

**LAPORAN TUGAS AKHIR PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PERAN KONTEN KREATOR DALAM PERANCANGAN VIDEO
INSTAGRAM LIQUID GROUP YOGYAKARTA**

**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli
Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Advertising**



Oleh :

Candra Oktavinatoro

2017/AD/5191

**PROGRAM STUDI D3 ADVERTISING
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)
YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**PERAN KONTEN KREATOR DALAM PERANCANGAN VIDEO
INSTAGRAM LIQUID GROUP YOGYAKARTA**

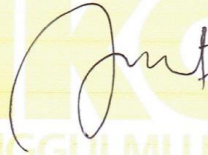
**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli
Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Advertising**

Disusun Oleh:

Candra Oktavianoro

2017/AD/5191

Disetujui Oleh:



Jatmiko Wicaksono, M.Sn

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI D3 ADVERTISING

SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan dosen penguji Advertising Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta, pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 25 September 2020


Jam : 13.00 WIB

Tempat : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

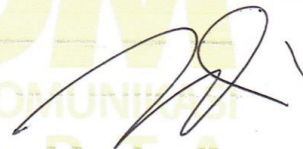
1. Jatmiko Wicaksono, M.Sn
(Pembimbing dan Penguji I)



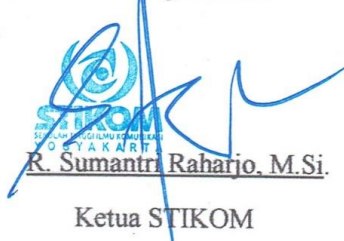
2. Karina Rima Melati, M.Hum
(Penguji II)



3. Hardoyo, M.A
(Penguji III)




Mengesahkan:



R. Sumantri Raharjo, M.Si.
Ketua STIKOM

Mengetahui:



Rike Tyas Permanis Sari, M.A
Kaprodi Advertising

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Candra Oktaviantoro

NIM : 2017/AD/5191

Judul Laporan : Peran Konten Creator dalam Perancangan Konten Video Instagram

Liquid Group Yogyakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang penulis buat berupa laporan ini bersifat orisinal, murni karya penulis, merupakan deskripsi atas latihan kerja profesional selama penulis menempuh Praktik Kerja Lapangan / membuat Karya Kreatif di lembaga / industri / industri kreatif dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy-paste*) karya serupa milik orang lain, kecuali yang penulis kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang penulis buat, kemudian penulis cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah, di samping dalam catatan pada halaman tulisan.
3. Apabila dikemudian hari terbukti penulis melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademik, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM, maka penulis bersedia dicabut gelar atau hak penulis sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian dipublikasikan secara luas oleh STIKOM.

Pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta 1 September 2020


METERAI
TEMPEL
2428FAHF666487714
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Candra Oktaviantoro

MOTTO

“APAPUN MASALAHMU JANGAN LUPAKAN ORANG TUA”

-Candra Oktavianoro

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan dan kemampuan sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan laporan.
2. Kepada Orang Tua penulis terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti.
3. Bapak Jatmiko Wicaksono, M.Sn selaku dosen pembimbing yang selalu memberi masukan dan semangat kepada saya.
4. Ibu Rike Tyas Permanis Sari, M.A selaku Kaprodi Advertising yang sudah saya repotkan.
5. Bapak R. Sumantri Raharjo, S.Sos, M.Si selaku Direktur STIKOM Yogyakarta.
6. Seluruh dosen dan staf STIKOM Yogyakarta yang telah memberi ilmu dan pengalamannya selama di kampus.
7. Adikku Rindang dan Sintya, terimakasih juga telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
8. Teman-teman Trah Pemabuk Kewek untuk segala supportnya, Denri, Shiwi, Bimo, dan semua yang tidak bisa disebutkan.
9. Penghuni kontrakan Abah Sahli, mas Rizal, Doma, Kliwon, terimakasih selalu mengingatkan tentang laporan.
10. Manajemen Salon Syalli, terimakasih Godmother Emilly dan Madam Ni luh.
11. Seluruh tim marketing Liquid Group Yogyakarta, Mbak citra, Mas rio, dan Mas Ryan.
12. Dan seluruh orang-orang hebat yang telah terlibat saya ucapkan terimakasih banyak, semoga Allah S.W.T membalas semua kebaikan kalian.

