

TUJUAN PEMBELAJARAN

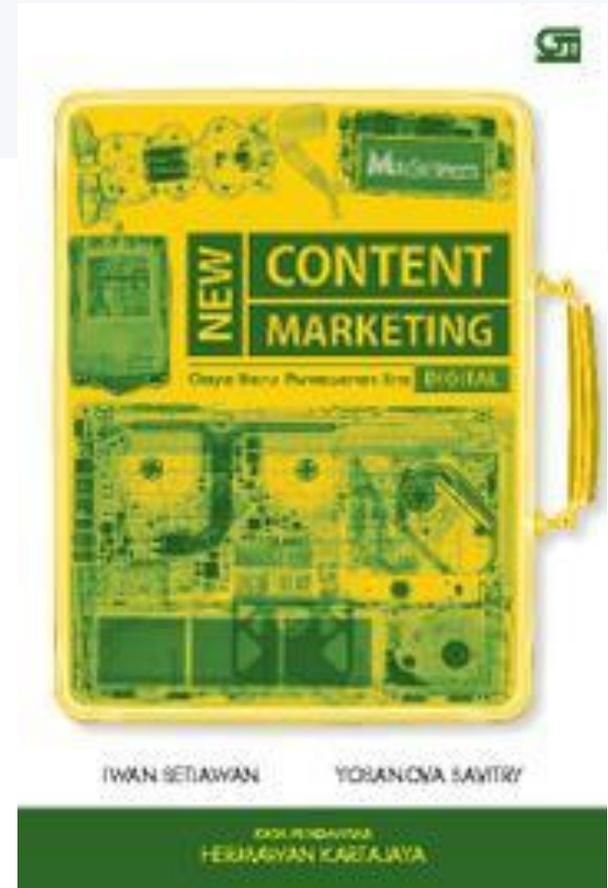
Definisi Content Creator

- Karir, proses bisnis, sumber pendapatan, ketrampilan dasar dan mindset seorang content creator
- Softskill yang perlu dimiliki oleh seorang content creator, termasuk keterampilan mengembangkan kerjasama dengan pihak terkait
- Karakteristik setiap media digital
- Strategi pemasaran konten video di media digital
- Etika dan prinsip-prinsip dalam penciptaan ide konten seperti originalitas, hak cipta (copyright), regulasi (UU ITE dan regulasi lain yang terkait)

APA ITU CONTENT CREATOR

Konten kreator adalah individu atau kelompok yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan, menyajikan, dan berbagi konten yang menarik secara kreatif kepada audiens mereka. Konten kreator dapat berupa berbagai jenis, seperti **penulis, YouTuber, blogger, ilustrator, Podcast atau pembuat konten digital lainnya**. Mereka bertanggung jawab untuk menciptakan konten yang orisinal, menarik, dan relevan dengan kebutuhan audiens, baik melalui **media sosial, blog, video, atau platform lainnya**

<https://www.gramedia.com/literasi/content-creator/>



BEBERAPA KETERAMPILAN PENTING YANG HARUS DIMILIKI OLEH KONTEN KREATOR ANTARA LAIN:



- **Kemampuan menulis**
- **Kemampuan visual**
- **Kemampuan editing**
- **Kemampuan pemasaran**
- **Kemampuan analisis data**
- **Kemampuan networking**

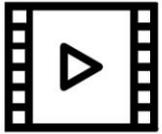


**MENGAPA INGIN MENJADI
VIDEO KONTEN CREATOR?**

DIBIDANG APA?



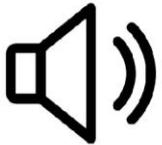
JENIS KONTEN



VIDEO



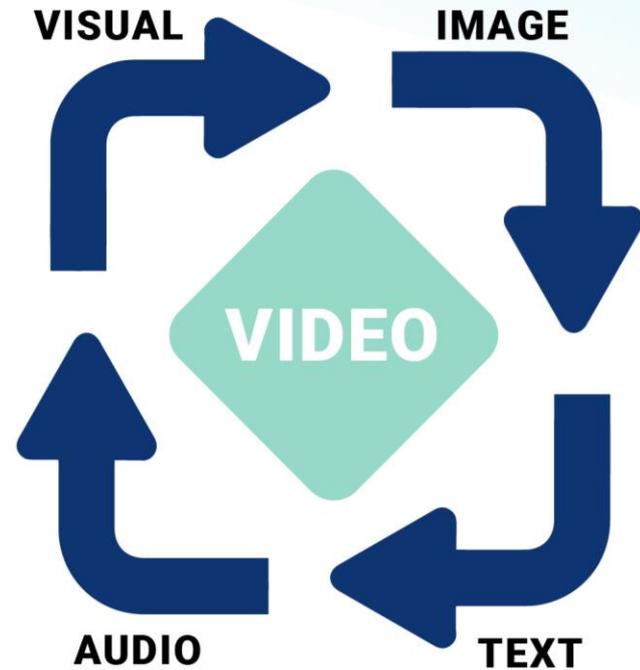
IMAGE



AUDIO



TEXT



“CONTENT DRIVES PEOPLE ACTION”



3 ELEMEN KUNCI CONTENT CREATOR

1. RIGHT CONTENT
2. ENGAGED AUDIENCE
3. RIGHT DISTRIBUTION CHANNEL



SUMBER INCOME CONTENT CREATOR

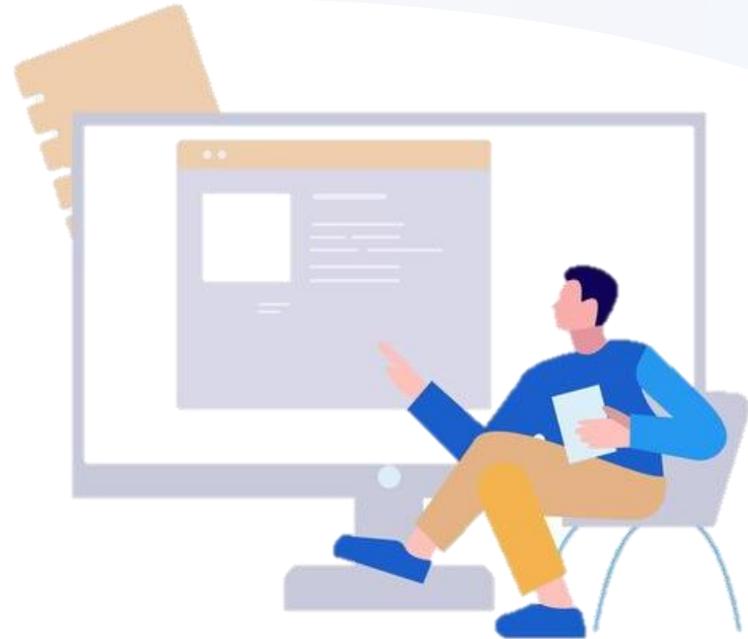
CONTENT CREATOR FNB:

- FOOD TASTER/REVIEWER (ENDORSEMENT)
- FOOD INFLUENCER AGENCY
- FNB BRAND AMBASSADOR
- FNB BUSINESS (FRANCHISE)
- PAID PROMOTE.
- EDITING VIDEO FNB
- SEMINAR SPEAKER
- YOUTUBE ADSENSE



APA ITU BRIEF KREATIF?

Creative brief dalam penciptaan konten unik adalah kerangka pembuatan konten berupa dokumen, yang berisi strategi penciptaan dan juga pedoman pembuatan suatu konten.



ELEMEN PENTING DARI BRIEF KREATIF TERBAIK



- Judul dan deskripsi
- Gol dan tujuan
- Audiens
- Pesan dan gaya bahasa
- Kompetitor utama brand
- Nilai-nilai yang dimiliki brand
- Anggaran
- Linimasa (timeline)
- Proses distribusi

SKILL DASAR VIDEO CONTENT CREATOR

[IDEATION]

1. UPDATE BERITA DAN ARTIKEL
2. MILIKILAH TEMAN YANG SUPORTIF
3. BERPIKIR HAL YANG BERKEBALIKAN
4. MENONTON



SKILL DASAR VIDEO CONTENT CREATOR

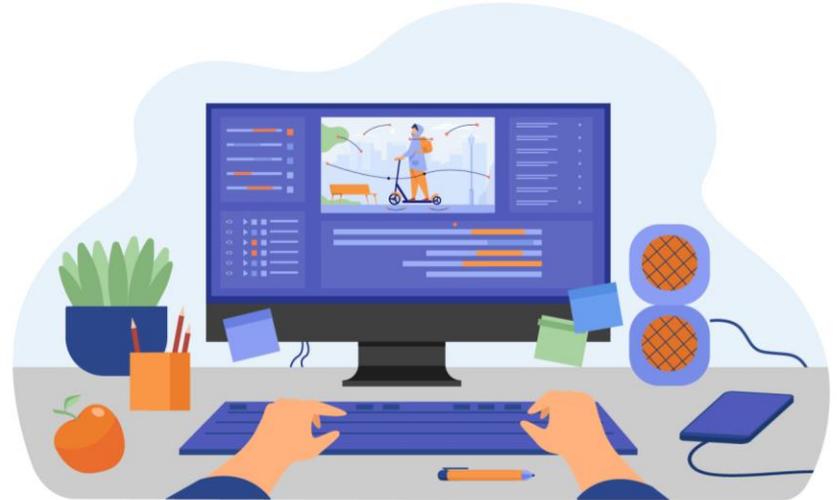
[SHOOTING]

1. **Persiapan**
2. **Percaya Diri**
3. **Kualitas Video**
4. **Posisi Pengambilan Gambar**



[VIDEO EDITING] 3 TIPS MEMILIH SOFTWARE EDITING:

1. KECEPATAN SAAT MELAKUKAN EDITING
2. KENYAMANAN SECARA TAMPILAN EDIT
3. KEMUDAHAN MEMAHAMI FITUR



VIDEO CONTENT CREATOR SOFT SKILLS

1. SELF-MANAGEMENT
2. CREATIVE THINKING
3. COMMUNICATION
4. NEGOTIATION
5. PEOPLE MANAGEMENT



SIMULASI KERJASAMA BRAND

3 TIPS PENGAJUAN KERJASAMA DENGAN BRAND

- MENGAJUKAN KERJASAMA DENGAN SOPAN SANTUN
- MENGGUNAKAN PERTANYAAN TERBUKA (BUKAN JAWABAN YA/TIDAK)
- MEMAHAMI KEBUTUHAN CALON PARTNER



SUKA PAKAI MEDIA DIGITAL APA?



JAN
2024

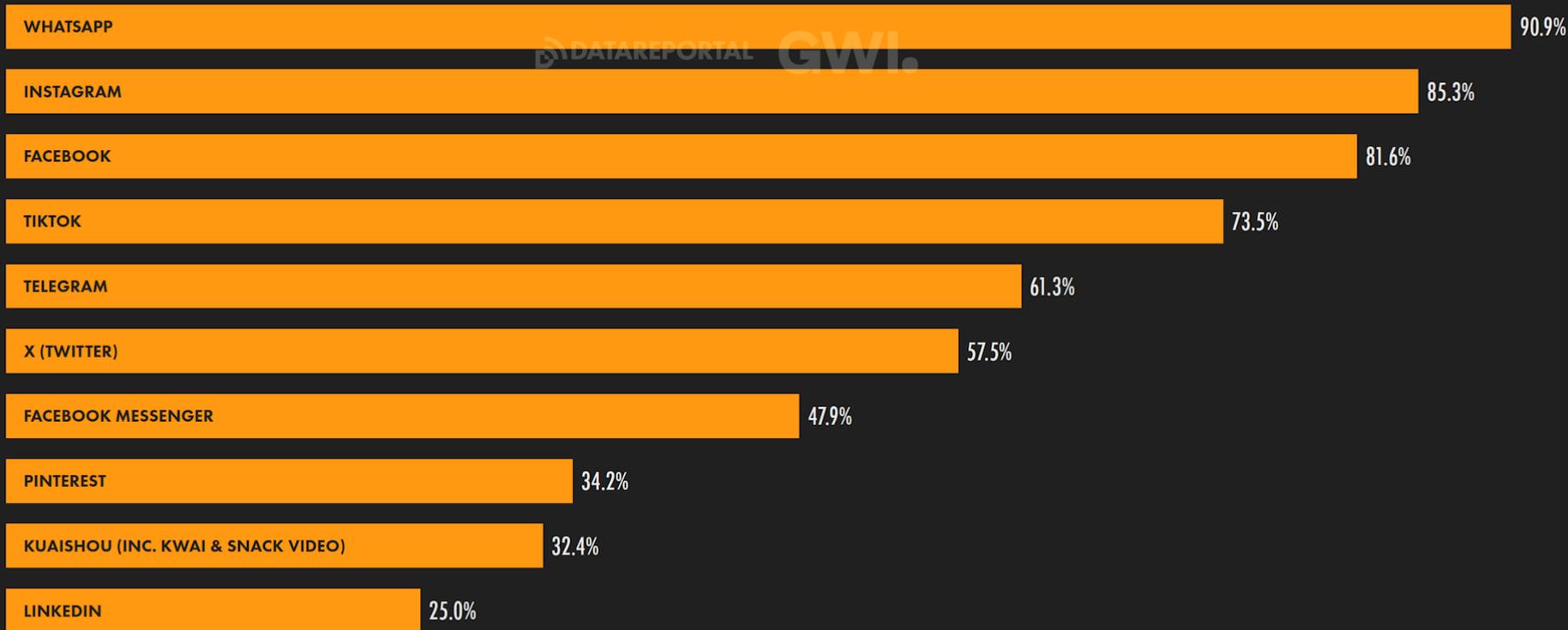
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



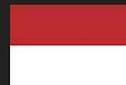
INDONESIA



SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). **NOTE:** YOUTUBE IS **NOT** OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES **NOT** INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION, WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE **NOT DIRECTLY COMPARABLE** WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

JAN
2024

INSTAGRAM: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW



INDONESIA

THE POTENTIAL AUDIENCE THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADS ON INSTAGRAM

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON INSTAGRAM



100.9
MILLION

INSTAGRAM AD REACH
vs. TOTAL POPULATION



we
are
social

36.2%

INSTAGRAM AD REACH
vs. TOTAL INTERNET USERS



Meltwater

54.5%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE
IN REPORTED INSTAGRAM AD REACH



-3.7%
-3.9 MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN
REPORTED INSTAGRAM AD REACH



+13.2%
+12 MILLION

SHARE: FEMALE INSTAGRAM
AD REACH AGED 18+ vs. OVERALL
INSTAGRAM AD REACH AGED 18+



54.5%

SHARE: MALE INSTAGRAM
AD REACH AGED 18+ vs. OVERALL
INSTAGRAM AD REACH AGED 18+



Meltwater

45.5%

ADOPTION: OVERALL INSTAGRAM
AD REACH AGED 18+ vs. OVERALL
POPULATION AGED 18+



42.2%

ADOPTION: FEMALE INSTAGRAM
AD REACH AGED 18+ vs. FEMALE
POPULATION AGED 18+



we
are
social

45.9%

ADOPTION: MALE INSTAGRAM
AD REACH AGED 18+ vs. MALE
POPULATION AGED 18+



38.5%

SOURCES: META'S ADVERTISING RESOURCES; KEPIOS ANALYSIS. **NOTES:** BASED ON MIDPOINTS OF PUBLISHED RANGES. GENDER DATA ONLY AVAILABLE FOR "FEMALE" AND "MALE". SOURCE DATA FOR REACH BY GENDER MAY NOT SUM TO PUBLISHED TOTAL. **ADVISORY:** REACH MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS OR MATCH THE TOTAL ACTIVE USER BASE. VALUES COMPARING REACH WITH POPULATION AND INTERNET USERS MAY EXCEED 100% DUE TO USER AGE MISSTATEMENTS, DUPLICATE AND FAKE ACCOUNTS, DIFFERING RESEARCH DATES, AND CHANGES IN RESIDENT POPULATIONS. **COMPARABILITY:** BASE REVISIONS. VALUES FOR CHANGE OVER TIME MAY BE DISTORTED. SEE [NOTES ON DATA](#).

KARAKTERISTIK MEDIA DIGITAL

- **YOUTUBE**
- **FACEBOOK**
- **INSTAGRAM**
- **TIKTOK**
- **TWITTER**



STRATEGI PEMASARAN VIDEO DI MEDIA DIGITAL

KNOW YOUR AUDIENCE! (AUDIENCE-DRIVEN CONTENT)



STRATEGI PEMASARAN VIDEO DI INSTAGRAM

- **BUSINESS ACCOUNT**
- **INSTAGRAM INSIGHT**
- **INSTAGRAM ADS**
- **PAID PROMOTE**
- **INSTAGRAM STORIES**
- **POTENTIAL HASHTAG**
- **INFLUENCER PARTNERSHIP**
- **RIGHT POSTING TIME**



STRATEGI PEMASARAN VIDEO DI YOUTUBE

- **TITLE**
- **THUMBNAIL**
- **CHANNEL DESCRIPTION**
- **CALL-TO-ACTION (CTA)**
- **SHARE TO THE OTHERS SOCIAL MEDIAS**
- **YOUTUBER COLLABORATION**



STRATEGI PEMASARAN VIDEO DI YOUTUBE

- **HASHTAG**
- **LAGU**
- **TEKS**
- **VIDEO COVER**
- **CAPTION**
- **VIDEO OPENING**



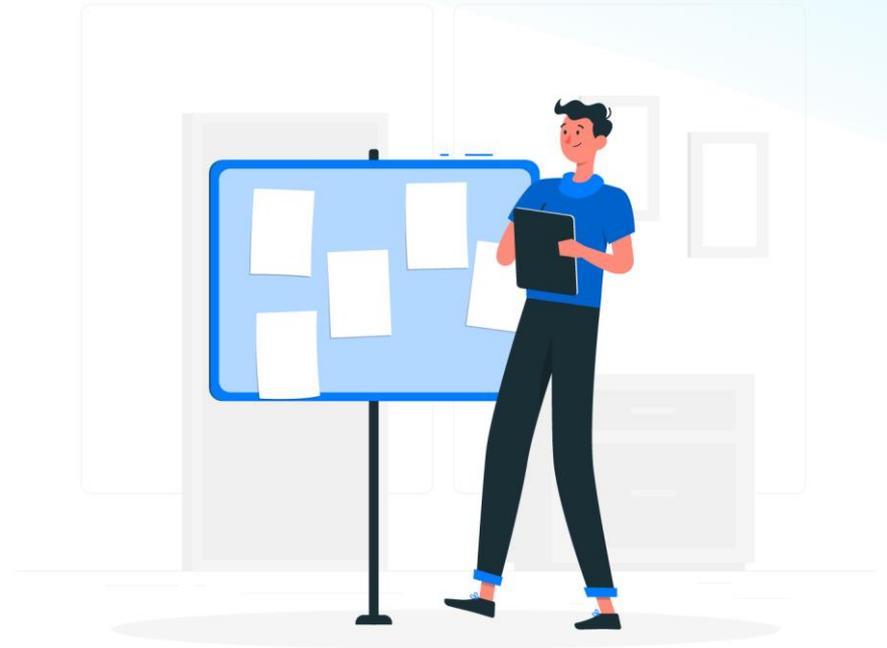
ETIKA & PRINSIP PENCIPTAAN IDE KONTEN

- MENYERTAKAN CREDIT SUMBER
- IZIN PENCIPTA
- MEMATUHI UU NO. 19 TAHUN 2016 (ITE)



SUMMARY

- Tidak ada yang instan untuk menjadi Video Content Creator yang berhasil
- Content Creator memiliki prospek positif di tahun 2024
- Sebagai Video Content Creator, Anda membantu diri pribadi, keluarga, teman, dan orang lain.

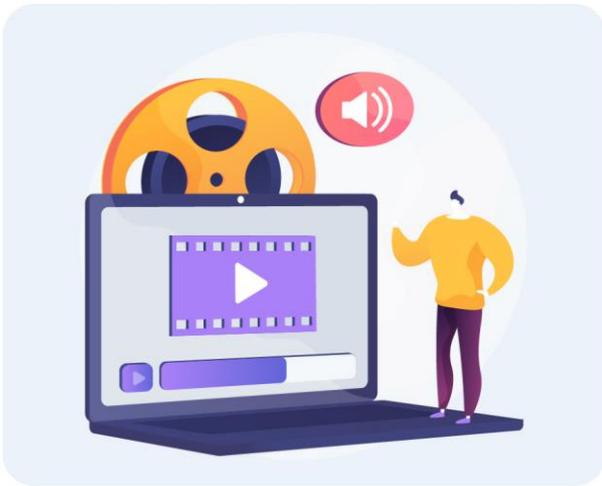


QUIZ

- **APA 3 ELEMEN KUNCI CONTENT CREATOR?**
- **APA 4 POIN FOKUS DARI INSTAGRAM SEKARANG INI?**
- **APA SAJA STRATEGI PEMASARAN KONTEN VIDEO DI INSTAGRAM DAN YOUTUBE?**



REFERENSI



VIDEO PEMBELAJARAN



E-BOOK



PELATIHAN KECAKAPAN HIDUP

MENYUSUN TECHNICAL BRIEF



COURSE DEFINITION

Unit kompetensi ini berhubungan dengan cara memproduksi konten video.





