

menyusun kembali makna dari adegan-adegan terdahulu dalam perspektif baru yang ditawarkan oleh kejadian *twist* tersebut.

3. METODE PENCIPTAAN

3.1. Deskripsi Karya

Dalam proses pembuatan konten, penulis juga menciptakan copywriting yang berfungsi sebagai panduan dalam pembuatan konten. Penulis memilih bentuk dan format karya berupa video *TikTok* dengan judul *Do's and Don'ts Ramadhan: Biar Puasa Makin Berkah*, yang memiliki tema bulan puasa dengan genre sketsa komedi. Karya ini memiliki durasi selama 1 menit 3 detik.

3.2. Konsep Karya

Konsep Penciptaan: Konten video pemasaran

Konsep Bentuk: *Live action* dalam bentuk video *TikTok*

Konsep Penyajian Karya: Video sketsa komedi dengan tema bulan puasa

3.3. Tahapan Kerja

Sebelum proses Pra produksi, penulis mengamati akun *TikTok MyTelkomsel* untuk mencari konten bertema apa yang memiliki perhatian dan angka *views* yang banyak. Penulis juga mencari video–video referensi di *platform TikTok* yang memiliki tema terkait dengan Ramadhan dan bulan puasa. Selain itu penulis juga menentukan tren apa saja yang sering digunakan saat ini.

3.3.1. Pra produksi

Dalam proses pra produksi, penulis menggunakan pemahaman penulisan *digital storytelling* di video *TikTok*. Sebelum proses penulisan naskah, penulis memutuskan menggunakan sketsa komedi sebagai tema video ini karena sketsa komedi merupakan tipe konten yang ringan untuk di konsumsi oleh audiens dan agar video ini tidak terlalu terlihat seperti iklan. Selain itu, penulis juga meriset tentang tren-tren apa saja yang sedang hangat di bulan itu. Dalam teori *digital*

storytelling, penulis memikirkan narasi yang berupa jalan cerita yang menarik, *digital media* yang memiliki unsur *visual*, *audio*, teks dan interaktivitas lalu perhatian atau *engagement*.

Setelah mendapatkan ide awal yang menarik yaitu berupa video *Do's and Don'ts*, dengan tema sketsa komedi cocok untuk diunggah di *TikTok MyTelkomsel*. Penulis memulai mencari tren bulan Ramadhan sebagai paduan dari ide awal tersebut karena saat pembuatan video tersebut bertepatan pada bulan Ramadhan. Ide awal tersebut pun kembang kembali oleh supervisor penulis maka terbentuk *Do's and Don'ts* Ramadhan: Biar Puasa Makin Berkah yang nantinya dikaitkan kepada pemasaran *MyTelkomsel*.

Sehabis konten akhirnya disetujui oleh *supervisor*, penulis mulai menulis naskah tersebut dan menggunakan tiga elemen *digital storytelling* sebagai pedoman. Pada bagian narasi, penulis meriset beberapa kebiasaan masyarakat selama bulan Ramadhan, lalu mengaitkannya dengan konsep video yang akan dikembangkan, serta menyesuaikan dengan keunikan aplikasi *MyTelkomsel* sebagai satu-satunya aplikasi seluler yang menawarkan delapan fitur layanan unggulan. Pada bagian *digital media*, penulis mengamati konten-konten di *TikTok* apa yang sedang hangat saat itu dan cara konten tersebut mengimplementasikan visual, audio, teks, dan interaktivitas yang efektif. Terakhir, pada bagian *engagement* penulis menuliskan beberapa skenario yang lucu dan unik untuk menarik perhatian penonton. Hasil dari naskah tersebut bisa dilihat pada tabel 3.3.1.

3.3.2. Produksi

Pada tahap produksi, proses pengambilan gambar dilakukan di *The Telkom Hub* dengan melibatkan sejumlah *talent* yang telah dipilih sebelumnya, termasuk penulis yang turut berperan sebagai salah satu *talent* dalam *video* tersebut. Selama proses berlangsung, penulis juga memastikan bahwa alur cerita konten tetap sesuai dengan naskah yang telah disusun. Setelah tahap produksi selesai, video kemudian dilanjutkan ke proses pascaproduksi.

3.3.3. Pascaproduksi

Penulis berperan aktif dalam tahap penyuntingan dengan mendampingi *editor*, memberikan masukan berdasarkan naskah, serta menambahkan elemen visual pendukung guna meningkatkan daya tarik konten. Penulis juga memastikan bahwa informasi dalam video tersampaikan secara efektif dan sesuai tujuan komunikasi. Setelah proses penyuntingan selesai, video diserahkan kepada *supervisor* untuk selanjutnya diunggah ke akun TikTok resmi MyTelkomsel.

4. ANALISIS

4.1. HASIL KARYA

Karya yang dihasilkan oleh penulis merupakan video *TikTok* yang berdurasi 1 menit 3 detik dengan judul *Do's and Don'ts* Ramadhan: Biar Puasa Makin Berkah untuk di unggah pada *platform TikTok MyTelkomsel*. Video ini menceritakan beberapa skenario lucu yang relevan dengan kebiasaan-kebiasaan buruk masyarakat saat bulan puasa namun juga menunjukkan beberapa kegiatan membawa berkah yang bisa dilakukan masyarakat dengan cara menggunakan fitur-fitur di aplikasi MyTelkomsel. Video ini memiliki jenis video sketsa komedi dengan tema bulan puasa. Berikut merupakan hasil dari naskah yang telah ditulis untuk karya ini.

Tabel 4.1 Naskah konten ““*Do's and Don'ts* Ramadhan: Biar Puasa Makin Berkah”

Client: MyTelkomsel

Tanggal Upload: 14 Maret 2025

<i>Do's and Don'ts</i> (Bagian)	<i>What to Communicate (WTC)</i>	Visualisasi
<i>Opening (Hook</i> audiens) Tambahkan judul konten (2 Detik)	2 detik krusial yang mempengaruhi audiens bakal	Semua <i>talent, inframe</i> menunjuk ke bagian atas dan isi dengan text judul “ <i>Do's and Don'ts</i> ”