KATA PENGANTAR

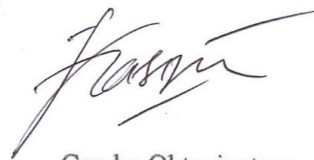
Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan dan kemampuan pada penulis untuk menyelesaikan laporan ini. Atas berkat Nya lah penulis bisa menyelesaikan laporan yang berjudul “Peran Konten Kreator Dalam Perancangan Konten Video Instagram Liquid Group Yogyakarta”

Penulis menyadari bahwa laporan ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan dukungan dalam penyelesaian laporan ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak R. Sumantri Raharjo, S.Sos, M.Si selaku Direktur STIKOM Yogyakarta.
2. Jatmiko Wicaksono, M.Sn. selaku dosen pembimbing yang selalu memberi masukan dan semangat kepada saya
3. Rike Tyas Permanis Sari, M.A selaku Kaprodi Advertising
4. Orang Tua Penulis yang selalu memberi *Support*.
5. Keluarga besar *Advertising 2017*
6. Serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari makalah ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima demi kesempurnaan makalah ini.

Penulis, Yogyakarta



Candra Oktaviantoro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ETIKA AKADEMIK.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Praktek Kerja Lapangan.....	2
D. Manfaat Praktek Kerja Lapangan.....	3
E. Waktu Praktek Kerja Lapangan	4
F. Metode Praktek Kerja Lapangan.....	4

BAB II KERANGKA KONSEP

A. Penegasan Judul	5
B. Kerangka Teori.....	6

B.1 Periklanan	6
B.2 Media	7
B.3 Media Sosial	9
B.4 Tinjauan Tentang Instagram	12
B.5 Video	16

BAB III DESKRIPSI OBYEK PERUSAHAAN

A. Sejarah Dan Perkembangan Liquid Group	21
A.1 Liquid Next Generation.....	22
A.2 Liquid Bar & Kitchen.....	25
A.3 Liquid Vintage.....	27
B. Visi Dan Misi Liquid Group	29
C. Struktur Organisasi Dan Job Organisasi	29
D. Produk-Produk Di Liquid Group	32

BAB IV PEMBAHASAN

A. Kegiatan PKL	34
A.1 Rincian Kegiatan	40
B. Pembahasan Karya.....	46
B.1 Video “New Normal Liquid Jogja”	46
a. Pra Produksi	46
b. Produksi	54
c. Paska Produksi	58
B.2 Video “Liquid Vintage Ads”.....	59
a. Pra Produksi	59
b. Produksi	68
c. Paska Produksi	71
C. Upload Video.....	72
C.1 Video “New Normal Liquid Jogja”	72
C.2 Video “Liquid Vintage Ads”.....	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 74
B. Saran..... 75
DAFTAR PUSTAKA 77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 01. Liquid jogja	23
Gambar 02. Suasana tempat Liquid Next Generation.....	24
Gambar 03. Sosial Media Liquid Next Generation.....	24
Gambar 04. Sosial Media Liquid Next Generation.....	24
Gambar 05. Suasana tempat Liquid Bar & Kitchen.....	25
Gambar 06. Tempat hiburan Liquid Bar & Kitchen.....	26
Gambar 07. Sosial Media Liquid Bar & Kitchen.....	26
Gambar 08. Sosial Media Liquid Bar & Kitchen.....	26
Gambar 09. Tempat Hiburan Liquid Vintage.....	27
Gambar 10. Suasana Tempat Hiburan Liquid vintage.....	28
Gambar 11. Sosial Media Liquid Vintage.....	33
Gambar 12. Sosial Media Liquid Vintage.....	37
Gambar 13. Konten Youtube Grebek dapur Liquid.....	42
Gambar 14. Konten Youtube QnA With Mareta Angel.....	43
Gambar 15. Konten Youtube Ribut Bareng Mareta Angel.....	43
Gambar 16. Konten Youtube QnA With Dhe Kiki.....	43
Gambar 17. Konten Youtube Ribut with Dhee Kiki.....	44
Gambar 18. Konten Youtube Ribut with Arifan Drepan.....	44
Gambar 19. Konten Youtube Ribut with Arifan Drepan.....	45

