

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Masuknya era *new media* atau media baru seperti internet telah memberikan pengaruh terhadap pola berkomunikasi dan cara memperoleh suatu informasi (Setiadi, 2016). Media baru atau *new media* akan bisa terjadinya konvergensi media yaitu, dimana suatu media yang didapat mempunyai keberagaman tampilan presentasi yang menarik untuk disaksikan. Konvergensi media menggunakan gabungan dari unsur visual, audio, animasi, dan grafik yang menjadi satu kesatuan yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dalam proses berkomunikasi (Effendy, 2008).

Perkembangan media sosial yang semakin pesat tidak hanya terjadi pada negara-negara maju saja, tetapi di negara berkembang seperti Indonesia ini, Indonesia banyak sekali pengguna media sosial dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran media massa atau konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2019). Media daring dan media sosial hadir memudahkan penggunaannya dalam melakukan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu termasuk di dalamnya adalah Youtube hadir sebagai media sosial yang terpopuler di masyarakat.

Konten dalam bentuk audio, visual bahkan hingga audiovisual dapat kita bagikan dan kita perlihatkan melalui media sosial. Contohnya terdapat platform Youtube dan Instagram yang dapat kita gunakan untuk membagikan hasil produksi kita dalam bentuk visual dan audio visual seperti foto dan video, lalu ada *platform*

seperti Spotify dan Sound Cloud untuk membagikan hasil produksi kita dalam bentuk audio seperti podcast ataupun musik. Tidak hanya itu, bahkan media lama seperti radio, koran, majalah, dan televisi juga mulai menggunakan media *online* dalam menyebarkan dan memperlihatkan hasil produksi kontennya.

Produksi pada konten media sosial juga sebenarnya tidak terlalu jauh berbeda dengan produksi konten pada media lama. Misalnya seperti produksi konten video seperti film pendek atau iklan pada media *online* pasti akan tetap diawali dengan tahap pembuatan naskah, riset, membuat rencana biaya produksi hingga tahap syuting dan editing. Namun, perbedaannya adalah pada media *online* semua orang bebas membuat konten sesuai dengan keinginannya karena tidak ada peraturan dan batasan yang mengikat. Tidak seperti televisi yang setiap konten yang ditayangkan harus lulus sensor terlebih dahulu dan diawasi oleh pihak KPI.

Pembuatan konten audiovisual tidak lepas dari proses *video editing*, yang merupakan suatu proses memilih atau menyunting beberapa video ataupun beberapa gambar yang sudah direkam atau didapatkan sebelumnya untuk dijadikan sebuah video yang bisa ditonton secara utuh. Seiring perkembangan teknologi, kini videografi juga ikut mengalami perkembangan dan perubahan baik itu dari segi transisi, *background*, *effect*, dan *lighting*. Sebuah konten audiovisual atau video yang menarik bukan berarti harus dibuat dengan biaya yang mahal, tetapi konten audiovisual yang menarik memiliki konsep positif yang bisa mendidik dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai hal-hal tertentu.

Proses *video editing* dikerjakan oleh editor, ketika seorang *editor* menerima rekaman itu, tujuan utamanya adalah untuk membuatnya tersusun dengan rapi. Pada

dasarnya *editor* merealisasikan alur yang telah dibuat. *Editor* bersama dengan sutradara, produser, sinematografer, dan siapa pun yang terlibat dalam keputusan, mewujudkannya alur dengan adanya potongan, kecepatan, dan efek suara sehingga menjadi sebuah konten yang menarik. *Video editing* merupakan kunci untuk memadukan gambar dan suara untuk membuat kita merasa terhubung secara emosional.

Berkembangnya konten audiovisual membuat promosi produk atau jasa kepada masyarakat luas menjadi lebih efektif. Melalui konten tersebut seseorang bisa menjelaskan dan memberikan informasi mengenai kelebihan dari produk atau jasa secara lebih detail. Dengan menampilkan kelebihan-kelebihan produk atau jasa tersebut akan membuat masyarakat lebih percaya dan yakin untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Sebuah iklan video secara tidak langsung tentunya membuat calon pembeli merasa tertarik, berbeda lagi jika iklan tersebut hanya menampilkan teks dan gambar yang tidak bergerak.

Gambar I.1.

Logo Cerahati



Sumber: Cerahati.com

Cerahati merupakan *production house* yang beroperasi sebagai satu komunitas, yang menggunakan teknologi canggih untuk mempertahankan tingkat kreativitas yang tinggi. Seiring semakin banyaknya tawaran pekerjaan dari Jakarta, Cerahati akhirnya berpindah lokasi ke Jakarta. Alasan mereka pindah ke Jakarta adalah untuk menghemat waktu serta biaya perjalanan dari Bandung ke Jakarta. Di Jakarta mereka menempati sebuah ruko yang juga merupakan sebuah kantor arsitektur di daerah Cipete. Saat ini mereka berlokasi di Jalan Ibnu Armah No. 88, Pangkalan Jati Baru, Kota Depok. Lokasi tersebut juga sekaligus lokasi Studio Sagala milik Cerahati.