LEARNING OBJECTIVE

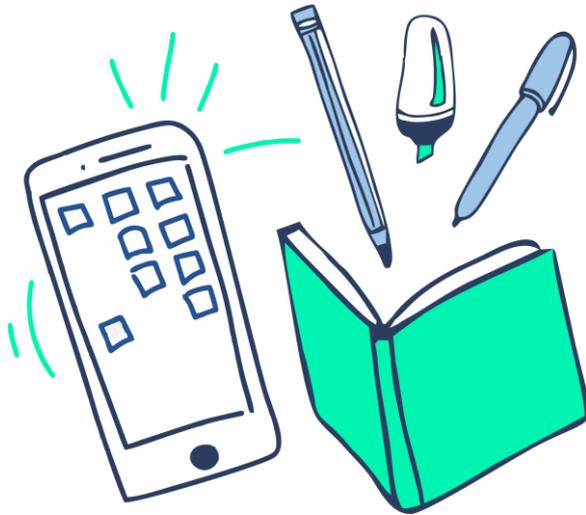
IN THIS COURSE YOU WILL:

- Mampu memahami **workflow technical brief** produksi konten (Umum dan **Pariwisata**)
- Mampu melakukan **persiapan dan instalasi perangkat** serta **aplikasi** untuk **produksi konten video**.
- Mampu melakukan **persiapan setting video** (lokasi, pemain, peralatan, wardrobe dan lain-lain).
- Mampu mengoperasikan **kamera smartphone**.
- Mampu melakukan **teknik videografi** (Penempatan dan Pergerakan Kamera, Pencahayaan, Memodifikasi Objek, Tipe Ukuran Shot, Teknik Komposisi Video)
- Mampu **berbicara yang baik di depan kamera**
- Mampu menghindari **kesalahan saat produksi video** (Shooting)



TOOLS / LAB ONLINE

- HP
- Perangkat Pendukung (**Bila ada**)
- Buku Catatan + Alat Tulis





WORKFLOW TECHNICAL BRIEF PRODUKSI KONTEN (UMUM & PARIWISATA)



PERANGKAT SERTA APLIKASI PRODUKSI KONTEN VIDEO

1. *Smartphone*
2. Modem Internet/Kuota Internet:
Download aplikasi HP Videografi
 - a) Capcut
3. Tripod
4. Phone Holder
5. Lighting
6. Audio Mic





CARA INSTALASI PERANGKAT VIDEOGRAFI HP





PERSIAPAN SETTING VIDEO

- Crew
- Cast (Pemain)
- Art
- Wardrobe (Kostum)
- Lokasi
- Properti

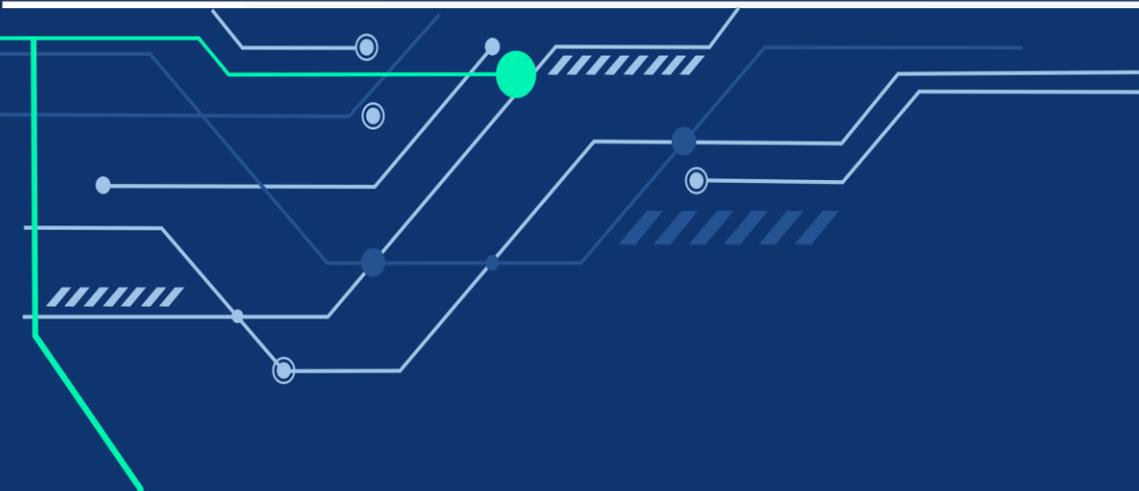




OPERASI KAMERA HP



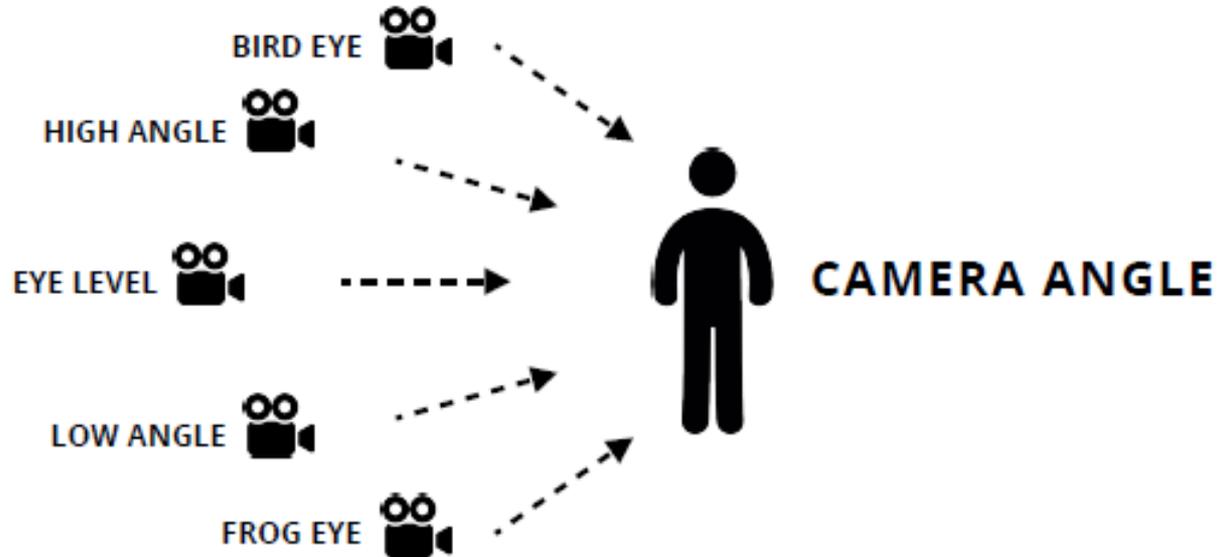
- Mengenal Smartphone
 - Pengaturan Kamera Sesuai Kebutuhan
 - Memilih Mode dan Efek Kamera
-
- ✓ Mode : Auto, Manual / Pro, Night
 - ✓ Efek : Auto, Black & White, Sepia



TEKNIK VIDEOGRAFI

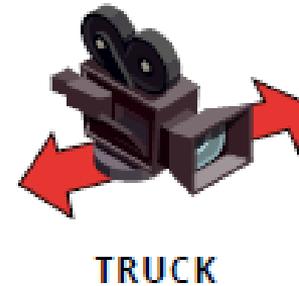
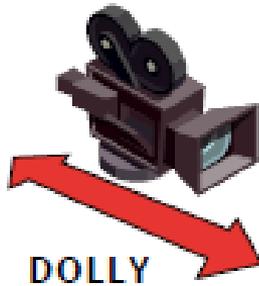


5 TEKNIK PENEMPATAN KAMERA BERDASARKAN SUDUTNYA (*ANGLE*)





6 TEKNIK PERGERAKAN KAMERA (CAMERA MOVEMENTS)





TEKNIK DASAR PENCAHAYAAN VIDEO: *3-POINT LIGHTING*



FILL LIGHT



CAMERA



KEY LIGHT



BACK LIGHT
(OPTIONAL)



BACK LIGHT



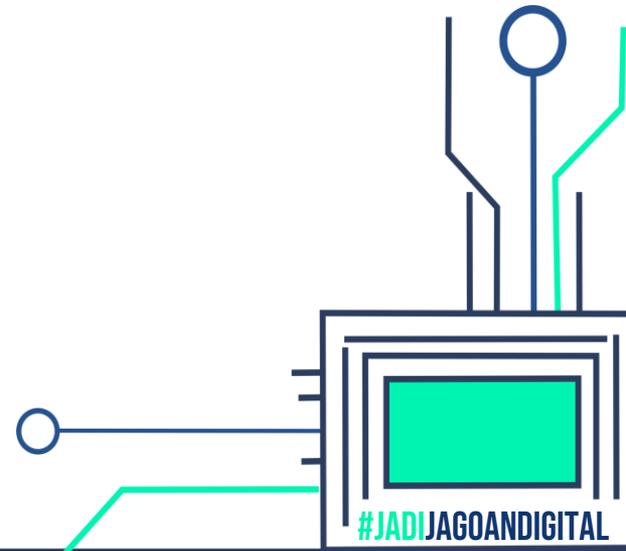
WALL





5 TEKNIK MEMODIFIKASI OBJEK SAAT PENGAMBILAN VIDEO

1. Memindahkan
2. Membalikkan
3. Memiringkan
4. Mengubah
5. Memutar





5 TIPE UKURAN SHOT (SHOT SIZE)



**ESTABLISHING
SHOT**



**FULL
SHOT**



**MEDIUM
SHOT**



**MEDIUM CLOSE UP
SHOT**

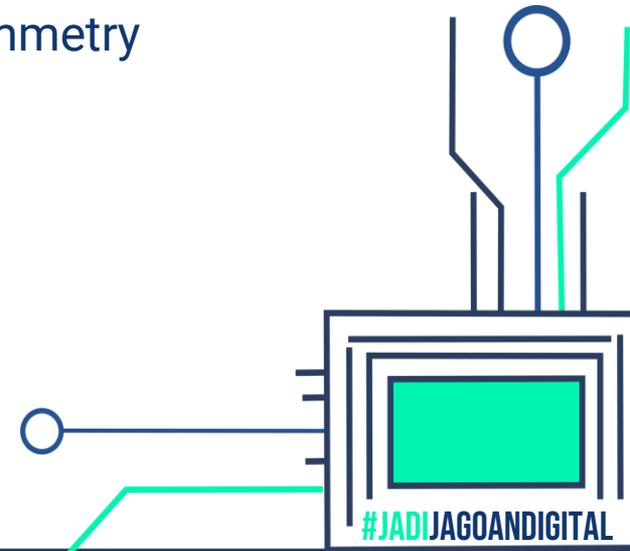
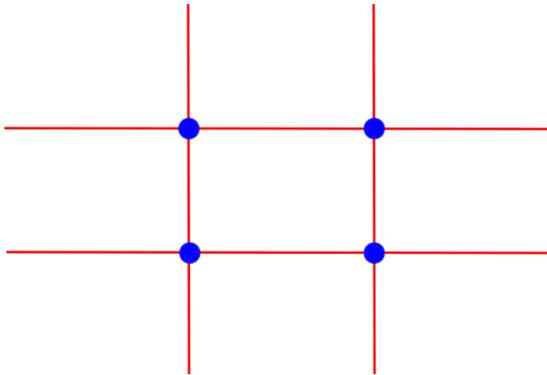


**CLOSE UP
SHOT**



3 TEKNIK DASAR KOMPOSISI VIDEO (*VIDEO COMPOSITIONS*)

1. Rule of Third
2. Centered and Symmetry
3. Negative Space





3 FAKTOR PENDUKUNG BERBICARA DI DEPAN KAMERA

01

Kata
7%

02

Intonasi
38%

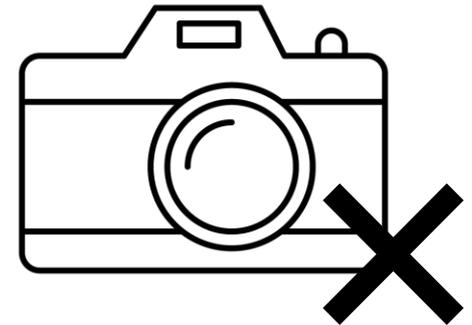
03

Bahasa Tubuh
55%

KESALAHAN SAAT PRODUKSI VIDEO (*SHOOTING*)



1. Ngomong Dulu, Baru Klik “Record”
2. Kosakata Kurang Jelas
3. Terlalu Terpaku & Kurang Paham Naskah
4. Tidak Mengecek Ulang Kualitas Audio dan Video
5. Tidak Fleksibel
6. Tidak Back Up





SUMMARY



1. Apabila Content Creator memiliki **perangkat video yang baik, belum tentu hasil videonya bagus.**
2. **6 Komponen** yang perlu diperhatikan saat **setting video** yaitu: **Crew, Cast, Art, Wardrobe, Lokasi, dan Properti.**
3. Teknik pengambilan video yang **berbeda** bisa menimbulkan arti **visual yang berbeda pula.**



QUIZ



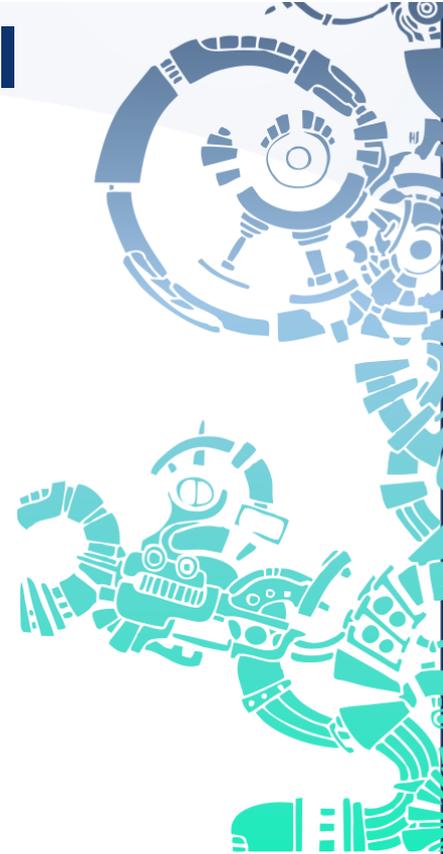
1. Sebutkan **3 Teknik penempatan kamera** berdasarkan sudutnya (*Angle*)!
2. Sebutkan **3 Teknik pergerakan kamera**!
3. Apa itu Key Light, Fill Light, dan Back Light dalam **Teknik 3-Point Lighting Video**?



REFERENSI



- Video Pembelajaran
- E-Book





PELATIHAN KECAKAPAN HIDUP

**MEMPERSIAPKAN MATERI SESUAI
FORMAT YANG DIINGINKAN**



Planning for content productions

- Riset dan perencanaan konten secara umum dan secara khusus pada sektor pariwisata
- Pencarian ide untuk konten komunikasi dan pemasaran
- Pemilihan media digital yang menjadi target pemasaran
- Content planning template untuk membuat rencana produksi video
- Perancangan naskah dan storyboard konten video



Aduh..

- Ngonten apa ya?
- → Problematika awal mula setiap content creator





your content is like "Ikigai"



sumber: @aisharizqy



Trigger Question:

**Kalau kamu harus sharing
suatu topik dalam waktu
1000 jam, tentang apa itu?**



Cara Riset Konten

1 Analisis Kreator Sejenis
Perhatikan tipe konten apa yang sering mereka posting dan jenis postingan apa yang paling sukses.

2 Benchmark content creator
Ikuti akun media sosial yang serupa dengan niche kamu dan perhatikan konten yang mereka posting.

3 Survei
Buatlah survei singkat dan sederhana untuk mengetahui apa yang pengikut kamu inginkan dan butuhkan.

4 Follow Trend
Pantau tren terbaru dan lihat bagaimana kamu bisa mengintegrasikan ke dalam konten media sosial kamu.

5 Hashtag (Optional)
Cari hashtag yang terkait dengan niche kamu dan lihat konten yang muncul. Dari situ, kamu dapat melihat jenis konten apa yang berhasil dan apa yang tidak berhasil.



Step-by-Step Content Planning Materi Format



#1 Mengidentifikasi target audiens

Mengetahui siapa target audiens kamu sangat penting karena ini akan membantu kamu **menentukan jenis konten yang relevan dan menarik bagi mereka.**

Tentukan segmen target audiens, seperti usia, jenis kelamin, lokasi, minat, dan perilaku. Tanyakan beberapa pertanyaan ini kepada diri kamu:

- Siapa audiens kamu dalam hal demografi dan psikografi?
- Jenis konten apa yang dikonsumsi audiens kamu setiap hari?
- Jenis konten apa yang secara historis berperforma baik dengan audiens kamu?
- Bagaimana audiens kamu berbicara atau menampilkan diri mereka di media sosial?



#2 Menentukan Topik

Setelah mengetahui target audiens, **tentukan topik apa yang ingin dibahas.** Topik haruslah relevan dengan niche kamu dan menarik bagi target audiens.

EXAMPLE - Content Audience Persona
Mapped with Lifecycle Stage

Job Title:
CEO of a
Preschool
(Home Away
From Home LLC)

NAME: Jane Basil

PERSONA	STAGE: AWARENESS	STAGE: CONSIDERATION	STAGE: DECISION
<p>Demographics</p> <p>Gender: F Age: 40 Income: \$100k+ Education level: Bachelors in Education</p> <p>Challenges/Goals:</p> <p>Challenge: New to researching best preschool supplies. Unsure of what she needs and the costs involved.</p>	<p>Goal: Finding furniture and supplies that fit her budget and classroom style.</p> <p>Favorite Publications to Read: Entrepreneur, Inc, Momtrends</p> <p>Notes & Summary: N/A</p> <p>Quote [Source: Google Survey]: "I'm not sure how to go about picking furniture at a competitive price."</p>	<p>Beginner's Guide to Fitting a Montessori Preschool With Furniture and Craft Supplies [Ebook] - can also create a blog from the same topic that links to the ebook as a lead magnet</p> <p>Preschool Furniture & Supplies: How to Pick Styles & Brands that Fit Your Budget Levels [Infographic + blog]</p>	<p>Preschool Supplies & Furniture Budget Template [Checklist and blog post]</p> <p>Purchasing Furniture & Supplies for Your Montessori Learning Style Preschool [Checklist and blog post]</p> <p>Website page: Contact Us page with clear directives on requesting a quote/getting in touch with sales</p> <p>Website page: Ability to book a phone call to talk needs</p>



#3 Menentukan Jenis Konten

Ada berbagai jenis konten media sosial, seperti gambar, video, teks, infografis, dan lain-lain.

Pilih jenis konten yang sesuai dengan topik dan target audiens.

Livestream

Live sambil bermain game jadi salah satu konten menarik anak muda. Baik melalui kanal **Facebook maupun YouTube**. Banyak konten kreator mendulang cuan dari penonton live mereka saat sedang bermain game.

Gambar

Infografis, tutorial, apapun hal yang informatif biasanya mendapatkan lebih banyak engagement dan share. Buat **konten gambar anda nyaman dipandang mata, dan pastikan informasinya menarik untuk dibagikan khalayak.**

Video Tutorial

Mulai dari cara memperbaiki kipas angin rusak hingga cara memasang wiper mobil, semua didokumentasikan dan dijadikan konten yang menarik oleh para kreator. Ribuan orang menonton karya mereka di YouTube.

Artikel

Konten **tidak selalu berbentuk foto atau video. Sebuah tulisan juga merupakan konten yang menarik.** Bagikan lewat blog atau website pribadi. Jangan lupa bagikan ke media sosial agar karyamu juga bisa dibaca banyak orang.



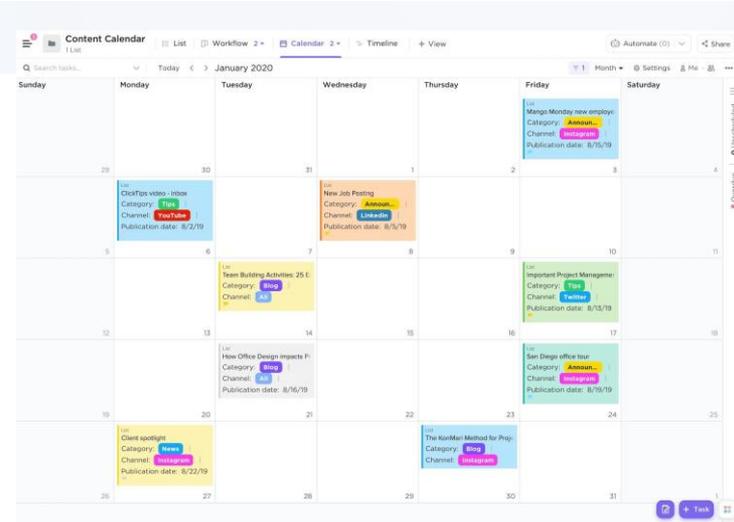
SUMBER: BERBAHA | MASRAFA: PRABANDITA | SHAFIS: SHAFIS



#4 Menentukan Jadwal

Setelah menentukan topik dan jenis konten, buatlah jadwal konten media sosial kamu. Tentukan frekuensi dan waktu posting yang tepat.

Cobalah untuk mengatur jadwal posting agar konsisten dan teratur.





