

**TUGAS AKHIR  
LAPORAN AKTIVITAS MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA  
( MBKM )**

**MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO DOKUMENTER REVITALISASI  
KAKAO DI DISKOMINFO KOLAKA UTARA**



**MUH. SAFWAN DEWANGGA  
1810121024**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-LMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2022**







**MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO DOKUMENTER REVITALISASI  
KAKAO DI DISKOMINFO KOLAKA UTARA**



Diajukan Sebagai laporan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM)

Pada Dinas Komunikasi, Informasi, dan Persandian Kolaka Utara

**MUH SAFWAN DEWANGGA**  
**1810120124**

**UNIVERSITAS FAJAR**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL**  
**UNIVERSITAS FAJAR**  
**MAKASSAR**  
**2022**

**TUGAS AKHIR  
LAPORAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM)**

**MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO DOKUMENTER REVITALISASI  
KAKAO DI DISKOMINFO KOLAKA UTARA**

disusun dan diajukan oleh

**MUH SAFWAN DEWANGGA  
1810121024**

telah diperiksa dan disetujui untuk di ujikan

Makassar, 21 Februari 2022

Penanggung Jawab magang MBKM

  
**Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN: 0907029002**

Mengetahui:  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial  
Universitas Fajar  
Makassar

  
**Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN: 0907029002**

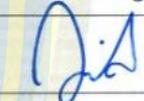
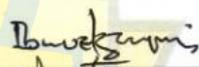
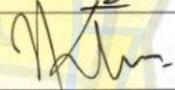
**TUGAS AKHIR**  
**MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO DOKUMENTER**  
**REVITALISASI KAKAO DI DISKOMINFO KOLAKA UTARA**

Disusun dan diajukan oleh

**MUH SAFWAN DEWANGGA**  
**1810121024**

Telah di pertahankan dalam siding ujian MBKM akhir/skripsi  
Pada tanggal 19 Februari 2022 dan  
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,  
Dewan Penguji

No	NamaPenguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom	Ketua	
2.	Dr. H. Nur Alim Djalil, S.Sos.,M.I.Kom	Sekretaris	
3.	Drs. Ibu Qayyim Na'iem, M.Si	Anggota	
4.	Akbar Abu Thalib, S.I.Kom, M.I.Kom	Anggota	

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu – Ilmu Sosial  
Universitas Fajar  
Makassar



PRODI KOMUNIKASI  
Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN: 0907029002

### LEMBAR PENILAIAN

Nama : Muh. Safwan Dewangga  
Nomor Stambuk : 1810121024  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu – Ilmu Sosial  
Program studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang / konsentrasi : Program S1/ Broadcasting

NO	Jenis Penilaian	Hasil		Keterangan
		Angka	Huruf	
1	Wawasan	90	A	
2	Kompetensi Keilmuan	80	B+	
3	Inisiatif	98	A	
4	Disiplin	80	B+	
5	Tanggung Jawab	90	A	
6	Tata Krama dan Hubungan Internal Sesama Pegawai	90	A	
7	Kehadiran	97	A	
	<b>Rata – rata</b>	<b>89,28</b>	<b>A</b>	

Keterangan Nilai :

85 <= A

81 – 84 = A-

76 – 80 = B+

71 – 75 = B

66 – 70 = B-

61 – 65 = C+

51 – 60 = C

46 – 50 = D

< 45 = E

Pembimbing MBKM

Andi Taslim, S.T

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muh Safwan Dewangga

Nim : 1810121024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa Tugas Akhir Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) yang berjudul "**MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO DOKUMENTER REVITALISASI KAKAO DI DISKOMINFO KOLAKA UTARA**" adalah karya ilmiah saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya di dalam tugas akhir MBKM ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam tugas akhir MBKM ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 14 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



(Muh Safwan Dewangga)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja ini dengan waktu yang singkat. Adapun laporan ini yang berjudul "Manajemen Produksi Video Dokumenter Revitalisasi Di DISKOMINFO Kolaka Utara"

Laporan ini disusun berdasarkan praktik kerja magang yang dilaksanakan dari tanggal 06 September 2021 hingga dengan 04 Januari 2022, dibuatnya laporan ini agar dapat dijadikan bahan evaluasi diwaktu yang akan datang serta sebagai bentuk pertanggung jawaban penulis selama melaksanakan kegiatan praktik kerja yang diselesaikan dengan sebaik-baiknya tentu tak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak.

Pertama-tama penulis mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu, memberi saran dan motivasi serta bimbingan dari semua pihak dalam menyelesaikan laporan ini. Terutama kepada Allah SWT yang telah memberi nikmat kesehatan dan kesabaran selama penulis melaksanakan praktik kerja dengan baik. Serta juga kepada kedua orang tua saya, Bapak Alm. Drs. Dewangga Ramli dan Ibu Raja Pati,S.P. yang selalu mendukung baik secara materi, doa hingga motivasi kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Mulyadi hamid, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Fajar
2. Dr. Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial

Universitas Fajar.

3. Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I. Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Sekaligus pembimbing praktik kerja

4. Andi Taslim, S.T. selaku pembimbing MBKM atas saran dan masukannya selama penulis praktek kerja di DISKOMINFO Kolaka Utara

5. seluruh staff bidang bidang Informasi, Komunikasi, dan Publik DISKOMINFO Kolaka Utara pak Rahmat, pak Asmal, pak widya, bu jumriani, bu santi, dan akbar atas motivasi dan arahan serta bantuan kepada penulis selama melaksanakan Program Praktik Kerja.

6. Kawan-kawan seperjuangan penulis, Arief Ibrahim, Andi Desi, dan Citra Wahyuni yang selalu mensupport semua kegiatan penulis selama melaksanakan kegiatan praktik kerja.

7. Kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 yang telah memberi dukungan selama menjalani Praktik Kerja di DISKOMINFO Kolaka Utara.

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari kata sempurna, meskipun telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu kiranya dapat memberi saran dan kritik yang bersifat membangun agar kekurangan-kekurangannya dapat diperbaiki.

Makassar, 25 Maret 2022

Penulis

UNIVERSITAS FAJAR

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	III
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2.1 Tujuan Penulisan .....	8
1.2.2 Manfaat Penulisan .....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Tinjauan Umum Komunikasi .....	9
2.1.1 Pengertian komunikasi .....	9
2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi.....	12
2.2 Komunikasi Massa .....	15
2.2.1 Efek Komunikasi massa .....	17
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	18
2.3 Media Massa .....	20
2.3.1 Karakteristik Media Massa.....	20
2.3.2 Isi Media Massa .....	21
2.3.3 Jenis-jenis media massa.....	22
2.3.4 Fungsi Media Massa.....	22
2.3.5 Efek pemanfaatan media massa .....	23
2.3 Manajemen produksi .....	24
2.3.1 Tahap – tahap produksi.....	25
2.4 Dokumenter.....	31
2.2.1 Pengertian dokumenter .....	31
2.3.2 Karakteristik Film Dokumenter.....	33
2.3.3. Jenis-jenis Film Dokumenter.....	33
2.3.4. Produksi Film Dokumenter .....	35
2.3.5 Tahapan Pembuatan Film dokumenter .....	36
2.3. Revitalisasi .....	36
2.3.1 Pengertian revitalisasi.....	36
2.4. Kakao .....	39
2.4.1. Manfaat Tanaman Kakao.....	40
2.4.2 Proses Pembuatan Coklat .....	41
2.5 Hubungan masyarakat.....	44

2.5.1 Copywriting .....	44
2.5.2 Dokumentasi .....	45
2.6 Editing .....	46
2.6.1 Editing <i>offline</i> .....	47
2.6.2 Editing Online.....	47
<b>BAB III .....</b>	<b>48</b>
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Profil Dinas Komunikasi, informasi, dan Persandian Kab. Kolaka Utara .....	48
3.1.1 Makna Logo DISKOMINFO Kolaka Utara.....	48
3.2. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas komunikasi, Informatika dan Persandian ..	50
3.3. Struktur Organisasi DISKOMINFO Kolaka Utara .....	51
<b>BAB IV .....</b>	<b>53</b>
<b>HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja lapangan .....	53
4.1.1 Lokasi .....	53
4.1.2 Waktu.....	53
4.2 Tugas Utama dan Tugas Tambahan .....	54
4.2.1 Tugas Utama.....	54
4.2.2. Tugas Tambahan.....	71
4.3. Kendala dan solusi .....	75
4.3.1 Kendala.....	75
4.3.2. Solusi .....	76
4.4 Temuan-Temuan Baru.....	77
<b>BAB V .....</b>	<b>78</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Universitas Fajar.....	79
5.2.2 DISKOMINFO Kolaka Utara.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kabupaten Kolaka Utara dengan julukan “Bumi Patampanua” adalah satu dari beberapa kabupaten baru yang terletak di provinsi yang ada di Sulawesi Tenggara, Indonesia. Kolaka utara merupakan hasil pemekaran Kabupaten Kolaka yang disahkan dengan UU No. 29 Tahun 2003 pada tanggal 18 Desember Tahun 2003.

Berdasarkan data [kolutkab.go.id/](http://kolutkab.go.id/) (Diakses pada 27 Januari 2022 21:22 WITA) Kolaka Utara yang berpenduduk 140.000 jiwa, dengan 80% pendapatan utama adalah bertani kakao sehingga Drs. H. Nur Rahman Umar, M.H. yang sejak tahun 2017 sampai sekarang memimpin Kolaka Utara berusaha mensejahterakan Kolaka Utara yang pernah dikenal sebagai “Daerah Dolar” pada tahun 1998. [Kuatkan Ekonomi Kolaka Utara dengan Ekonomi Kerakyatan - BERITA KOLUT \(kolutkab.go.id\)](#) (Diakses pada 25 Januari 2022 21:22 WITA)

Kakao adalah salah satu komoditas perkebunan di Indonesia yang sangat berarti dalam memperoleh devisa negara. Biji kakao yang di hasilkan di Indonesia diekspor ke luar negara, walaupun dilihat dari Indonesia sebagian besar telah terlihat industri pengolahan biji kakao jadi produk jadi.

pertumbuhan ekspor biji kakao dari Indonesia menampilkan kenaikan dari tahun ke tahun. Maka dari Indonesia masuk ke dalam 7 (tujuh) negara dengan produksi kakao terbesar. Indonesia di masa kejayaannya pernah menghasilkan hingga 310 ribu ton tahun 1998.

**Tabel 1.1 (a) tujuh negara utama penghasil kakao**

Negara	Produksi tahun 1997/1998 (ribu/ton)
pantai gading	1.150
ghana	370
indonesia	310
brazil	160
nigeria	155
kamerun	125
malaysia	100

*Sumber : international Cocoa Organization, April 1998*

Dikenal sebagai daerah dolar kala itu, selain produksi kakao meningkat, harganya juga kian meingkat. Kabupaten Kolaka Utara merupakan salah satu kabupaten yang memberikan kontribusi produksi kakao terbesar secara nasional atau lokal. Menurut data Kementerian Pertanian (Kementan) republik indonesia mencatat, petani di Kolaka Utara dapat mencapai produksi hingga sebesar 158.000 ton per tahun.

Data tersebut telah dipastikan relevan, yang dimana dalam seminggu kurang lebih 20-50 pedagang Kolaka utara berangkat ke Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan (Sulsel) untuk menjual hasil panen kakao dari kisaran 20 - 200 ton untuk dijual sekali berangkat. Data tersebut di benarkan oleh wakil bupati Kolaka Utara H. Abbas,S.E. yang dimana orang tua dari wakil bupati tersebut merupakan salah satu pedagang kakao tersebut.

[Mendorong Kesejahteraan Petani Melalui Revitalisasi Kakao Ala Pemda Kolaka Utara | kumparan.com](#) (diakses pada 29 januari 2022 21:45 WITA)

**Tabel 1.1(b) Perkembangan Produksi Kakao 1995 – 1998**

Tahun	Total Produksi (TON)
1995	304.866
1996	373.999
1997	330.219
1998	448.927

*Sumber : statistik kakao, Ditjen Perkebunan, 2005*

Dalam tabel tersebut, Pada tahun 1996 luas tanaman kakao mengalami peningkatan dibanding tahun 1995, demikian pula produksinya. Dari 304.866 ton pada tahun 1995 naik menjadi 373.999 ton pada tahun 1996. Dan terus naik hingga tahun 1998 mencapai masa kejayaan produksi kakao yakni 448.927 ton.

Maka dari itu, Bupati Kolaka Utara Drs. H. Nur Rahman Umar, M.H. demi mengembalikan kejayaan kolaka utara sebagai “daerah dollar” mencanangkan program “revitalisasi kakao” yang menjadi program unggulan pemerintah kolaka utara.

Program tersebut mulai di canangkan sejak tahun 2018 dan mulai kelihatan hasilnya di tahun 2020 dengan panen perdana di desa powalaa, kecamatan pakue tengah, kabupaten kolaka utara, sulawesi tenggara.

Program tersebut di rencanakan akan mensejahterakan masyarakat kolaka utara khususnya para petani kakao di kolaka utara dan juga mencoba untuk meng ekspor kakao dari kolaka utara ke luar negeri demi meningkatkan nilai jual dari kakao di kolaka utara.

Bukan hanya itu, pemerintah kolaka utara mencoba bangun pabrik coklat guna dapat mengolah sendiri hasil dari produksi kakao revitalisasi dari petani yang ada di kolaka utara.

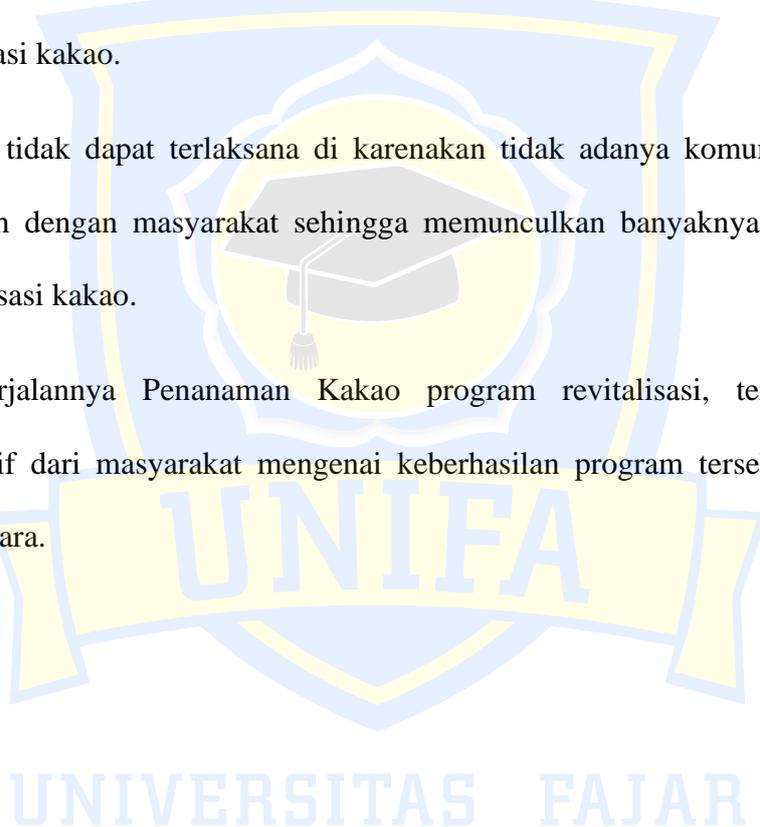
Hal ini telah di buktikan dengan adanya Kakao Center di Desa Balosi, kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka utara.

Tetapi tetap saja walaupun program revitalisasi tersebut berjalan, program tersebut jauh dari kata sempurna dan tidak sesuai dengan apa yang telah di canangkan.

Program tersebut di rencanakan akan membangun 15 pabrik coklat yang akan dibangun di setiap kecamatan di kolaka utara. Dan juga petani kakao yang di kolaka utara akan mendapatkan bibit kakao secara merata sehingga semua petani kakao masuk ke dalam program revitalisasi kakao.

Hal tersebut tidak dapat terlaksana di karenakan tidak adanya komunikasi yang baik antara pemerintah dengan masyarakat sehingga memunculkan banyaknya kesalahfahaman mengenai revitalisasi kakao.

Sejak berjalannya Penanaman Kakao program revitalisasi, terdapat beberapa pandangan negatif dari masyarakat mengenai keberhasilan program tersebut di Facebook Forum Kolaka Utara.