Cerahati pada awal berdirinya banyak mengerjakan proyek-proyek video clip. Sudah lebih dari 300 video clip yang mereka kerjakan dari tahun 2000 sampai dengan 2010. Mereka mulai mengerjakan proyek-proyek iklan pada tahun 2007. Proyek iklan pertama mereka saat itu adalah Chevrolet. Sejak saat itu mereka mulai mengerjakan proyek-proyek iklan hingga sekarang. Cerahati sendiri merupakan sebuah *production house* yang senang menjelajahi hal-hal yang baru dan unik. Mereka biasanya mengerjakan proyek *video clip* sebagai media eksplorasi dan ujicoba hal-hal baru sebelum akhirnya diimplementasikan pada karya-karya iklan mereka.

Dalam 10 tahun keberadaannya, Cerahati telah berkembang menjadi 3 unit kreatif strategis. Cerahati Artwork (produksi film), Cerahati Cinehouse (sewa peralatan & studio), dan Cerahati Digital Media. Cerahati bekerja di banyak *genre* video. Cerahati juga memberikan solusi *script-to-screen* dengan tampilan dan suara

profesional terbaik. Pengambilan gambar di lokasi atau di studio, Cerahati akan menyampaikan pesan yang diinginkan.

I.2. Bidang Kerja Praktik

Penulis mengambil fokus pada komunikasi media dalam ruang lingkup produksi audiovisual, khususnya pada bagian editor dalam pengerjaan konten audiovisual di media sosial *production house* Cerahati.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

I.3.1. Tujuan Umum

Penulis dapat mengimplementasikan teori yang telah didapatkan selama perkuliahan melalui kegiatan kerja praktik.

I.3.2. Tujuan Khusus

Mengetahui bagaimana suatu konten audiovisual dibuat mulai dari proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

I.4. Manfaat Kerja Praktik

1. Mendapatkan pengalaman kerja agar nanti mampu menjadi bekal untuk penulis saat terjun ke dunia pekerjaan.
2. Memahami proses pembuatan konten audiovisual di media sosial.

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1. Produksi Media Audiovisual

Dalam pembuatan isi konten video, hal-hal yang harus diperhatikan mencakup ketiga tahapan produksi secara umum, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Ketiga hal tersebut menjadi dasar konsep, sehingga isi dari konten video dapat sesuai dengan konsep yang tentukan. Pra Produksi adalah proses

penyiapan semua elemen yang terkait dalam sebuah produksi konten audiovisual (Haren, 2020). Tahapan ini pada proses awal pembuatan konsep, konten kreator membuat agenda akan hal-hal yang akan dikerjakan pada pra-produksi. Hal tersebut mempermudah memberikan sebuah gambaran serta alur terhadap konsep awal video yang akan diproduksi. Adapun hal-hal yang dilakukan dalam tahap pra produksi, antara lain:

- a. Menentukan ide atau konsep video yang akan dibuat
- b. Penulisan naskah (sinopsis, treatment, skenario, storyboard)
- c. Mempersiapkan biaya produksi dan perijinan lokasi
- d. Memastikan peralatan, talent, properti dan lain sebagainya

Produksi adalah tahapan merealisasikan ide yang sudah ditentukan pada tahap Pra Produksi (Setiadi, 2016). Tahapan ini dalam proses awal pembuatan konsep, konten kreator juga mencari referensi mengenai produksi audiovisual, sehingga dapat menentukan dan penyiapan alat-alat untuk mendukung tahapan produksi. Secara umum tahapan tersebut terdiri dari hal-hal berikut (Thifalia & Susanti, 2021):

- a. Mengecek lokasi: jarak, fasilitas, transportasi, kondisi alam, dan perijinan
- b. *Rehearsal*
- c. Kegiatan *shooting/take audio*
- d. Mengirimkan hasil *shooting* ke studio *editing*

Pasca produksi merupakan tahapan akhir dari seluruh rangkaian jalannya pembuatan konten audiovisual. Tahapan ini pada awal pembuatan konsep, konten kreator mencari video serupa untuk menjadi referensi pada pembuatan konsep

video. Pada tahapan pasca produksi ini editor memegang peran kunci. Tugas tim produksi adalah mempersiapkan seluruh materi audiovisual yang diperoleh untuk masuk proses editing. Secara umum tahapan tersebut terdiri dari hal-hal berikut:

a. *Editing offline*

b. *Editing online*

I.5.2. Editor

Orang yang bertanggung jawab dalam editing yaitu editor. Secara umum pekerjaan editor adalah berkaitan dengan proses pasca produksi. Pada proses *editing* dibutuhkan ketelitian dan ketekunan untuk memperhatikan setiap gerakan dan audio yang keluar dari video tersebut. Proses pengeditan dan pendekatan editing sangat bergantung dari hasil yang diinginkan, yang terpenting adalah ketika melakukan pengeditan, pertama adalah menetapkan tujuan melakukan editing. Berikut ini adalah peran *editor* pada setiap tahapan proses produksi konten audiovisual.