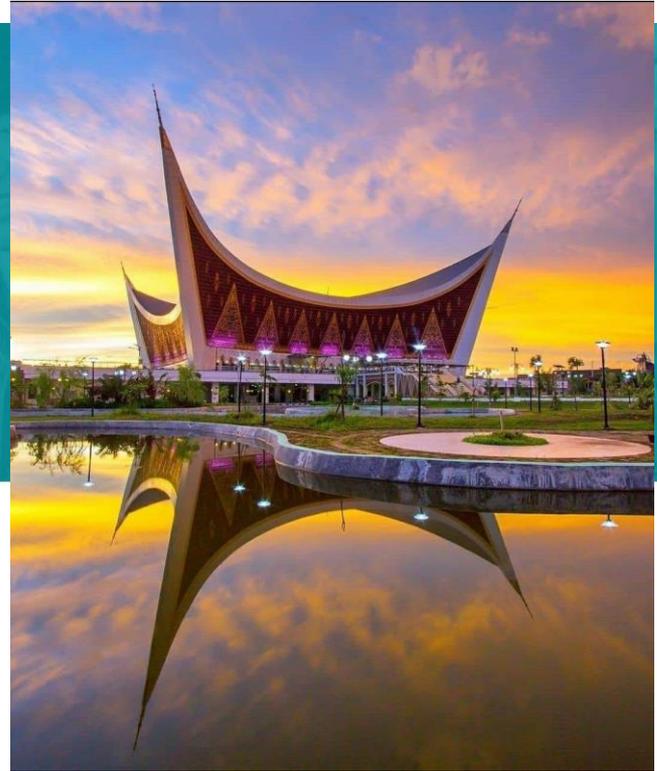
#4 Analisis dan Evaluasi

Setelah konten media sosial kamu diposting, jangan lupa untuk menganalisis dan mengevaluasi performa postingan kamu. Analisis ini dapat membantu kamu **memahami jenis konten apa yang berhasil dan tidak berhasil** dan **menentukan strategi yang lebih baik untuk kedepannya**.





Tips Content Planning (Pariwisata)





Planning Content untuk Travel Creator



Tentukan topik & tujuan

Apakah konten tersebut bertujuan untuk mempromosikan destinasi wisata di kota-mu berlibur, memberikan tips travelling, atau memberikan informasi seputar wisata?



Identifikasi target audiens

Apakah konten ditujukan untuk pelancong lokal atau internasional, ataukah untuk keluarga, pasangan, atau solo traveler?



Buat rencana konten

Setelah mengumpulkan informasi, buatlah rencana konten dengan mempertimbangkan topik, tujuan, dan target audience yang sudah ditentukan. kamu bisa membuat outline atau kerangka isi dari konten yang ingin dibuat.



Cari sumber informasi

Setelah mengetahui topik, tujuan, dan target audience, langkah selanjutnya adalah mencari sumber informasi. kamu bisa mencari informasi dari berbagai sumber seperti website resmi destinasi wisata, blog perjalanan, atau sumber informasi terpercaya lainnya.



Tips Cari Ide Konten

Tim Anti Kehabisan Ide, Checkkkk!

1 Analis konten yang sukses (Trial & Eror)

3 Permasalahan yang dihadapi audiens

5 Meminta saran dari Followers melalui *interactive feature* media sosial

2 Melihat komentar / permintaan konten dari followers

4 Menyelami topik seputar niche



Alat Bantu Ide Konten

- Google Trends
- BuzzSumo
- Answer the Public
- ChatGPT
- Google Gemini



chat.openai.com/chat

+ New chat

New chat

Riset Konten Wisata.

Riset Konten Media Sosial.

Overview of Helicopter View.

Belajar dari Peluang

Digital Native Responsibility.

Clear conversations

Upgrade to Plus **NEW**

Dark mode

Updates & FAQ

Log out

Ide konten traveling

Berikut beberapa ide konten traveling yang bisa Anda coba:

1. Destinasi favorit: Anda bisa membuat konten tentang destinasi wisata favorit Anda. Beri tahu para pembaca mengapa tempat itu layak dikunjungi dan berikan rekomendasi tempat yang harus dikunjungi, makanan yang harus dicoba, serta kegiatan yang bisa dilakukan.
2. Budget traveling: Jika Anda suka traveling dengan budget minim, Anda bisa membuat konten tentang tips dan trik traveling murah. Berikan saran tentang cara menghemat uang pada tiket pesawat, penginapan, makanan, dan transportasi.
3. Pengalaman traveling solo: Bagi yang suka traveling sendirian, Anda bisa membuat konten tentang pengalaman traveling solo. Beri tahu pembaca mengenai perasaan dan tantangan yang Anda had

Stop generating

ChatGPT Feb 13 Version. Free Research Preview. Our goal is to make AI systems more natural and safe to interact with. Your feedback will help us improve.



Tips Memilih Media Sosial yang tepat

Dimana target audiens kamu berada?

Apakah target audiens kamu terutama menggunakan media sosial, situs web, atau email? Dengan mengetahui di mana target audiens kamu berada, kamu dapat menentukan media digital yang paling efektif untuk mencapai mereka.

Pilih Sosmed yang Relevan!

Pilih media digital yang relevan dengan niche kamu. Misalnya, jika kamu memiliki niche fashion, media digital seperti Instagram atau Pinterest mungkin lebih cocok daripada media digital seperti LinkedIn.

Cek Kinerja

Lihat seberapa efektif media digital tersebut dalam mencapai target audiens kamu dan meningkatkan penjualan atau konversi. Misalnya, jika media digital yang kamu gunakan belum efektif, pertimbangkan untuk mencoba media digital yang lain.



Scripting Content 101



Tips Scripting

- **Tentukan topik 3 detik pertama yang relatable, menarik, dan sharable**
→ Brainstorming!
Misal: ingin mempromosikan makanan nasi padang dan saat ini sedang ada
- **Tuliskan script di notes**
Analisis keseimbangan antara penjelasan Unique Selling Proposition (USP) product dan “daily stories”. Usahakan untuk memberikan review yang jujur dan objektif agar memberikan kepercayaan kepada audiens.
- **DECIDE: Hardselling atau softselling?**
Kalau produknya unik → hardselling
Produk yang sudah biasa → softselling
- **Proses scripting diikuti dengan visualisasi dengan video**
Dengan adanya script, akan memudahkan dalam proses produksi konten dengan menyediakan visual yang relevan.
- **Eksekusi**
Mulailah untuk produksi konten!



Do's

- Gunakan bahasa sehari-hari yang **nyaman, relatable, up-to-date**. Ini bisa bikin Engagement tinggi.
- Pakai **intonasi** saat bercerita dengan pelafalan yang jelas
- **Scripting harus sesuai dengan visual** yang menarik dari berbagai **angle**.

Dont's

- Pakai **bahasa ilmiah** yang ribet atau terlalu bisnis
- **Generalisasi** konten yang bisa menarik semua target market (impossible!)
- **Tidak jujur**
- **Menjelekkan** kompetitor/produk lain



Scripting Flows: #1 Hardselling

1. 3 detik pertama: USP Terunik
2. Alur menarik, singkat, padat, jelas, dan sesuai target market Gen Z dan Millennial: sederhana dan efek instan
3. Jika review produk atau jasa, WAJIB sudah pernah pakai, jujur, dan tidak melebih-lebihkan. Berikan testimoni unik dan pengalaman sendiri.
4. Berikan arahan yang jelas.
Beli dimana? harga berapa?



Reference: @natashasurya



Scripting Flows: #2 Softselling

1. Cari permasalahan utama yang bisa dihubungkan dengan tren terkini dan USP product.
2. Carilah sesuatu yang sedang trending dan fresh
3. Gunakan bahasa sehari-hari yang mudah untuk dimengerti. Seakan-akan sedang ngobrol dengan teman sendiri.



Reference: @aisharizqy

Contoh Script

Caption:

"Si Pisang: Makanan Olahan Pisang yang Lezat dan Sehat!"

Kalimat Promosi:

1. Pengenalan:

- "Si Pisang, makanan olahan pisang yang lezat dan sehat!"
- "Dengan bahan utama pisang segar, kami menawarkan berbagai varian olahan yang pasti membuat Anda lapar!"

2. Deskripsi Produk:

- "Kami memiliki berbagai varian olahan pisang, seperti pisang gula merah, pisang keju, dan pisang coklat. Semua produk kami dibuat dengan bahan segar dan tanpa tambahan bahan kimia."
- "Dengan rasa yang manis dan tekstur yang lembut, Si Pisang adalah pilihan tepat untuk Anda yang ingin menikmati makanan sehat dan lezat."

3. Manfaat:

- "Pisang adalah buah yang kaya akan nutrisi, seperti kalium dan vitamin C. Dengan mengonsumsi Si Pisang, Anda tidak hanya menikmati rasa yang lezat, tetapi juga mendapatkan manfaat kesehatan yang signifikan."
- "Si Pisang juga mudah dibawa dan disimpan, membuatnya ideal untuk makanan ringan atau camilan di mana saja."

4. Promosi:

- "Saat ini, kami menawarkan diskon spesial untuk semua produk Si Pisang Beli sekarang dan nikmati harga yang lebih murah."
- "Jangan lewatkan kesempatan ini Buruan beli Si Pisang sekarang juga dan rasakan lezatnya makanan olahan pisang yang sehat."

5. Teknik Closing:

- "Tunggu apa lagi? Ayo, beli Si Pisang sekarang juga dan nikmati makanan olahan pisang yang lezat dan sehat #SiPisang #MakananOlahanPisang #LezatDanSehat"

Contoh Script : Info Beasiswa

Expected post date: Before 6th Feb 2023

Scope of work:

- 1) Develop IG Reels
- 2) IG story includes swipe link and publish on social media account

IG Reels

Bisa daftar IISMA pakai tes bahasa inggris GRATIS?

Gimana ya caranya?

Untuk kamu yang pengen lanjut studi ke luar negeri, pasti udah gak asing lagi sama IISMA. Salah satu persyaratan harus kamu lengkapi dan yang paling banyak banget yang kesulitan adalah tes bahasa Inggris.

Waktu pendaftaran aku mepet banget guys, cuma 5 hari, dan uang tabunganku juga gak mencukupi untuk tes IELTS/TOEFL.

Akhirnya, aku pakai Duolingo English Test dengan harga yang jauh lebih affordable dan bisa tes di rumah, kapan pun dan di mana pun (P.S. aku tes jam 1 malam).

Apalagi sekarang makin banyak beasiswa dan universitas yang terima DET. Mulai dari Columbia, MIT, Penn, dan masih banyak lagi.

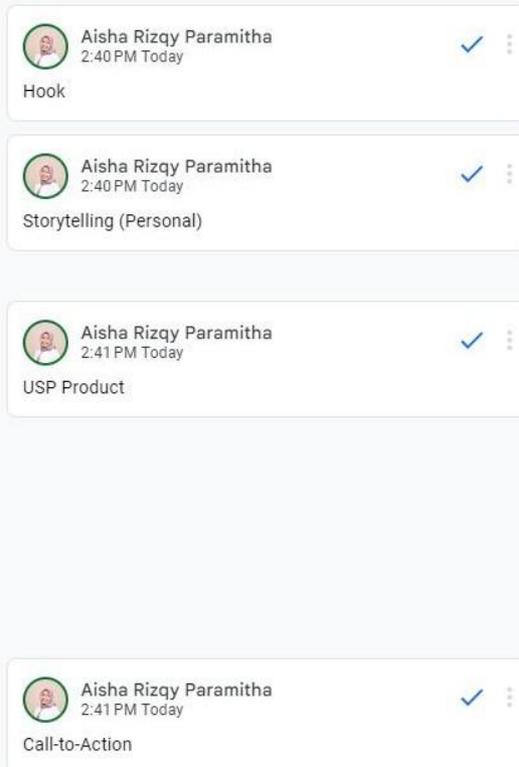
KABAR BAIKNYAAA! Sebagai support untuk kamu yang pengen daftar beasiswa luar negeri, DET ngadain webinar GRATIS khusus untuk KAMU di mana kamu bisa dapatin:

- Tips & trick
- Persiapan sebelum tes
- Dan tanyain semua kekepoan kamu ke representatif DET

Bakal ada giveaway FREE Duolingo English Test untuk 20 orang beruntung yang datang ke webinar ini.

Webinarnya diadakan di **6 Februari 2023** dan kamu bisa daftar sekarang juga melalui link ini **xxxx**

Best of luck, study abroad fighter!



Aisha Rizqy Paramitha
2:40 PM Today
Hook

Aisha Rizqy Paramitha
2:40 PM Today
Storytelling (Personal)

Aisha Rizqy Paramitha
2:41 PM Today
USP Product

Aisha Rizqy Paramitha
2:41 PM Today
Call-to-Action

Contoh Script : Self Development

✅ 1 kamu gak perlu punya gadget yang paling mahal untuk jadi content creator. kamu gak perlu baca ribuan buku untuk bisa lebih konsisten. kamu gak perlu ikut workshop yang mahal untuk bisa lebih produktif.

satu-satunya yang bisa berhentiin dan melimitasi kamu cuma diri kamu sendiri. kalau kamu ingin memulai, sekarang adalah momentum yang paling tepat.

✅ 2 cara hidup lebih percaya diri? gampang. ingat kalau kita hidup di dunia ini hanya sementara. pengalaman yang kita dapatkan dan rasakan akan selalu ada bersama kita.

orang yang berlalu lalang dan memberikan komentar tak akan mengingat kamu seumur hidupnya.

jujur, aku lebih khawatir kehilangan momen saat ini dibanding komentar orang lain yang cuma sementara.

3 pernah gak kamu gak usaha maksimal tapi entah kenapa tetap mencapai apa yang kamu inginkan? itu pertanda kebesaran Allah. dari awal memang semuanya kehendak Allah.

adakalanya tanpa usaha kita mendapatkan sesuatu yang tidak terduga, agar kita sadar Allah itu berkuasa dan kuasa-Nya tidak bersandar pada usaha kita.

pov: kamu niru 3 kebiasaan orang sukses dan mulai melihat hasilnya

1. nulis impian resolusi di kertas, satu per satu mulai tercapai.
3. selalu evaluasi dan refleksi berkala, jadi belajar banyak dari pengalaman dan gak mengulangi kesalahan yang sama.
4. bikin planning mingguan dan bulanan, jadi bisa maksimal dalam bekerja dan istirahat cukup

yes, journaling adalah habit orang sukses yang gak banyak orang tau!

padahal, kebiasaan ini bisa ngebantu kita untuk berencana, refleksi, dan mengenali perasaan kita.

kamu cuma butuh satu buku minimalist dari odineri.id yang isinya ada:

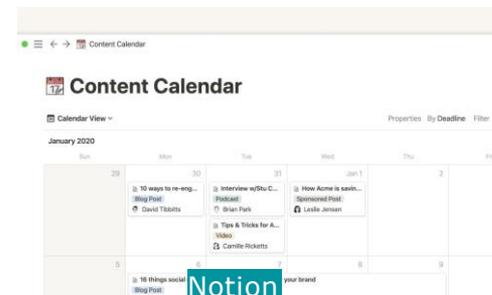
- ✅ dated weekly planner
- 📅 habit tracker

Aplikasi Rekomendasi untuk **Planning Konten**

CONTENT PLAN SAMPLE TEMPLATE

ACTION	SUMMARY	ORIGINE ANGLE	TARGET MARKET	CONTENT TYPE(S)	MARK GOAL	MONTH	QOQ	SCORE	PRIORITY	DECISION	NOTE
<p>MINI 1</p> <p>Blog Content Planning: Prioritize a comprehensive guide on blog content planning. Publish video to supplement the guide. Bloggen. Blog, video, infographic. To educate our audience and earn tra.</p> <p>Topic A: 3, 3, 1 HIGH</p> <p>Topic B: 3, 2, 4 MEDIUM-HIGH</p> <p>Topic C: 2, 2, 4 MEDIUM-LOW</p>											
<p>MINI 2</p> <p>Topic A: 1, 3, 3 LOW</p> <p>Topic B: 1, 2, 2 MEDIUM-LOW</p> <p>Topic C: 1, 1, 1 MEDIUM</p>											
<p>MINI 3</p> <p>Topic A:</p> <p>Topic B:</p> <p>Topic C:</p>											

Spreadsheet



Notion



Trello

Google Keep

pov: kamu niru 3 kebiasaan orang sukses dan mulai melihat hasilnya

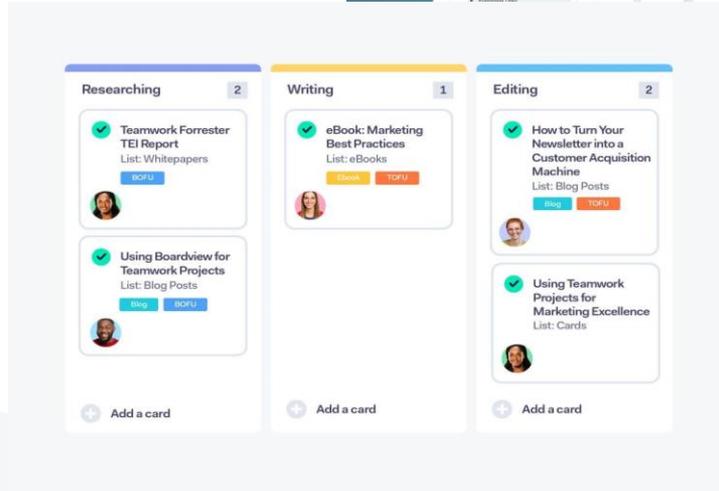
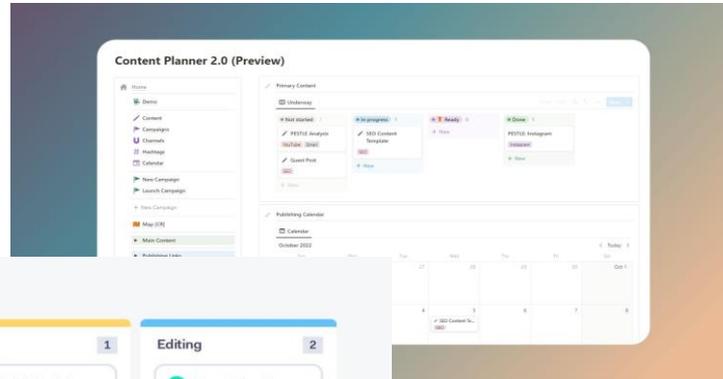
1. nulis impian resolusi di kertas, satu per satu mulai tercapai.
3. selalu evaluasi dan refleksi berkala, jadi belajar banyak dari pengalaman dan gak mengulang kesalahan yang sama.
4. bikin planning mingguan dan bulanan, jadi bisa maksimal dalam bekerja dan istirahat cukup

Content Planning Template

Topic :
Title :
Body :
Expected post date :
Sounds :
CTA (Call-to-Action) :
Caption :
Status :

**Buatlah Skrip Sesuai dengan
Passion atau Ide Usaha Anda
Dengan Menggunakan
*Content Planning***

Content Planning Template



Web Planner

Content Planning Mastersheet

Name of Doer	Content Title	Primary Keyword	URL	Type	Due Date	Notes/Comments	Ready for Review	Ready to Publish	Publish
Elina Ant	What is an infographic? Examples, Templates & Tips	what-is-an-Infographic	https://docs.google.com/document/d/123	New	August 4	Add more examples of Infographics	●	●	●
Jane Stone	Who Will Die in Stronger Things Session & According to Data	stronger-things-Infographic	https://docs.google.com/document/d/124	New	August 8	Switch out examples with templates once available	●	●	●
Grace Reid	Inclusive Design: Definitions, Principles & Examples	inclusive-design	https://docs.google.com/document/d/125	Rebunch	August 12	Add more details regarding the principles	●	●	●
Sara Ki	How to Conduct a SWOT Analysis in Marketing	swot-analysis-marketing	https://docs.google.com/document/d/126	Rebunch	August 26		●	●	●
Jane Stone	What Are the Principles of Design? A Complete Breakdown	design-principles	https://docs.google.com/document/d/127	New	September 11		●	●	●
Grace Reid	How to Write a Business Plan Outline [Examples + Templates]	business-plan-outline	https://docs.google.com/document/d/128	New	September 16		●	●	●
Elina Ant	5 Steps to Create an Actionable Employee Development Plan	employee-development-plan	https://docs.google.com/document/d/129	New	September 17		●	●	●
Elina Ant	A Brief Guide to Unity - A Design Principle	design-principle-unity	https://docs.google.com/document/d/130	Rebunch	September 21		●	●	●
Grace Reid	Why You Need a Sales SWOT Analysis [7 Tips on Writing One]	sales-swot-analysis	https://docs.google.com/document/d/131	New	September 24		●	●	●
Sara Ki	How to Write a White Paper [Tips & Templates]	white-paper-writing	https://docs.google.com/document/d/132	Rebunch	September 28		●	●	●

Reference Material

<https://bullseyestrategy.com/how-to-develop-content-pillars-for-your-social-media-strategy/>

<https://i0.wp.com/expresswriters.com/wp-content/uploads/2020/12/jane-EXAMPLE-Content-Audience-Persona-mapped-to-lifecycle.jpg?resize=1080%2C608&ssl=1>

<https://neilpatel.com/wp-content/uploads/2022/05/social-media-content-calendar1.png>

<https://i.pinimg.com/originals/6b/e4/83/6be483ec92879a1bbd04299bda81f6f7.jpg>

https://global-uploads.webflow.com/5e1331324b55b0fe5f41fe63/635a65bf6c1c8ed706c51eb6_Content%20Planner%202.0.png

<https://s3.amazonaws.com/thumbnails.venngage.com/template/5fec3cd7-3237-44e7-b36e-fb9131da3bd3.png>

https://images.ctfassets.net/gg4ddi543f5b/nTYmqFVMPUO0X0x4OvuNn/bf66990dbadabed255a9c95a6d6a4186/content-plan-header_2x.jpeg



PELATIHAN KECAKAPAN HIDUP

Menyunting Audio dan atau Video

Sesuai Tuntunan Naskah

MENERAPKAN KAIDAH / PEDOMAN EDITING

Editing adalah proses mengorganisir, meninjau, memilih, dan menyusun gambar dan suara hasil rekaman produksi. Editing harus menghasilkan tayangan gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya.

