

**DIKTAT / MODUL PRAKTIKUM  
PRODUKSI KONTEN MEDIA**



Disusun oleh:

**Nur Amala Saputri, M.A**  
NIK/NIDN: 510810314/0527019301

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS WIDYA MATARAM YOGYAKARTA  
2021/2022**



## HALAMAN PENGESAHAN

Diktat / Modul ini digunakan untuk mata kuliah praktikum Produksi Konten Media semester Genap 2022/2023.

Yogyakarta, 1 Februari 2022

Kaprodi



Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri, M.Ikom  
NIK. 510810312

Dosen Pengampu

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nur Amala Saputri'.

Nur Amala Saputri, M.Ikom  
NIK. 5108100314

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa akhirnya penulisan buku Diklat / Modul Praktikum Mata Kuliah Praktikum Produksi Konten Media ini dapat terselesaikan tepat waktu. Buku Diklat / Modul Mata Kuliah Praktikum Program Studi Ilmu Komunikasi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Widya Mataram ini memuat ketentuan-ketentuan baku dalam pelaksanaan perkuliahan praktikum yang berlaku pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Widya Mataram. Disamping itu dalam pedoman ini diatur juga beberapa ketentuan khusus yang berkaitan dengan penulisan laporan kegiatan praktikum mahasiswa dan dosen.

Tujuan utama buku pedoman ini adalah untuk memudahkan mahasiswa dalam menyusun tugas akhirnya sehingga terdapat keseragaman penulisan secara ilmiah. Atas nama pimpinan Program Studi saya mengucapkan terima kasih pada seluruh Tim Penyusun yang telah bekerja keras hingga terwujudnya buku pedoman ini.

Yogyakarta, 8 Maret 2022

Ketua Program Studi



Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri M.I.Kom

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER .....</b>	<b>.....</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>2</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>3</b>
A. Pendahuluan .....	4
B. Tujuan.....	4
C. Output & Hasil .....	4
D. Bahan & Alat.....	4
E. Lokasi & Waktu .....	5
F. Ketentuan Praktikum .....	5
G. Langkah-Langkah Praktikum .....	6
H. Kegiatan Praktek .....	7
I. Pembuatan Laporan .....	9
J. Materi Bahan Ajar .....	11
<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>12</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>

## DIKTAT / MODUL PRAKTIKUM PRODUKSI KONTEN MEDIA

### A. Pendahuluan:

Konten adalah istilah luas yang mengacu pada apa pun yang dibuat dan diunggah ke situs web: kata-kata, gambar, alat, atau hal lain yang ada di sana (Handley & Chapman, 2011). Jadi, semua halaman situs web adalah konten: halaman beranda, Tentang Kami, Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ), informasi produk, dll. Semua hal yang kita buat sebagai bagian dari halaman tersebut—video, blog, foto, webinar, ebook, podcast, —juga merupakan konten.

Mata kuliah Produksi Konten Media bertujuan memberikan wawasan dan pengalaman guna membentuk keterampilan serta sikap dalam produksi konten media masa kini. Mata kuliah ini memiliki tingkatan dasar hingga menengah yang dijadikan basis pengetahuan dan informasi dalam menentukan hasil produksi hingga bentuk kreativitas seperti apa yang ingin dicapai oleh tiap mahasiswa.

Dalam kegiatan praktikum Produksi Konten Media, mahasiswa diharapkan dapat memahami perkembangan produksi konten media kreatif kontemporer. Kemudian mahasiswa juga diharapkan mampu merancang perencanaan produksi konten media kreatif, serta dapat menciptakan konten media kreatif masa kini.

### B. Tujuan:

Modul ini diharapkan dapat menjadi pedoman dalam pelaksanaan kegiatan praktek Produksi Konten Media bagi Dosen dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Adapun tujuan khusus dari praktikum ini adalah agar Mahasiswa mampu merancang perencanaan produksi konten media kreatif, serta dapat menciptakan konten media kreatif masa kini.