*Gambar 1 contoh pandangan negatif tentang revitalisasi kakao*

*(sumber: group Facebook Forum Kolaka Utara )*

Pada gambar diatas, salah satu masyarakat kolaka utara membagikan artikel berita mengenai potensi kegagalan program bupati Kolaka Utara yakni revitalisasi kakao ke dalam Grup Facebook Forum Komentar Kolaka Utara.

Konflik yang terjadi akibat adanya pandangan negatif tersebut bila dibiarkan maka akan menghasilkan memacu depresi pada individu maupun kelompok.

Maka dari itu, penulis di bawah naungan tempat magang yaitu DISKOMINFO Kolaka Utara membuat dokumenter revitalisasi kakao yang mencakup mengenai proses penanaman, produksi kakao revitalisasi, dan manfaat dari revitalisasi kakao.

Penulis memilih dokumenter sebagai media penyampain informasi di karenakan masyarakat di zaman sekarang lebih sering menonton daripada sekedar membaca. Maka dari

itu, penulis mencoba membuat video dokumenter tersebut sebaik mungkin agar masyarakat kolaka utara yang menonton video dokumenter tersebut tereduksi sekaligus terhibur setelah menonton video tersebut.

DISKOMINFO Kolaka Utara memiliki fungsi Melaksanakan pemantauan, evaluasi dan pelaporan pengelolaan informasi dan komunikasi publik, pengembangan informatika, Penyelenggaraan statistik sektoral dan Penyelenggaraan persandian untuk Keamanan Informasi yang di jelaskan pada Peraturan Bupati Kolaka Utara Nomor 41 Tahun 2017 Tentang Struktur Organisasi Pemerintah DISKOMINFO Kab. Kolaka Utara.

Berdasarkan fungsi tersebut, DISKOMINFO berfungsi pemantauan, evaluasi dan pelaporan pengelolaan informasi dan komunikasi publik, yang dimana terjadinya pandangan negatif di karenakan adanya kesalahan dalam pengelolaan informasi sehingga membutuhkan yang namanya komunikasi publik.

Yang di mana komunikasi publik bertujuan untuk menginformasikan masyarakat mengenai informasi tertentu. Dalam hal, komunikasi publik bertujuan untuk menginformasikan masyarakat mengenai pencapaian program revitalisasi kakao melalui DISKOMINFO Kolaka Utara.

Penulis memilih DISKOMINFO Kolaka Utara sebagai tempat magang MBKM dikarenakan adanya keterikatan dengan daerah Kolaka Utara, yang di mana mempermudah penulis dalam pembuatan dokumenter revitalisasi kakao

Film dokumenter di pilih penulis di karenakan masih kurangnya minat masyarakat untuk membaca secara keseluruhan suatu berita ataupun pernyataan yang di dikeluarkan oleh pemerintah kolaka utara.

Buruknya minat baca masyarakat kolaka utara bisa dilihat dari penggunaan sarana taman literasi yang di khususkan untuk masyarakat kolaka utara yang ingin membaca sambil

bersantai dan juga di fasilitasi dengan perpustakaan dan juga komputer yang memiliki jaringan internet.

Zuhri (2020:3) dalam bukunya menuturkan Rendahnya atensi warga dalam membaca suatu berita secara merata, merupakan salah satu fakta kalau memanglah dalam menguasai suatu data di dalam media, masyarakat memang masih memerlukan seorang yang di rasa lebih paham secara merata tentang suatu data yang ada di dalam suatu media tersebut.

Yang di mana di masa digitalisasi ini, masyarakat lebih tertarik buat menyaksikan video dibanding membaca. Penulis berharap dengan adanya dokumenter ini, mampu memberikan pemahaman bagi masyarakat tentang program revitalisasi kakao, proses revitalisasi kakao, proses pengolahan kakao menjadi coklat dan manfaatnya yang di peroleh dari program tersebut. Sehingga video dokumenter ini dapat di kategorikan sebagai dokumenter ilmu pengetahuan.

Fungsi – fungsi lain DISKOMINFO Kolaka Utara dijelaskan pada Rencana Strategis (RENSTRA) DISKOMINFO Kolaka Utara Ta. 2018 – 2022 (2018:2) tentang terbentuknya DISKOMINFO Kolaka Utara pada akhir tahun 2016 merupakan jawaban atas tuntutan serta kebutuhan baik pemerintah wilayah dalam perihal pelaksanaan transparansi, akuntabilitas, efektifitas serta efisiensi penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik ataupun warga dalam perihal pemenuhan kebutuhan hendak komunikasi serta data yang akurat serta kredibel serta terakomodirnya tuntutan warga dalam wujud penyediaan fasilitas pengaduan.

DISKOMINFO Kolaka Utara menggunakan beberapa media digitalnya untuk menerbitkan beritanya, yang memberitakan sebuah peristiwa yang fokus kepada agenda kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah kabupaten kolaka utara.

Kegiatan tersebut berupa foto dokumentasi dan berita kegiatan Pemerintah Daerah Kolaka Utara kemudian diupload di media online seperti akun facebook Dinas Kominfo Kolaka

Utara dan akun Instagram @diskominfo\_kolut. Adapun video dokumentasi di upload di kanal youtube DISKOMINFO KOLAKA UTARA.

Maka dari itu, penulis mengangkat " Manajemen Produksi Video Dokumenter Revitalisasi Di DISKOMINFO Kolaka Utara " sebagai judul tugas akhir.

Dalam laporan ini, penulis turut menggambarkan tugas utama dan juga tugas tambahan yang dilakukan selama melaksanakan praktik kerja, serta kendala dan solusi yang penulis temukan selama menjalankan praktik kerja selama kurang lebih 4 (empat) bulan.

#### 1.2.1 Tujuan Penulisan

Laporan praktik kerja ini bertujuan menggambarkan aktivitas yang dilakukan selama 4 bulan (September 2021 – Januari 2022) masa praktik kerja lapangan di DISKOMINFO Kolaka Utara. Adapun tujuan penulis adalah sebagai berikut.

- a. Untuk menggambarkan manajemen produksi dokumenter revitalisasi kakao pada DISKOMINFO Kolaka Utara
- b. Untuk menjelaskan kendala dan solusi yang dihadapi dalam produksi dokumenter revitalisasi kakao
- c. Untuk menjelaskan temuan hal-hal baru saat penulis membuat dokumenter.

#### 1.2.2 Manfaat Penulisan

Beberapa manfaat yang didapatkan dalam penulisan laporan akhir magang atau praktik kerja lapangan ini adalah, diantaranya:

- a. Memberikan gambaran mengenai manajemen dalam produksi konten dokumenter revitalisasi kakao
- b. Dapat menjadi bahan referensi dibidang manajemen produksi dokumenter bagi mahasiswa yang akan melakukan praktek kerja lapangan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Umum Komunikasi**

##### **2.1.1 Pengertian komunikasi**

Komunikasi atau *communication* adalah dimana pesan informasi, ide, dan gagasan diproses dan dikirim melalui media - media yang kemudian diterima atau di tangkap oleh penerima pesan.

Proses komunikasi adalah pengirim pesan atau komunikator mengirimkan pesan melalui media agar diterima oleh penerima pesan atau komunikan sehingga mendapat umpan balik. umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau lisan yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak.

Komunikasi verbal adalah salah satu komunikasi yang menggunakan kata, lisan maupun tulisan. Yang berguna untuk mengungkapkan suatu perasaan, emosi, pikiran, gagasan, atau maksud berpikir.

Jenis komunikasi verbal menurut Kusumawati (2017:145) terbagi menjadi:

##### **1. Berbicara dan menulis**

Berbicara adalah komunikasi yang bersifat verbal dan vokal. Sedangkan menulis adalah komunikasi yang bersifat verbal dan non vokal. Contoh komunikasi bersifat verbal-vokal adalah ketika kita presentasi dalam suatu rapat dan contoh komunikasi yang bersifat verbal-nonvokal adalah surat menyurat dalam urusan bisnis.

## 2. Mendengar dan membaca

Mendengar memiliki makna, mendengarkan, semata-mata, memahami, dan mengingat. Membaca adalah suatu cara untuk mendapatkan suatu informasi dari sesuatu yang terdapat pada sesuatu yang tertulis.

Komunikasi bisa diartikan sebagai aktivitas dasar yang dilakukan manusia, Komunikasi merupakan bagian sangat penting dan mendasar yang tidak mungkin dapat dipisahkan dari aspek kehidupan manusia sebagai makhluk sosial.

Dengan adanya komunikasi, manusia akan saling berhubungan antar satu sama lain, baik dalam lingkungan kehidupan sehari-hari di rumah tangga, lingkungan bertetangga, tempat kerja, pasar dan juga dimana saja manusia – manusia berada. Tidak ada manusia satupun yang tidak terlibat dalam proses komunikasi.

Nurudin (2017:8) Komunikasi mengandung (1) berbagi, (2) kebersamaan, dan (3) pesan. Yang memiliki arti komunikasi terjadi karena pesan di bagikan untuk tujuan kebersamaan.

Dengan kata lain, masyarakat yang terlibat akan saling memahami apa yang dikomunikasikan itu, maka proses hubungan antara manusia tersebut merupakan komunikasi.

Adapun pengertian dan pemahaman mengenai komunikasi menurut para ahli sebagai berikut :

### a. menurut E. M. Rogers

Menurut Rogers, pengertian atau maksud dari komunikasi adalah suatu proses dimana ide yang di hasilkan dikirim dari satu sumber ke satu penerima atau lebih dengan tujuan tidak lain agar mengubah tingkah laku atau tindakan penerima.

b. James Stoner

Menurut Stoner, komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang berusaha untuk memberikan pengertian dan juga informasi yang disampaikan berupa pesan kepada orang lain.

c. William Glueck

Menurut Glueck, pengertian komunikasi dibagi menjadi dua bentuk, yaitu: Komunikasi Antarpribadi atau intrapersonal, yaitu proses bertukar informasi serta pemindahan pemahaman antara dua individu yang berbeda atau lebih di dalam suatu kelompok-kelompok kecil manusia.

Komunikasi Dalam Organisasi, yaitu dimana pembicara memberikan informasi secara sistematis dan juga memindahkan pemahaman kepada beberapa orang di dalam suatu organisasi dan juga kepada orang-orang lembaga di luar organisasi namun masih terkait dengan organisasi tersebut.

d. Thomas Scheidel

Menurut Scheidel, manusia itu pada umumnya berkomunikasi dengan tujuan untuk saling menyatakan dan mendukung identitas diri mereka sendiri dan untuk juga membangun interaksi sosial dengan orang-orang yang ada di sekelilingnya. serta untuk mempengaruhi orang lain agar dapat berfikir, merasa, atau bertindak seperti apa yang diharapkan.

e. Rudolf Verderber

Verderber beranggapan bahwa pengambilan keputusan Fungsi sosial dalam masyarakat bertujuan untuk membangun dan mengembangkan hubungan dengan orang lain. Sedangkan fungsi dari pengambilan keputusan yaitu memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu pada saat tertentu.

Sumber: <https://mediaindonesia.com/humaniora/441010/apa-sih-yang-dimaksud-dengan-komunikasi> (diakses pada 28 Januari 2022 12:22 WITA)

Adapun beberapa tujuan komunikasi yaitu sebagai berikut :

- a. Hal yang disampaikan bisa difahami dengan cukup baik sehingga menghindarkan dari kesalahfahaman.
- b. Ide, gagasan atau pemikiran dapat diterima orang lain dalam penyampaian suatu pesan.
- c. mengerakkan orang untuk melakukan tindakan tertentu. Komunikasi persuasif dapat membangun suatu kesamaan persepsi dengan orang lain, lalu orang lain itu bertindak sesuai dengan apa yang kita inginkan.

#### 2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

##### a. Pengirim pesan (komunikator)

Pengirim pesan (komunikator) adalah orang yang mengirimkan pesan kepada khalayak atau komunikan. Komunikator dapat juga disebut sumber, source, encored. Komunikator berperan penting dalam mengendalikan proses komunikasi. Maka komunikator harus terampil dalam berkomunikasi serta memiliki ide dan kreativitas.

##### b. Pesan

Pesan adalah sesuatu yang memiliki kaitan dengan komunikasi, dimana dalam hal ini komunikator untuk ditujukan kepada penerima.

Stephen reese (1991) dalam buku Morissan (2017:45) mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda media adalah hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media.

c. Media

Kata media yang berasal dari bahasa latin yang berarti perantara atau pengantar. Media dalam ilmu komunikasi bisa diartikan sebagai saluran, alat penghubung dan sarana komunikasi.

d. Penerima

Penerima merupakan seseorang yang menerima pesan dari komunikator. Penerima terdiri lebih dari satu orang maupun kelompok. Penerima juga dapat disebut dengan khalayak. Pada proses komunikasi penerima tidak akan ada apabila tidak ada pengirim.

e. Umpan balik atau feedback

Umpan balik atau feedback merupakan bentuk dari pengaruh yang didapatkan oleh komunikan. Meskipun demikian umpan balik dapat muncul dari pesan ataupun media, meski pesan belum sampai kepada penerima.

f. Dampak atau efek

Dampak adalah efek perbedaan yang dialami oleh komunikan sebelum dan sebelum menerima pesan. Jika dampak pada komunikan sesuai maka komunikasi telah berhasil dengan baik.

<https://sahabatnesia.com/unsur-unsur-komunikasi/> (diakses 27 januari 2022 13:12)

Pada proses komunikasi biasanya cenderung memiliki efek atau dampak, Komunikator atau pengirim pesan biasanya akan berusaha untuk membuat efek yang mempengaruhi stimulus atau respon terhadap komunikan atau penerima pesan. Stimulus-respon merupakan prinsip bahwa suatu pesan akan disampaikan

kepada audiens atau khalayak sehingga akan mendapatkan suatu umpan balik yang sesuai.

Komunikasi baik itu sebagai interaksi sosial maupun dalam bidang pekerjaan, keduanya mengandung suatu kompetensi yang dibutuhkan. Sehingga secara teknis seseorang dapat menyampaikan suatu pesan dengan jelas dan bisa dipahami dan mengerti oleh si penerima.

Bertutur kata memang merupakan sebuah karakter yang akan selalu melekat pada setiap individu manusia sesuai dengan perjalanan serta pengalamannya. Semakin sering seseorang berkomunikasi dan semakin variatif dan semakin banyak orang-orang yang dijalin, maka pengalaman yang di peroleh semakin banyak.

Individu tersebut memiliki berbagai macam cara dalam menyampaikan suatu pesan, sebab telah mempersiapkan diri dengan cara menambahkan pesan yang di buat sesuai dengan latar belakang agama, etnis, pendidikan, jenis kelamin, dan seterusnya.

Karena itu, semakin sedikit pengalaman komunikasi yang diperoleh maka akan semakin sedikit pula cara berkomunikasi.

Selain dari pengalaman, cara lain untuk meningkatkan kualitas cara berkomunikasi adalah dengan cara belajar dari referensi dari buku, Seseorang bisa belajar cara berkomunikasi berdasarkan inspirasi-inspirasi dari referensi yang dibacanya.

Selanjutnya di komunikasi, seseorang membutuhkan dua hal untuk sampai pada proses komunikasi, yakni: mengubah dan beradaptasi. Bila seseorang sering mengalami kegagalan dalam komunikasi kemungkinan pertama ia gagal dalam

melakukan adaptasi, yakni menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang ada pada saat itu.

Kita ambil contoh dari binatang bunglon, pada binatang Bunglon terdapat pelajaran yang bisa dipetik dari si Bunglon, yaitu kemampuan pigmen yang mengubah warna kulitnya menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Bila di atas daun hijau menjadi hijau, bila di batang pohon menjadi coklat, dan bila di batu hitam menjadi hitam. Dengan demikian, lingkungan akan mengira bahwa Bunglon tersebut merupakan bagian dari dirinya sehingga bunglon bisa diterima lingkungan dengan cepat.

Bila bunglon berada dalam lingkungan musuh, Bunglon dapat dengan mudah mengelabui musuhnya, karena bunglon dapat mengelabui sang musuh. Berdasarkan hal tersebut, kemampuan beradaptasi dengan lingkungannya seperti bunglon adalah kemampuan utama yang harus dimiliki komunikator sejati, atau kemampuan beradaptasi adalah karakteristik suatu komunikator sejati.

## **2.2 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan suatu proses dimana menerima dan mencari informasi yang dilakukan seorang komunikator atau pengirim terhadap seorang komunikan atau penerima dengan menggunakan media pesan yang nantinya akan disampaikan sehingga mendapatkan umpan balik atau *feedback* sesuai dengan tujuan komunikator. Massa yang dimaksud merupakan khalayak orang banyak.