Roy Thompson dan Christopher Bowen: *Grammar of the Edit*



EDITING DIBANGUN OLEH BEBERAPA ELEMEN

- **Motivasi**

Dalam mengedit harus selalu ada motivasi atau alasan yang jelas pada saat memindah, menyambung, atau saat menggunakan transisi. Motivasi tidak hanya dimunculkan dalam bentuk gambar,terkadang juga dalam bentuk audio seperti langkah kaki dan lain sebagainya

- **Informasi**

Seorang editor harus bisa merangkai gambar-gambar dari video tersebut menjadi suatu jenis informasi yang pada akhirnya akan dapat dimengerti dan dipahami oleh para penonton.

- **Komposisi**

Seorang editor video perlu mengetahui perpaduan dan susunan yang tepat agar sebuah video tersebut memenuhi standar yang sudah disepakati ataupun sesuai dengan *camerawork* yang ada.

EDITING DIBANGUN OLEH BEBERAPA ELEMEN

- **Suara**

merupakan komponen yang sangat penting karena bisa memberikan efek yang cukup signifikan pada video yang ada. *Sound* dikategorikan dalam beberapa kategori yaitu ***Original Sound, Sound Effect, Atmosfer Sound, Music Illustration***

- **Angle Camera**

Elemen paling penting dalam editing, pada prinsipnya saat perpindahan shot yang satu dengan yang lain harusnya berbeda angle. Perbedaan angle satu objek/subjek adalah kurang dari 45°, sedangkan untuk garis khayal antara dua objek adalah tidak lebih dari 180°, jika melebihi ini maka akan terjadi jumping gambar.

- **Kontinuitas atau kesinambungan gambar**

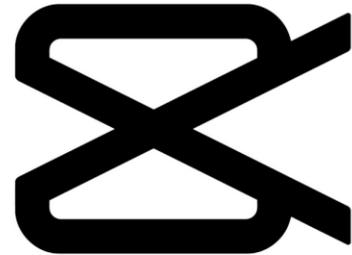
merupakan proses pengambilan gambar yang dilakukan secara berkesinambungan antara video yang satu dengan video lainnya dan juga sesuai dengan unsur pendukung lainnya semisal suasana, kostum, ekspresi, dan lain sebagainya. Kontinuitas ini bertujuan untuk menghindari adanya jumping pada adegan yang bisa membingungkan penonton.

CAPCUT DESKTOP PC

aplikasi video editing untuk membuat konten berkualitas tanpa perlu menguasai keterampilan teknis secara mendalam.

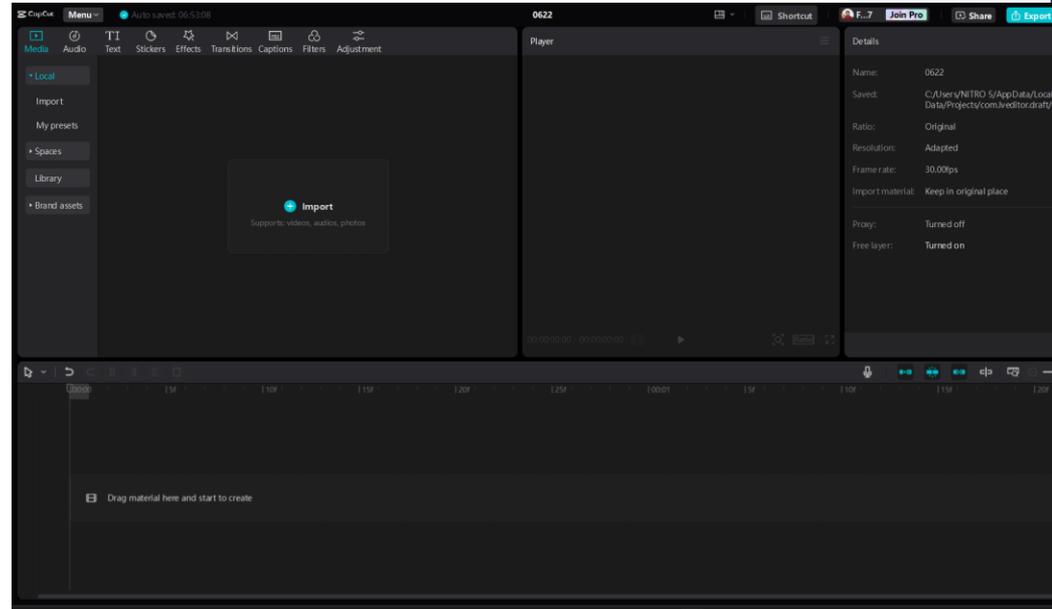
Digunakan Untuk :

- Promosi produk
- Tutorial atau demonstrasi produk
- Konten review pelanggan
- Campaign iklan
- Membuat brand storytelling



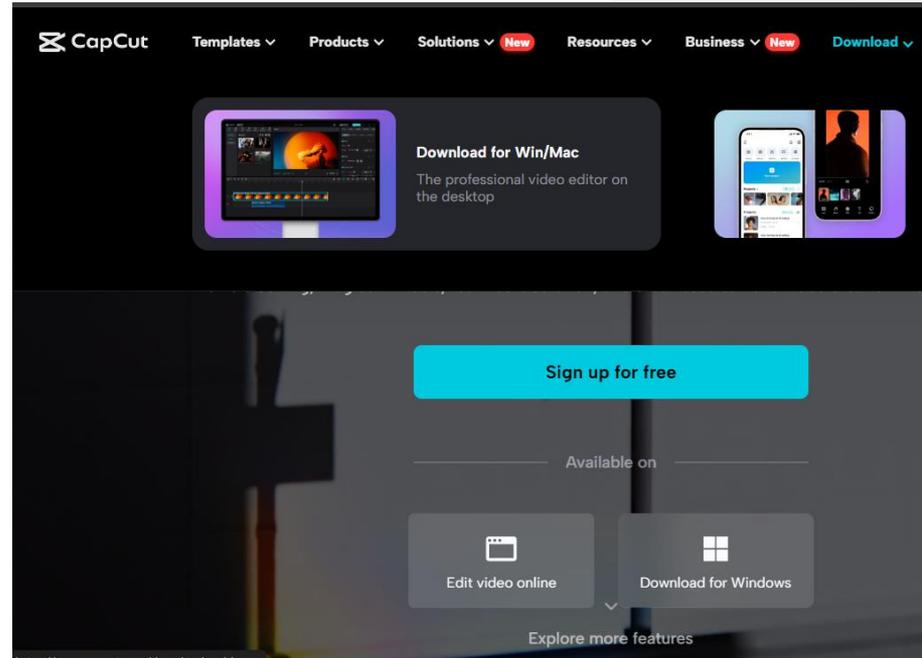
FITUR CAPCUT DESKTOP PC

- High quality
- Watermark-free videos
- Music and sound effect
- Stickers and texts
- Creative effects
- Audio editing
- Text editing
- Image editing
- Template



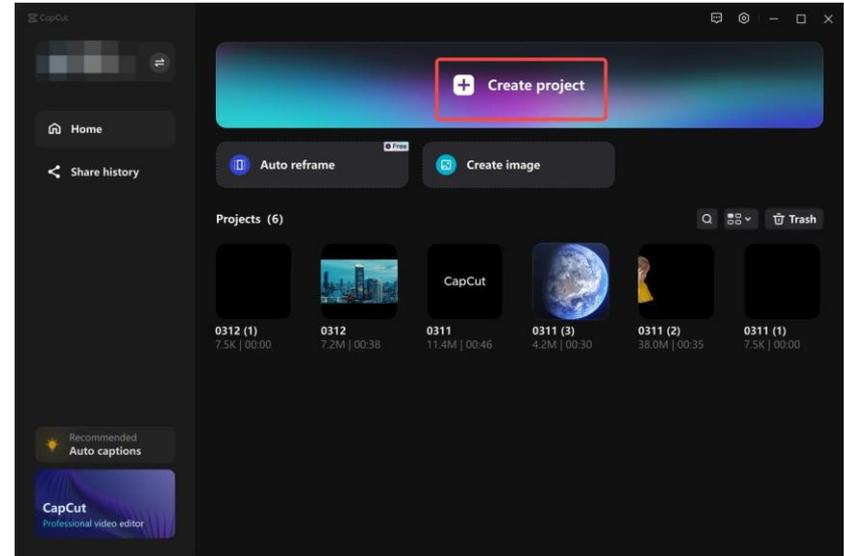
DOWNLOAD CAPCUT DESKTOP PC

- Download Capcut di website resminya **capcut.com**
- Pilih Download for Win/Mac
- Lalu install di Komputer atau laptop Anda



EDITING MENGGUNAKAN CAPCUT DESKTOP PC

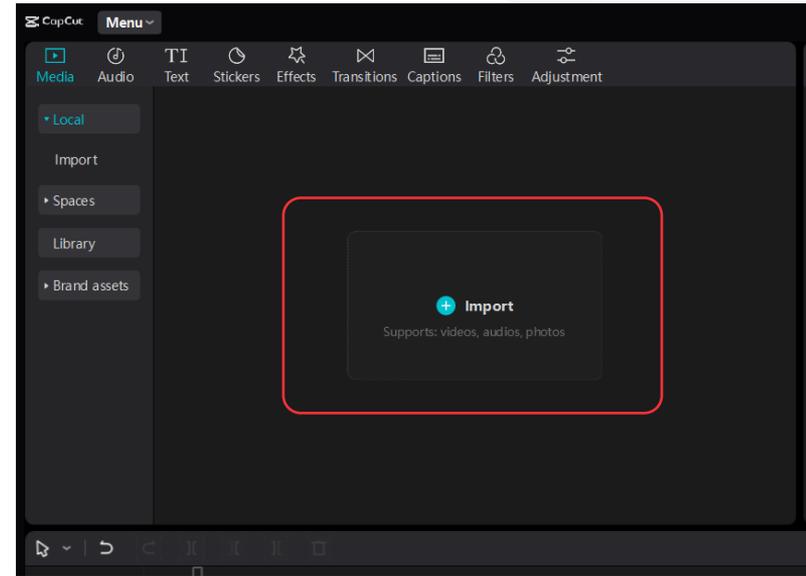
Tampilan "**New Project**" di aplikasi CapCut adalah tempat di mana Anda dapat memulai proyek pengeditan video baru. Di sini, Anda akan menemukan beberapa fitur utama yang memungkinkan Anda untuk mengatur proyek Anda sebelum mulai mengedit video.



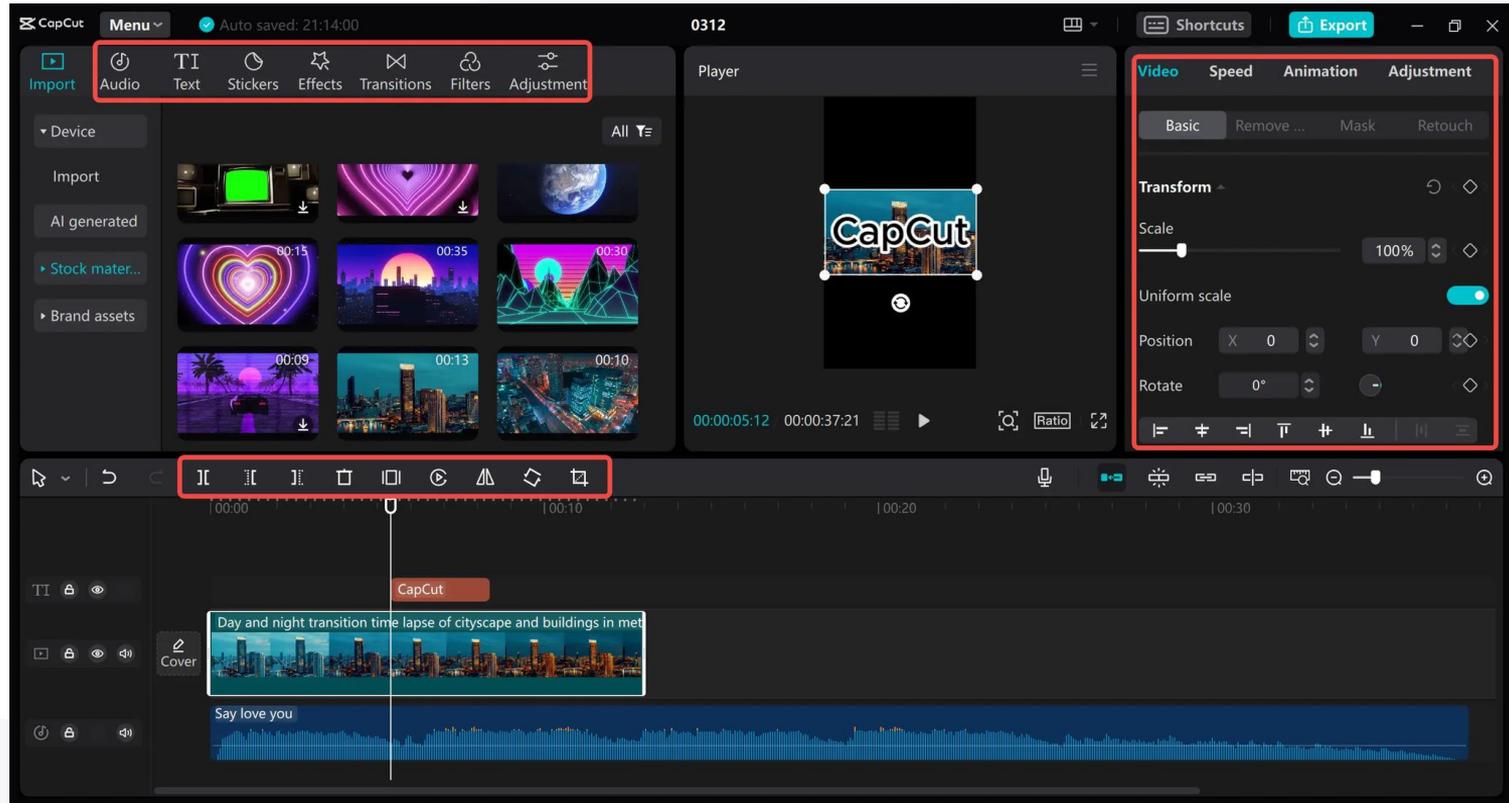
MEMULAI EDITING

Pada menu Media ada beberapa menu seperti *Local, Spaces, Library dan Brand assets*

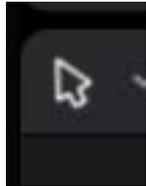
Pilih menu media lalu menu Local, Klik **Import** untuk memasukan **Video, Audio** dan **Gambar** Anda kedalam Capcut



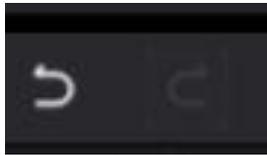
MENU-MENU DI CAPCUT DESKTOP PC



TIMELINE TOOLS CAPCUT



Select



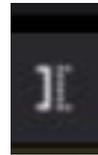
Undo dan
Redo



Split



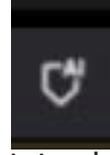
Delete
Left



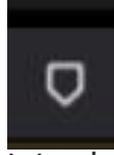
Delete
Right



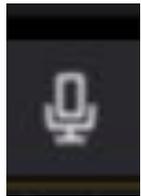
Delete



Mark
Beats



Mark



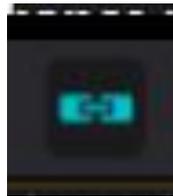
Record
Audio



Main Track
Magnet



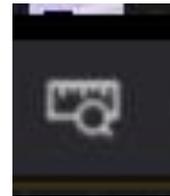
Snapping



Linkage



Preview
Axis

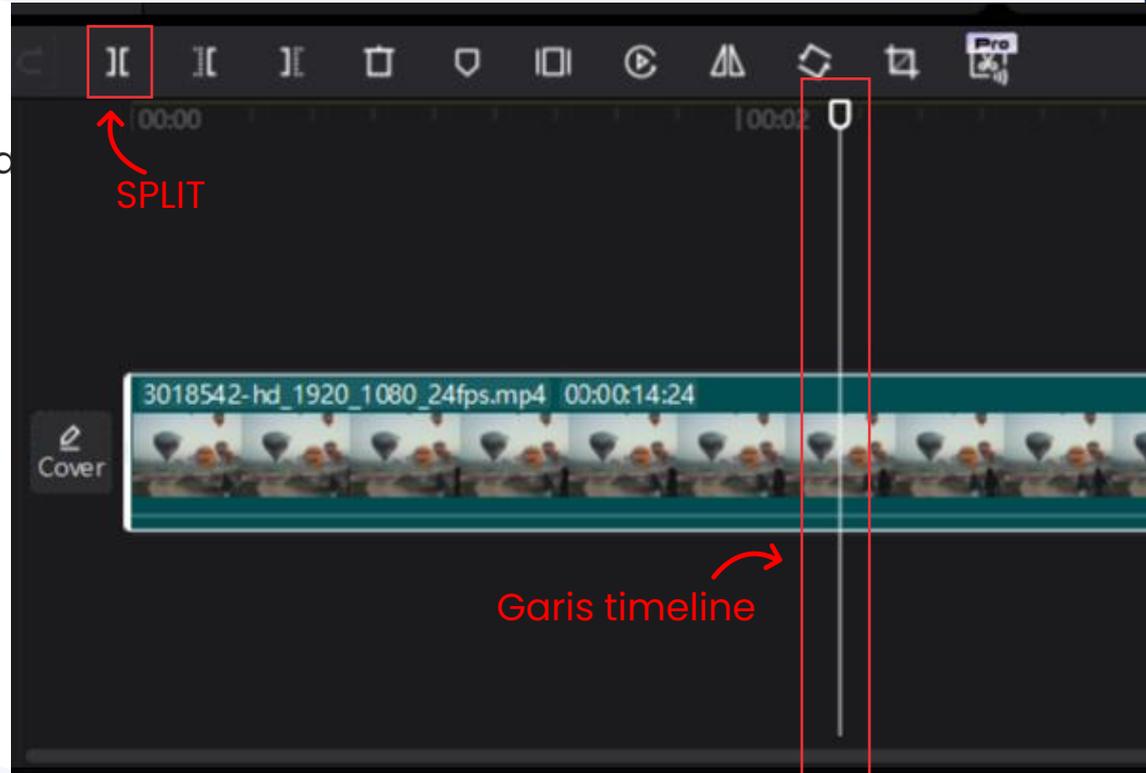


Zoom to
Timeline

MEMOTONG (TRIM)

Pastikan garis timeline sudah sesuai dengan kebutuhan Anda

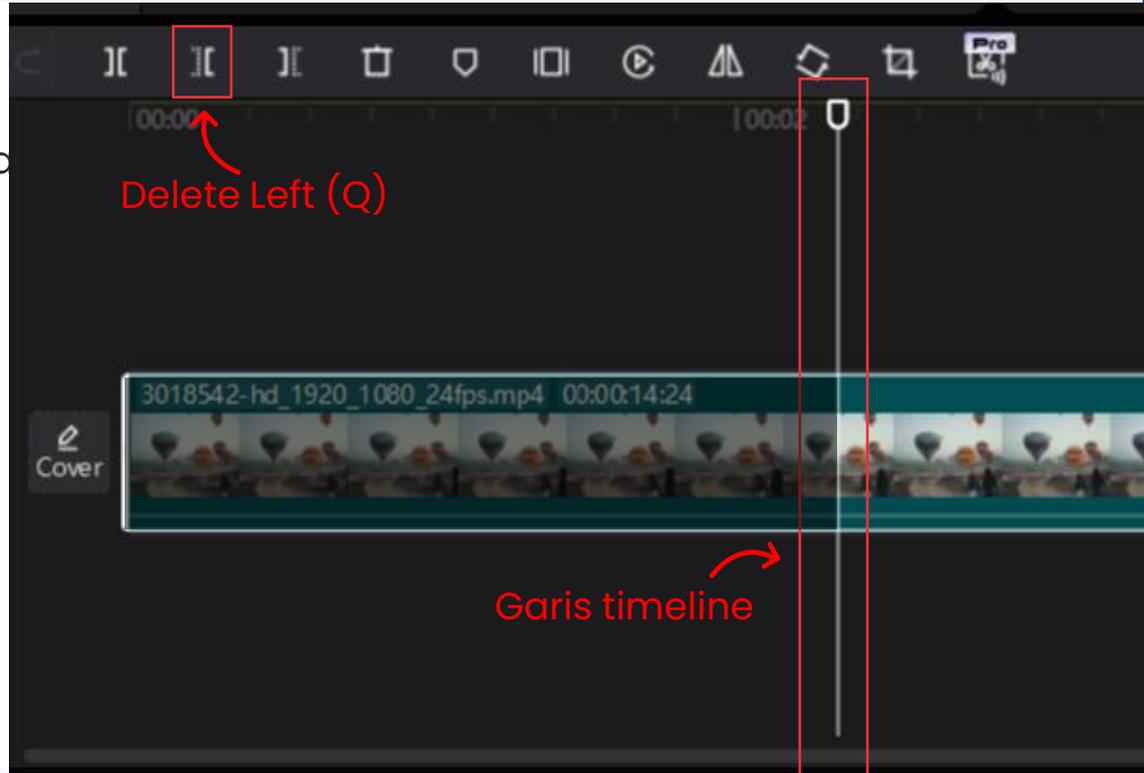
Lalu Anda bisa pilih menu **Split** (**CTRL + B**) untuk memotong menjadi dua bagian



