

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah salah satu hasil dari perkembangan teknologi khususnya di bidang Komunikasi. Media Sosial menjadi sarana untuk melakukan interaksi dalam dunia maya. Hal itu dapat dilihat dari berbagai macam hal yang dapat dilakukan oleh manusia, seperti memberitakan suatu informasi, bertukar kabar, serta menayangkan sebuah konten. Media sosial yang banyak dan sering digunakan antara lain *Instagram*, *Tiktok*, dan *X*. *Instagram* sendiri merupakan Media Sosial yang bisa dikatakan Populer karena banyak orang menggunakan aplikasi tersebut. *Instagram* penggunaanya dapat mengunggah foto, video, dan cerita untuk dibagikan kepada orang yang mengikuti bahkan yang tidak mengikuti pun bisa melihat.

Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (Kotler, 2012), dalam penelitian (Mahmudah & Rahayu, 2020) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis.

Harian Disway Surabaya adalah portal berita yang menjadi industri media berita. Berdiri sejak tahun 2020, Harian Disway merupakan salah satu media anti mainstream yang didirikan oleh Dahlan Iskan yang mana sebelumnya beliau

merupakan petinggi di Jawa Pos. Hadirnya Harian Disway memberikan wadah baru untuk menuangkan semangat-semangat jurnalis muda yang ingin bekerja di Media.

Salah satu bentuk media elektronik adalah media sosial, yang memberikan manfaat pengguna untuk berbagi informasi, kabar, atau bahkan hanya untuk melihat hiburan saja. Hadirnya media sosial ini, memberikan dampak yang baik untuk pengguna dari yang tidak tahu menjadi tahu karena adanya tukar menukar sebuah informasi. Saat ini, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer. Dengan visual yang menarik serta konten-konten yang sifatnya menghibur para *Audiens* hal itu merupakan nilai jual yang diberikan oleh Instagram.

Dalam akun Instagram *Harian Disway*, terdapat beberapa jenis konten audio visual yang dibagikan berisikan konten foto, grafis, dan video. Hal ini merupakan bentuk konvergensi media konvensional seperti media cetak dan televisi yang diolah kreatif sesuai kehendak sang pemilik untuk menyebarluaskan hasil konten mereka untuk dinikmati orang-orang.

Pemberitaan sebuah berita dalam bentuk audiovisual merupakan bentuk komunikasi visual. Menurut Martin Lester, komunikasi visual adalah segala bentuk pesan yang menstimulasi indra penglihatan yang dipahami oleh orang yang menyaksikan (Hamidoyo & Riyanti, 2022). Konten audiovisual memiliki kelebihan dalam memberikan pengalaman nyata lebih dari yang disampaikan media audio maupun visual sehingga lebih cepat mengerti dan karena

mendengarkan disertai melihat langsung sehingga tidak hanya membayangkan, dan lebih menarik dan menyenangkan menggunakan media audio visual (Nadifah et al., 2023).

Berbicara mengenai konten audiovisual, sangat penting adanya sang *videografer* dalam memproduksi sebuah konten visual. Dalam sebuah pembuatan konten video terdapat proses pemilahan *footage* yang akan dirangkai menjadi satu sehingga menjadi sebuah video berisikan pesan berita secara utuh. Tak hanya itu penambahan elemen kedalam video tersebut juga menjadi nilai plus seperti *effect*, *musik*, *transisi*, dan *filter* akan menambah daya tarik sehingga orang yang menyaksikan akan terpujau akan hasil dari editing tersebut.

1.2 Instagram Sebagai Media Sosial

Menurut (Aprilya, 2017) *Instagram* dapat diartikan sebagai aplikasi yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform jejaring sosial, termasuk *Instagram* itu sendiri. Dengan menjadi anggota *Instagram*, pengguna dapat memperoleh berbagai keuntungan, salah satu keuntungan tersebut adalah kemampuan untuk terhubung secara visual dengan orang terdekat tanpa batasan jarak. Selain itu, *Instagram* juga bisa dimanfaatkan sebagai alat meningkatkan kepedulian dan sebagai metode promosi sebuah konten.

I.3. Bidang Kerja Praktik

Penulis berfokus pada strategi komunikasi korporasi, khususnya dalam konteks menjadi editor, khususnya di bidang penyuntingan video untuk produksi konten media sosial di Instagram @harian.disway.

I.4. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan yang ingin dicapai dalam hal ini adalah untuk mengerti dan memahami strategi dalam memproduksi dan menyampaikan pesan berita dalam akun media instagram @harian.disway

I.5. Manfaat Kerja Praktik

I.5.1 Manfaat Teoritis

Dapat memperbanyak rujukan yang saat ini ada di Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS khususnya pada kajian media pada bidang produksi media promosi dan pengelolaan media sosial, baik pada proses maupun hasil.

I.5.2 Manfaat Praktis

Mata kuliah Kerja Praktik memiliki manfaat tersendiri bagi penulis, manfaatnya antara lain sebagai berikut:

1. Menjelaskan proses penyuntingan video dalam produksi media promosi. Dari penciptaan ide utama, pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.