Jadi komunikasi massa merupakan suatu kegiatan menerima dan mencari informasi atau pesan melalui media massa (cetak maupun elektronik) untuk ditujukan kepada khalayak

Pengertian Komunikasi massa dapat diartikan menjadi dua pengertian oleh William R. Rivers, yaitu komunikasi oleh media dan komunikasi oleh massa.

Komunikasi massa tidak untuk semua orang. Media cenderung memilih khalayak sedangkan khalayak memilih-milih Media.

Khalayak yang dimaksud adalah penerima pesan. Khalayak komunikasi media massa terdiri atas individu dan kelompok yang berbeda-beda.

Khalayak komunikasi massa sangat beragam, luas serta berbeda-beda. Pesan yang terdapat pada komunikasi massa memiliki makna yang beragam dan luas. Pesan tersebut dapat berupa gagasan, pikiran, dan juga ide. proses komunikasi yang dilakukan juga memiliki sifat terbuka dan penyampaiannya jelas agar tercipta pemahaman diantara keduanya.

Pengertian komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan (informasi, gagasan) kepada orang banyak (publik) melalui media massa –media cetak, elektronik/penyiaran, dan media online (internet).

Komunikasi massa (mass communication) dapat artikan sebagai tertinggi komunikasi dalam urutan tingkat komunikasi yang berdasarkan jumlah orang (komunikator) yang memiliki peran dalam proses komunikasi dan jumlah (komunikan) sebagai berikut:

1. Komunikasi Intrapersonal (intrapribadi)
2. Komunikasi Interpersonal (antarpersonal)
3. Komunikasi Kelompok (group)
4. Komunikasi Publik (umum)
5. Komunikasi Massa

<https://romeltea.com/pengertian-komunikasi-massa/> (diakses pada 28 januari 2022 14:21

WITA)

Komunikasi massa (mass communication) bisa diartikan menjadi dua cara, yaitu:

a. secara luas

komunikasi massa secara luas memiliki pesan yang bersifat umum dan terbuka. Sifatnya terletak pada informasi atau pesan yang simpulkan sebagai gejala sosial.

Fokusnya terdapat pada orang-orang yang melakukan pemberian informasi.

b. secara khusus atau teknis

komunikasi massa yang pesannya disampaikan melalui media massa. tekanannya pada media massa adalah sebagai gejala teknik.

Fokusnya terdapat pada media penyebaran informasi.

Defenisi Komunikasi | shifu's Blog (wordpress.com) ( Diakses pada 25 Januari 2022 23:21)

## 2.2.1 Efek Komunikasi massa

Terdapat tiga dimensi efek komunikasi massa yaitu: kognitif, afektif, dan konatif.

### 1. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah efek yang diakibatkan yang timbul karena pesan yang di peroleh memiliki sifat informatif bagi diri komunikan.

Dalam efek kognitif membahas tentang bagaimana cara media massa agar dapat membantu khalayak dalam memperoleh suatu informasi yang bermanfaat bagi khalayak dan mengembangkan keterampilan kognitif khalayak.

## 2. Efek Afektif

Efek ini memiliki kadar dengan intensitas lebih tinggi dari Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya untuk memberitahu kepada khalayak untuk mengetahui tentang sesuatu hal, melainkan lebih dari hal itu.

## 3. Efek Behavioral

Efek perilaku (behavior) merupakan akibat atau efek yang ditimbulkan pada diri individu, massa atau khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

### 2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

7 (tujuh) fungsi daripada komunikasi massa dalam perannya dalam kehidupan masyarakat yaitu :

#### 1. Pengawasan

Fungsi pertama komunikasi massa terhadap kehidupan masyarakat adalah menjadi indra mata dan juga telinga bagi mereka yang sedang mencari informasi mengenai dunia sekarang. Internet, televisi, dan tentunya surat kabar adalah beberapa sumber utama untuk mengetahui apa yang terjadi di sekitar masyarakat.

Masyarakat mengandalkan komunikasi massa untuk berita dan informasi tentang kehidupan sehari-hari kita, melaporkan cuaca, isu terkini, gosip selebriti terbaru dan bahkan waktu mulai untuk permainan.

#### 2. Korelasi

Korelasi atau kedekatan adalah bagaimana suatu media yang menyajikan suatu fakta yang kita gunakan tersebar ke seluruh permukaan dunia.

Informasi yang diterima khalayak melalui komunikasi massa tidak bersifat objektif dan tanpa bias atau batasan.

### 3. Sensasionalisasi

Sensasionalisasi adalah ketika media memiliki pesan paling sensasional yang bertujuan untuk menggairahkan khalayak.

### 4. Hiburan

kebanyakan komunikasi massa secara tidak langsung berfungsi menghibur dan memberi informasi khalayak. Orang-orang sering beralih dari kehidupan ke media selama waktu-waktu senggang khalayak miliki untuk melepaskan diri dari rasa bosan dan kelegaan dari kehidupan sehari-hari khalayak yang sering mereka lakukan.

### 5. Penularan

Media massa merupakan wahana atau wadah untuk penyampaian suatu norma, nilai, aturan, dan kebiasaan budaya yang melekat ada diri masyarakat. Seperti bagaimana cara kita belajar tentang apa yang modis dalam pakaian atau music, media massa memainkan peran penting dalam proses sosialisasi untuk hal tersebut.

### 6. Mobilisasi

Dengan akses instan ke media dan informasi, kita dapat menyaksikan secara langsung peristiwa yang terjadi secara real time di tempat lain, sehingga memobilisasi banyak orang di sekitar peristiwa tertentu.

[http://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2020/12/10/komunikasi-massa/#:~:text=Fungsi%20komunikasi%20massa%20untuk%20memvalidasi,sosial%20\(Lazarsfeld%20%26%20Merton\)](http://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2020/12/10/komunikasi-massa/#:~:text=Fungsi%20komunikasi%20massa%20untuk%20memvalidasi,sosial%20(Lazarsfeld%20%26%20Merton)) (diakses pada 28 januari 2022 14:00 WITA)

## 2.3 Media Massa

Media massa merupakan suatu sarana komunikasi yang berperan dalam penyampaian pesan-pesan, sebagai suatu alat komunikasi untuk menyebarkan berita-berita ke khalayak luas. Dengan menggunakan alat komunikasi yang ada seperti radio, surat kabar, TV dan film.

Media massa adalah suatu sarana atau alat komunikasi yang dipakai dalam proses komunikasi massa, yaitu media komunikasi yang menyebarkan informasi yang ditunjukkan terhadap orang banyak. Media massa memberikan mengenai beberapa hal baik itu info perubahan, bagaimana hal berjalan dan hasil yang dicapai.

### 2.3.1 Karakteristik Media Massa

1. Publisitas atau penyebarluasan

Media massa bersifat mudah disebarluaskan kepada khalayak, dan dapat mudah diakses dan dikonsumsi oleh umum.

2. Kontinuitas atau berkelanjutan

Media massa bersifat berkelanjutan atau terus-menerus, menyesuaikan dengan jadwal mengudara atau jadwal harian, mingguan, atau bulanan.

3. Periodisitas atau terbit secara periodik

Media massa dapat dipublikasikan secara konsisten atau berkala, contoh dari media massa yang publikasi harian atau siaran langsung setiap hari yaitu media surat kabar yang biasanya terbit secara harian, tabloid harian, dan majalah bulanan.

4. Aktualitas atau terbaru

Media massa berisikan beberapa hal-hal baru, seperti beragam informasi atau laporan mengenai momen atau kejadian terbaru (berita), tips dan juga trik terbaru, dan sebagainya.

Aktualitas bisa juga berarti kecepatan penyampaian suatu informasi kepada publik (umum).

#### 5. Universalitas atau umum

Media massa terdiri atas pesan atau isinya yang bersifat umum, seluruh aspek kehidupan manusia dan juga seluruh momen atau kejadian yang ada di berbagai tempat atau lokasi, juga menyangkut beberapa kepentingan-kepentingan yang bersifat umum karena segmentasi dan pendengarnya kebanyakan merupakan masyarakat umum.

#### 2.3.2 Isi Media Massa

Isi media massa biasanya terbagi tiga bagian atau varian tulisan yang merupakan produk yang di buat oleh wartawan atau macam-macam tulisan buatan wartawan, yaitu:

##### 1. Karangan Khas

Karangan khas merupakan suatu tulisan berisi gabungan fakta dan opini yang ditulis dengan menggunakan gaya bahasa sastra seperti puisi maupun novel.

##### 2. Berita

Berita merupakan suatu tulisan, gambar, atau audio, maupun video berisi informasi atau laporan peristiwa kejadian terkini.

### 3. Opini

Opini disebut juga sebagai artikel opini. Opini merupakan suatu tulisan berisi berbagai anggapan, analisa, atau tinjauan, maupun pemikiran tentang suatu permasalahan atau isu aktual yang ada.

#### 2.3.3 Jenis-jenis media massa

Jenis media massa menurut bentuknya terbagi menjadi 3 (tiga), yakni:

##### 1. Media Massa Elektronik.

Jenis media massa elektronik yang isinya disebarluaskan melewati media suara atau gambar maupun suara dengan menggunakan teknologi elektronik, seperti media radio, televisi, dan film.

##### 2. Media Massa Cetak

Media massa cetak merupakan media dalam lembaran kertas. Contohnya koran.

##### 3. Media Online

yaitu media massa yang menyebarkan informasi melalui internet (situs web) maupun sosial media.

#### 2.3.4 Fungsi Media Massa

Adapun fungsi media massa yang diantaranya antara lain yaitu:

1. Sebagai pengambilan suatu keputusan, media massa berperan dalam menghantarkan informasi yang kemudian mengambil suatu keputusan.
2. Sebagai bahan atau acuan untuk diskusi, memperjelas suatu masalah yang dihadapi serta menyajikan pesan para pemuka masyarakat.
3. Sebagai pemberi informasi, pemberi informasi yang ditujukan untuk masyarakat umum, secara dengan jadwal.

4. Sebagai pendidik, media massa sebagai pemberi pendidik memberikan informasi kepada masyarakat melewati berbagai macam informasi.

### 2.3.5 Efek pemanfaatan media massa

1. Efek afektif atau pengaruh

Efek yang menimbulkan suatu perubahan pada apa saja yang dinikmati, senangi, atau atau yang dibenci.

2. Efek perilaku

Efek mengenai hubungan antar individu pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola-pola Tindakan atau perilaku.

3. Efek kehadiran media massa

Yakni efek yang menyangkut tentang suatu pengaruh keberadaan media massa secara fisik atau nyata.

4. Efek kognitif

Yakni efek mengenai terjadinya suatu perubahan pada apa-apa saja yang diketahui, dimengerti, atau dipersepsi.

<https://www.akudigital.com/bisnis-tips/pengertian-media-massa-serta-jenis-karakteristiknya/> (diakses pada 28 Januari 2022 07:12 WITA)

## 2.3 Manajemen produksi

Manajemen produksi merupakan segala suatu usaha, proses atau aktivitas guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien yang telah disepakati bersama melalui orang-orang dan sumber daya organisasi lain.

Langkah – langkah untuk memperoleh manajemen produksi yang maksimal, yakni :

1. merancang produk

di tahap ini, produk yang ingin di buat di rancang sedemikian rupa agar sesuai ekspektasi dan memiliki nilai jual.

2. merancang proses produksi

setelah menemukan ide, sebaiknya rencanakan dulu proses produksi pembuatan produk.

3. merancang keperluan peralatan (*equipment*)

setelah proses produksi telah di rencanakan, kemudian siapkan peralatan untuk produksi tersebut.

4. membuat jadwal produksi

tentukan jadwal produksi sehingga produk dapat selesai sesuai waktu yang di tentukan.

5. membagi tugas pekerjaan (*jobdesk*)

di karenakan produksi memerlukan tenaga besar, maka diperlukan pula SDM yang banyak.

6. pelaporan

setelah mengerjakan *jobdesk* sesuai arahan, kemudian laporkan hasil dari kerjaan.

7. mengontrol kemajuan (progress)

kemajuan dari produksi akan terus diawasi pimpinan.

8. merevisi desain

apabila ada kesalahan, baiknya langsung revisi produk.

2.3.1 Tahap – tahap produksi

Produksi terdiri dari lima tahap utama:

1. Pengembangan (*development*)

Tahap pertama dalam produksi film yaitu pembuatan gagasan atau ide untuk produksi film yang akan dibuat. Selain ide, Pembiayaan untuk produksi film harus juga diperhitungkan.

Pada tahap ini, produser film biasanya memilih sebuah ide cerita yang mungkin saja berasal dari sebuah referensi seperti buku, film lain, permainan kisah nyata, game atau permainan, novel grafis, buku komik atau kisah, dll.

Setelah mengidentifikasi apa yang menjadi tema atau ide film, Produser bekerja sama dengan penulis dalam menyiapkan sinopsis film tersebut.

Selanjutnya mereka menghasilkan sinopsis dan juga naskah, yang terdiri dari beberapa paragraf menjadi suatu struktur film. Kemudian, mereka menyediakan naskah atau treatment yang berisi deskripsi berjumlah 25 sampai dengan 30 halaman mengenai latar belakang, suasana hati atau mood film, dan juga penggambaran karakter - karakternya.

Selanjutnya, seorang penulis skenario atau naskah dapat mengulang tulisan naskah tersebut hingga memperoleh kesan yang meningkatkan efek, sifat karakter, dialog antar pemain, dan gaya film.

## 2. Pra produksi

Pada proses pra produksi Kru mempersiapkan beberapa hal untuk shooting atau pengambilan video, dari menyiapkan lokasi dimana kru dan pemain film bekerja, dan juga menyiapkan alat- alat shooting.

Dalam proses pra produksi, setiap Langkah pada proses ini benar-benar menciptakan film yang dirancang dan direncanakan secara baik dan hati-hati. Semua di perhatikan secara baik mulai pemilihan lokasi, pemain, dan juga peralatan yang di pakai.

Film divisualkan oleh sutradara, yang di bantu oleh ilustrator dan seniman konsep. Anggaran pada produksi film disusun secara baik untuk merencanakan pengeluaran dana untuk film ini.

Untuk produksi besar, biasanya di butuhkan asuransi untuk melindungi dari kecelakaan yang tidak diinginkan. Sifat film dan juga budget, menentukan berapa banyak dan jenis kru yang di pekerjakan dalam pembuatan film.

Banyak film – film yang melibatkan pemeran atau aktor dan kru film yang terdiri ratusan orang, sementara film independent dengan budget rendah dapat dibuat dengan cukup delapan atau Sembilan (atau kurang) orang saja.

berikut adalah beberapa posisi kru film :

### a. Pembuat storyboard atau papan cerita

Storyboard adalah kumpulan sketsa gambar yang tersusun sesuai dengan urutan kejadian yang ada pada naskah.

Pembuat storyboard Bertugas menciptakan gambar visual untuk membantu sutradara dalam mengatur dan merancang komunikasi terhadap tim produksi dan pemain.

b. Sutradara

Sutradara adalah orang yang bertugas mengarahkan crew film agar sesuai dengan manuskrip.

Sutradara bertanggung jawab dalam memvisualisasikan film yang di garap, keputusan sutradara yaitu pengambilan gambar dan akting pemain film.

c. Asisten sutradara

Asisten sutradara adalah orang yang membantu sutradara dalam menjalankan tugasnya.

Asisten sutradara juga bertanggung jawab dalam membantu pengembangan cerita, memberikan ide kreatif, membantu mengarahkan akting pemain, mengelola jadwal syuting dan pemain dan mengatur logistik dalam produksi film.

Ada beberapa jenis asisten sutradara dan semua memiliki tanggung jawab yang berbeda dalam proses pembuatan film.

d. Produser film

Produser film adalah orang yang mengembangkan dan mempertahankan integritas proyek film.

Produser bertugas mengawasi proses produksi film, dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

e. Manajer produksi

Manajer produksi adalah orang yang bertanggung jawab atas segala administrasi dalam proyek film.

Bertugas mengelola anggaran produksi dan jadwal produksi film. Mereka yang bertugas mempresentasikan produksi film ke eksekutif studio film atau pemodal film tersebut.

f. Pengelola lokasi

Pengelola lokasi adalah yang memilih lokasi untuk shooting dan juga mengatur manajemen lokasi.