MEMOTONG (TRIM)

Pastikan garis timeline sudah sesuai
kebutuhan Anda

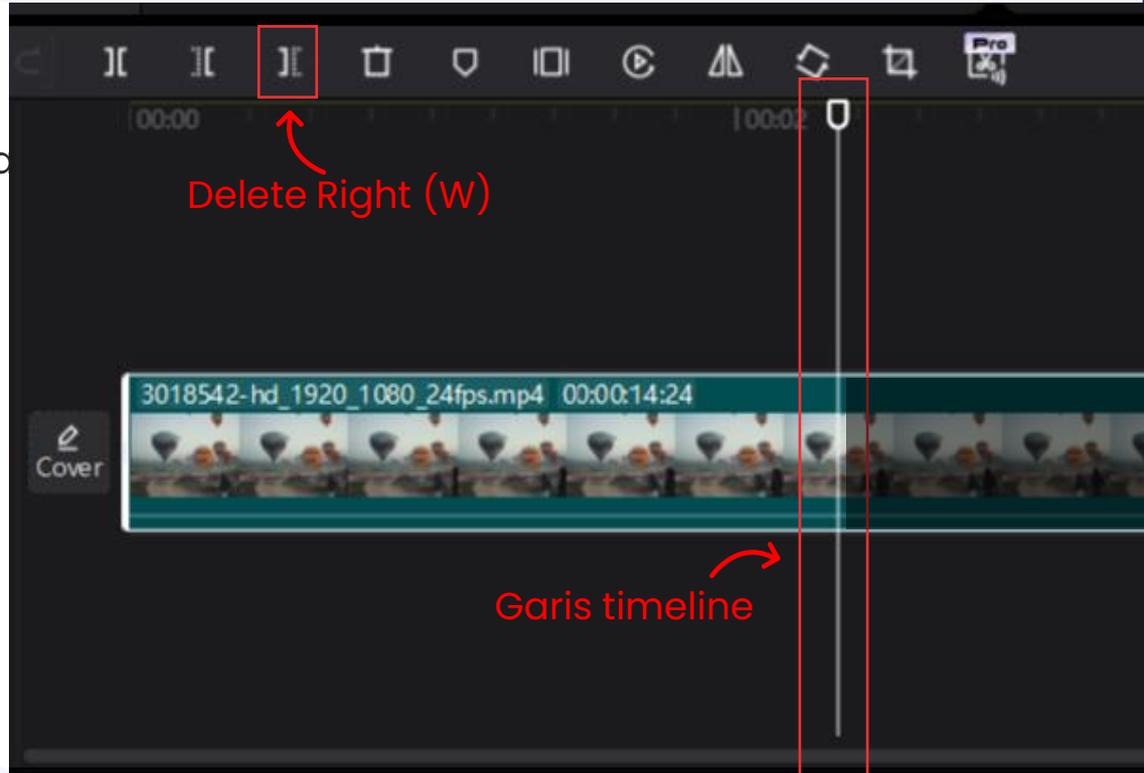
Delete Left (Q) untuk memotong
bagian kiri dari garis



MEMOTONG (TRIM)

Pastikan garis timeline sudah sesuai
kebutuhan Anda

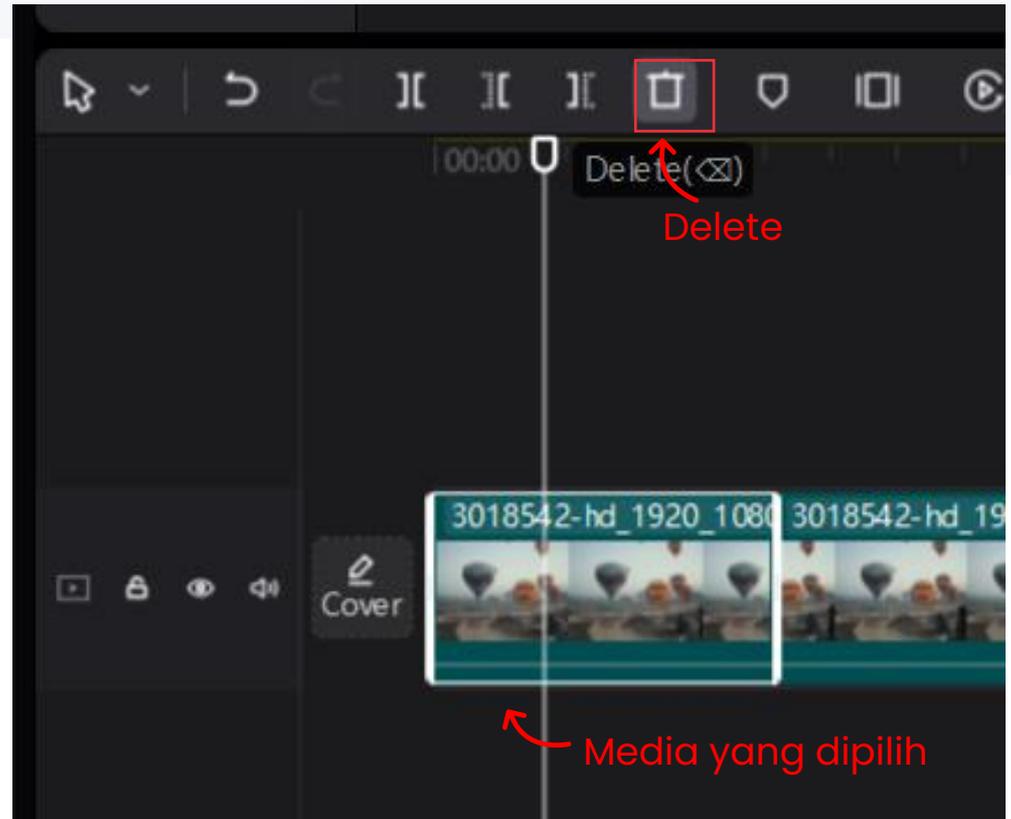
Delete Right (W) untuk
memotong bagian kanan dari
garis



MENGAHAPUS

Saat menghapus video atau audio tidak harus menyesuaikan garis timeline,

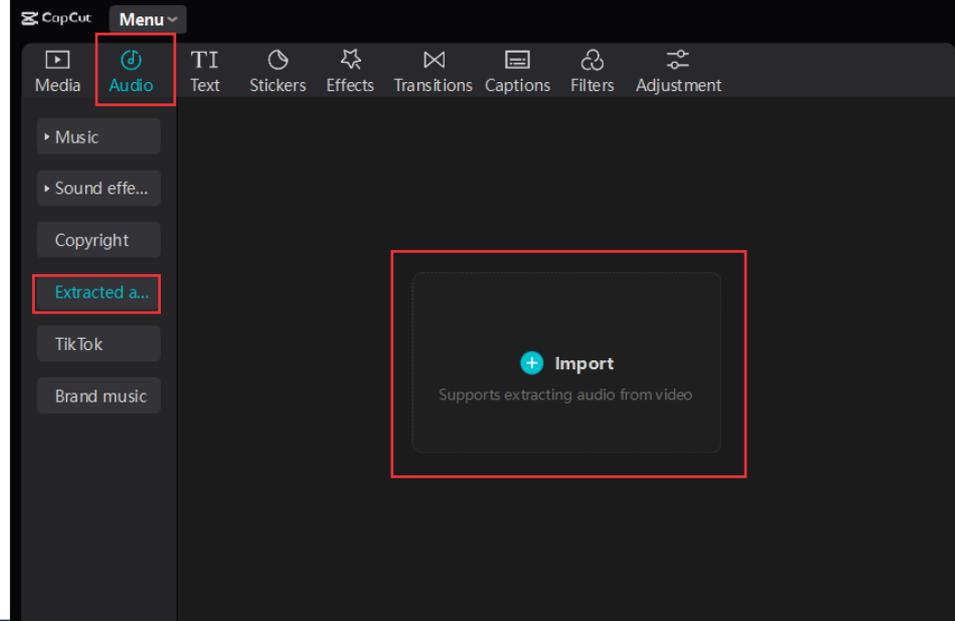
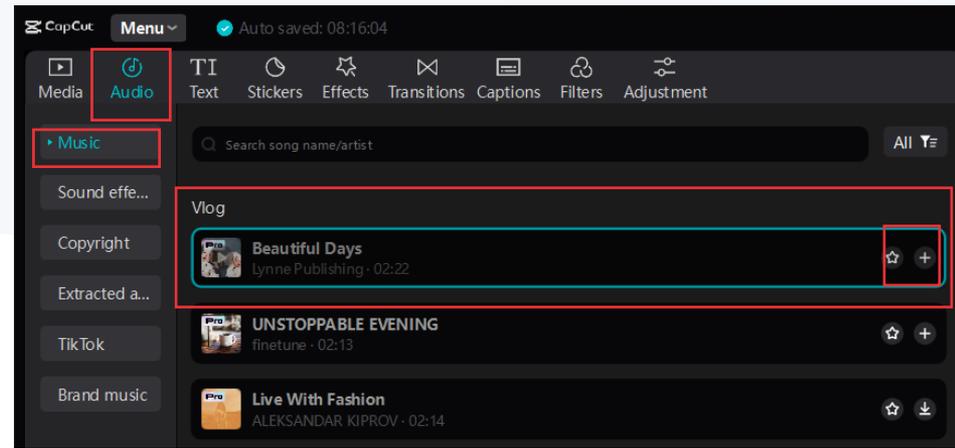
Anda hanya perlu memilih video atau audio yang ingin dihapus lalu, setelah dipilih media akan muncul border putih lalu klik menu **Delete** (**del**) untuk menghapus



MEMASUKAN AUDIO

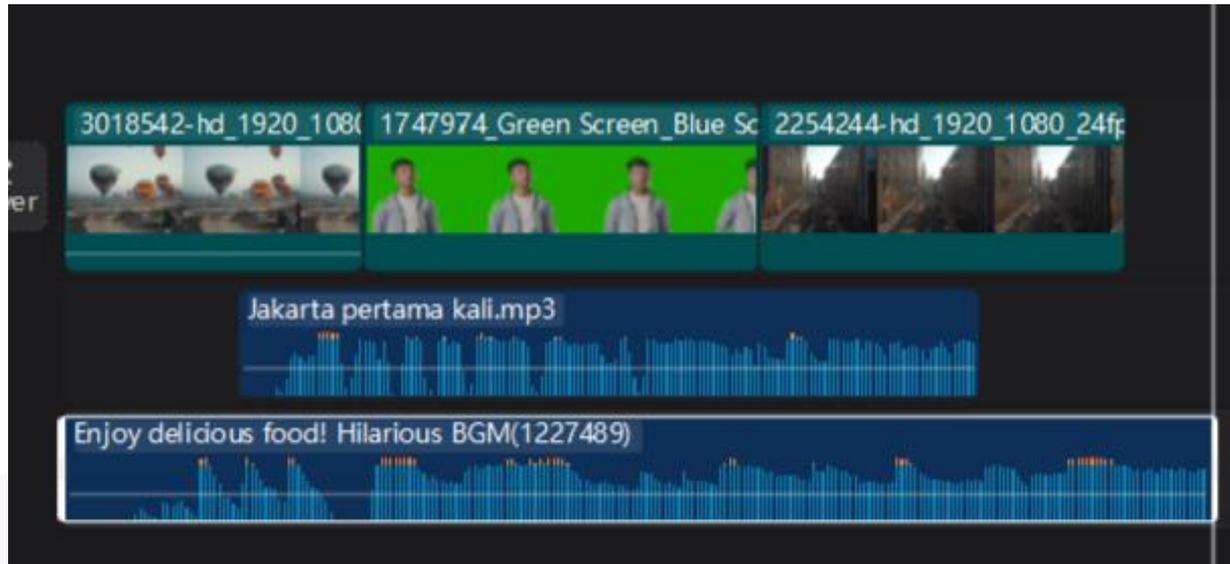
Anda bisa pilih Music dan Sound Effect yang disediakan oleh CapCut pada menu **Music** dan **Sound Effect** lalu klik download, setelah itu klik tombol **tambah (+)**

Jika Anda ingin menggunakan sound dari video, pilih menu **Extracted Audio** lalu klik **Import**



MENYUSUN MEDIA

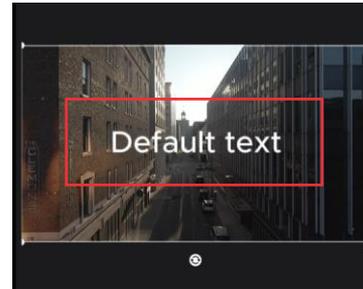
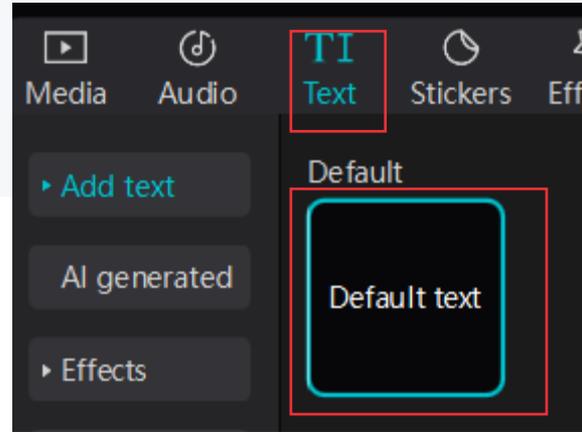
Susunlah video, audio, music sesuai dengan **brief** yang telah Anda buat



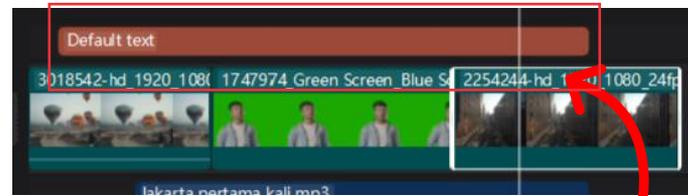
MENAMBAHKAN TEKS

Tambahkan Teks pada video Anda dengan menggunakan tools **Add Text**

Lalu pilih **Default Text**, teks akan muncul di timeline dan video, edit teks sesuai kebutuhan Anda



Teks Pada video

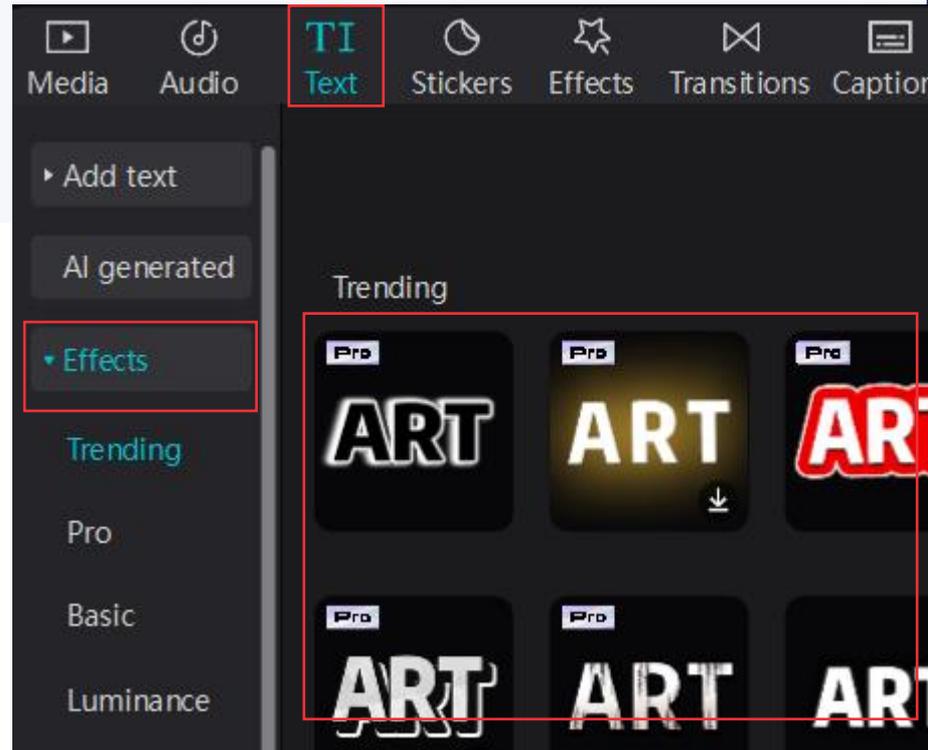


Teks Pada timeline

MENAMBAHKAN EFEK TEKS

Untuk membuat teks lebih menarik maka kita bisa menambahkan efek kepada teks

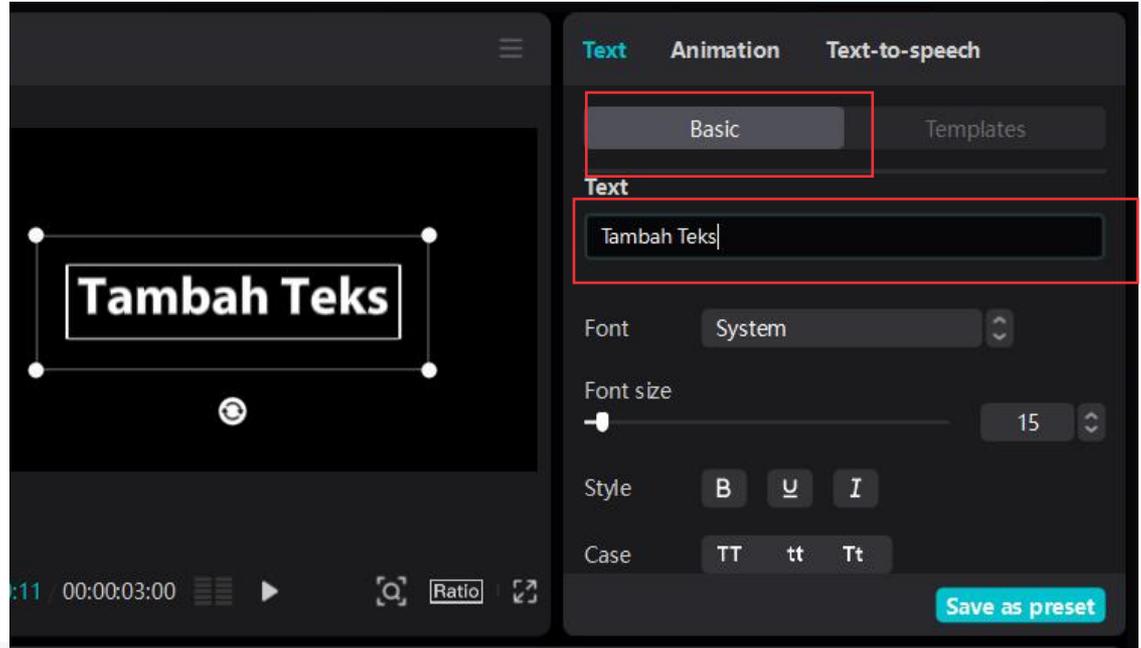
Pilih teks pada timeline lalu klik menu **Effect**, lalu pilih efek yang sesuai keinginan anda



EDIT TEKS

Ubah teks pada menu
Bagian atas kanan. **Terdapat
kolom ganti teks**

Ketikan teks yang Anda inginkan

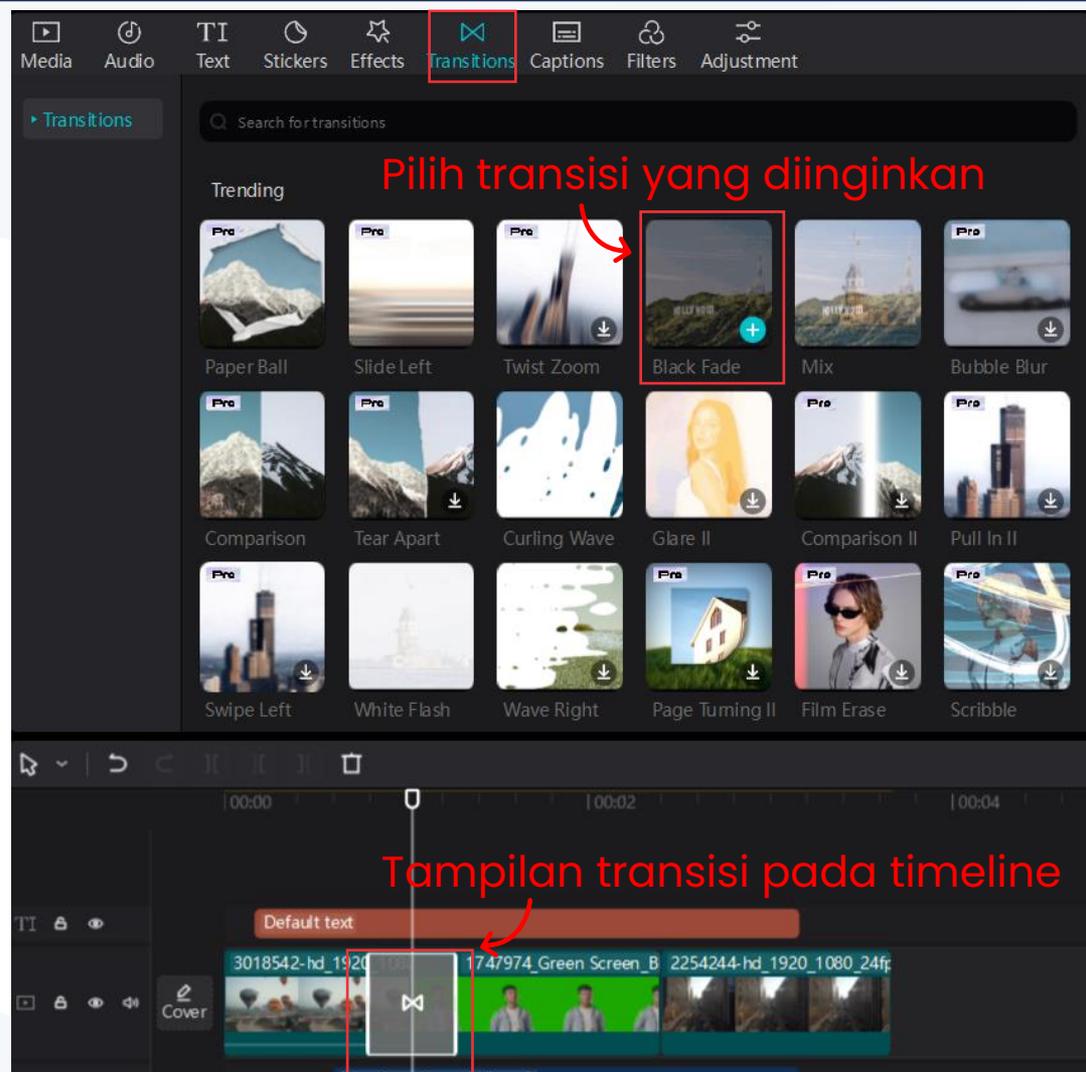


TAMBAHKAN TRANSISI

Pastikan garis timeline sudah sesuai disela-sela dua video

Pilih Menu **Transitions**, cari transisi yang diinginkan lalu klik tombol **download** dan klik tombol **tambah (+)**