### C. Ouput dan Hasil

1. Mahasiswa dapat mengaplikasikan teori dan praktek dalam produksi konten media.
2. Mahasiswa diharapkan mendapatkan pengalaman dasar mengenai praktek produksi konten media yang dapat dikembangkan untuk membangun keahlian *softskill* dan *hardskill* dalam kerja tim secara profesional.
3. Mahasiswa dapat menciptakan karya konten media berupa konten audiovisual seperti: video, poster, podcast, berita, konten jejaring media sosial, dll.

### D. Bahan dan Alat

1. Peralatan tulis, buku catatan & pena.

2. LCD atau proyektor.
3. Papan tulis & spidol.
4. Seperangkat alat rekam produksi konten: kamera, tripod, jenis-jenis lensa, baterai, memory card, audio recorder, lighting, dll.
5. Seperangkat alat editing konten: komputer & software editing.

### **E. Lokasi dan Waktu**

Kegiatan praktikum ini akan berlangsung di Laboratorium Multimedia Prodi Ilmu Komunikasi, serta di area Kampus UWM. Kemudian waktu pelaksanaannya disesuaikan dengan materi dalam silabus perkuliahan (RPS) mata kuliah Produksi Konten Media. Selengkapnya akan dijelaskan pada tabel timeline praktikum Produksi Konten Media sebagai berikut:

**Tabel Timeline Praktikum Produksi Konten Media**

Waktu	Lokasi	Praktek	Materi
<b>Minggu 1-3</b>	Lab Multimedia	Praktek 1	Jenis-jenis konten media.
<b>Minggu 4-7</b>	Lab Multimedia	Praktek 2	Manajemen produksi konten media.
<b>Minggu 9-11</b>	Lab Multimedia	Praktek 3	Produksi konten Audio / Podcast
<b>Minggu 12-15</b>	Lab Multimedia	Praktek 4	Produksi konten Audiovisual: iklan, konten jurnalistik, konten video digital, dll.

### **F. Ketentuan Praktikum**

1. Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi wajib mengambil mata kuliah Produksi Konten Media dan mengikuti kegiatan Praktikum ini.
2. Baik Dosen dan Mahasiswa harus menerapkan protokol keamanan dan kesehatan yang telah ditentukan oleh Kampus.
3. Apabila terjadi bencana alam (gempa, erupsi, kebakaran) dan kecelakaan segera menyelamatkan diri dengan melewati jalur evakuasi yang telah disediakan.

## G. Langkah-Langkah Praktikum

Pra Produksi	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Merancang ide &amp; konsep.</li><li>2. Menyiapkan alat, bahan, tempat, &amp; objek.</li><li>3. Menentukan jadwal produksi.</li></ol>
Produksi	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Take merekam / memproduksi konten.</li></ol>
Pasca Produksi	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Editing.</li><li>2. Publikasi : Presentasi.</li></ol>

## H. Kegiatan Praktek

### Praktek 1: Belajar mengidentifikasi jenis-jenis konten media

Mahasiswa akan belajar mengenai mengidentifikasi jenis-jenis konten media. Komponen yang dipraktekkan berupa mengelompokkan dan menganalisis konten-konten populer, serta mengidentifikasi jenis-jenis platform konten. Di praktikum 1 ini mahasiswa diharapkan mampu menyebutkan jenis-jenis konten media kreatif populer masa kini serta mengklasifikasi konten berdasarkan jenis form/mediumnya.

### Praktek 2: Belajar manajemen produksi konten media

Mahasiswa akan belajar melakukan proses brainstorming untuk mencetuskan ide gagasan pesan dalam konten yang akan diproduksi. Di praktikum ini mahasiswa harus menyusun insight konten media, menentukan target khalayak, serta belajar mengevaluasi riset pasar dengan menggunakan big data. Di praktikum 2 ini mahasiswa diharapkan mampu menciptakan strategi produksi, distribusi, dan konsumsi konten media.

