan perekaman dengan menggunakan media apapun terhadap Ciptaan dan produk Hak Terkait di tempat pertunjukan.

Pasal 55;

- (1) Setiap Orang yang mengetahui pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait melalui sistem elektronik untuk Penggunaan Secara Komersial dapat melaporkan kepada Menteri.
- (2) Menteri memverifikasi laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Dalam hal ditemukan bukti yang cukup berdasarkan hasil verifikasi laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), atas permintaan pelapor Menteri merekomendasikan kepada menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang telekomunikasi dan informatika untuk menutup sebagian atau seluruh konten yang melanggar Hak Cipta dalam sistem elektronik atau menjadikan layanan sistem elektronik tidak dapat diakses.
- (4) Dalam hal penutupan situs Internet sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilakukan secara keseluruhan, dalam waktu paling lama 14 (empat belas) Hari setelah penutupan Menteri wajib meminta penetapan pengadilan.

Pasal 56;

- (1) Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang telekomunikasi dan informatika berdasarkan rekomendasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 ayat (3) dapat menutup konten, dan/atau hak akses pengguna yang melanggar Hak Cipta dan/atau Hak terkait dalam sistem elektronik dan menjadikan layanan sistem elektronik tidak dapat diakses.
- (2) Ketentuan lebih lanjut tentang pelaksanaan penutupan konten dan/atau hak akses pengguna yang melanggar Hak Cipta dan/atau Hak Terkait dalam sistem elektronik atau menjadikan layanan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh peraturan bersama Menteri dan menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang komunikasi dan informatika.

Pasal 59;

(1) Pelindungan Hak Cipta atas Ciptaan:

- a. karya fotografi;
- b. Potret;
- c. karya sinematografi;
- d. permainan video;
- e. Program Komputer;
- f. perwajahan karya tulis;
- g. terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, basis data, adaptasi, aransemen, modifikasi dan karya lain dari hasil transformasi;
- h. terjemahan, adaptasi, aransemen, transformasi atau modifikasi ekspresi budaya tradisional;
- i. kompilasi Ciptaan atau data, baik dalam format yang dapat dibaca dengan Program Komputer atau media lainnya; dan
- j. kompilasi ekspresi budaya tradisional selama kompilasi tersebut merupakan karya yang asli, berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali dilakukan Pengumuman.

(2) Pelindungan Hak Cipta atas Ciptaan berupa karya seni terapan berlaku selama 25 (dua puluh lima) tahun sejak pertama kali dilakukan Pengumuman.

Pasal 60;

(1) Hak Cipta atas ekspresi budaya tradisional yang dipegang oleh negara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 ayat (1) berlaku tanpa Batas waktu.

(2) Hak Cipta atas Ciptaan yang Penciptanya tidak diketahui yang dipegang oleh negara sebagaimana dimaksud Pasal 39 ayat (1) dan ayat (3) berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.

(3) Hak Cipta atas Ciptaan yang dilaksanakan oleh pihak yang melakukan Pengumuman sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39 ayat (2) berlaku

selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.

#### 4. Pedoman Komunitas Youtube

##### 1. Kebijakan terkait konten ketelanjangan dan seksual

Konten yang jelas-jelas bernuansa seksual seperti pornografi dilarang. Video yang berisi konten obsesi seksual akan dihapus atau dikenai pembatasan usia tergantung tingkat keparahan tindakan tersebut. Dalam sebagian besar kasus, obsesi seksual yang bernuansa kekerasan, terang-terangan, atau memalukan dilarang ditampilkan di YouTube.

Video yang berisi ketelanjangan atau konten seksual lainnya dapat diizinkan jika tujuan utamanya adalah pendidikan, dokumenter, ilmiah, atau artistik, dan bukanlah gambar yang serampangan. Misalnya, film dokumenter tentang kanker payudara dapat dianggap pantas, tapi memposting klip video yang tak ada hubungannya dengan film dokumenter tersebut, dapat dianggap tidak pantas. Harap diingat bahwa memberikan konteks pada judul dan deskripsi akan membantu kami dan penonton Anda untuk menentukan tujuan utama dari video tersebut.