Pada timeline akan muncul transisi yang sudah di tambahkan

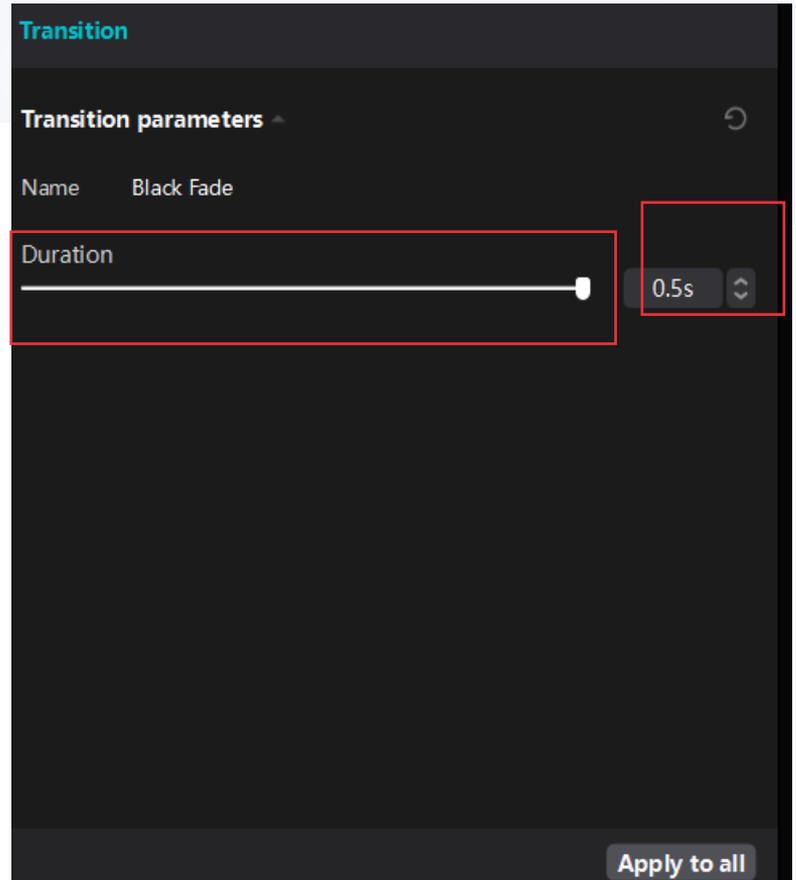


EDIT DURASI TRANSISI

Pada menu bagian atas kanan terdapat menu edit durasi transisi

Masukan **angka** durasi yang di inginkan

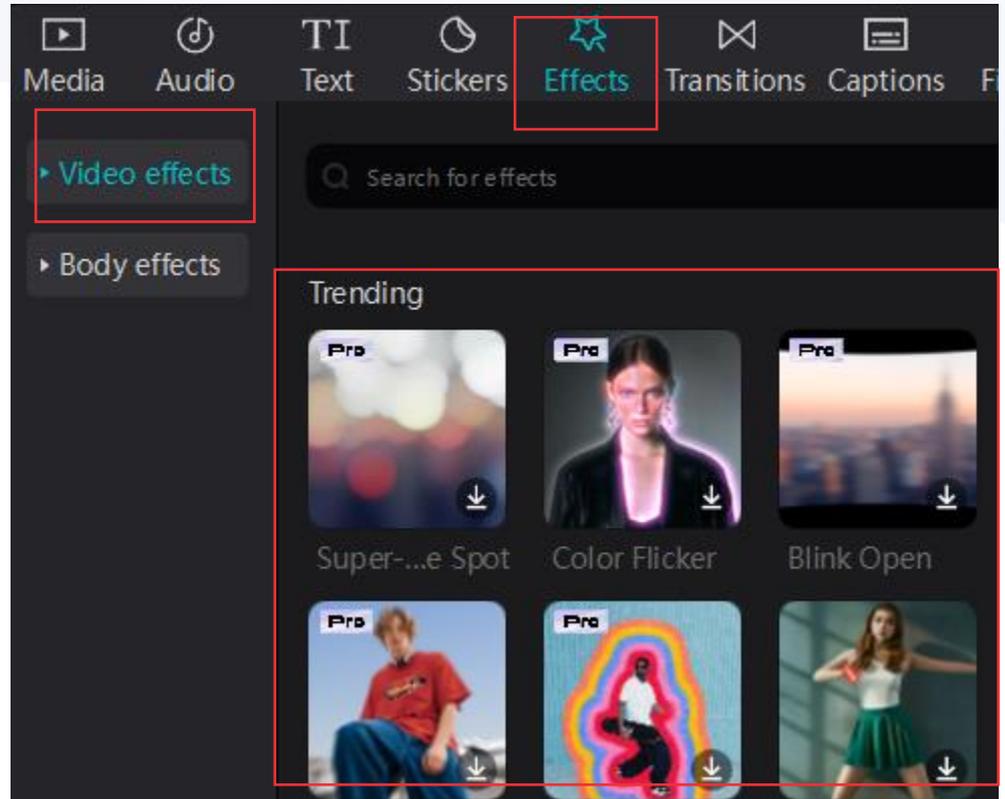
Atau gunakan **slider** dan atur sesuai keinginan Anda



MENAMBAHKAN EFEK VIDEO

Anda bisa memilih template efek yang sudah disediakan.

Pilih menu **video effect**, lalu klik tombol download pada efek yang diinginkan dan klik tombol tambah

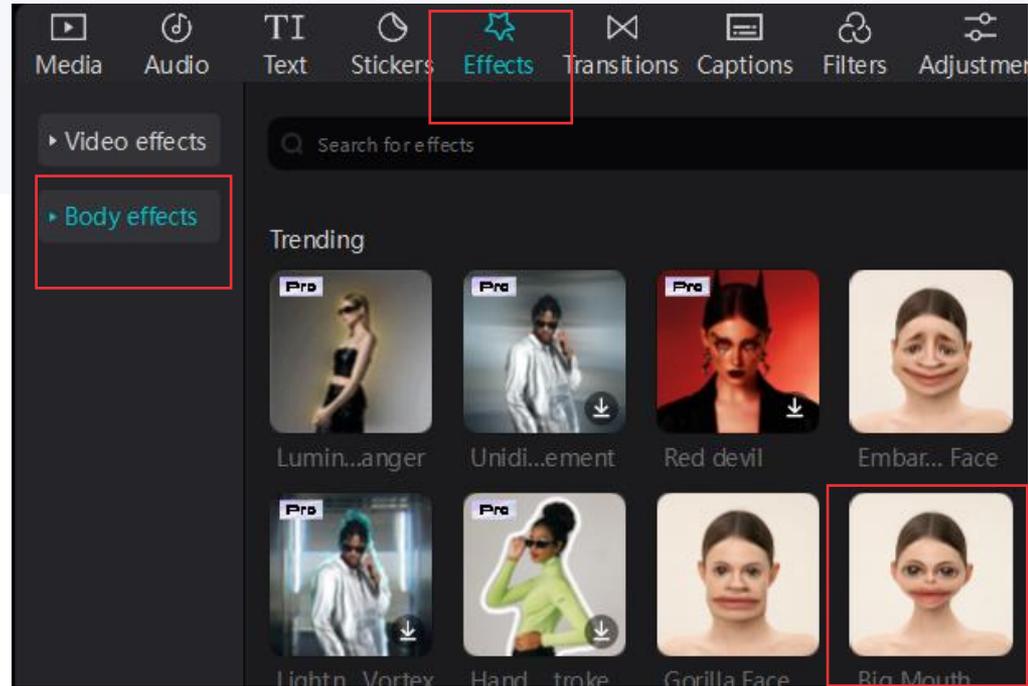


MENAMBAHKAN BODY EFFECT

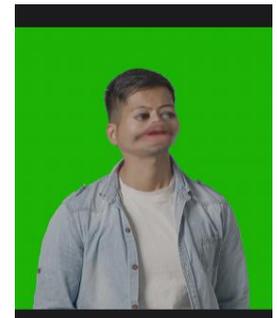
Anda bisa memilih template efek yang sudah disediakan.

Berbeda dengan video effect, Body Effect untuk menambahkan elemen visual yang menarik pada bagian tubuh dalam video

Pilih menu **Body Effect**, lalu klik tombol download pada efek yang diinginkan dan klik tombol tambah



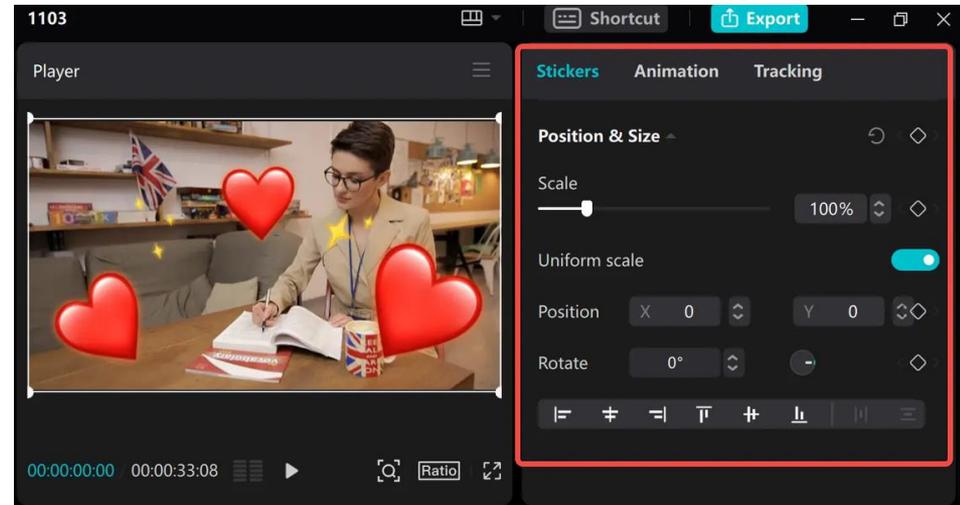
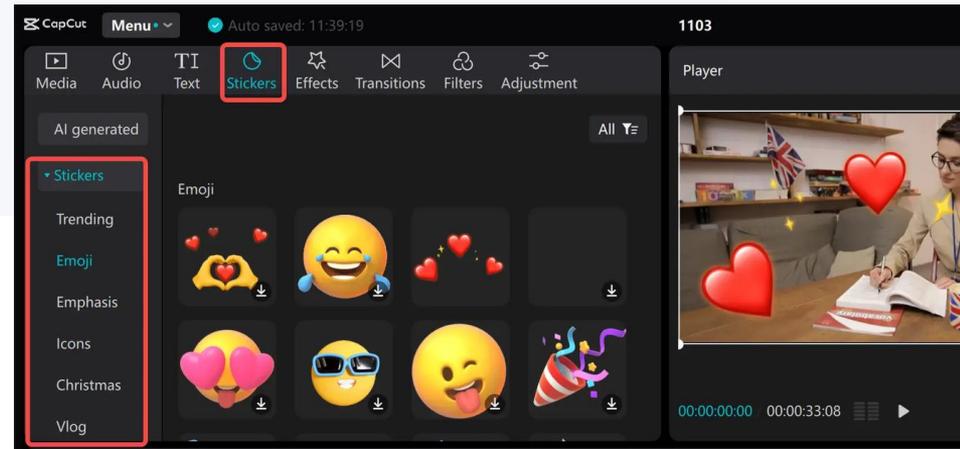
Efek yang sudah diterapkan ke video



MENAMBAHKAN STIKER

Stiker menjadi salah satu fitur yang ditawarkan oleh CapCut untuk ditambahkan ke dalam video agar tampilan menjadi semakin menarik.

Pilih Menu **Sticker**, lalu pilih stiker yang Anda inginkan dan edit posisi serta ukurannya pada menu di sisi kanan player

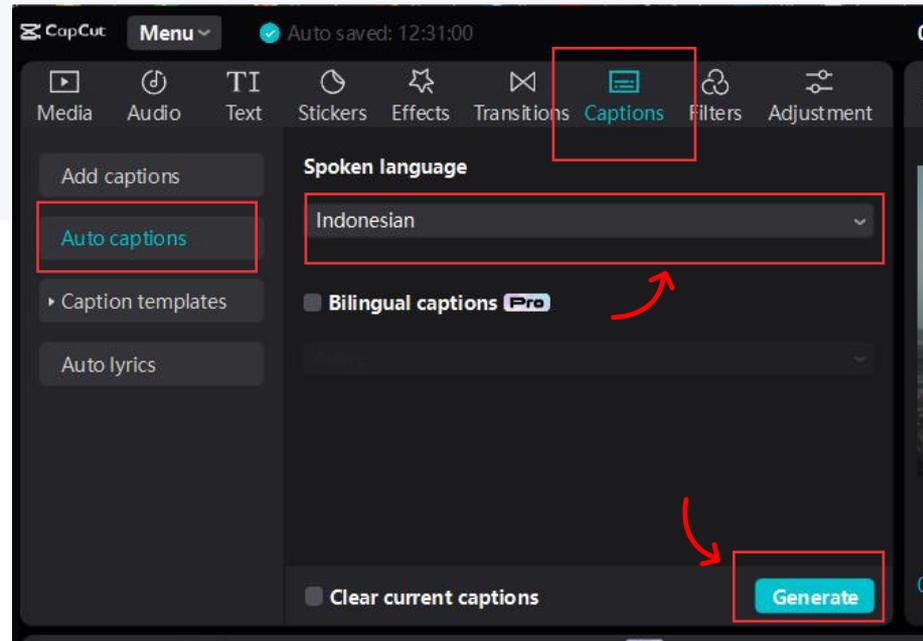


MENAMBAHKAN CAPTION

Subtitles atau teks yang ada merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian audiens dengan cepat.

Pilih audio yang ingin dibuat caption lalu klik opsi '**Caption**' di bagian menu atas. Selanjutnya klik opsi '**Auto Caption**' dari menu.

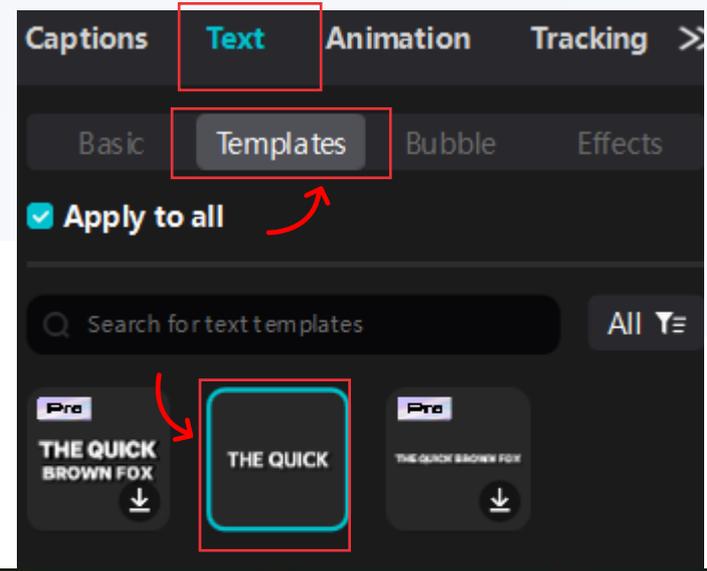
Atur bahasa lalu klik **Generate**



MENAMBAHKAN CAPTION

Ganti gaya caption dengan template yang sudah di sediakan oleh capcut

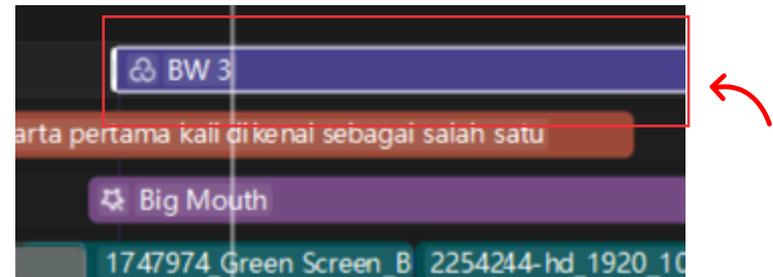
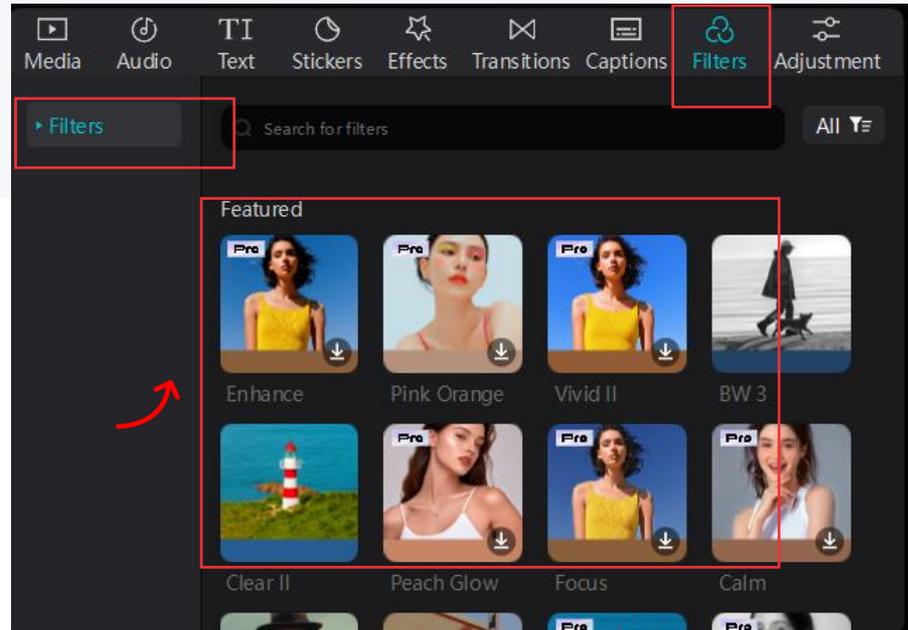
Pilih menu text pada sisi kanan atas lalu pilih **Templates**. Selanjutnya cari template yang diinginkan klik download dan tambahkan



MENAMBAHKAN FILTER

Menambahkan filter pada CapCut adalah cara mudah untuk mengubah warna dan mood keseluruhan video Anda.