I.5.2.1 Peran Editor pada Proses Pra Produksi

Pada tahap pra produksi peran *editor* tidak memiliki tugas yang banyak. Namun, ketika *editor* dilibatkan di pra produksi, *editor* melakukan *briefing*, rapat, serta membantu dalam menyumbangkan ide-ide dan memberikan saran kepada kameraman dalam pengambilan gambar-gambar. Menentukan *angle-angle* yang tepat dengan kebutuhan konten, agar dapat menghasilkan kualitas yang baik dari gambar maupun audionya, karena *editor* akan menyatukan gambar-gambar maupun audio yang sudah didapat saat *shooting* dalam proses pengeditan di pasca produksi.

I.5.2.2 Peran Editor pada Proses Produksi

Saat produksi editor tidak terlibat banyak di dalamnya, namun umumnya ditugaskan untuk meng-*convert file* dari RAW kamera ke format file yang umumnya digunakan untuk meng-*edit*. Setelah produksi lapangan selesai maka kameraman menyerahkan memori kamera kepada editor. Selanjutnya tugas editor untuk menjadikan semua materi tersebut menjadi sebuah konten yang menarik untuk dilihat.

I.5.2.3 Peran Editor pada Proses Pasca Produksi

Saat melakukan penyuntingan, *editor* akan ditemani oleh sutradara yang membantu merangkai hasil konten. Pada proses pasca produksi editor akan melakukan pengeditan atau penyuntingan menggunakan komputer atau laptop dengan *software* seperti Adobe Premiere dan After Effect. *Editor* mempunyai peranan yang sangat penting dalam penyelesaian tahap akhir di proses pengeditan. *Editor* melakukan penyuntingan gambar dan audio dengan menggabungkan dan memotong serta memberikan sentuhan kreatif dalam bentuk grafis-grafis kecil.

Proses *editing* diawali dengan *offline editing*, pada proses ini meliputi *preview*, *assembly*, *rough cut*, *fine cut*, dan *trimming* (Kurniawan, Karsam, & Laksono, 2019). *Preview* adalah diharuskannya sebagai editor untuk melihat keseluruhan materi saat *shooting* untuk mendapat gambaran pemilihan shot mana yang akan digunakan dalam editing. *Assembly* merupakan proses kerja editor untuk menyusun kembali materi *editing* berdasarkan naskah yang diberikan secara berurutan baik itu shot yang baik ataupun tidak.

Rough cut merupakan proses menyusun segala materi *editing* menjadi potongan yang masih kasar. *Fine cut* merupakan proses pemotongan secara halus dengan menambahkan suara dan transisi. Serta menambahkan efek-efek jika diperlukan berdasarkan persetujuan pada proporsi durasi yang diinginkan oleh Produser. *Trimming* adalah proses editing yang sudah tersusun rapi akan lebih diperhalus kembali, dan struktur editing tidak dirubah lagi. Lalu desain grafis atau animator mendesain grafis sesuai.

Setelah itu diserahkan ke *online editing* yang prosesnya meliputi *titling*, *color grading*, dan *mixing*. *Titling* adalah proses pembuatan huruf tulisan yang akan digunakan untuk template, judul program, *credit title* yang berfungsi untuk memberikan informasi sesuatu kepada penonton. *Golor grading* adalah proses koreksi warna pada shot-shot yang dirangkai sehingga semaksimal mungkin mempunyai kesinambungan warna yang baik. *Mixing* adalah penggabungan unsur suara, dialog, *sound effect* dan ilustrasi musik (*backsound*) yang dibutuhkan oleh gambar, yang sudah ditentukan, dibuat, di-*edit*, dikoreksi oleh seorang penata suara yang bekerjasama dengan produser.

Dalam menghasilkan segala sesuatu dengan maksimal editor merupakan tahapan terakhir dalam menciptakan konten, karena melalui proses penyuntingan, konten tersebut dikemas. Pembuatan sebuah konten video, *editing* masuk dalam tahapan pasca produksi dan merupakan tahapan akhir dari seluruh rangkaian jalannya pembuatan konten audiovisual. Tim produksi mempersiapkan seluruh materi audiovisual yang diperoleh untuk masuk proses editing.

Seorang editor adalah orang yang bekerja di belakang layar serta memiliki profesi dan keahlian dalam memotong video, gambar serta audio. Dan selain itu seorang editor yang baik harusnya dapat terlibat secara emosional dalam proses editing. Editor tidak hanya menyusun gambar sesuai panduan naskah, namun juga memberi sentuhan “*personal taste*” yang akan mempercantik video melalui penambahan efek, grafis, musik, *credit title*, dan *mixing*. Proses lain yang mungkin dibutuhkan seperti dubbing narasi dan pembuatan animasi juga harus disiapkan.