Bertugas mencari dan mengelola lokasi film. Lokasi film terdiri dari beberapa segmen sehingga pengelola lokasi harus mencari beberapa opsi lokasi.

g. Perancang produksi

Perancang produksi film adalah orang yang bertanggungjawab atas seluruh visual dalam film.

orang yang sama menciptakan konsep visual film, bekerja dengan director seni, yang mengelola departemen seni, yang membuat perangkat produksi.

h. Perancang atau desainer kostum

Orang yang bertanggung jawab atas kostum yang di gunakan aktris. Desainer kostum bertugas dalam menciptakan pakaian untuk pemain sesuai dengan karakter dalam film.

- i. Makeup artist atau penghias pemain dan perancang rambut

Makeup artist adalah seniman yang bertanggungjawab atas makeup, tatanan rambut, dan efek khusus bagi karakter yang akan tampil di layar.

Bekerja sama menciptakan karakter menyesuaikan dengan sinopsis dan peran pemain.

- j. Direktur casting

Orang yang bertugas mencari orang yang sesuai dengan karakter yang ada di naskah.

Bertugas mencari dan menyeleksi pemain yang akan menjadi karakter pada film tersebut. Biasanya penyeleksian pemain atau aktor melalui ajang audisi.

- k. Koreografer film

Bertugas menciptakan gerakan pemain dalam film.

- l. Direktur of photography (DOP)

Bertugas mengarahkan kru film, khususnya mengawasi semua sinematografer dan Operator Kamera.

- m. Produser musik

Produser musik bertugas merekam dan mencampur atau mixing audio pada set sehingga menghasilkan audio yang baik, biasanya audio di tambah efek suara dalam bentuk mono dan suasana stereo.

Produser musik bekerja sama dengan operator boom mic, sutradara, asisten sutradara, dan DOP.

n. Perancang suara atau audio

menciptakan mood film melalui suara, bekerja dengan produser musik.

Pada produksi film besar, perancang suara memiliki peran sebagai audiografi.

o. Komposer audio

Bertugas menciptakan musik atau backsound film.

3. Produksi

Pada proses produksi, film mulai di buat. Mulai dari pengambilan video, pengarahan pemain, pengaturan set lokasi dan juga audio di atur proses produksi. Pada proses ini, banyak kru yang digunakan, seperti pengelola properti, pembuat naskah, asisten sutradara, videographer, DOP, dan operator *boom mic*.

Selain beberapa kru utama, masih banyak kru lain yang berperan dalam pembuatan film. Terkhususnya pembuatan film dengan budget besar. Dalam produksi tercipta perpaduan unik antara kru dengan berbagai tanggung jawab selama produksi sebuah film.

4. Pasca produksi atau setelah produksi

Dalam proses ini, gambar, audio yang direkam dalam proses produksi di edi oleh editor video dan editor audio . Di sini film kelola oleh editor film.

Bahan mentah hasil proses produksi yaitu gambar dan audio. disusun dan diberi tambahan efek dan musik.

Setiap efek visual yang ditambahkan dalam film berguna untuk menghasilkan film yang sesuai dengan storyboard. kemudian, bahan yang sudah edit di *render*.

## 5. Distribusi

Film yang sudah edit akan ditayangkan dan diputar di bioskop atau di publikasikan. Tahap ini adalah tahap akhir dalam pembuatan film, di mana film di distribusikan ke bioskop atau, Langsung ke konsumen melalui media (DVD, VCD, VHS, Blu-ray) atau di unduh langsung dari berbagai penyedia media digital.

Film ini diduplikasi atau *copy* sesuai kebutuhan (baik ke dalam film atau *hard disk drive*) dan didistribusikan ke bioskop untuk pameran (pemutaran film).

Melalui media pers, poster, dan materi periklanan lainnya, film di promosikan. Biasanya dalam promosi film besar, terkadang di adakan peluncuran perdana, wawancara dengan produser dan juga pemain, serta penayangan perdana film tersebut.

distribusi untuk film ini biasanya dijual dan idistribusikan ke seluruh dunia. Distributor dan studio pembuat film mendapatkan keuntungan dari penayangan film tersebut.

## 2.4 Dokumenter

### 2.2.1 Pengertian dokumenter

Fachruddin (2017:4) menjelaskan bahwa dokumenter adalah suatu karya berupa film atau video berdasarkan realita serta fakta suatu peristiwa. Dokumenter juga menyajikan suatu realita melalui berbagai macam cara untuk berbagai macam tujuan antar lain yaitu penyebaran informasi, pendidikan, dan propanganda bagi orang atau

kelompok tertentu. Dokumenter merekam peristiwa atau kejadian yang benar – benar terjadi bukan direkayasa (otentik).

Dokumenter juga lebih kental dengan proses menginterpretasikan suatu fakta-fakta tentang peristiwa yang dinilai esensial dan eksistensial yang serta dikaji secara mendalam. Film dokumenter juga mengandung bingkai dan konstruksi tentang realitas dari pihak yang terlibat dalam film.

Film Dokumenter adalah suatu jenis film yang melakukan Interpretasi kepada subyek dengan latar belakang yang nyata. Terkadang hal ini digunakan untuk memperlihatkan aspek realistis film dibandingkan film – film konvensional.

Film dokumenter juga berhubungan dengan individu, tokoh, peristiwa atau kejadian, dan lokasi yang realistis. Film Dokumenter sering dianggap sebagai suatu rekaman dari aktualitas potongan-potongan rekaman kejadian yang sebenarnya telah berlangsung.

Film dokumenter sebenarnya tidak menciptakan suatu kejadian namun merekam kejadian atau peristiwa yang sungguh terjadi atau autentik.

Film dokumenter tidak memiliki tokoh protagonis dan antagonis, konflik, serta penyelesaian seperti halnya film lain seperti film fiksi.

Struktur tutur film dokumenter pada umumnya bersifat sederhana dengan tujuan agar memudahkan para penonton untuk memahami dan mempercayai fakta yang disajikan pada film.

film dokumenter sebenarnya memiliki karakter teknis yang tujuan utamanya yaitu untuk mendapatkan kemudahan, kecepatan, fleksibilitas, efektifitas, serta otentitas peristiwa atau kejadian yang akan direkam.

### 2.3.2 Karakteristik Film Dokumenter

Sebelum televisi sebagai media massa, masyarakat sudah terpicu oleh film sehingga menjadikan film sebagai kelompok media massa.

Film dokumenter merupakan jenis film nonfiksi yang dapat dibedakan dengan film fiksi. Ada 3 (tiga) kriteria yang menjelaskan bahwa film tersebut adalah film nonfiksi, yaitu:

1. Setiap reka adegan pada film-film dokumenter merupakan suatu rekaman kejadian yang benar terjadi (realitas), tanpa interpretasi berlebihan yang imajinatif seperti film fiksi.
  2. Sebagai sebuah film non fiksi, biasanya sutradara film dokumenter akan terlebih dahulu harus melakukan observasi atau riset pada suatu peristiwa atau kejadian nyata, lalu melakukan perekaman sesuai dengan aslinya.
  3. struktur cerita dalam film-film fiksi mengacu pada unsur plot cerita, sedangkan struktur dokumenter lebih mengacu kepada isi dan pemaparan dari kejadian tersebut.
- Kunci utama dari film dokumenter adalah penyajian fakta dan data. Film dokumenter berhubungan dengan orang-orang, tokoh, peristiwa, dan lokasi yang nyata.

### 2.3.3. Jenis-jenis Film Dokumenter

#### a. Biografi

Biografi berisi potret, biografi atau profil perjalanan hidup suatu tokoh baik lokal maupun dunia.

Contoh film biografi yaitu Narcos (2015), the crown (2016), dan the hamilton (2020).

b. Sejarah (*history*)

Dokumenter mengenai kejadian atau peristiwa bersejarah yang terjadi di masa lalu, seperti perang, perjanjian, kehidupan masa lalu dan lain-lain.

Contoh film sejarah yaitu Munich (2005), Dunkirk (2017), dan 12 years a slave (2013).

c. Perjalanan (*traveling*)

Rekaman perjalanan lengkap ke suatu tempat wisata atau tempat-tempat tertentu yang di dalamnya. Dokumenter biasanya ada pada bidang antropologi dan bidang hiburan saja.

Contoh film perjalanan yaitu into the wild (2007), lost in translation (2003), dan the wild (2014).

Contoh film ilmu pengetahuan yaitu BBC History of WW II – Hiroshima (2005), Cosmos (2014), dan home (2009).

d. Investigasi

Berisi perekaman penyelidikan suatu peristiwa kasus secara jurnalistik yang di bahas dengan tujuan menelusuri lebih dalam kasus tersebut.

Contoh film investigasi yaitu Athlete A (2020), making a murderer (2015), dan dirty money (2018).

e. Ilmu Pengetahuan

Sesuai namanya, film dokumenter ilmu pengetahuan menampilkan mengenai hal-hal yang informatif yang berguna memperluas pengetahuan penonton. Jenis

film ilmu pengetahuan terbagi menjadi dua, yaitu film dokumenter sains dan instruksional.

Contoh film ilmu pengetahuan adalah *Jiro dreams of sushi*, *how to survive a plague* (2012), dan *Dear Zachary* (2008).

f. Dokudrama

Dokumenter drama atau dokudrama merupakan genre drama bergaya dokumenter yang berasal dari acara radio dan televisi, film, dan teater yang menampilkan reka ulang dari peristiwa sejarah yang sesungguhnya. Tempat kejadian dan tokoh dibuat mirip dengan aslinya.

Contoh film dokudrama yaitu *the social dilemma* (2020), *kemarin* (2020), dan *Serambi* (2005).

#### 2.3.4. Produksi Film Dokumenter

Tahap – tahap pembuatan dalam film dokumenter dibagi menjadi 6 (enam) bagian yaitu :

a. Membangun gagasan atau ide

ini adalah tahap awal dalam pembuatan film dokumenter yang akan menjadi refleksi selama melakukan riset.

b. Riset

Mencari informasi mengenai bahan film berdasarkan ide.

c. menulis naskah

setelah memperoleh hasil dari riset, kemudian hasil riset di tuangkan ke dalam naskah hingga membuat satu cerita yang utuh.

d. membuat treatment

di tahap ini, fungsi treatment adalah sebagai urutan shot dan adegan berdasarkan naskah.

e. shooting atau proses pengambilan gambar

adalah proses pengambilan gambar di lokasi yang telah di tentukan.

f. Penyuntingan gambar dan suara dimeja edit.

Yaitu proses penyuntingan gambar yang telah di ambil menjadi satu kesatuan atau film.

<https://tumpi.id/membuat-film-dokumenter/> (Diakses pada 26 Januari 2022 16:22 WITA)

### 2.3.5 Tahapan Pembuatan Film dokumenter

Proses pembuatan suatu film dokumenter memiliki beberapa tahapan, jenis dan juga genre. film apapun akan tetap melewati tiga tahap proses produksi yaitu, pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Masing-masing tahapan tersebut disebut alur proses produksi.

## 2.3. Revitalisasi

### 2.3.1 Pengertian revitalisasi

Revitalisasi adalah suatu proses kegiatan dengan tujuan menghidupkan dan mengebalikan suatu hal yang sebelumnya tidak di rawat dan di telantarkan. Sehingga proses revitalisasi dapat diartikan menjadikan sesuatu yang “vital”, sedangkan makna vital memiliki makna dan arti penting atau sangat diperlukan sekali untuk kehidupan masyarakat dan sebagainya.

Proses revitalisasi meliputi suatu kawasan yang memerlukan suatu perbaikan atau peremajaan dalam berbagai aspek-aspek tertentu seperti aspek ekonomi, sosial dan fisik. Pendekatannya bisa mulai dari mengenali dan memanfaatkan setiap potensi-potensi yang ada pada lingkungan kawasan.

Revitalisasi bukan hanya berorientasi pada aspek fisik kawasan khususnya keindahan saja, tapi juga untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dan juga pengenalan budaya pada kawasan tersebut.

Proses revitalisasi ini sebenarnya memerlukan keterlibatan berbagai masyarakat yang ada di sekitar kawasan. revitalisasi adalah proses kegiatan yang sangat kompleks, sehingga proses revitalisasi memiliki beberapa tahapan berbeda yang membutuhkan waktu tertentu, di antaranya:

a. Intervensi fisik

pada tahapan intervensi fisik ini, merupakan awal dari proses revitalisasi yang dilakukan secara berkala. Mulai dari perbaikan kondisi fisik suatu kawasan, sistem air atau drainase, penghijauan pohon, reklame, dan ruang terbuka hijau. Mengingat kawasan tentunya berhubungan dengan kondisi fisik dalam menarik pengunjung, maka intervensi fisik jadi faktor wajib untuk diperhatikan dalam proses revitalisasi.

Maka dari itu, isu lingkungan atau kelestarian kawasan sangat dianggap penting. karena intervensi fisik dapat tercipta menyesuaikan harapan masyarakat yang hidup di kawasan dengan memperhatikan konteks lingkungan. Meski begitu, intervensi fisik harusnya dengan pemikiran dan persiapan yang matang dan teratur.

## b. Revitalisasi ekonomi

revitalisasi ini berfokus kepada perbaikan ekonomi suatu kawasan. proses ini ikut mendukung dalam proses rehabilitasi seluruh kegiatan ekonomi dalam kawasan. Dengan harapan agar perbaikan fisik kawasan yang bersifat sementara dapat mampu memberi nilai tambah bagi seluruh yang ada di kawasan.

Sehingga menghasilkan ekonomi yang bagus dan meningkatkan kesejahteraan dalam kawasan tersebut. Ekonomi sangat bergantung pada kondisi fisik suatu kawasan agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

<https://www.iojonomic.com/blog/revitalisasi-adalah/> (Diakses pada 26 januari 2022 13:21 WITA)

## c. Revitalisasi pertanian

Revitalisasi pertanian pada awalnya merupakan sebuah sesuatu yang berawal dari kesadaran. Kesadaran mengenai betapa pentingnya pertanian yang ada bagi seluruh kehidupan masyarakat dan seluruh bangsa Indonesia. Kesadaran bahwa Indonesia tersebut justru akan menjadikan indonesia menjadi negara besar jika mampu mendayagunakan sektor pertaniannya.

Hal tersebut bisa dilihat pada krisis moneter 1998. Secara umum peran penting pada sektor pertanian dibuktikan dari salah satu keberhasilan sektor pertanian pada saat krisis ekonomi 1998 yang lalu yang dimana pertanian mampu menyediakan kebutuhan pokok pangan dalam jumlah yang cukup, dan tingkat pertumbuhan yang baik dalam menjaga laju pertumbuhan ekonomi nasional.

Keadaan ini bisa jadi bahan pertimbangan utama dalam menciptakan suatu kebijakan yang mendukung keberpihakan terhadap sektor pertanian, dalam membuka lapangan

kerja, menurunkan jumlah angka kemiskinan dan mendukung pembangunan-pembangunan di sektor ekonomi.

Beberapa cara strategi kebijakan dalam berbagai sektor yang perlu di perhatikan dalam mendukung pengembangan sektor pertanian adalah sebagai berikut.

(a) Kebijakan ekonomi makro atau besar yang kondusif, yaitu ketika inflasi rendah, nilai tukar uang (rupiah) yang stabil dan suku bunga riil yang dalam keadaan positif.

(b) Pembangunan infrastruktur tempat pengolahan pada sektor pertanian yang berkelanjutan, terutama bangunan yang berkaitan dengan pembangunan rehabilitasi jaringan irigasi air dan sarana-sarana pertanian lainnya.

(c) Kebijakan pembiayaan, kebijakan biaya yang sesuai dengan karakteristik pada usaha pertanian, perdagangan dan juga investasi mendukung perkembangan industri pertanian pada skala kecil yang ada di desa.

(d) Dukungan pemerintah daerah juga memiliki peran penting terkhususnya pada pembangunan pertanian melalui alokasi dari dana APBD yang sesuai dan memadai dan juga pengembangan institusi pertanian di setiap daerah.

#### **2.4. Kakao**

Kakao merupakan salah satu tumbuhan tahunan atau perennial yang berbentuk pohon, di alam pohon kakao dapat mencapai ketinggian sampai dengan 10 meter. namun, dalam budidaya yang dilakukan petani peningkatannya tidak lebih dari ukuran 5 meter tetapi dengan kelebihan tajuk menyamping dan meluas. Hal ini dilakukan untuk memperbanyak cabang kakao produktif.