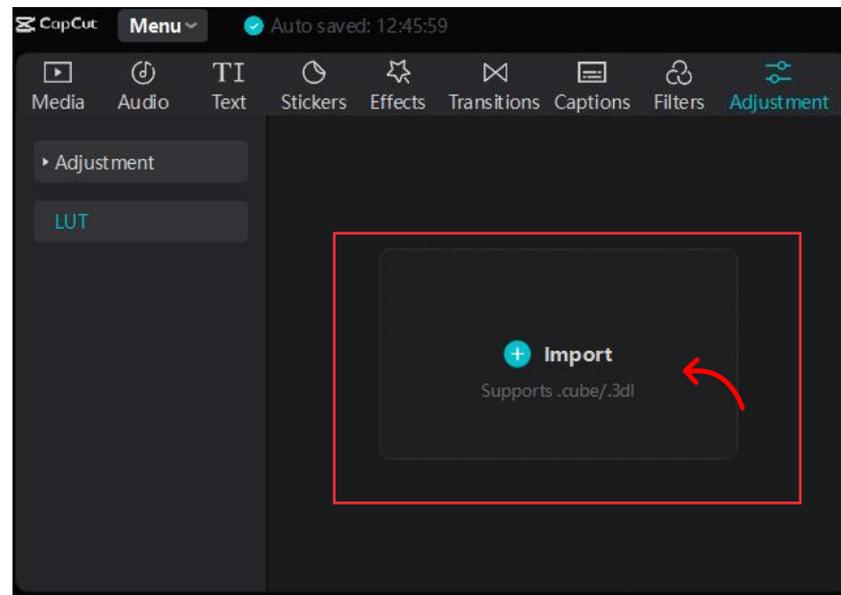
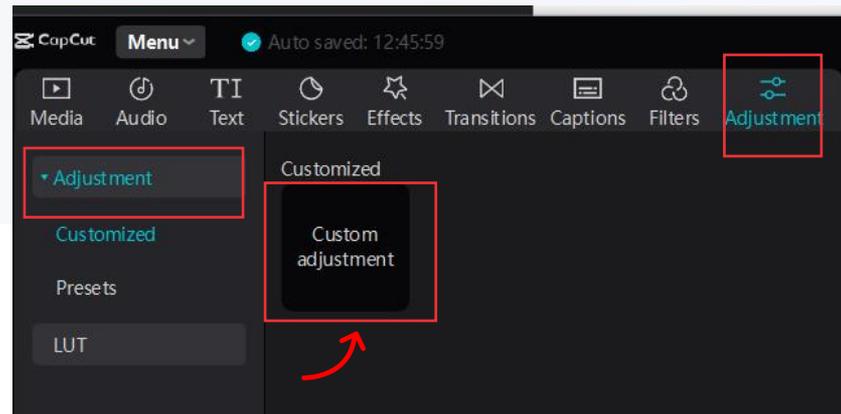
Pilih video yang ingin ditambahkan filter lalu klik opsi '**Filters**' di bagian menu atas. Selanjutnya cari filter yang diinginkan lalu klik download dan tambahkan



MENAMBAHKAN ADJUSTMENT

Bagi Anda yang ingin melakukan koreksi warna atau memberikan suasana yang berbeda

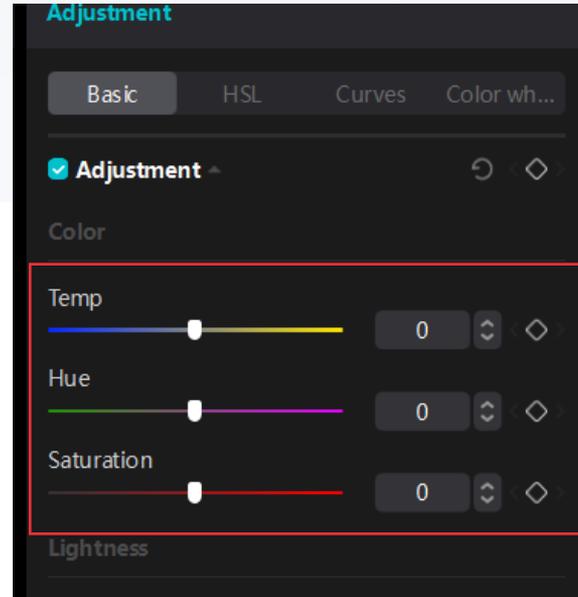
Jika ingin menambahkan data warna sendiri, Anda bisa gunakan menu **import LUT**



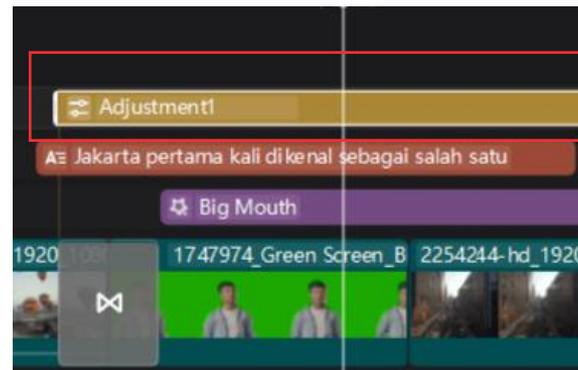
EDITING ADJUSTMENT

Setelah Anda menambahkan Adjustment Layer ke timeline, Anda bisa mengatur **temp, Hue, dan Saturation** pada menu atas kanan

Lalu sesuaikan Adjustment layer pada timeline Anda



Anda bisa mengatur slider sesuai keinginan



Tampilan Adjustment pada timeline

KESALAHAN SAAT EDITING

Video tidak bisa diimpor

- Kemungkinan: File video Anda mungkin dalam format yang tidak didukung CapCut.
- Solusi: Coba konversikan video ke format yang kompatibel seperti MP4 menggunakan konverter video gratis.

Video Hilang saat editing

- Kemungkinan: File video Anda Lokasinya berpindah.
- Solusi: Mencoba mencari file yang sebelum Anda pindahkan.



SUMMARY

- Mengedit video pada CapCut menawarkan berbagai alat dan efek yang **memudahkan pengguna** untuk menciptakan video yang menarik dan profesional.
- Ada 6 elemen penting saat editing yaitu **motivasi, informasi, komposisi, suara, angle kamera, kesinambungan gambar**





PELATIHAN KECAKAPAN HIDUP

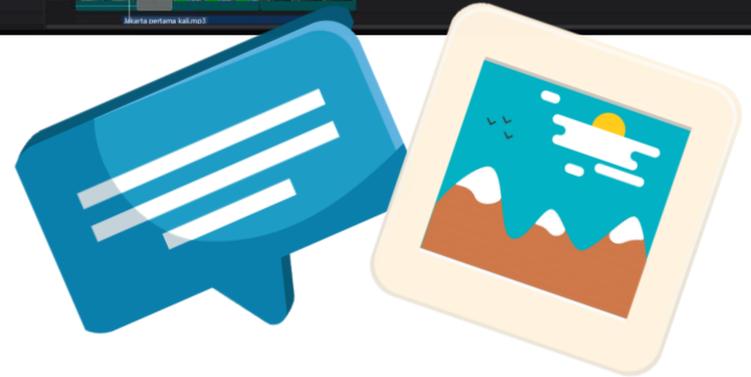
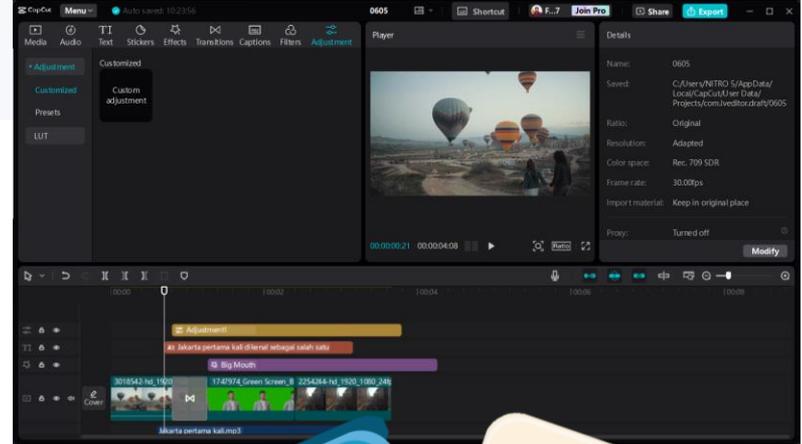
Melakukan Penambahan Elemen

Penunjang Gambar dan Suara Dari Gambar Lain
Yang Diperlukan

ELEMEN PENUNJANG

Elemen Penunjang Editing Video: Memperkaya Konten Anda dengan Kreativitas

Membuat video yang menarik dan informatif tidak hanya membutuhkan gambar dan musik yang bagus. Berbagai elemen penunjang editing video dapat ditambahkan untuk memperkaya konten Anda, membuatnya lebih profesional, dan meningkatkan engagement penonton.



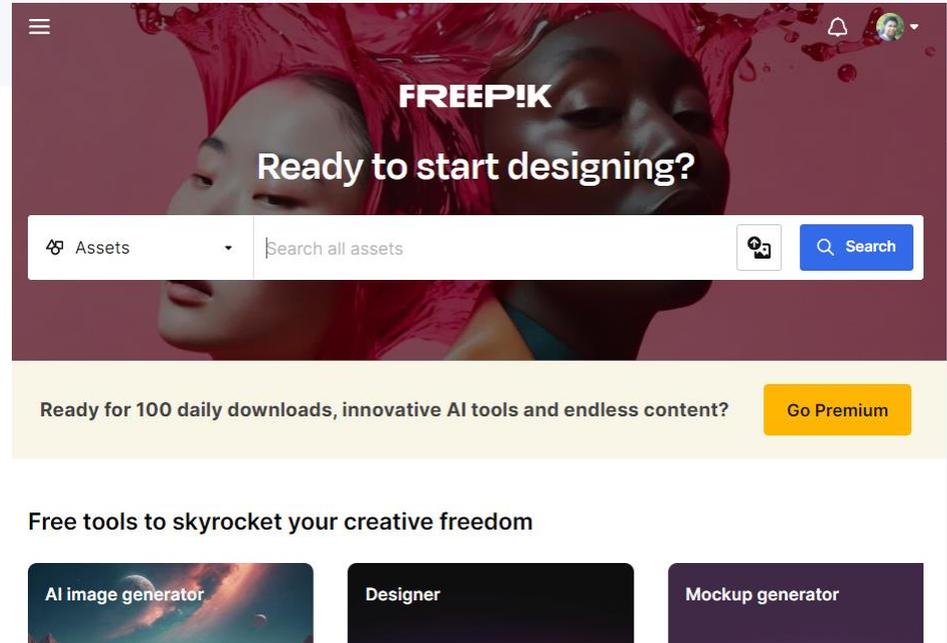
APA SAJA ELEMEN PENUNJANG

Teks dan Grafik

- Teks:** Menambahkan teks seperti judul, keterangan, dan subtitle dapat membantu memberikan konteks atau informasi tambahan kepada penonton. Teks juga berguna untuk menekankan poin penting dalam video.

- Grafik:** Elemen grafis seperti logo, ikon, dan animasi dapat memperkuat brand dan membuat video lebih menarik. Grafik bergerak (motion graphics) sering digunakan untuk menarik perhatian

penonton.
Sumber Grafik dan logo gratis seperti **Freepik**,
Flaticon

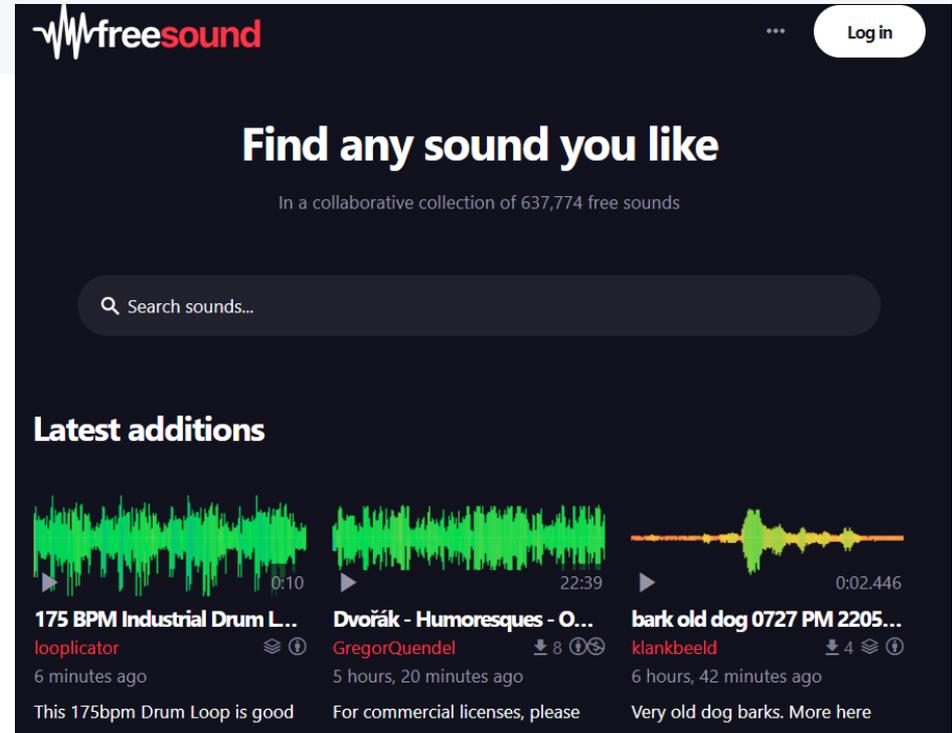


APA SAJA ELEMEN PENUNJANG

Sound Effects (SFX)

•**Efek Suara:** Efek suara seperti bunyi langkah kaki, suara pintu tertutup, atau suara ledakan menambah realisme dan memperkuat suasana dalam video. Efek suara juga digunakan untuk menarik perhatian atau menandai perubahan penting dalam video.

Sumber gratis Efek suara seperti
Freesound, daY Youtube Studio Audio Library



The screenshot shows the Freesound website interface. At the top left is the Freesound logo with a red waveform icon. To the right is a 'Log in' button. Below the logo is the heading 'Find any sound you like' and a subtext 'In a collaborative collection of 637,774 free sounds'. A search bar with the placeholder text 'Search sounds...' is centered below. The 'Latest additions' section features three sound effect cards. Each card displays a waveform, a play button, and a duration. The first card is '175 BPM Industrial Drum L...' by 'looplicator', uploaded 6 minutes ago, with a duration of 0:10. The second card is 'Dvořák - Humoresques - O...' by 'GregorQuendel', uploaded 5 hours, 20 minutes ago, with a duration of 22:39. The third card is 'bark old dog 0727 PM 2205...' by 'klankbeeld', uploaded 6 hours, 42 minutes ago, with a duration of 0:02.446. Each card also includes a download icon, a share icon, and an information icon.

APA SAJA ELEMEN PENUNJANG

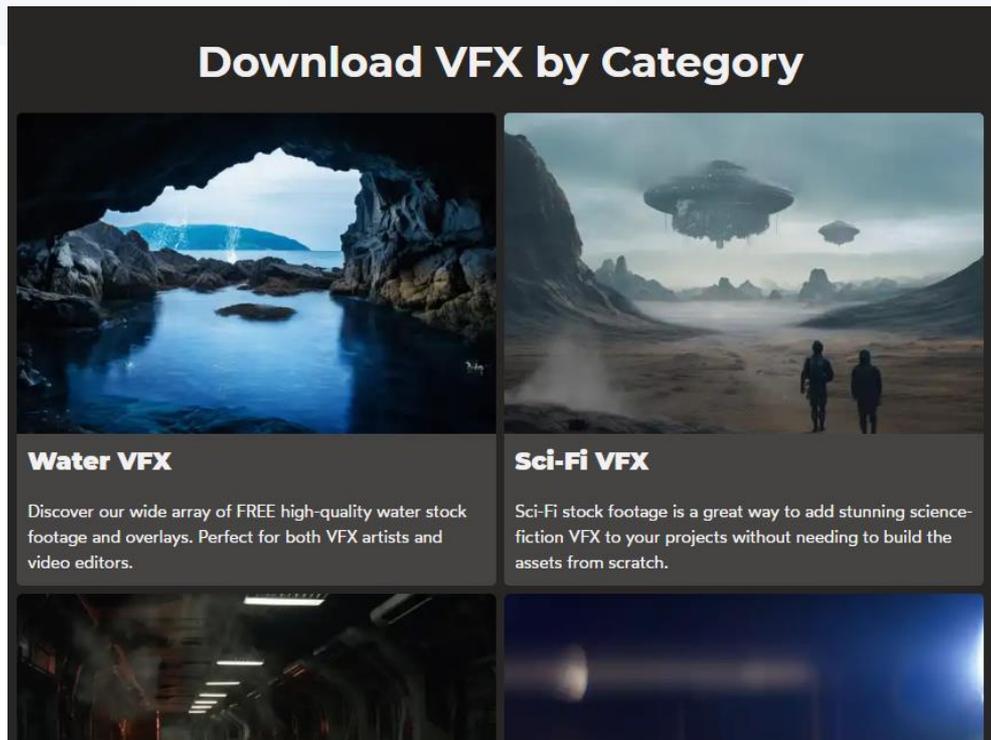
Efek Video

• **Visual Effects (VFX):** Efek visual seperti filter warna, blur, glitch, dan efek khusus lainnya dapat digunakan untuk menambah kreativitas dan memberikan suasana tertentu pada video.

www.fxelements.com/free

www.actionvfx.com/collections/free-vfx/category

Download VFX by Category



Water VFX

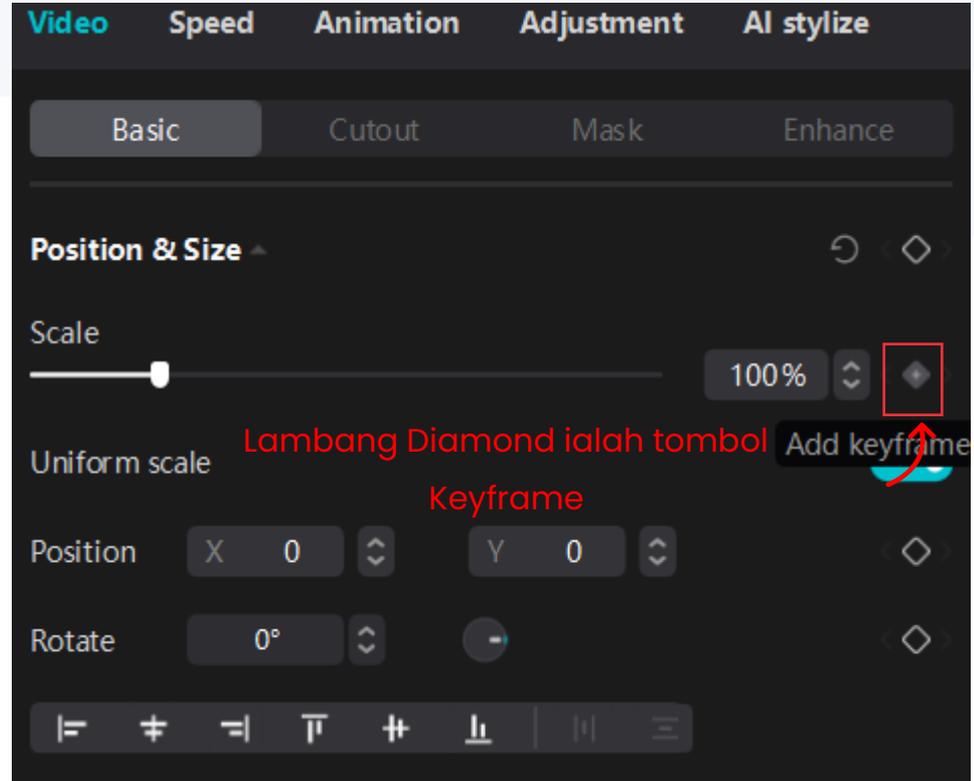
Discover our wide array of FREE high-quality water stock footage and overlays. Perfect for both VFX artists and video editors.

Sci-Fi VFX

Sci-Fi stock footage is a great way to add stunning science-fiction VFX to your projects without needing to build the assets from scratch.