Jika video tidak melewati batas, tapi masih berisi konten seksual, video tersebut dapat dikenai pembatasan usia, sehingga hanya penonton di atas usia tertentu yang dapat melihat konten tersebut.

Video yang berisi ketelanjangan atau perilaku seksual yang didramatisasi dapat dikenai pembatasan usia jika konteksnya sesuai dengan pendidikan, dokumenter, ilmiah, atau artistik. Video yang menampilkan seseorang yang berpakaian minim atau terbuka juga dapat dikenai pembatasan usia jika dimaksudkan untuk memberikan rangsangan seksual, tapi tidak menunjukkan konten yang vulgar.

## 2. Kebijakan terkait ujaran kebencian

Kami mendukung kebebasan berbicara dan membela hak Anda untuk menyatakan pandangan yang tidak populer. Namun, kami melarang ujaran kebencian.

Perkataan yang mendorong kebencian mengacu pada konten yang menyerukan kekerasan atau bertujuan untuk menghasut kebencian terhadap individu atau kelompok berdasarkan atribut tertentu, seperti:

- ras atau etnis asal
- agama
- disabilitas
- jenis kelamin
- usia
- status veteran
- orientasi seksual/identitas gender

Ada garis tipis antara mana yang dianggap sebagai ujaran kebencian dan mana yang bukan. Misalnya, konten yang mengkritik negara suatu bangsa secara umum tidak dilarang. Namun, jika tujuan utama konten tersebut adalah untuk menghasut kebencian terhadap sekelompok orang semata-mata berdasarkan etnis mereka, atau jika konten tersebut menyerukan kekerasan atas dasar salah satu atribut utama, seperti agama, maka konten tersebut melanggar kebijakan kami.

## 3. Kebijakan terkait konten kekerasan atau vulgar

### Konten teroris

Kami tidak mengizinkan organisasi teroris menggunakan YouTube untuk tujuan apa pun, termasuk perekrutan. YouTube juga melarang keras konten yang terkait terorisme, seperti konten yang mendukung tindakan teroris, memicu kekerasan, atau merayakan serangan teroris.

Jika Anda memposting konten yang terkait dengan terorisme untuk tujuan pendidikan, dokumenter, ilmiah, atau artistik, harap berikan informasi yang cukup agar penonton dapat memahami konteksnya. Rekaman yang bersifat vulgar atau kontroversial dapat dikenakan pembatasan usia atau diberi layar peringatan.

Konten mungkin memiliki batasan usia

Dalam sejumlah kasus, konten yang berisi kekerasan, baik itu sungguhan, didramatisasi, atau palsu mungkin tidak cocok untuk segala usia. Sama halnya dengan peringkat film atau televisi, fitur pembatasan usia kami dapat membantu penonton agar tidak menyaksikan konten yang tidak cocok untuk dirinya atau anak-anaknya.

#### 4. Kebijakan terkait pelecehan dan cyberbullying

Kami ingin Anda menggunakan YouTube tanpa khawatir menjadi sasaran pelecehan yang jahat. Jika pelecehan tersebut melanggar batas yang mengarah ke serangan jahat, konten yang dimaksud dapat dilaporkan dan akan dihapus. Dalam kasus lain, pengguna lain mungkin bersikap agak mengganggu atau picik, sehingga cukup diabaikan saja.

Pelecehan dapat mencakup:

- Video, komentar, atau pesan yang kasar.
- Mengungkapkan informasi pribadi seseorang, termasuk informasi pribadi yang sensitif seperti nomor jaminan sosial, nomor paspor, atau nomor rekening bank.
- Merekam seseorang untuk tujuan kejahatan tanpa izin dari orang yang bersangkutan.
- Secara sengaja memposting konten untuk mempermalukan seseorang.
- Membuat komentar/video negatif dan menyakitkan tentang orang lain Berbagai hal yang menjurus ke arah seksualitas



yang tidak diinginkan, yang meliputi pelecehan seksual atau bullying seksual dalam bentuk apa pun

- Menghasut untuk melecehkan pengguna atau pembuat konten lain

Tips dan saran:

- Berhentilah sejenak sebelum mengirim postingan: Pikirkan matang-matang tentang persepsi orang lain terhadap Anda secara online dan jangan memposting apa pun yang dapat mengancam reputasi atau keamanan Anda.
- Bicaralah terus terang: Beri tahu teman untuk menghentikan cyberbullying dan suarakan penolakan Anda terhadap cyberbullying jika Anda melihatnya di situs.
- Beri tahu orang dewasa jika Anda tetap khawatir mengenai tindakan orang lain terhadap Anda secara online.
- Cobalah menghapus komentar dan memblokir pengguna jika pengguna lain mengganggu Anda, sehingga mereka tidak bisa menulis komentar lagi. Anda juga dapat menonaktifkan komentar untuk video apa pun atau mengelola komentar yang mengharuskan persetujuan terlebih dahulu sebelum dapat diposting.
- Hormati pendapat orang lain secara online tapi ketahuilah saat pendapat tersebut melewati batas. Kami ingin agar YouTube menjadi platform yang dinamis dan ekspresif, tapi kami tidak ingin ada pengguna yang merasa terintimidasi atau terancam.

## 5. Hak Cipta di YouTube

### a) Jenis karya apa saja yang terikat pada hak cipta

- Karya audio visual, misalnya acara TV, film, dan video online
- Rekaman suara dan komposisi musik
- Karya tulis, misalnya bahan kuliah, artikel, buku, dan komposisi musik
- Karya visual, misalnya lukisan, poster, dan iklan

- Video game dan software komputer
- Karya dramatis, misalnya drama dan musikal

Ide, fakta, dan proses tidak terikat pada hak cipta. Sesuai undang-undang hak cipta, agar memenuhi syarat untuk mendapatkan perlindungan hak cipta, suatu karya harus kreatif dan ditetapkan dalam media yang jelas. Nama dan judul tidak terikat pada hak cipta.

b) Apa hak cipta sama dengan merk dagang?

Hak cipta hanyalah salah satu bentuk kekayaan intelektual. Hak cipta tidak sama dengan merek dagang, yang melindungi nama merek, moto, logo, dan pengidentifikasi sumber lain dari penggunaan oleh orang lain untuk tujuan tertentu. Hak cipta juga berbeda dari hukum paten, yang melindungi berbagai penemuan.

### **2.3 Ekstraksi Penelitian Terdahulu**

Terhadap penelitian-penelitian terdahulu ditemukan laporan yang relevan dengan laporan penulis, yaitu :

Pertama, jurnal dari Eni Maryani dan Hadi Suprpto Arifin yang berjudul *Konstruksi Identitas Melalui Media Sosial*, yang menggunakan metode penelitian dengan paradigma pendekatan kualitatif dengan metode kasus yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian dalam jurnal ini adalah beberapa faktor yang teridentifikasi mendorong penggunaan media sosial yaitu pergaulan, tugas kuliah, hobi atau pekerjaan. Terdapat keragaman makna tentang keberadaan media sosial dalam kehidupan pengguna. Diantara yang terungkap ialah, media sosial dapat menjadi sarana untuk eksistensi diri, menampung pemikiran, melepaskan pemikiran, hiburan atau kepuasan, dan membangun jejaring sosial. Selain itu media sosial juga menjadi sarana yang sangat efektif untuk sharing, publikasi karya, membentuk komunitas, dan sarana edukasi pemikiran alternatif. Terkait dengan kebebasan yang dirasakan, pengguna media sosial mengaku media sosial memberikan

kebebasan dan melepaskan dari ikatan nilai atau norma budaya. Proses dialogis dan upaya mempertajam pemikiran atau terbiasa menerima kritik, juga di akui dapat terjadi di media sosial karena media sosial dimaknai sebagai tempat berdebat, berargumen, mempermalukan atau mendapatkan respon atau apresiasi dari pengguna lain.