Kakao pada umumnya sebagai komoditas perdagangan biasanya dapat dibedakan menjadi 2 (dua) kelompok yaitu kelompok kakao mulia (*edel cacao*) dan juga kelompok kakao curah (*bulk cacao*).

Di Indonesia, pembagiannya yaitu kakao mulia yang dihasilkan oleh beberapa perkebunan tua yang ada di Jawa sedangkan sebagian besar daerah produsen kakao yang ada di Indonesia menghasilkan kakao curah.

Kakao curah berasal dari varietas yang bersifat self-incompatible atau varietas yang dapat tumbuh tanpa penyerbukan. Karakteristik kakao curah biasanya memiliki bentuk yang pendek, dengan kualitas produksi yang lebih tinggi. Kakao memiliki kandungan lemak yang di pake untuk beberapa keperluan bahan.

#### 2.4.1. Manfaat Tanaman Kakao

Beberapa manfaat pada tanaman kakao diantaranya adalah sebagai berikut:

##### a. Bahan Dasar pembuatan Coklat

Buah kakao yang sudah matang dan berwarna kuning siap dipanen atau di petik dan diolah, yang kemudian pada selanjutnya diambil daging yang ada dalam buah kakao sebagai bahan dasar pembuatan coklat.

Umumnya hasil olahan daging buah kakao ada 2 (dua) macam yaitu coklat hitam dan coklat bubuk.

Dari hasil olahan daging buah kakao yang sudah di proses inilah akan muncul hasil olahan yang menjadi makanan yang lezat seperti coklat batangan, permen, minuman coklat dan juga aneka macam kue dari coklat. Pada dasarnya rasa asli dari coklat ini adalah pahit, namun dapat di tambah bahan lain sehingga mendapatkan rasa manis.

#### b. Memperbaiki *Mood*

Pada setiap bubuk dari kakao mengandung banyak kandungan kafein, theobromine, methyl-xanthine dan phenylethylalanine yang alami yang berfungsi untuk memperbaiki tekanan pada otak dan menjernihkan pikiran.

Selain dapat memperbaiki suasana hati, kakao ini juga dapat digunakan sebagai pengurang stres, meredakan anti depresi, menghilangkan rasa lelah, serta pikiran saat capek.

#### c. Anti Aging

Di dalam akar kakao terdapat senyawa yang dapat membuat wajah awet muda atau sebagai anti aging.

#### d. Penangkal radikal bebas

Buah kakao memiliki kandungan antioksidan dan flavonoid dengan fungsi sebagai penangkal radikal bebas yang sering menyerang tubuh.

Dengan sering mengkonsumsi coklat, maka daya tahan tubuh mungkin akan meningkat agar tidak mudah terserang oleh berbagai macam penyakit.

<https://dosenpertanian.com/tanaman-kakao/> (Diakses pada 26 januari 2022 14:22

WITA)

#### 2.4.2 Proses Pembuatan Coklat

Sebelum kakao diolah menjadi cokelat yang siap di kelola, mula-mula buah kakao yang sudah matang dipetik, buah kakao yang dipetik adalah kakao yang telah berubah warna kuning. Kemudian daging kakao di keluarkan dari buahnya dengan cara di belah menggunakan sebilah parang.

Setelah daging kakao dikeluarkan dari buahnya, biji kakao kemudian difermentasi selama kurang lebih 2 sampai dengan 8 hari tergantung varietas kakao yang dipetik dan juga curah sinar matahari.

Proses fermentasi ini bukan hanya untuk tujuan melihat biji kakao menjadi pulp (daging buah), namun juga demi tujuan dari proses fermentasi yang panjang berfungsi salah satunya untuk memperbaiki dan membentuk cita rasa coklat yang khas serta mengurangi rasa sepat dan juga pahit. Setelah proses fermentasi, biji-biji kakao tersebut dibersihkan dari benda-benda lain yang mungkin saja masih menempel pada biji kakao.

Biji kakao kemudian berada proses dimana biji dikeringkan melalui proses pemanggangan di mesin pemanggang khusus.

Tujuan dari proses pemanggangan ini adalah untuk mendapatkan karakter khas yang dikeluarkan coklat dari biji kakao. Proses pemanggangan biji kakao berlangsung selama antara 30 (tiga puluh) menit hingga 2 (dua) jam pada suhu antara 120-160 Celcius.

Selama proses pemanggangan biji, warna biji kakao akan berubah menjadi warna coklat dan tercium bau atau aroma coklat yang kuat. Pada tahap ini juga, jika dilakukan secara tradisional akan membutuhkan waktu yang cukup lama dikarenakan bergantung pada sinar matahari matahari dan curah hujan.

Setelah melalui proses pemanggangan, biji kakao akan terpecah dan memisah dari kulitnya, cangkang luarnya akan pecah dan menyisakan serpihan dari biji kakao. Untuk mengurangi rasa asam dan pahit pada biji kakao dan membuat biji kakao menjadi lebih gelap, daging biji kakao ditambahkan bahan lain yaitu larutan alkali atau juga garam ionik.

Nib kakao atau biji kakao yang sudah mengalami beberapa proses, lalu kemudian digiling dan ditumbuk membentuk yang namanya kakao massa. Kakao massa ini tidak mengandung alkohol dan juga dapat diartikan sebagai cairan cokelat.

Kakao massa kemudian di peras secara manual untuk mendapatkan bagian-bagian pada lemak kakao dari kakao massa. Lemak kakao berfungsi sebagai beberapa hal seperti pembuatan obat-obatan, bahan kosmetik, dan juga dalam bahan utama pembuatan cokelat. Selain itu, sisa padatan kakao dapat di haluskan dan olah menjadi kakao bubuk.

Massa kakao memiliki rasa yang pahit dan tekstur masih kasar. Sehingga memerlukan bahan tambahan lain, produsen coklat biasanya menambahkan beberapa bahan-bahan seperti gula, vanilla, susu, dan bahan lainnya.

Massa kakao kemudian di *mixing* atau dicampur dengan bahan lain, pastikan bahan-bahan tersebut bercampur dengan sempurna dan juga menghasilkan tekstur coklat yang lembut.

Untuk memperhalus tekstur coklat dan gula yang sudah *mixing* dengan coklat agar mengeluarkan cita rasa dari coklat, campuran kakao dan bahan lain kemudian memasuki proses yang namanya *conching*.

*Conching* adalah proses pengembangan rasa pada coklat, di mana coklat yang telah di *mixing* ditempatkan pada mesin pengaduk yang konstan. Mesin *conching* yang digunakan, mempunyai dayung yang berguna sebagai pengaduk yang kuat dan besar untuk mengaduk coklat ke depan dan juga belakang. proses penghalusan massa pada coklat ini, dapat berlangsung selama beberapa jam hingga beberapa hari tergantung banyaknya massa coklat.

Proses *conching* ini berfungsi mengurangi rasa lembab pada massa coklat, menghilangkan rasa asam pada coklat, dan juga melapisi partikel yang ada pada coklat

dengan lapisan lemak pada massa kakao. Dari proses ini, cokelat yang dihasilkan *coanching* akan memiliki tekstur yang lembut dan juga aromanya yang lebih kuat.

Cokelat yang telah melalui proses *conching* akan memasuki tahap pengembangan. pengembangan yang di maksud adalah proses dimana pemanasan dan pendinginan coklat yang disebut *tempering*.

Proses ini bertujuan untuk menciptakan kristal lemak kecil yang ada pada kakao yang berada di dalam cairan massa cokelat.

Kemudian coklat yang telah di *tempering* kemudian disimpan dalam cetakan khusus dengan berbagai bentuk seperti butiran, tetesan, dan juga blok atau kotak-kotak. Proses pencetakan coklat disesuaikan dengan konsep produk yang akan di kembangkan pada setiap industri pengolahan coklat.

<https://ditpui.ugm.ac.id/proses-pengolahan-cokelat-di-tingkat-ugm-cocoa-teaching-and-learning-industry/> (diakses pada 29 januari 2022 15:21)

## **2.5 Hubungan masyarakat**

Hubungan masyarakat (HUMAS) adalah salah satu divisi dalam organisasi maupun instansi yang berfungsi untuk melakukan interaksi dengan masyarakat. Interaksi yang dimaksud dapat berupa penyampaian informasi, dokumentasi kegiatan, dan juga sosialisasi.

Demi menunjang tugas dan kewajiban, HUMAS biasanyadi bekalidengan kemampuan sebagai berikut.

### **2.5.1 Copywriting**

Copywriting adalah kemampuan merangkai kata hingga membentuk suatu kalimat yang memiliki nilai jual dan mengandung informasi. Beberapa copywriting yang biasa di gunakan adalah sebagai berikut.

a. Berita

Berita adalah informasi mengenai kejadian yang sedang terjadi maupun telah terjadi yang di buat dengan format 5W + 1H yaitu What,Where,Who, When,Why dan How.

Kemampuan copywriting disini dibutuhkan untuk membuat rangkaian berita faktual yang sesuai dengan kejadian yang sebenarnya dan juga lengkap akan informasi sesuai format berita.

b. Deskripsi konten

Dalam pembuatan konten, tidak hanyalah cukup bila hanya foto atau video saja. Copywriting dibutuhkan dalam deskripsi konten guna memberikan informasi mengenai konten yang dibuat serta bagaimana konten tersebut mau ditonton khalayak.

c. Jualan

Dalam jualan, penjual tidak hanya mempromosikan jualannya lewat mulut ke mulut. Tetapi juga melalui sosial media. Maka dari itu penjual membutuhkan copywriting yang mana berguna untuk mengundang calon pembeli untuk melihat sosial media bahkan membeli barang penjual.

### 2.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan menyelidiki, mengumpulkan, mengolah, dan menyimpan dokumen terkait dengan sesuatu hal. Dokumentasi pada umumnya terdiri dari :

a. Dokumentasi teks

Dokumentasi teks adalah dokumen yang informasi dalam bentuk teks saja. Contohnya artikel, majalah, surat kabar, dan lain-lain.

b. Dokumentasi visual

Dokumentasi ini berisikan foto atau video yang berisikan informasi yang juga sekaligus hiburan dengan menggunakan alat perekaman berupa kamera.

## 2.6 Editing

Editing adalah proses memilah, memotong, dan gabungan beberapa video – video menjadi sebuah video yang utuh. Editing adalah proses akhir dari produksi video. Orang yang melakukan editing disebut editor.

Proses editing menggunakan aplikasi yang mengolah video mentah menjadi video jadi. Aplikasi yang di gunakan ada beragam yaitu :

a. Aplikasi Handphone

Di handpone telah banyak aplikasi yang mampu menunjang mobilitas. Terkhususnya editing video, telah banyak aplikasi editing dengan tampilan yang mudah di pelajari dan juga ringan untuk digunakan.

Contoh aplikasinya adalah VN, Capcut, inshot, dan beberapa aplikasi lainnya.

b. Aplikasi komputer

Tidak pungkiri lagi, untuk mengedit video dengan durasi yang panjang dan juga kualitas lebih baik biasanya menggunakan aplikasi yang ada di komputer. Aplikasi editing di komputer juga terdiri aplikasi windows dan juga macintosh.

Contoh aplikasi windows adalah premiere pro, windows movie maker, filmora, dan beberapa aplikasi windows lainnya. Sedangkan aplikasi macintosh adalah final cut pro, apple imovie, dan videopad.

Sedangkan editing sendiri terdiri dari editing terdiri dari 2, yaitu *editing offline* dan *editing online*.

#### 2.6.1 Editing *offline*

Editing *offline* adalah proses yang sangat memangkas waktu editor dalam pengolahan video. Hal ini dikarenakan editor di haruskan memilah video yang telah di ambil dan melaraskannya dengan audio dari video.

Kemudian editor menyusun video sesuai dengan naskah yang telah dibuat. Di tahap ini, efek audio juga di masukkan kedalam video.

Tahap editing *offline* adalah sebagai berikut :

- a. memasukkan data ke dalam komputer
- b. memasukkan footage ke aplikasi editing
- c. menyusun footage sesuai treatment
- d. exporting

#### 2.6.2 Editing Online

Setelah melalui tahap editing *offline*, file video kemudian masuk ke dalam proses editing online. Di tahap ini, video di beri tambahan *efek visual*, *color grading*, *motion graphic*, maupun *audio mixing*.

Tahap editing online adalah sebagai berikut :

- a. mengembalikan resolusi video
- b. color grading
- c. audio mixing

## BAB III

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 3.1 Profil Dinas Komunikasi, informasi, dan Persandian Kab. Kolaka Utara

Dinas Komunikasi, Informasi, dan Persandian (DISKOMINFO) Kolaka Utara memiliki fungsi dan peran yang sangat strategis dalam rangka pengembangan otonomi daerah, hal ini ditunjang oleh Peraturan Bupati (Perbup) Kolaka Utara Nomor 41 Tahun 2017 Tentang Struktur Organisasi Pemerintah DISKOMINFO Kab. Kolaka Utara Dalam peranannya sebagai pelaksana Urusan Wajib komunikasi dan Informasi.

DISKOMINFO Kolaka Utara di tahun 2017 mulai berperan penting dalam dokumentasi dan media informasi bagi masyarakat mengenai program pemerintahan.

Demi menunjang hal tersebut, DISKOMINFO Kolaka Utara terkhususnya di bidang informasi, komunikasi, dan informasi di bekali dengan peralatan demi menunjang staff dalam mengambil dokumentasi selama kegiatan pemerintah berlangsung.

DISKOMINFO Kolaka Utara terletak di jl. Sua Windu, kecamatan lasusua, kabupaten kolaka utara dengan jam kerja mulai jam 08:00 hingga 15:00.

##### 3.1.1 Makna Logo DISKOMINFO Kolaka Utara



KOLAKA UTARA

*gambar 2 Logo DISKOMINFO Kolaka Utara*

*(Sumber: DISKOMINFO Kolaka Utara)*

Bentuk dasar logo DISKOMINFO mengambil dari unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Secara keseluruhan bentuk logo DISKOMINFO Kolaka Utara ini terbentuk dari 3 (tiga) huruf C yang merupakan singkatan dari *Communication, Content and Computer*. yang merupakan bidang utama tugas dari departemen komunikasi dan informatika.
- b. Bentuk geometris pada logo dengan tiga bidang yang secara optimal bersumber dari satu titik pusat yang kemudian melebur, mengandung pengertian bahwa DISKOMINFO Kolaka Utara memiliki tugas untuk meningkatkan akses komunikasi dan juga pos yang berkualitas, merata dan terjangkau, juga menggambarkan kegiatan melalui siaran.
- c. Secara sepintas bentuk logo ini menyerupai sebuah kerangkat yang erinspirasi oleh Nafiri, alat komunikasi tradisional yang sering digunakan atau dipakai oleh leluhur bangsa Indonesia untuk berkomunikasi.

Sedangkan warnanya memiliki arti, yakni :

- d. Merupakan kombinasi beragam warna biru, yang memiliki karakter, Lugas, Kokoh, Teknologis, Dinamis, Optimis dan juga profesionalisme.
- e. Aksen warna biru muda pada logo selain menambah kesan estetis, juga menyiratkan pengertian dari kalimat “perlindungan kepentingan publik” yang digambarkan dengan bidang biru muda yang ‘dipayungi’ oleh dua bidang biru.

Tipografi pada logo DISKOMINFO Kolaka Utara: Logotype pada logo menggunakan tipe huruf Josefin Sans Reguler, yang memiliki karakter Lugas, Berwibawa dan juga Modernisasi.

### 3.2. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas komunikasi, Informatika dan Persandian

#### a. Tugas Pokok

Tugas Pokok DISKOMINFO Kolaka Utara sesuai dengan Peraturan Bupati Kolaka Utara Nomor 45 Tahun 2016 yakni “Membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan”.

