

OPTIMALISASI VIDEOGRAFI TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS KONTEN YOUTUBE INFOPOP GERAKAN TURUN TANGAN

Adrian Ingratubun¹, Dian², Rindu Arif Fatwa³

adrianingratubun@gmail.com, diansubagio.s@gmail.com
rndarifatwa@gmail.com

¹²Akademi Televisi Indonesia (Dosen)

³Akademi Televisi Indonesia (Mahasiswa)

Abstract

This study aims to explain the optimization of the role of videographers in improving the quality of Infopop content on the Gerakan Turun Tangan YouTube channel. As an information-based platform, Infopop has a strategic role in conveying social messages through attractive and effective visualizations. This study uses a qualitative approach with a case study method to evaluate the content production process, from the pre-production, production, to post-production stages. Data were collected through direct observation, in-depth interviews with videographers and creative teams, and analysis of uploaded video content. The results of the study indicate that optimizing the technical capabilities of videographers, such as visual composition, lighting settings, and structured storylines, significantly contributed to improving content quality. The findings also revealed that close collaboration between videographers and creative teams contributed to a better narrative in conveying Gerakan Turun Tangan messages. In addition, collaboration between videographers and creative teams has proven to be able to create content that is more relevant and interesting to the audience. This study concludes that Gerakan Turun Tangan has implemented the efficiency of its human resources by optimizing the role of Videographers in creating InfoPop YouTube content. However, even by optimizing, a team can still move towards achieving common goals.

Keywords : Videographer, Optimization, Infopop, Youtube, Hands-on movement.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan optimalisasi peran videografer dalam meningkatkan kualitas konten Infopop di kanal YouTube Gerakan Turun Tangan. Sebagai platform berbasis informasi, Infopop memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan sosial melalui visualisasi yang menarik dan efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengevaluasi proses produksi konten, mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan videografer dan tim kreatif, serta analisis konten video yang telah diunggah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi kemampuan teknis videografer, seperti komposisi visual, pengaturan pencahayaan, dan alur cerita yang terstruktur, secara signifikan berkontribusi pada peningkatan kualitas konten. Temuan ini juga mengungkapkan bahwa kolaborasi erat antara videografer dan tim kreatif berkontribusi pada narasi yang lebih baik dalam menyampaikan pesan Gerakan Turun Tangan. Selain itu, kolaborasi antara videografer dan tim kreatif terbukti mampu menciptakan konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Gerakan Turun Tangan telah menerapkan efisiensi sumber daya manusianya dengan melakukan optimalisasi peran Videographer pada pembuatan konten YouTube InfoPop. Namun dengan melakukan optimalisasi pun, sebuah tim tetap dapat bergerak mencapai tujuan bersama.

Kata Kunci : Videographer, Optimalisasi, Infopop, Youtube, Gerakan turun tangan.

1. PENDAHULUAN

Video sebagai sarana penyampaian pesan yang efektif dikarenakan banyak masyarakat mengakses video di zaman sekarang ini. Dalam pembuatan video perlu adanya videographer dan editor yang membuat video itu menjadi menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat mengenai pesan yang ingin disampaikan. Usaha memasarkan suatu produk atau jasa sering dibutuhkan dokumentasi dan publikasi.

Pada saat ini, *content creator* menjadi profesi baru untuk membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, suara, video, maupun gabungan dari dua atau lebih materi. Content creator adalah profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media, khususnya media digital seperti YouTube, Instagram, Blogger, dan berbagai platform media sosial lainnya (Sayugi, 2018). Titan Tyra adalah salah satu content creator Indonesia yang memiliki keunikan dan ciri khas dalam berkarya. Akun Instagram Titan saat ini sudah mencapai 616.000 orang pengikut. Kebanyakan konten-konten yang diunggah seperti konten endorse, vlog kegiatan sehari-hari, fashion, skincare dan make-up yang diunggah melalui instastory.