I.6 Tinjauan Pustaka

I.6.1 Produksi Konten Audiovisual

Sajian visual adalah representasi informasi yang biasanya berupa citra kata dan karakternya diwujudkan secara konkrit melalui obyek dan rupa (*shape*). Suasana, Atmosfer, dan Skala suatu konsep atau ide yang sulit dikomunikasikan dalam bentuk kata akan lebih jelas jika dipaparkan dalam bentuk gambar. Bentuk komunikasi dan penyajian semacam ini dapat menghilangkan celah terjadinya miskomunikasi. Hal ini merupakan bentuk dari representasi informasi dari gagasan serta ide yang telah ditentukan. Informasi yang dimaksud ialah berupa dalam bentuk kata yang mana akan lebih baik digabungkan dengan visual maka akan menghasilkan sebuah konten berita yang lebih jelas untuk dimengerti dan dipahami orang yang menyaksikan (Istanto, 2000: 28).

Menurut Eidarni (2014:2) dalam penelitian (Putri & Ardoni, 2019) menyatakan bahwa video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan, dan menata ulang gambar bergerak. Video juga dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam satu waktu dengan kecepatan tertentu. Menurut Widhaprasana, tahapan video meliputi, (1) tahap pra produksi, isinya meliputi pencarian dan penemuan ide, pembuatan sinopsis, treatment, storyboard, dan shooting script, perancangan produksi dan persiapan produksi, (2) tahap produksi, adalah tahap untuk

merealisasikan semua langkah yang ada di tahap pra-produksi. (3) pascaproduksi, adalah tahapan akhir dalam produksi video sebelum video siap disajikan atau didistribusikan.

Pada proses pembuatan video, dijelaskan pendapat 2 para ahli yang masing-masing dalam proses pembuatan videonya berbeda, yaitu:

A. Proses Pra Produksi

Pra produksi yaitu tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi video. Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting karena tahapan ini semua langkah-langkah perencanaan untuk produksi video dilakukan. Dalam tahapan pra produksi ini harus dilakukan yaitu:

a. pencarian dan penemuan ide

Tahapan pencarian dan penemuan ide menjadi dasar penting dalam pembuatan konten *audiovisual* di Harian Disway. Pada tahap ini, tim kreatif mencari isu aktual dan relevan yang memiliki nilai berita, lalu mengembangkannya menjadi konsep visual dengan menentukan *angle*, gaya penyajian, dan pesan utama. Proses ini memastikan konten yang dihasilkan menarik, informatif, serta selaras dengan karakter jurnalisme visual yang diusung Harian Disway.

b. Perencanaan Produksi

Perencanaan produksi merupakan tahap untuk merencanakan semua kebutuhan yang akan dilakukan pada saat produksi video.

c. Persiapan Produksi

Setelah selesai melakukan semua perencanaan, selanjutnya masuk ke tahap persiapan produksi. Persiapan berisi persiapan segala kebutuhan bahan dan alat yang akan dibuat konten video.

B. Proses Produksi

Tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan segala proses yang telah dirancang sebelumnya pada tahap pra produksi. Pelaksanaan tahap produksi tersebut dimulai pada awalnya setelah adanya rancangan untuk dijadikan ke dalam bentuk audio visual.

C. Proses Pasca Produksi

Tahap ini melakukan proses menyusun dan merangkai setiap hasil gambar yang telah diambil pada tahap produksi. Penyusunan rangkaian gambar dan audio menggunakan sebuah *software* yaitu *Capcut*. Adanya tahapan-tahapan dalam pengeditan video yaitu, mengimport video dan musik, memasukan video dan musik yang telah diimport ke *timeline*, memotong video, penambahan teks pada video, memilih transisi video, dan *Rendering video* atau *save video*. Setelah semua video selesai diedit, maka langkah yang terakhir adalah *save video*.

I.6.5 Peran Videographer

Menurut Ferdiansyah Abrar (2020) dalam penelitian (Widarti, 2021) menjelaskan bahwa *Videographer* berperan sebagai orang yang bertanggung jawab untuk merekam, mengedit, dan membuat produksi video. Videographer bertanggung jawab untuk mengoperasikan kamera film atau video untuk merekam gambar di film, video maupun media penyimpan komputer. Videographer harus memastikan bahwa tidak ada kesalahan saat pengambilan gambar, memastikan agar pengambilan gambar harus fokus, framing (komposisi gambar) yang tepat, memastikan penganturan audio yang sesuai, gambar yang sesuai dengan warna aslinya serta harus menempatkan posisi gambar yang terbaik. Videografer tidak hanya dituntut untuk dapat mengambil video dengan baik, tapi juga harus memahami gambaran apa saja yang diperlukan. Seorang videographer wajib memiliki kemampuan visualisasi yang baik, karena bertugas menerjemahkan sebuah naskah kedalam bentuk audiovisual, kemampuan visualisasi ini termasuk dalam mengambil gambar dengan *angle* (sudut pengambilan gambar) yang menarik, momen yang tepat serta adegan-adegan yang unik.