#### b. Fungsi

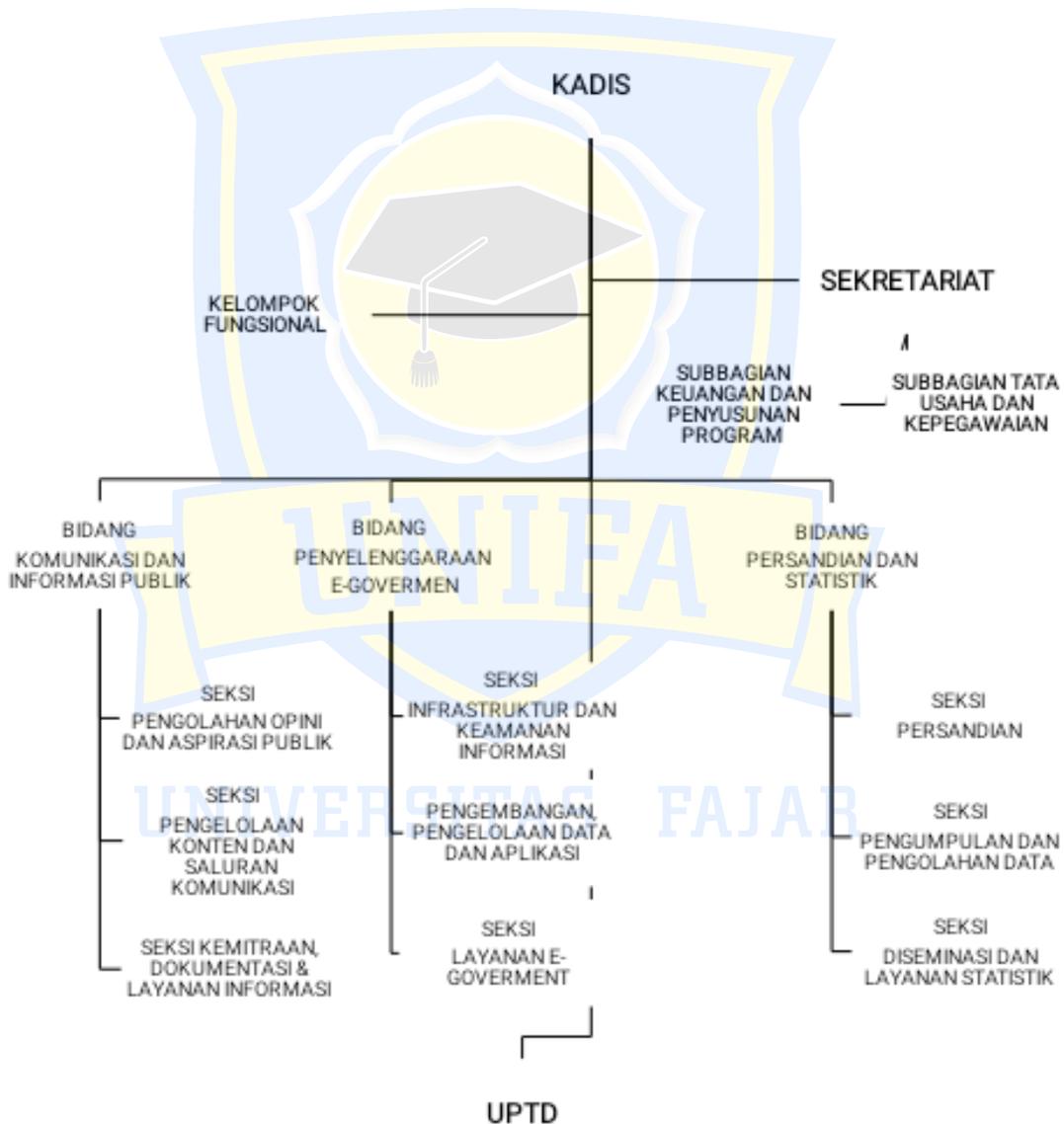
Dalam melaksanakan Tugas Pokok yang tadi, DISKOMINFO mempunyai fungsi :

1. Perumusan kebijakan teknis bidang pengelolaan informasi dan Komunikasi, Pengembangan Informatika, Penyelenggaraan statistik sektoral dan Penyelenggaraan persandian untuk Keamanan Informasi.
2. Pelaksanaan kebijakan teknis di bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik, penyelenggaraan statistik sektoral dan penyelenggaraan persandian untuk keamanan informasi.
3. Pelaksanaan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan informasi dan komunikasi publik Pengembangan Informatika, Penyelenggaraan statistik sektoral dan Penyelenggaraan persandian untuk Keamanan Informasi
4. Pelaksanaan Bimbingan Teknis dan supervisi atas pengelolaan Informasi dan komunikasi publik, Penyelenggaraan Statistik Sektoral dan Penyelenggaraan Persandian untuk Keamanan Informasi.
5. Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya di Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik, Penyelenggaraan Statistik Sektoral dan Penyelenggaraan Persandian untuk Keamanan Informasi.

6. Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi di lingkungan DISKOMIMFO

7. Melaksanakan pemantauan, evaluasi dan pelaporan pengelolaan informasi dan komunikasi publik, pengembangan informatika, Penyelenggaraan statistik sektoral dan Penyelenggaraan persandian untuk Keamanan Informasi

### 3.3. Struktur Organisasi DISKOMINFO Kolaka Utara



Bagan 3.3 Struktur organisasi DISKOMINFO Kolaka Utara

Jabatan struktural / fungsional pada DISKOMINFO Kolaka Utara saat ini, terdiri atas :

1. Kepala Dinas, eselon IIa (satu orang)
2. Sekretaris, eselon IIa (satu orang)
3. Kepala bidang, eselon IIIa (tiga orang)
4. Kepala Sub. Bagian, Eselon IVa (dua orang)
5. Kepala Seksi, eselon IVa (sembilan orang)

Para Pejabat struktural/fungsional pada saat ini adalah :

- a. Kepala Dinas
- b. Sekretaris
- c. Kepala Bidang terdiri atas :
  - Kkabid. Komunikasi dan Informatika dan Publik
  - Kabid. Penyelenggara E-Government
  - Kabid. Persandian dan Statistik
- d. Kepala Sub. Bagian terdiri atas :
  - Kepala Sub. Bagian Keuangan dan Penyusunan Laporan
  - Kepala Sub. Bagian Tata Usaha dan Kepegawaian
- e. Kepala Seksi terdiri atas :
  - Kasi. Pengelolaan Opini dan Aspirasi Publik
  - Kasi. Pengelolaan Konten dan saluran Komunikasi
  - Kasi. Kemitraan Dokumentasi dan Layanan Informasi
  - Kasi Infrastruktur dan Keamanan Informasi
  - Kasi. Pengembangan, Pengolaan Data dan Aplikasi
  - Kasi. Layanan *E-Government*
  - Kasi. Persandian
  - Kasi. Pengumpulan dan Pengolahan Data

## BAB IV

### HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja lapangan

##### 4.1.1 Lokasi

Dalam melaksanakan praktik kerja lapangan atau magang dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini penulis melaksanakan magang di kantor DISKOMINFO Kolaka Utara yang berada di Jl.sua windu, desa Ponggiha, kec. Lasusua, kab. Kolaka Utara, Sulawesi tenggara, Indonesia. Penulis di tempatkan pada bidang Informasi, Komunikasi, dan persandian (IKP) di bawah naungan Seksi Kemitraan, Dokumentasi & Layanan Informasi (HUMAS).

##### 4.1.2 Waktu

Saat melaksanakan praktik kerja lapangan atau magang dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) penulis melaksanakannya selama 4 bulan lamanya terhitung sejak 06 September tahun 2021 hingga dengan 04 Januari tahun 2022.

**Table 4.1.2 Jadwal Kerja DISKOMINFO Kolaka Utara**

Hari	Jam kerja
Senin – Jumat	08.00 – 15.00

*Sumber : Penulis*

Pada tabel diatas, menampilkan jam kerja penulis selama menjalankan program magang merdeka belajar kampus merdeka (MBKM) di DISKOMINFO Kolaka Utara. Penulis masuk ke tempat magang dari jam 08.00 WITA hingga jam 15.00 WITA setiap hari senin hingga jumat.

Jika ada kegiatan peliputan di hari pekan yaitu sabtu dan minggu, maka penulis beserta staff HUMAS yang bertugas langsung di arahkan menuju lokasi peliputan satu jam sebelum kegiatan tersebut berlangsung dan tetap masuk dalam jobdesk kerja.

## 4.2 Tugas Utama dan Tugas Tambahan

### 4.2.1 Tugas Utama

Saat menjalankan praktik kerja atau program magang, penulis membuat Dokumenter Revitalisasi Kakao dengan durasi 16 menit 11 detik. Film ini bergenre dokumenter ilmu pengetahuan dengan sub genre film instruksional.



*gambar 4.2.1 Video Dokumenter revitalisasi kakao*

Video dokumenter ini menginformasikan masyarakat kolaka utara mengenai proses dari revitalisasi kakao dan juga memberi pengertian mengenai beberapa pandangan negatif yang tersebar di masyarakat kolaka utara.

Sinopsis : video dokumenter ini menceritakan tentang proses revitalisasi kakao mulai dari penanaman pada tahun 2018 hingga panen perdana pada tahun 2020 di desa powalaa, pakue tengah. video ini juga menjelaskan tentang proses pengolahan kakao dari program revitalisasi kakao menjadi olahan produk coklat batang yang diolah langsung di *kakao center*.

Selain menjadi coklat batang, kakao juga dapat dibuat menjadi coklat bubuk. Yang menjadi keinginan komunitas seduh paduh untuk membantu umkm terkhususnya kedai minuman untuk bangkit dengan memproduksi bubuk minuman coklat tersendiri.

Dalam pembuatan dokumenter ini, penulis bertugas mengerjakan semuanya. Mulai dari pembuatan naskah, pengambilan gambar, hingga pengeditan.

Dokumenter revitalisasi kakao ini terbagi menjadi 4 (empat) segment :

1. Program unggulan revitalisasi kakao

Dokumenter diawali dengan pernyataan bupati kolaka utara Drs. H. Nur Rahman Umar, M.H. yang menyatakan bahwa revitalisasi kakao adalah program unggulan pemerintah daerah kolaka utara.

Yang kemudian dirangkaikan dengan penanaman bibit kakao oleh pemerintah daerah beserta aparat desa.

2. Panen perdana revitalisasi kakao

Penulis mendatangi lokasi Panen perdana revitalisasi kakao pada tahun 2020 di desa powalaa, kecamatan pakue tengah, kabupaten kolaka utara.

Dengan menghadirkan narasumber bapak AMIRUDDING selaku penyuluh pertanian desa powalaa.

3. Pengolahan kakao menjadi coklat

Di tahap ini, penulis mendatangi kakao center yang berlokasi di desa balossi, kecamatan lasusua, kabupaten kolaka utara.

Di dalam kakao center, dijelaskan proses pengolahan kakao yang berasal dari petani program revitalisasi kakao menjadi coklat batang yang dijelaskan langsung oleh salah satu pengelola kakao center bapak RIDHA SALIM,S.P.

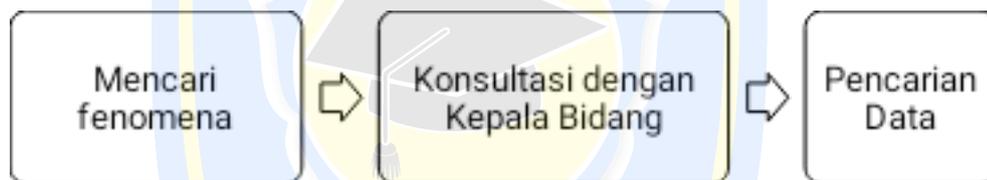
4. Keinginan untuk mengelola kakao menjadi bubuk coklat buatan lokal

Komunitas seduh paduh pada tanggal 02 November 2021, mengadakan forum diskusi dengan Dinas Perkebunan dan peternakan kolaka utara yang bertujuan untuk mengelola kakao menjadi bubuk coklat minuman lokal yang memiliki kualitas bagus dan harga yang terjangkau.

Melalui ketua komunitas seduh paduh, kak KIKI menjelaskan bahwa tujuan mereka ini agar masyarakat memiliki peluang dengan produk bubuk yang dihasilkan oleh kakao.

proses pembuatan pembuatan Dokumenter tersebut yaitu :

#### 1. Riset



*Bagan 4.2.1 alur proses riset (sumber: penulis)*

Pada proses Riset, penulis terlebih dahulu mencari fenomena yang berupa keluhan masyarakat terhadap pemerintah.

Dalam pembuatan dokumenter ini, penulis berpatokan pada program bupati kolaka utara yaitu Revitalisasi Kakao yang menjadi program unggulan bupati kolaka utara Drs. H. Nur Rahman Umar, M.H., yang mendapatkan pandangan negatif mengenai program tersebut.

Setelah memperoleh fenomena yang akan di jadikan dokumenter, berikutnya penulis melakukan konsultasi dengan kepala bidang Informasi, Komunikasi, dan Publik mengenai data apa saja yang akan di tampilkan pada dokumenter Revitalisasi Kakao.

Setelah mendapatkan daftar data yang akan di tampilkan dalam dokumenter, penulis membuat surat permohonan penelitian dari Badan Penelitian dan Pengembangan Kolaka Utara yang kemudian di arahkan ke Dinas Perkebunan dan Peternakan Kolaka Utara untuk mengambil data produksi kakao di kolaka utara.

Di Dinas Perkebunan dan Peternakan Kolaka Utara, penulis meminta kontak Pembina perkebunan yang berada pada Powalaa, Pakue Tengah, Kolaka Utara. yang merupakan lokasi panen perdana revitalisasi kakao untuk mengambil data langsung dari Pembina perkebunan tersebut.

Penulis kemudian mendatangi *Kakao Center* yang merupakan Tempat pengolahan Coklat dari hasil revitalisasi kakao. Yang mengarahkan penulis ke komunitas seduh paduh yang merupakan komunitas pembuat minuman coklat di Kolaka Utara yang berusaha memanfaatkan hasil revitalisasi kakao tersebut untuk di manfaatkan oleh masyarakat khususnya Kolaka Utara.

Setelah mendapatkan data dari riset, penulis memperoleh hasil analisa yaitu ;

a. Analisa narasumber

Analisis narasumber dilakukan untuk mengetahui siapa saja yang akan terlibat dalam Film dokumenter Revitalisasi Kakao. Film dokumenter ini akan melibatkan beberapa narasumber.

Narasumber adalah talent yang akan menjelaskan tentang proses revitalisasi dan juga manfaatnya.

Narasumber - narasumber tersebut, antara lain :

- Amirudding selaku penyuluh pertanian desa powalaa
- Ridha Salim,S.P. selaku pengelola kakao center
- KIKI selaku ketua komunitas seduh paduh

#### b. Analisa lokasi

Lokasi Shoting pembuatan film revitalisasi kakao ini lebih banyak menggunakan lokasi shoting *outdoor* (diluar ruangan). Lokasi yang digunakan adalah sebagai berikut :

- kebun coklat panen perdana revitalisasi kakao di desa powalaa, kecamatan pakue tengah, kabupaten kolaka utara.
- kakao center, desa balosi, kecamatan lasusua, kabupaten kolaka utara
- kedai seduh, desa watuliwu, kecamatan lasusua, kabupaten kolaka utara

#### c. Analisa Alat

Adapun peralatan yang digunakan dalam pembuatan film Revitalisasi kakao yaitu Kamera Canon 1200D, tripod Zomei 1200, handphone redmi note 7, dan komputer edit.

#### d. Analisis crew

Crew film sangat dibutuhkan dalam membantu proses produksi yaitu pada saat shoting. Di karenakan penulis mengerjakan video dokumenter ini sendiri maka demi kelancaran produksi, penulis merangkap posisi dalam proses pembuatan video dokumenter revitalisasi kakao ini.

Adapun crew film dalam pembuatan film adalah:

- pembuat naskah : Muh Safwan Dewangga
- Sutradara : Muh Safwan Dewangga
- Kameramen : Muh Safwan Dewangga
- Editor : Muh Safwan Dewangga

- *Voice Over* : Aqillah Fadia haya

e. Analisa SWOT

Setelah data terkumpul, maka dilakukan sebuah analisis seperti analisis kebutuhan film, analisis SWOT. Adapun hasil dari analisis SWOT dalam film dokumenter revitalisasi kakao yaitu :

- *Strength*

kekuatan pada film dokumenter revitalisasi kakao ini terletak pada latar belakang historis mengenai masa keemasan daerah kolaka utara.

Yang di mana video ini menitikberatkan mengenai kolaka utara yang pernah di kenal sebagai “Daerah Dollar” pada masa kejayaannya di tahun 1998.

- *Weakness*

kelemahan terletak pada keterbatasan alat yang digunakan dalam pembuatan film dokumenter ini yang akan menyebabkan teknik pengambilan gambar yang kurang sempurna dan kurangnya crew atau sumber daya manusia (SDM).

Keterbatasan alat yang penulis maksud adalah kamera yang di gunakan kurang memadai, alat perekaman yang hanya menggunakan handphone penulis sehingga audio yang di peroleh kurang bagus .