Kedua, jurnal mengenai *Pemanfaatan Youtube Di Kalangan Mahasiswa*, dari Aritas Puica Sianipar. Dalam penelitian tersebut penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Hasil yang penulis dapat dalam jurnal ini ialah, pada umumnya motif para mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU angkatan 2009-2010 dalam mengakses situs Youtube sebagai sebuah media informasi bertujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pada diri mereka. Hubungan yang terjalin cukup positif yakni antara usaha dalam pencarian sebuah informasi, yang pada akhirnya dapat memenuhi/memuaskan kebutuhan akan informasi yang mereka butuhkan. Situs Youtube mampu menjawab segala motif/latar belakang para mahasiswa Ilmu Komunikasi ini untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Ketiga milik Bob Budiman Febriansyah yang membahas tentang *Peran Asistan Sutradara Di Cameo Production*. Dalam penelitian tersebut penulis menggunakan paradigma kualitatif dengan metode kasus yang bersifat deskriptif. Hasil yang didapat adalah dalam Cameo Production peranan asistan sutradara dipegang juga oleh asistan produser sehingga saat ada asistan sutradara yang magang maka akan berperan sebagai asistan sutradara 2, dan akan koordinasi dengan asistan sutradara 1 agar tidak terjadi kesalahan komunikasi. Production assistant atau asisten sutradara di Cameo tidak hanya menjadi asistan sutradara namun juga bisa menjadi departement art dan creative. Production Assistant sangat boleh menyalurkan ide konsep jika ada, dan akan dipertimbangkan oleh produser untuk di realisasikan. Tugas dan tanggung jawab secara menyeluruh adalah bertanggung jawab penuh terhadap produksi yang berjalan, agar lancar dan sukses sesuai breakdown dan konsep.

Ke empat, jurnal ke empat ini berjudul *Kontrol Diri Dan Kecenderungan Kecanduan Internet*, milik Herlina Siwi Widiana, Sofia Retnowati, Rahma Hidayat, data penelitian diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi dan metode skala. Metode dokumentasi digunakan untuk mengungkapkan identitas subjek (usia, jenis kelamin, angkatan), lama menggunakan internet rata-rata penggunaan internet per minggu, lama tiap kali online, aplikasi yang sering digunakan, alasan penggunaan aplikasi tersebut, keuntungan dari penggunaan internet. Metode skala digunakan untuk mengungkap kecenderungan kecanduan internet dan kontrol diri. Berdasarkan pada hasil penelitian dan yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa ada korelasi negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan kecanduan internet sehingga dapat dikatakan semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah kecenderungan kecanduan internet dan sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi kecenderungan kecanduan internet.

Jurnal ke lima dengan judul *Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube Dengan Brand Recognition Sebagai Variabel Intervening*, milik Herdian Rizky Yuniyanto, Hani Sirine. Penelitian ini menggunakan metode analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah analisis jalur (path analysis). Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, iklan berpengaruh positif signifikan terhadap brand recognition. Kedua, brand recognition berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Ketiga, brand recognition tidak mampu berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara iklan dan minat beli. Saran dari penelitian ini adalah pemasang iklan di Youtube harus membuat iklan yang memperkuat merek produk mereka di benak konsumen sehingga menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Dari semua ekstraksi penelitian dari laporan terdahulu ataupun dari jurnal yang sudah dirangkum oleh penulis, peran asisten sutradara di Cameo Project dari laporan terdahulu milik Bob Budiman yaitu bertanggung jawab penuh atas sebuah produksi, dimana asisten produksi juga dituntut untuk bisa berkomunikasi dengan baik dengan semua crew yang ada. Sedangkan jurnal

dari Eni Maryani dan Hadi Supraoto Arifin yang membahas tentang konstruksi identitas melalui media sosial memiliki kesimpulan yaitu media sosial sebagai sarana membangun jejaring sosial, menjadi sarana yang efektif untuk sharing, publikasi karya, dan media sosial dimaknai sebagai tempat berdebat. Jurnal dari Aritas Puica Sianipar menyimpulkan motif para mahasiswa dalam mengakses situs Youtube sebagai sebuah media informasi bertujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pada diri mereka. Sedangkan jurnal yang membahas tentang kontrol diri dan kecenderungan kecanduan internet memiliki kesimpulan adanya korelasi negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan kecanduan internet. Sedangkan jurnal Herdian Rizky, Yuniyanto, dan Hanu Sirine menyimpulkan bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap sebuah brand, iklan berpengaruh besar terhadap minat pembeli.

Keunggulan dari laporan penulis adalah disini penulis membahas tentang seberapa besar perkembangan media pada saat ini dengan Youtube sebagai *platform* utama untuk mempublikasikan sebuah informasi dan sebagai sarana media promosi. Penulis juga membahas tentang peranan asisten produksi dalam produksi video konten.