### Praktek 3: Praktek produksi konten Audio: Podcast/Radio

Pada praktek ke-3 ini diharapkan mahasiswa membuat desain rencana program podcast atau radio, serta memproduksinya secara langsung. Dengan kata lain, mahasiswa terjun secara langsung untuk memproduksi karya podcast / radio. Praktek produksi ini akan tetap didampingi oleh dosen ataupun asisten dosen yang berperan sebagai konsultan saat

berlangsungnya praktek 3 ini. Selanjutnya mahasiswa mempresentasikan rancangan desain podcast atau radio dan memutar hasil karyanya.

#### **Praktek 4: Praktek Produksi Konten Audiovisual**

Mahasiswa akan belajar mengenai membuat desain konten media audiovisual: iklan, konten jurnalistik, konten video digital, dan memproduksinya secara langsung. Dengan kata lain, mahasiswa terjun secara langsung untuk memproduksi konten audiovisual. Praktek produksi ini akan tetap didampingi oleh dosen ataupun asisten dosen yang berperan sebagai konsultan saat berlangsungnya praktek 4 ini. Selanjutnya mahasiswa mempresentasikan rancangan desain konten audiovisual dan memutar hasil karyanya.

#### **I. Pembuatan Laporan**

Laporan praktikum sinematografi wajib dibuat dan dikumpulkan oleh setiap mahasiswa yang mengikuti kegiatan praktikum. Berikut tabel isian laporan yang harus diisi oleh mahasiswa:

**Tabel. Laporan Praktikum Produksi Konten Media**

<b>Nama Mahasiswa</b>	
<b>Nim</b>	
<b>Praktikum ke</b>	
<b>Judul / Tema Praktikum</b>	
<b>Lokasi</b>	
<b>Hari / Tanggal</b>	
<b>Alat yang digunakan</b>	

<b>Hasil Pembelajaran / Pembahasan</b>	
<b>Kesimpulan</b>	
<b>Nilai</b>	
<b>Dosen Pengampu</b>	Nur Amala Saputri, S.I.Kom., M.A.

## J. Materi Bahan Ajar

### Minggu 1-2

**KAZEE**

**CONTENT**  
*is King*

**REASON WHY CONTENT IS KING**

- Is great for SEO
- Encourages engagement
- Generates new leads and sales
- Adds value to your product/service
- Increases traffic

**FACT**

- Mobile changed the content marketing game
- Brands become publisher

**BILL GATES**

"Content is where I expect much of the real money will be made on the internet."

CPMK: Menjelaskan definisi, konsep, tujuan, fungsi konten media.

Bagi para pekerja di media penyiaran atau penerbitan, konten adalah umpan.

*"Kami akan memberi Anda konten, Anda memberi kami perhatian—tetapi Anda harus setuju untuk mendapatkan iklan atau iklan sebagai bagian dari tawar-menawar."*

*Model media tradisional adalah pemasaran & persuasi.*

*"Content is the bait. It's what captures eyeballs, ears, attention, and engagement."*

### ANY CONTENT, ANYWHERE, ANYTIME

- Konten adalah istilah luas yang mengacu pada apa pun yang dibuat dan diunggah ke situs web: kata-kata, gambar, alat, atau hal lain yang ada di sana (Handley & Chapman, 2011).
- Jadi, semua halaman situs web adalah konten: halaman beranda, Tentang Kami, Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ), informasi produk, dll.
- Semua hal yang Anda buat sebagai bagian dari halaman tersebut—video, blog, foto, webinar, ebook, podcast, —juga merupakan konten.



### **Digital content creator: WHAT YOU WANT IS WHAT YOU SEE**

*“Anda tidak dapat menjadi pembuat konten digital tanpa terlebih dahulu memahami peran Anda sebagai konsumen konten.”*

- Konsumen digital cenderung ingin mengontrol hiburan, informasi, atau pengalaman pendidikan adalah isu utama. Punya pilihan.
- Database. Perusahaan konten dapat mengembangkan pasar terbaik dengan memenuhi kebutuhan konsumen akan kesederhanaan, kenyamanan, pilihan yang komprehensif, dan kontrol pengalaman.