Sedangkan kurangnya SDM dikarenakan penulis mengerjakan video dokumenter ini sendiri tanpa bantuan staff DISKOMINFO di karenakan padatnya jadwal liputan para staff.

- *Opportunity*

Peluang film ini untuk ditonton oleh khalayak banyak cukup besar karena kisah yang diceritakan belum pernah diangkat dalam film dokumenter.

Sejak panen perdana pada tahun 2020, video mengenai revitalisasi kakao hanya sekedar video pribadi saja tanpa menjelaskan keseluruhan mengenai program revitalisasi kakao tersebut.

- *Threat*

dikarenakan penulis tidak mengambil gambar disaat musim panen kakao, sehingga penulis kekurangan gambar aktivitas petani kakao.

Selama mengerjakan video dokumenter dari bulan September hingga Desember 2021, penulis kesulitan dalam mendapatkan footage panen kakao yang dimana pada saat itu, kakao belum mencapai musim panennya.

f. Analisa STP

Hasil Analisa segmentasi, targeting, dan positioning (STP) film dokumenter revitalisasi kakao sebagai berikut:

- Segmentasi dan *Targeting*

Film ini ditujukan untuk seluruh daerah kabupaten kolaka utara bahkan di indonesia dan film ini dapat di tonton oleh khalayak umum tidak dibatasi oleh usia, baik kaum laki-laki maupun perempuan dengan segala jenis pekerjaan tanpa ada batasan.

- *Positioning*

Film ini akan menjadi film pertama yang dibuat oleh DISKOMINFO Kolaka Utara mengenai program revitalisasi kakao.

2. Pembuatan naskah / treatment

Penulis membuat naskah berdasarkan riset tersebut, yang kemudian Naskah ini menjadi landasan untuk penulis dalam membuat dokumenter revitalisasi kakao ini. Dalam naskah, dokumenter di buka dengan pengertian tentang revitalisasi kakao yang di jelaskan melalui sesi wawancara dengan para tokoh yang bersangkutan. Dokumenter di berikan tambahan *voice over* yang bertujuan untuk memperjelas alur dokumenter.

sinopsi berisikan proses revitalisasi kakao dengan memberikan gambaran manfaatnya bagi kesejahteraan masyarakat kolaka utara.

Naskah yang dibuat merupakan naskah yang akan di voice over, sehingga video dokumenter lebih hidup.

SC	BOARD	VOICE OVER
01	- Prolog, penanaman perdana kakao revitalisasi kakao	Kolaka Utara yang dulunya di kenal sebagai " Daerah Dollar " mencoba mengembalikan daerah masa kejayaannya tersebut di bawah kepemimpinan Drs. H. Nur Rahman Umar,M.H. dengan program revitalisasi yang berjalan sejak tahun 2019
02	- Menampilkan video pidato bupati di penanaman perdana kakao	-
03	- Video panen perdana revitalisasi kakao di desa powalaa, pakue tengah.	Yang kemudian membuahkan hasil dengan panen perdana pada tahun 2020 di powalaa, pakue tengah.
2	- Wawancara dengan Pembina pertanian desa powalaa, pakue tengah, kolaka utara	-
3	- Menampilkan video proses pengolahan coklat di kakao center	Selain revitalisasi tersebut, dengan adanya kakao center pemerintah daerah juga mencoba mengolah sendiri hasil dari petani kakao masyarakat kolaka utara menjadi produk original kolaka utara.
4	- Wawancara dengan pengolah kakao center	-
5	- Menampilkan video kedai minuman di tugu adipura, lasusua.	Trend minuman kekinian di kolaka utara, memiliki peran tersendiri dalam kehidupan masyarakat khususnya anak muda.  Minuman coklat memiliki tempat tersendiri bagi pemilik kedai maupun konsumen dikarenakan rasa dan variasinya.

*gambar 4.2.1 (2) contoh naskah dokumenter revitalisasi kakao*

*(sumber: penulis)*

### 3. Pengambilan video

dalam pengambilan gambar dokumenter ini, penulis membaginya menjadi dua yakni wawancara dan footage tambahan. Pengambilan gambar wawancara

biasanya memakan waktu kurang dari 2 jam tergantung proses *briefing* dengan tokoh yang akan di wawancara.

Proses pengambilan video wawancara menjadi 3 bagian yakni bapak Amirudding selaku penyuluh kakao di desa powalaa, tempat panen perdana program revitalisasi kakao tahun 2020.

Kemudian Muh. Ridho Salam,SP. selaku pengolah kakao center tempat pengolah kakao menjadi coklat batang.



UNIVERSITAS FAJAR

*Gambar 4.2.1 (3) (a) Pengambilan testimoni muh. Ridho salam,SP.*

*( sumber : penulis )*

Dan terakhir Kiki selaku ketua komunitas seduh paduh yang memiliki tujuan memanfaatkan coklat hasil dari revitalisasi kakao.



*Gambar 4.2.1 (3)(b) Pengambilan testimoni Kiki (sumber : penulis )*

Pada tahap wawancara, penulis menggunakan pencahayaan alami demi menunjang proses shooting yang berlokasi diluar ( *outdoor* ). Peralatan yang penulis gunakan yakni kamera canon EOS 1200D dan alat perekaman berupa handphone.

Pada tahap ini, narasumber di berikan waktu untuk memikirkan tentang jawaban dari pertanyaan – pertanyaan dari penulis. Kenyamanan dari narasumber merupakan hal paling penting dalam tahap ini, maka dari itu penulis membebaskan narasumber untuk memberikan jawaban yang jujur dengan sedikit *clue* dari penulis.

Tahap kedua dalam pengambilan video yakni pengambilan footage tambahan, footage tambahan ini bertujuan untuk menjadi pemanis sekaligus transisi dalam video dokumenter.

Pada tahap ini, penulis mengambil beberapa footage tempat wisata yang ada di kolaka utara.

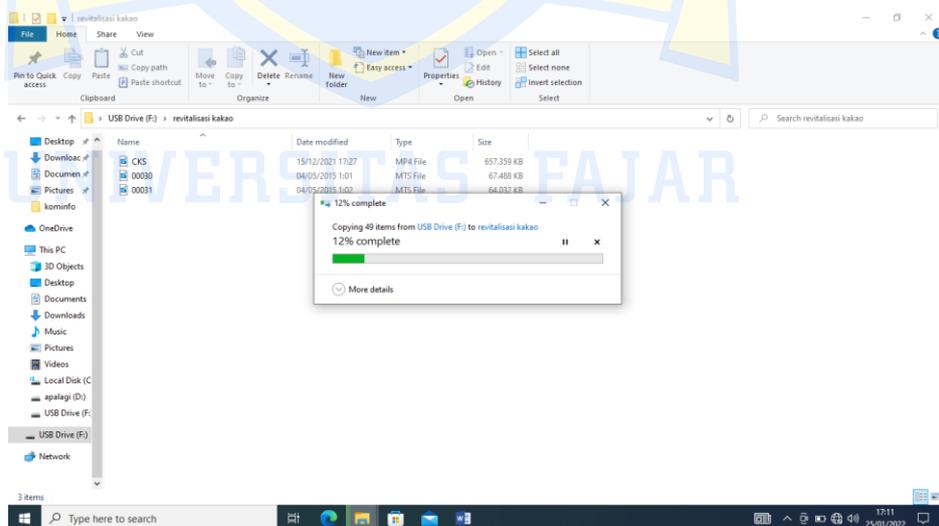


*gambar 4.2.1 (3) (c) Pengambilan footage tambahan di rumah adat tolaki, lasusua*

*(Sumber: Penulis)*

#### 4. Mengumpulkan bahan mentah

Penulis menyatukan semua *footage* wawancara dan *footage* tambahan di *folder* yang sama agar memudahkan penulis dalam mengedit documenter tersebut.



*gambar 4.2.1 (4) Menyimpan bahan mentah ke dalam Komputer edit (sumber:*

*penulis)*

## 5. Proses editing

Di tahap editing ini, penulis menggunakan aplikasi adobe premiere pro dengan menggabungkan *footage* testimoni, *footage* tambahan, dan juga audio musik dan *dubbing*.

Tahap ini memerlukan waktu beberapa hari, mulai tahap editing *offline* hingga editing *online*.

Di tahap editing *offline*, penulis menyusun *footage* sesuai dengan audio rekaman agar lebih jelas dan sesuai dengan naskah. Kemudian di tahap editing *online*, penulis menambahkan *music* dan *effect*.

Setelah video sesuai dengan naskah, kemudian masuk kedalam proses *rendering* yaitu proses penyatuan *footage* menjadi bentuk file video.

Berikut ini contoh *Tool adobe premiere pro* yang selalu penulis gunakan dalam proses editing vidio:

### d. *Selection tool*

Adalah *tools* yang memilki kegunaan untuk memindahkan dan memilih *clip* yang ada di *timeline*.

### e. *Track Select tool*

Adalah *tools* yang memilki kegunaan untuk memilih klip lebih dari satu dari *track* yang ada.

### f. *Ripple Edit tool*

Adalah *tools* yang memilki kegunaan menyesuaikan klip di *timeline* guna terlihat rapih.

*g. Razor tool*

Adalah *tools* yang memiliki kegunaan memotong klip.

*h. Slip tool*

Adalah *tools* yang memiliki kegunaan memindahkan klip pada baik keluar maupun ke dalam dengan jumlah sama secara serentak atau bersamaan guna tidak mempengaruhi sisa *timeline*.

*i. Zoom tool*

Adalah *tools* yang memiliki kegunaan memperbesar tampilan.

*j. Slide tool*

Adalah *tools* yang memiliki kegunaan membolak balik klip yang ada pada *timeline*.

*k. Pen tool*

Adalah *tools* yang memiliki kegunaan untuk *control*.

UNIVERSITAS FAJAR



Gambar 4.2.1 (5) Contoh proses pengeditan video dokumenter revitalisasi kakao

( Sumber: penulis )

#### 6. Review atau tahap peninjauan

Dalam proses *review*, penulis mengirimkan file video dokumenter berdurasi 16 menit 11 detik yang sudah di *render* ke Andi Taslim,S.T. selaku pembimbing magang MBKM agar dapat memastikan apakah video dokumenter ini sudah layak *publish* atau tidak. Apabila tidak layak, maka penulis di arahkan untuk menambahkan maupun mengurangi *footage* yang sekiranya pembimbing magang MBKM sarankan. Di tahap ini, penulis banyak menerima kritikan sehingga mampu membuat dokumenter ini layak untuk di *publish*.

**Table 4.2 Snapshot Dokumenter Revitalisasi Kakao**

Snapshot/ Bagian Karya	Pembahasan
 <p>Pada Menit ke 02:02</p>	<p><b>Segi Shot size : Medium Shot</b></p> <p>Memperlihatkan Bupati Kolaka Utara Menyampaikan bahwa Program Unggulan pemda Kolaka Utara adalah Revitalisasi Kakao</p>
 <p>Pada Menit ke 02:33</p>	<p><b>Segi Shot size : High Angle</b></p> <p>Pengambilan gambar memperlihatkan Bupati Kolaka Utara Menanam Bibit perdana Revitalisasi kakao</p>
 <p>Pada Menit ke 02:46</p>	<p><b>Segi Shot size : Medium Shot</b></p> <p>Memperlihatkan wawancara dengan Pembina pertanian mengenai panen perdana revitalisasi kakao di desa powalaa, kec.pakue tengah, kab. Kolaka utara</p>

 <p>Pada Menit ke 04:01</p>	<p><b>Segi Shot size : <i>Medium Shot</i></b></p> <p>Menampilkan bupati kolaka utara memanen revitalisasi kakao perdana di desa powalaa, kec.pakue tengah, kab. Kolaka utara</p>
 <p>Pada Menit ke 08:15</p>	<p><b>Segi shot size : <i>medium Shot</i></b></p> <p>Menampilkan pengolahan kakao menjadi produk coklat.</p>
 <p>Pada Menit ke 13:25</p>	<p><b>Segi shot size : <i>Medium Shot</i></b></p> <p>Pengambilan wawancara dengan ketua komunitas seduh paduh yang memiliki tujuan untuk memanfaatkan kakao revitalisasi menjadi bubuk minuman.</p>

Sumber : Penulis

## 6. Publikasi

Video Dokumenter ini akan di publikasikan di kanal youtube

DISKOMINFO Kolaka Utara dan juga di tayangkan di ramah tamah



Selama penulis magang di DISKOMINFO Kolaka Utara, penulis telah menghasilkan sebanyak 24 (dua puluh empat) draft berita. *Draft* berita yang telah di buat oleh penulis terdiri dari :

- b. Pelantikan / pengukuhan Pemerintah daerah
- c. Peringatan hari – hari besar
- d. Peresmian bangunan pemerintah daerah
- e. Seminar OPD
- f. Hingga penyerahan piagam atau penghargaan ke pemerintah daerah

Selama proses penulisan berita, penulis di temani oleh pembimbing tempat magang dan juga rekan – rekan DISKOMINFO yang sedang melakukan peliputan.

*Draft* berita yang dibuat oleh penulis kemudian dikirim ke editor berita untuk revisi. *draft* berita yang sudah mengalami revisi kemudian di publikasikan di sosial media DISKOMINFO Kolaka Utara.

## 2. Videographer

Dalam proses pembuatan testimoni, penulis di tugaskan untuk menjadi kameramen 2 (dua). Agar testimoni mendapatkan 2 *angle* yang berbeda.

Testimoni yang penulis buat adalah testimoni bupati kolaka utara Drs. H. Nur Rahman umar, M.H.



*Gambar 4.2.2. (2) contoh proses pengambilan video testimoni  
(Sumber: Penulis)*

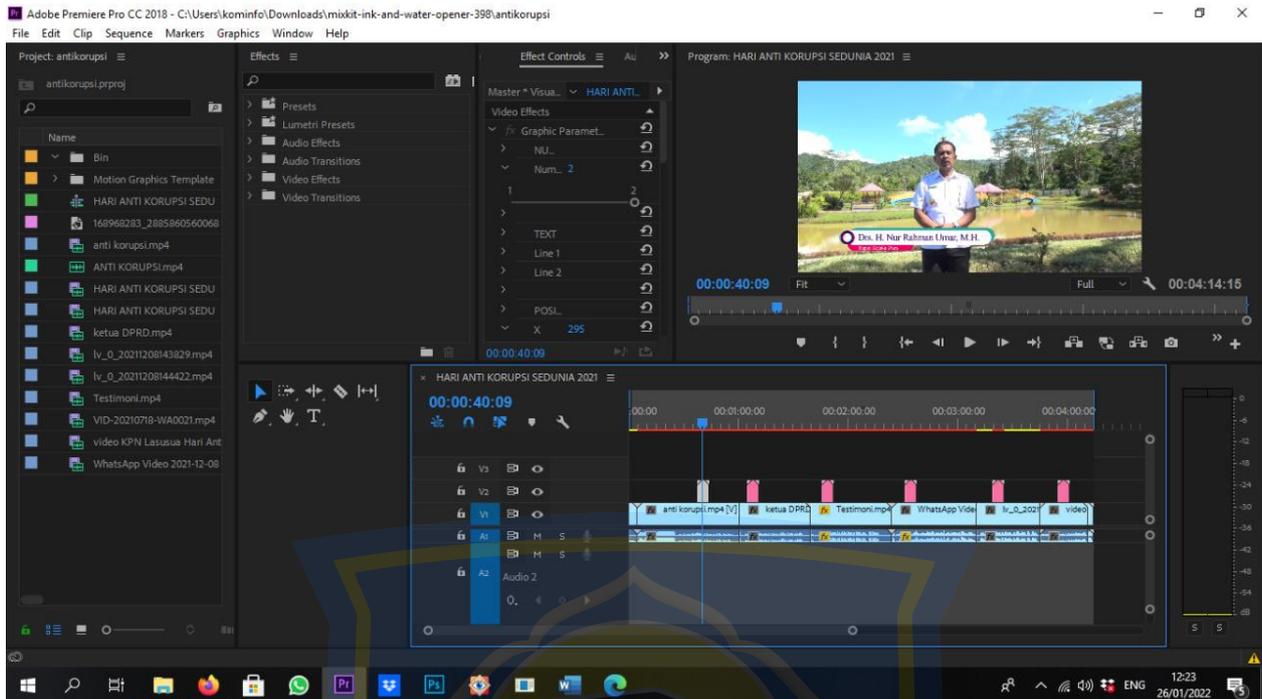
Penulis menggunakan kamera tempat magang MBKM yakni Sony A7 mark II dengan lensa Tele 100 – 400 mm sehingga memperoleh detail – detail pada video testimoni. dan juga menggunakan tripod sebagai alat penopang kamera dan juga *clip on* sebagai penunjang perekaman suara video testimoni.