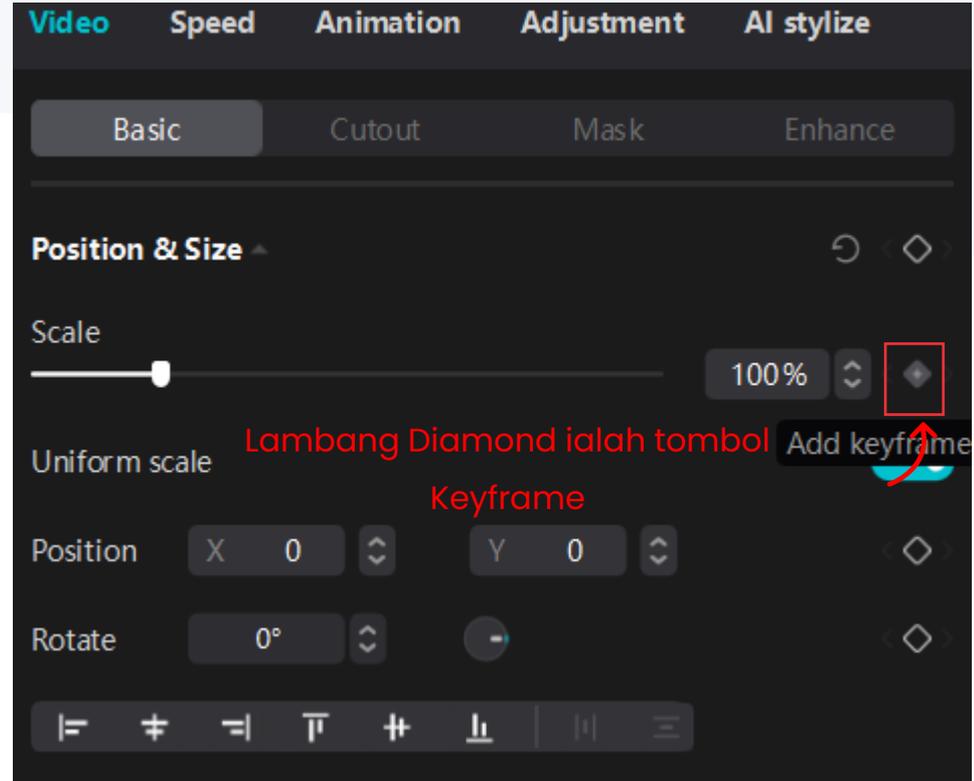
MENAMBAHKAN KEYFRAME

Keyframe adalah titik referensi dalam timeline editing video yang menandakan nilai tertentu dari sebuah parameter. Misalnya, dalam animasi pergerakan objek, keyframe bisa menentukan posisi objek di awal dan akhir gerakan. CapCut memungkinkan Anda untuk mengatur keyframe pada berbagai parameter



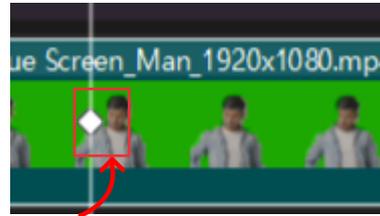
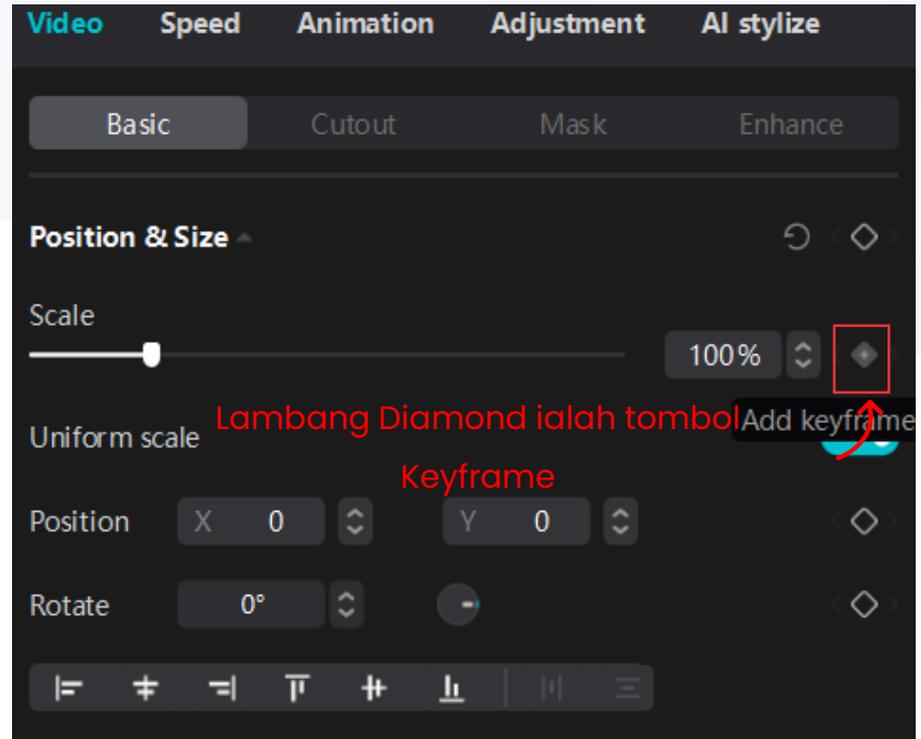
MENAMBAHKAN KEYFRAME

- **Posisi (X & Y):** Mengontrol pergerakan objek dari satu titik ke titik lain di layar.
- **Skala:** Mengubah ukuran objek menjadi lebih besar atau lebih kecil.
- **Rotasi:** Memutar objek searah atau berlawanan jarum jam.
- **Opacity:** Menyesuaikan tingkat transparansi objek, dari terlihat penuh (opaque) hingga tidak terlihat sama sekali (transparent).



MENAMBAHKAN KEYFRAME

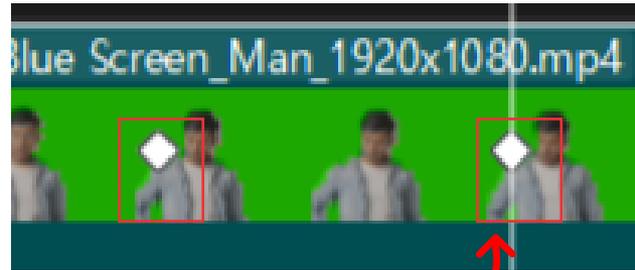
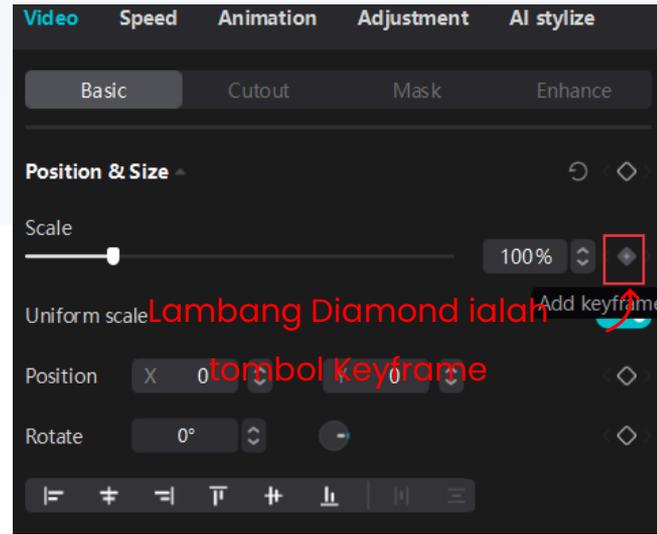
- Pilih Objek: Klik pada objek dalam video atau gambar yang ingin Anda animasikan. Anda akan melihat kotak outline berwarna kuning di sekitar objek tersebut.
- Buka Panel Edit: Di sebelah kanan layar, terdapat panel editing. Cari dan klik menu "Transform" (Transformasi).



Lambang Diamond akan muncul pada video yang akan diedit

MENAMBAHKAN KEYFRAME

- Atur Keyframe Pertama: Seret playhead (garis penanda waktu) ke posisi awal animasi yang Anda inginkan. Misalnya, jika ingin objek bergerak dari kiri ke kanan, maka seret playhead ke frame awal di mana objek berada di kiri layar.
- Tambahkan Keyframe: Pada parameter yang ingin dianimasikan (misalnya posisi X), klik ikon diamond kecil di sebelah kanan parameter tersebut. Munculnya ikon diamond menandakan Anda telah membuat keyframe pertama

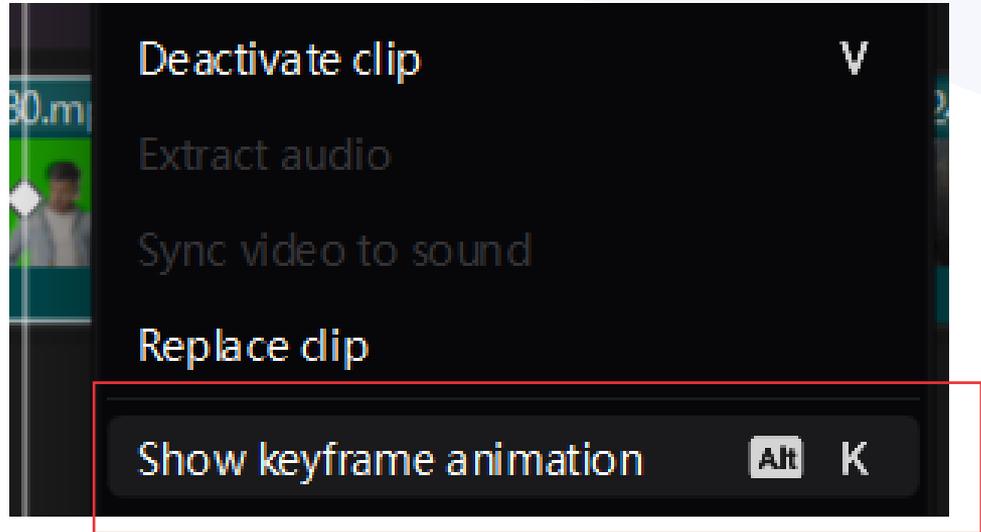


Lambang diamon akan bertambah jika melakukan perubahan, jika garis time sejajar dengan keyframe lalu melakukan perubahan, maka yang berubah ialah keyframe yang sejajar dan tidak menambah keyframe lainnya

MENGUNAKAN EASEING

Gunakan easing untuk membuat animasi terlihat lebih natural dan halus. Easing adalah pengaturan kecepatan transisi antar keyframe.

Klik kanan pada video yang sudah dibuatkan keyframennya, maka akan muncul menu, lalu pilih **Show Keyframe animation (Alt+K)**

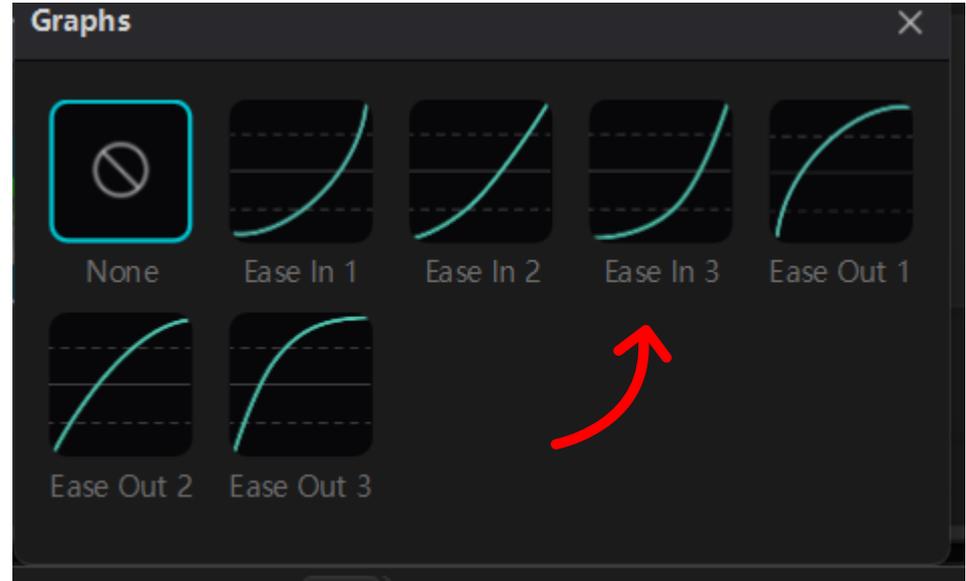
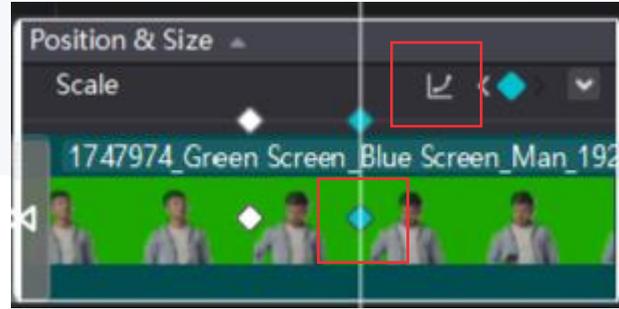


MENGUNAKAN EASEING

Akan muncul menu diatas video yang ditambahkan keyframe tadi, lalu pilih keyframe yang ingin di edit

Klik ikon graph, akan muncul window **graphs easing**

Lalu pilih easing yang diinginkan



KESALAHAN SAAT MEMILIH ELEMEN PENUNJANG

- Memilih Elemen yang Tidak Sesuai dengan Tema Video
- Terlalu Banyak Elemen Penunjang
- Elemen Penunjang yang Kurang Berkualitas
- Tidak Memperhatikan Ukuran dan Posisi Elemen
- Tidak Konsisten dalam Penggunaan Elemen Penunjang



SUMMARY

- memilih elemen penunjang yang tepat untuk editing video Anda dan menghasilkan video yang menarik, informatif, dan profesional.
- Memberikan animasi keyframe pada video





PELATIHAN KECAKAPAN HIDUP

Melakukan Export Hasil Editing

Menjadi File Video Dengan Format Yang
Diperlukan

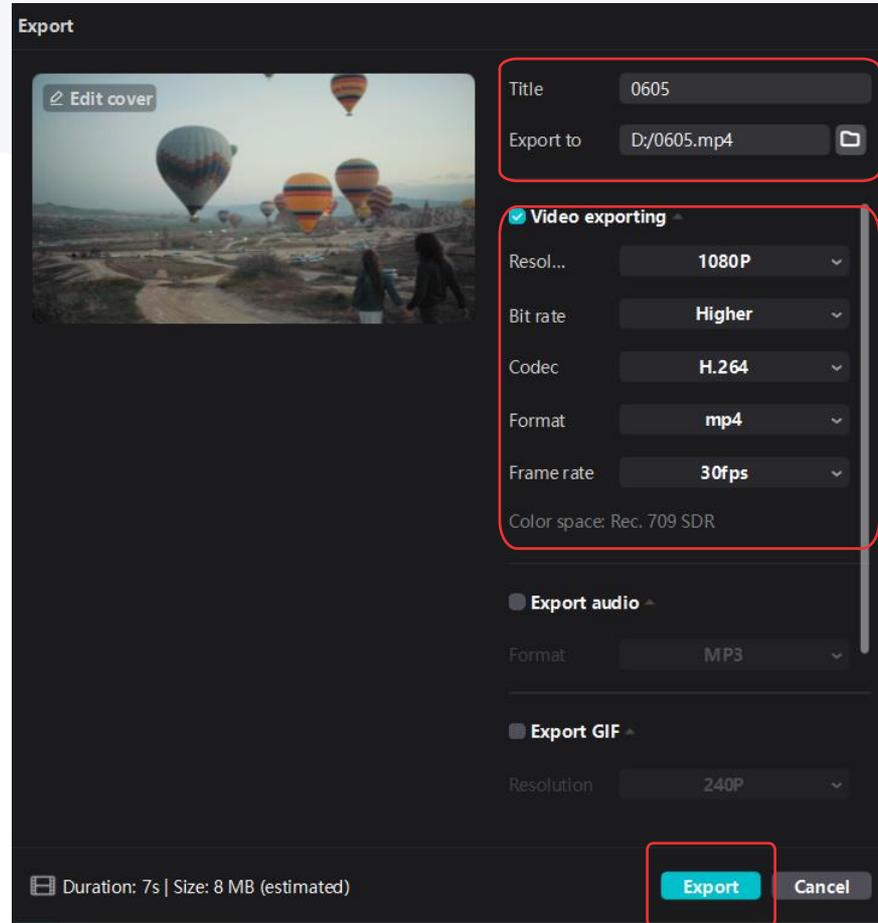
MELAKUKAN EXPORT VIDEO DIPACUT

Setelah Anda selesai mengedit video menggunakan CapCut PC, langkah selanjutnya adalah mengekspornya ke format yang diinginkan

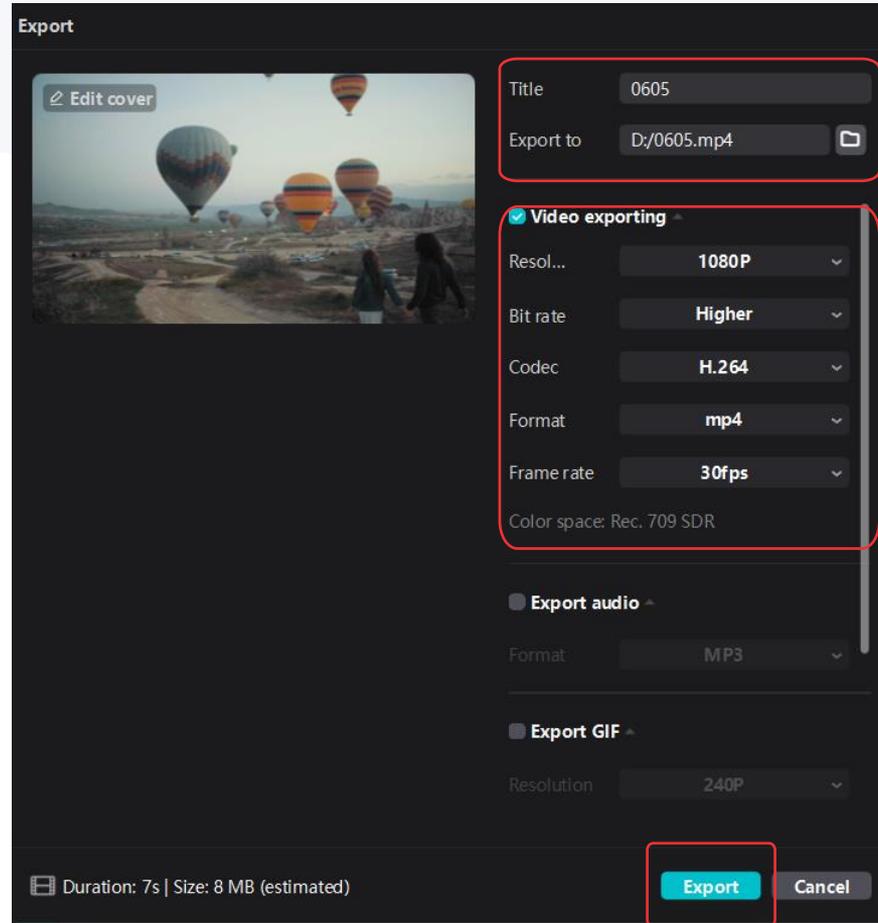


MELAKUKAN EXPORT VIDEO DICAPCUT

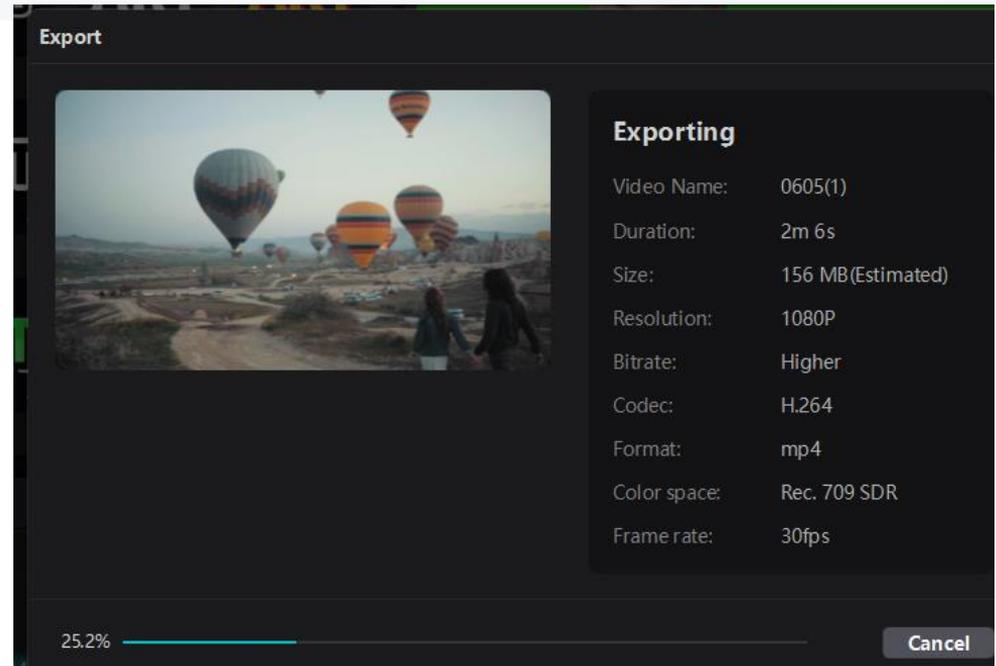
Setelah puas dengan hasil editan, klik tombol "**Export**" yang biasanya terletak di pojok kanan atas antarmuka CapCut.



- Nama File: Tentukan nama untuk file video yang akan di-export.
- Lokasi Simpan: Pilih folder atau lokasi di komputer Anda di mana Anda ingin menyimpan video yang sudah di-export.
- Resolusi: Pilih resolusi video yang diinginkan. CapCut biasanya menawarkan beberapa pilihan resolusi seperti 480p, 720p, 1080p, dan bahkan 4K, tergantung kebutuhan Anda.
- Frame Rate: Pilih frame rate yang sesuai, misalnya 24fps, 30fps, atau 60fps. Frame rate yang lebih tinggi memberikan hasil yang lebih halus, terutama untuk video dengan banyak gerakan.
- Bitrate: Anda juga bisa menyesuaikan bitrate untuk mengontrol kualitas dan ukuran file video. Bitrate yang lebih tinggi memberikan kualitas video yang lebih baik, tetapi juga menghasilkan ukuran file yang lebih besar.



- Klik Tombol "Export" atau "Start Export":
- Setelah mengatur semua pengaturan sesuai keinginan, klik tombol "Export" atau "Start Export" untuk memulai proses ekspor.
- Tunggu Proses Export Selesai:
- Proses export mungkin memerlukan beberapa waktu tergantung pada panjang video, resolusi, dan spesifikasi komputer Anda. Anda akan melihat progress bar yang menunjukkan kemajuan proses ekspor.





PELATIHAN KECAKAPAN HIDUP

TUGAS

SEBAGAI SEORANG KONTEN KREATOR, ANDA TENTUNYA MEMPUNYAI RENCANA IKLAN PRODUK/BISNIS ATAU BISNIS YANG SEDANG BERJALAN. BUATLAH SEBUAH SKRIP YANG BERISIKAN:

- 1. **Creative Brief.** Buat brief untuk mengarahkan isi skrip sesuai dengan topik yang akan diangkat.
- 2. **Rekam dan Edit Video:** Gunakan perangkat yang Anda miliki, seperti kamera ponsel atau kamera digital. Pastikan cahaya dan suara bagus agar video terlihat dan terdengar professional. Menggunakan aplikasi edit video seperti Capcut, YouTube Online Video Editor, dan Adobe Premiere Pro. Pastikan untuk menambahkan efek dan musik background yang relevan
- 3. **Unggah Konten** : Upload Konten Anda ke Social Media Pribadi atau Akun Umum (Akun Bersama) beritkan Tag Dispora Kaltim dan GreenNusa
- 3. **Analisis Data Digital.** Mencakup keyword yang dipakai, trend analisis, trafik di sosial media