Goal: CHOICE, CONVENIENCE, CONTROL



### **The purpose of content**

- Tujuan dari semua konten Anda adalah untuk terhubung dengan mereka yang tertarik dengan apa yang Anda lakukan (dan mendapat peringkat tinggi dalam hasil mesin pencari dan populer di situs sosial).
- Namun, masing-masing jenis konten memiliki peran penting dalam gudang pemasaran konten secara keseluruhan.

## **KESIMPULAN**

Buku diktat / modul ini dibuat dengan maksud menjadi pedoman mahasiswa dan dosen agar mempermudah proses pembelajaran praktikum mata kuliah Produksi Konten Media. Buku ini berisikan mengenai tata cara, prosedur pelaksanaan, jadwal, skema, materi dan bahan ajar, serta tabel laporan praktikum mata kuliah Produksi Konten Media. Mata kuliah Produksi Konten Media sendiri merupakan mata kuliah wajib prodi yang harus diambil oleh seluruh mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Fisipol Universitas Widya Mataram. Dalam pelaksanaan kegiatan mata kuliah ini, mahasiswa dan dosen harus memenuhi target capaian yang sudah ditetapkan dalam Rencana Perkuliahan Semester (RPS). Selama 16 minggu pertemuan mahasiswa dan dosen melaksanakan kegiatan pembelajaran praktek. Sehingga buku modul/diktat ini juga diharapkan dapat menjadi pedoman pengelolaan kegiatan praktikum mata kuliah Produksi Konten Media.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sokowati, M. E., & Junaedi, F. (2019). Manajemen Produksi Media Digital Mojok. co dan Pemetaan Konten. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 7(1), 1.
- Nugroho, Y., dkk. 2013. Produksi Konten, Penentuan Hidup Bersama: Sejauh mana media menjunjung prinsip kewarganegaraan?
- Rusdi, F. (2019). Podcast sebagai Industri Kreatif. *SNIT 2012*, 1(1), 91-94.
- Komalawati, E. (2017). Industri film Indonesia: membangun keselarasan ekonomi media film dan kualitas konten. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 1(1), 1-18.
- Nirwana, A. J. (2016). Media Baru, Lahan Bagi Pencipta Konten Kreatif. *Universitas Mercu Buana, Yogyakarta*.
- Mahameruaji, J. N., Puspitasari, L., Rosfiantika, E., & Rahmawan, D. (2018). Bisnis vlogging dalam industri media digital di Indonesia.
- Handayani, F. P., & Merdekawati, I. (2019). Kebijakan Penggunaan Media Online Website Kompas TV Dan Youtube Untuk Menyalurkan Konten “Eksklusif Digital” Kompas TV. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 2(2).
- Teguh Arifiyadi, S. H. (2019). Kebebasan Berekspresi, Demokrasi Dan Kebijakan Konten Internet Di Era Digital. In *Senakreasi: Seminar Nasional Kreativitas dan Studi Seni* (pp. 13-16).
- Setiawan, A. B. (2018). PENGEMBANGAN KEBIJAKAN TERHADAP PENYEDIAAN LAYANAN APLIKASI DAN KONTEN PADA EKOSISTEM DIGITAL MELALUI OVER THE TOP POLICY DEVELOPMENT TOWARDS APPLICATION AND. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 8(02).
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective). *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 22(2), 175-191.
- Besman, A., & Aunillah, R. MENGUASAI NARASI MELALUI PROSES KREATIF DI RUANG REDAKSI.
- Ri'aeni, I., & Sulistiana, W. (2017). Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(1).
- Asfriyani, A., & Junaedi, F. (2022). Model Manajemen Produksi Konten Digital tentang COVID-19 Oleh Dinas Kominfo Daerah Istimewa Yogyakarta di Masa Pandemi. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1-18.
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39-55.