Testimoni yang telah di buat oleh penulis selaku videographer selama magang MBKM di DISKOMINFO Kolaka Utara berjumlah 2 (dua) yaitu testimoni hari jadi Wahdah islamiyah dan juga testimoni hari anti korupsi.

### 3. Editor video

Setelah pengambilan video testimoni, penulis langsung di berikan tugas untuk mengedit video testimoni tersebut agar lebih menarik dengan tambahan efek dan musik.

Kemudian di beri bumper DISKOMINFO Kolaka Utara dan juga *lower third* yang berguna memberikan keterangan tentang testimoni tersebut.



Gambar 4.2.2. (3) Proses Pengeditan video Testimoni

(Sumber:Penulis)

Selain testimoni, penulis juga di beri tugas untuk mengedit video hari amal bakti kementerian agama kolaka utara yang kemudian di *upload* di kanal youtube DISKOMINFO KOLAKA UTARA.

Dalam pemakaian Adobe premiere cc 2015 sebagai aplikasi pengeditan video, penulis menggunakan banyak tool – tool dan efek yang di tambahkan ke dalam video yang bertujuan mempercantik video yang diedit.

#### 4. Photographer

Penulis juga di berikan arahan untuk mengambil gambar ketika sedang liputan sendiri atau adanya arahan untuk dokumentasi suatu kegiatan. Dalam pengambilan gambar, penulis mengatur segitiga exposure pada kamera yang di gunakan yaitu kamera Sony A7 Mark II.

Ketika peliputan, penulis terkadang di beri arahan untuk mengambil gambar rangkaian kegiatan pemerintah daerah.

kegiatan liputan sebagai photographer yang telah di abadikan sebanyak 21 kegiatan liputan pemerintah daerah kolaka utara.



*Gambar 4.2.2. (4) contoh dokumentasi kegiatan  
(Sumber:Penulis)*

Gambar yang penulis ambil kemudian menjadi bahan pendukung dari berita yang di publikasikan di sosial media DISKOMINFO Kolaka Utara yaitu Instagram dan Facebook.

### **4.3. Kendala dan solusi**

#### **4.3.1 Kendala**

Dalam menjalankan tugas utama maupun tugas tambahan ada beberapa kendala yang dialami oleh penulis, Adapun kendala yang dialami diantaranya :

1. penulis belum memahami pengaturan kamera yang ada di tempat magang yaitu kamera dengan tipe Canon D1200.

yang berbeda dengan kamera yang biasa digunakan oleh penulis sehingga mempersulit dalam penyesuaian kamera dengan kondisi lapangan.

2. penulis belum menguasai aplikasi premiere pro sehingga mempersulit dalam pengeditan video. Kendala ini memperlambat penulis dalam penyelesaian editing video.

Kendala terbesar dalam proses editing di premiere pro yang di alami penulis adalah proses *color grading* menggunakan *color correction*.

3. dalam pembuatan dokumenter revitalisasi kakao, di karenakan penulis mengerjakan dokumenter tersebut sendiri.

sehingga penulis kewalahan dalam pembagian waktu antara pekerjaan yang di berikan oleh kepala bidang informasi, komunikasi, dan publik (IKP) tempat penulis di tempatkan.

#### 4.3.2. Solusi

Adapun solusi yang di dapatkan oleh penulis ketika melaksanakan praktik kerja di DISKOMINFO Kolaka Utara yakni sebagai berikut :

1. penulis mencoba mempelajari alat yang di gunakan agar dapat digunakan secara maksimal. Penulis menonton tutorial dan membaca artikel tentang penggunaan kamera yang lebih baik sehingga menghasilkan hasil yang lebih tajam dan tidak *over exposure*.

2. penulis belajar cara *color grading* di kanal youtube dan langsung mempraktekkannya di *footage* yang berbeda agar video tidak menjadi berat untuk di edit dan membuat komputer menjadi rusak.

Yang kemudian setelah di rasa sesuai dengan kemauan penulis, terus di praktekkan ke video utama yang mau di berikan color grading.

3. penulis mengerjakan dokumenter revitalisasi kakao di hari pekan atau dimana kantor tempat magang penulis libur, sehingga penulis dapat fokus dalam pembuatan dokumenter tersebut.

#### **4.4 Temuan-Temuan Baru**

Ada beberapa hal temuan-temuan baru yang di dapatkan oleh penulis ketika melaksanakan praktik kerja di DISKOMFO Kolaka Utara diantaranya yakni:

##### **1. Penggunaan tool adobe premiere pro**

Penulis menyadari banyaknya tool - tool terutama pada *color grading* yang baru digunakan pada pembuatan video yakni *color tone*. *Color tone* ini berguna dalam menyesuaikan warna kulit orang yang ada dalam video sehingga sesuai dengan kulit aslinya.

Hal ini menjadi acuan penulis agar lebih mempelajari tentang tool -tool yang lain yang berguna untuk mempercantik video sehingga menambah mutu kerja penulis agar lebih mudah mendapatkan pekerjaan di masa depan.

##### **2. Liputan**

Dalam proses liputan DISKOMINFO Kolaka Utara, penulis menyadari adanya perbedaan penulisan berita di pemerintahan yang di mana berita tersebut bertujuan untuk membangun citra pemerintah daerah sehingga rangkaian berita lebih mengedepankan pemerintah tersebut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Selama Penulis Program Magang MBKM di DISKOMINFO Kolaka Utara, Penulis mendapatkan banyak pengalaman terkhususnya dalam sistem kerja pemerintahan. Penulis sadar masih banyak pengalaman lain yang harus pelajari, sehingga dapat membantu penulis ketika masuk ke dalam dunia kerja nantinya.

Selama Magang MBKM yakni 4 bulan, penulis di beri kepercayaan terkhususnya di dalam pembuatan Dokumenter yang menjadi Tugas utama penulis. Sehingga penulis dapat merasakan membuat dokumenter dengan kemampuan yang penulis miliki.

Dalam pembuatan Dokumenter Revitalisasi Kakao ini, penulis berharap agar masyarakat lebih memahami pentingnya program tersebut bagi ekonomi masyarakat Kolaka Utara. Sehingga masyarakat lebih mendukung program pemerintah yang bertujuan untuk mensejahterakan petani dan juga Kolaka Utara itu sendiri.

Dalam kurun waktu 3 bulan (September – November 2021) pengerjaan dokumenter tersebut, penulis dapat merasakan proses dalam manajemen produksi suatu dokumenter. Mulai dari riset, pembuatan naskah, pengambilan gambar, hingga pengeditan.

Selain pembuatan dokumenter, penulis juga memperoleh banyak ilmu dan pengalaman dari teman – teman di DISKOMINFO Kolaka Utara. Mulai dari sistem kerja pemerintahan, pengolahan berita pemerintah daerah, hingga perjuangan jurnalis dalam pengambilan dokumentasi kegiatan di lingkungan pemerintah daerah.

## 5.2 Saran

Dari laporan dan hasil pengamatan selama melaksanakan Praktik Kerja di DISKOMINFO Kolaka Utara, penulis memiliki beberapa saran yaitu :

### 5.2.1 Universitas Fajar

Berdasarkan hasil pembahasan dalam laporan magang MBKM maka penulis Memiliki beberapa saran untuk pihak akademik dan pengajar di Universitas Fajar. diantaranya, memperbanyak praktek lapangan sesuai dengan konsentrasi studi agar mahasiswa yang menjalani program praktek kerja tidak kesulitan dalam pekerjaan yang di berikan oleh tempat kerja praktek.

Selain itu, mahasiswa yang akan menjalani program kerja praktek diberikan bekal informasi mengenai tempat mereka praktek kerja dan juga di ajarkan sikap inisiatif dalam tempat praktek kerja agar mahasiswa yang praktek kerja tidak mengalami kesalahan penempatan bidang yang tidak sesuai dengan konsentrasi studi mahasiswa tersebut.

### 5.2.2 DISKOMINFO Kolaka Utara

Penulis mengharapkan agar DISKOMINFO Kolaka Utara dapat membagi *jobdesk* sesuai dengan kemampuan masing – masing dengan menambah pelatihan dasar bagi tenaga karyawan baik honorer maupun ASN.

Agar tenaga karyawan yang berada di DISKOMINFO Kolaka Utara, dapat mengerjakan tugas yang diberikan secara baik dan benar. Tanpa ada keluhan dari tenaga karyawan yang di beri tugas tersebut.

Dan juga, penulis mengharap agar DISKOMINFO Kolaka Utara mampu menciptakan karya – karya lain yang mengangkat reputasi dari Kolaka Utara tersebut

bukan hanya berdasarkan pencapaian pimpinan daerah, tetapi juga mengangkat wisata, kisah inspiratif, dan juga alam yang berada di Kolaka Utara.

Selain itu, pelajar yang ingin praktek kerja di DISKOMINFO Kolaka Utara agar mendapatkan kepercayaan untuk mengerjakan pekerjaan sesuai dengan kemampuan masing – masing sehingga menghasil sumber daya manusia yang lebih terampil setelah menyelesaikan praktek kerja.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y.Z. (2016). Komunikasi Pemerintahan (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi). Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Arifin, A. (2016). Ilmu komunikasi: sebuah pengantar ringkas. Jakarta: RAJA GRAFINDO PERSADA
- Daryanto. Rahardjo, M. (2016). Teori Komunikasi. Yogyakarta: GAVA MEDIA
- Fachruddin, A. (2017). Dasar-dasar produksi televisi (produksi berita, feature laporan investigasi, dokumenter dan teknik editing). Jakarta: KENCANA.
- Krisnamurthi, B. (2006). Revitalisasi pertanian dan dialog peradaban. Jakarta: KOMPAS.
- Morissan, M. (2017). Teori Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurudin. (2017). Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Ngalimun. (2017). Ilmu Komunikasi sebuah pengantar praktis. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Nasrullah, R. (2019). Teori dan riset khalayak media. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Puspita, W. (2018). Manajemen Konflik: Suatu Pendekatan Psikologi, Komunikasi, dan Pendidikan. Yogyakarta: DEEPUBLISH
- Rivers, W. (2015). MEDIA MASSA & MASYARAKAT MODERN. Jakarta: KENCANA
- Suryanto. (2015). Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: Pustaka Setia
- Suryanto. (2015). Pengantar ilmu komunikasi. Bandung: PUSTAKA SETIA
- Wibowo, W. (2018). Komunikasi kontekstual: kontruksi terapis-praksis aliran filsafat bahasa biasa. Jakarta: Bumi aksara

Zuhri, S. (2020). Teori komunikasi massa dan perubahan masyarakat. Malang: Universitas muhammadiyah malang.

### SUMBER LAIN

Arivshifu. (2009). Defenisi Komunikasi (Online), Defenisi Komunikasi | shifu's Blog (wordpress.com) ( Diakses pada 25 Januari 2022)

Alamsyah. (2020). PERAN PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN PRODUKSI TANAMAN KAKAO DI KABUPATEN KOLAKA UTARA. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.Makassar.

Bulandari, S. (2016). *Pengaruh Produksi Kakao terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Kolaka Utara* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar ).

Dwihartanti, M. (2004). Komunikasi yang efektif. *Staff Site Universitas Negeri Yogyakarta.*

Murniarti, E. (2019). PENGERTIAN KOMUNIKASI, PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP PERILAKU ORGANISASI, BAGAIMANA KOMUNIKASI TERJADI, DAN PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI.

Matahari, Aneshar Nadira Diona. *LKP: Manajemen Produksi Dokumentasi Acara di PT. Koen Cinema Indonesia*. Diss. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, 2018.

Rubiyo, R., & Siswanto, S. (2012). Peningkatan produksi dan pengembangan kakao (*Theobroma cacao L.*) di Indonesia. *Jurnal Tanaman Industri dan Penyegar*, 3(1), 33-48.

Readhouse, T. (2021). 9 Langkah membuat film dokumenter bagi pemula (online),

<https://tumpi.id/membuat-film-dokumenter/> (Diakses pada 26 Januari 2022)

Utami, C. D. (2010). Film Dokumenter Sebagai Media Pelestari Tradisi. *Acintya Jurnal Penelitian Seni Budaya*, 2(1).

Pradana, K. E. (2017). Proses produksi coklat original di PT. Kampung Coklat Blitar.

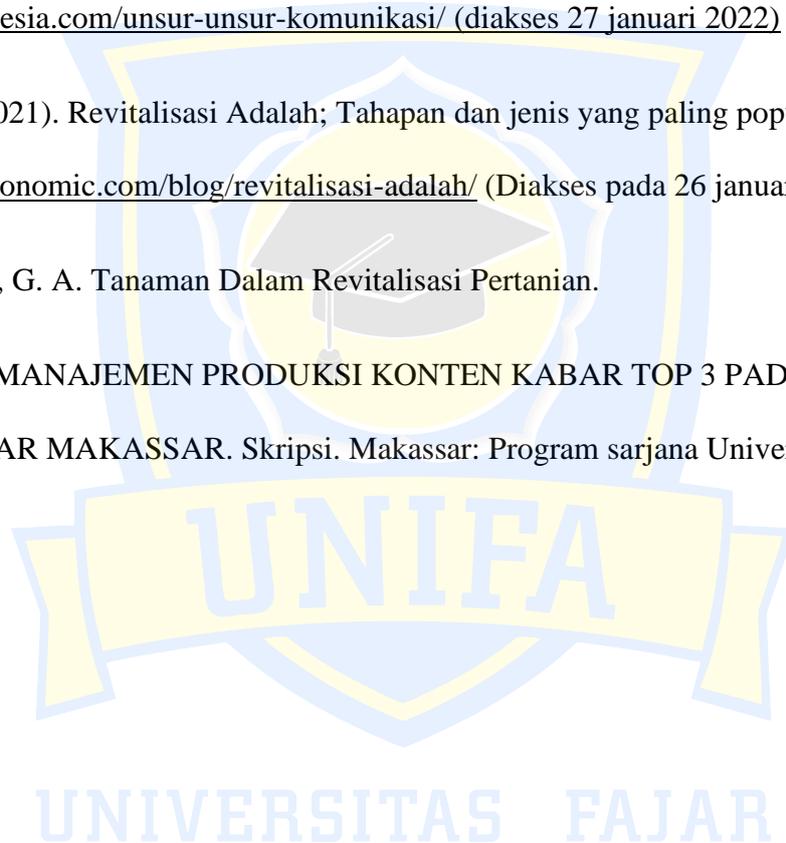
Pertanian.(2022). Tanaman Kakao; Klasifikasi, Ciri Morfologi, dan Manfaatnya (Online),  
<https://dosenpertanian.com/tanaman-kakao/> (Diakses pada 26 januari 2022)

Karmeita. (2019). 6 unsur-unsur komunikasi beserta pengertian & jenis jenisnya (online),  
<https://sahabatnesia.com/unsur-unsur-komunikasi/> (diakses 27 januari 2022)

Kuncoro, H. (2021). Revitalisasi Adalah; Tahapan dan jenis yang paling populer (Online),  
<https://www.jojonomic.com/blog/revitalisasi-adalah/> (Diakses pada 26 januari 2022)

WATTIMENA, G. A. Tanaman Dalam Revitalisasi Pertanian.

Zultamzil, M. MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN KABAR TOP 3 PADA MEDIA ONLINE KABAR MAKASSAR. Skripsi. Makassar: Program sarjana Universitas Fajar





UNIVERSITAS FAJAR

L

A

M

P

I

R

A

N



UNIVERSITAS FAJAR

## Dokumentasi



**Gambar : proses pengambilan gambar dokumenter revitalisasi kakao**



**Gambar ; proses pengeditan testimoni bupati**

UNIFA  
UNIVERSITAS FAJAR



**Gambar : shooting video PKK kolaka utara**





**Gambar : kegiatan peliputan kegiatan pemerintah daerah kolaka utara**



**Gambar ; operator dalam kegiatan video conference hari STUNTING sedunia**

UNIFA  
UNIVERSITAS FAJAR



Gambar : kertas sambutan bupati kolaka utara sebagai patokan pembuatan berita



**Gambar : pengambilan video kegiatan pemerintah daerah kolaka utara**



**Gambar : dokumentasi kegiatan fun bike pemerintah daerah kolaka utara**