Gambar 20. Rapat Bersama Marketing Liquid.....	47
Gambar 21. Suasana Hall Liquid Vintage.....	55
Gambar 22. Visulisasi Doppleganger.....	56
Gambar 23. Adegan talent bermain busa.....	56
Gambar 24. Adegan talent dengan ekspresi kaget.....	57
Gambar 25. Adegan talent diusir dari venue.....	57
Gambar 26. Editing Video.....	58
Gambar 27. Editing Video.....	59
Gambar 28. Rapat Bersama Marketing Liquid.....	60
Gambar 29. Persiapan Talent	68
Gambar 30. Produksi di lokasi Tugu Yogyakarta.....	69
Gambar 31. Produksi di Bar.....	70
Gambar 32. Produksi Adegan Bersulang.....	70
Gambar 33. Editing Video Offline.....	71
Gambar 34. Editing Video Online.....	72
Gambar 35. Insight Postingan Instagram.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 01. Jadwal praktik kerja lapangan.....	35
Tabel 02. Storyboard video new normal.....	49
Tabel 03. Storyboard Liquid Vintage Ads.....	62
Tabel 04. Daftar Talent.....	66
Tabel 05. Insight Postingan Instagram.....	73

ABSTRAKSI

Komunikasi sosial mengalami perubahan besar di era globalisasi. perubahan ini ditandai dengan pergeseran dari media konvensional ke media digital. Tak heran, sekarang banyak perusahaan yang menekuni ranah media digital untuk mendongkrak semua aktivitas pemasaran dan penjualannya. Media digital dipilih karena biayanya yang murah, dan dapat memperoleh hasil yang maksimal.

Liquid Group merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang hiburan, dan food n beverages. Perusahaan ini terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta tepatnya di Jalan Magelang Km. 5. Liquid Group menggunakan media sosial seperti instagram dan youtube untuk mempromosikan produknya. Namun, untuk mempromosikan produknya melalui media sosial, Liquid Group membutuhkan seorang konten kreator.

Konten kreator mempunyai peran besar dalam membuat ide yang kemudian dikembangkan menjadi konsep sebuah konten. Setelah itu konten kreator akan mengeksekusinya menjadi sebuah konten yang sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan untuk memenuhi tujuan promosi perusahaan. Apalagi sekarang sedang marak-maraknya iklan berbentuk video, perusahaan sangat membutuhkan seorang konten kreator.

Kata kunci : Liquid Group, Media Sosial, Konten Kreator, Video Iklan.

ABSTRACT

Social communication undergo a major changes in the era of globalization. This change is marked by a shift from conventional media to digital media. It was not surprising that many companies are using the digital media to boost all their marketing and sales activities. Digital media was chosen because it's cheap, and it can get maximum results.

Liquid Group is a company engaged in entertainment, and food & beverages. This company located in a Special Region of Yogyakarta, precisely on Jalan Magelang km.

5. Liquid Group use social media such as Instagram and YouTube to advertise their products. However, to advertise their products through social media, Liquid Group needs a Content Creator.

Content Creators have a big role in making ideas, then creating a concept that will be used to make a content that match with the desired identity and branding to meet the objectives of the company advertisement. Especially now that a lot of advertisement is in the form of videos, a company really need a good Content Creators.

Keywords : *Liquid Group, Social Media, Conten Creators, Advertisement Videos.*