Pada era digital mengakses informasi kini jadi lebih mudah. Hadirnya konten berbasis audio visual telah menjadi media alternative bagi warga internet dalam mengonsumsi. Pergeseran pola konsumsi tersebut turut serta dalam merubah gaya pengelolaan data informasi sehingga tercipta sebuah tayangan konten video yang menarik. Bukan tanpa alasan pergeseran pola tersebut dilatarbelakangi oleh kemunculan *platform video* bernama YouTube. Menurut Sianipar (2013, P; 1-10), YouTube ialah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat memebantu.

Menjaga mutu produksi merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan kualitas konten vidio. Peningkatan mutu tersebut harus selaras dengan teknik pengambilan gambar, pencahayaan dan tata suara yang tepat, serta dengan mempertahankan aspek-aspek kreatif lainnya, demikian menjadi kunci keberhasilan untuk meningkatkan mutu sebuah produksi. Pada konteks ini, peran *videographer* menjadi cukup diperhitungkan dalam menciptakan sebuah konten yang berkualitas dan memiliki daya saing yang tinggi.

Salah satu Organisasi non pemerintah yang memanfaatkan media YouTube adalah organisasi Gerakan Turun Tangan, yang merupakan sebuah organisasi yang bergerak pada bidang kerelawanan. Melalui kanal YouTube yang mereka bangun dengan nama Gerakan Turun Tangan, bertujuan unutk menaikkan dan menyebarkan kampanye mereka di dunia

maya. Sebagai organisasi, mereka sadar bahwa hadirnya konten berbasis video merupakan cara yang cukup efektif untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam proses produksi sebuah tayangan konten video, organisasi Gerakan Turun tangan menyadari akan pentingnya peran seorang *videographer*.

Ketrampilan dan keahlian pada videographer, tentu akan mempengaruhi kualitas dari sebuah konten YouTube. Menurut Firdiansyah Abrar (2013) dalam Widarti W (2021: P. 25-26) jurnal Universitas Bina Sarana Informatika yang berjudul Peran *Videographer* dan Editor dalam mengembangkan Inex Works, menyebutkan bahwa *videographer* adalah seorang yang bertanggung jawab untuk merekam atau membuat produksi video. Dalam hal ini, peran *videographer* bukan lagi hanya sebagai individu yang memiliki pengetahuan terhadap teknik pengambilan gambar, melainkan juga pengetahuan terhadap pencahayaan, editing dan juga berkenaan dengan aspek-aspek kreatif lainnya. Pada akhirnya peran seorang *Videographer* menjadi penting dalam menyajikan tayangan konten video yang menarik dan memiliki kualitas tinggi.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Gerakan Turun Tangan

Gerakan turun tangan merupakan sebuah organisasi non pemerintah, bergerak pada bidang kerelawanan yang menginkubasi dan mneyebarluaskan aktivitas berdampak. Organisasi tersebut berfokus pada penyelesaian permasalahan sosial kemanusiaan yang bertujuan untuk mendorong masyarakat agar peduli dan terlibat aktif dalam mewujudkan Indonesia yang penuh dengan pemimpin yang berkompetensi juga berintegritas.

Sejak didirikannya organsiasi tersebut oleh Anis Baswedan pada tanggal 13 Agustus. Kini Gerakan Turun Tangan telah menyebar di 96 daerah di Indonesia, dengan total releawan sebanyak 100.000 relawan yang bergerak pada bidang sosial kemanusiaan, Lingkungan, Pendidikan, Kesehatan dan Edukasi Politik. Hal ini tentu selaras dengan apa yang menjadi cita-cita organisasi Gerakan Turun Tangan yang tertuang pada Visi dan Misi oraganisasi. Adapaun Visi, Misi dari Gerakan Turuna Tangan ini adalah :

Visi ;

Gerakan kerelawanan yang mendorong masyarakat peduli dan terlibat aktif untuk mewujudkan Indonesia yang penuh dengan pemimpin yang berkompeten dan berintegritas.

Misi ;

- *Membangun basis komunitas relawan di daerah*
- *Menginkubasi dan menyebarkan gerakan yang berdampak pada penyelesaian permasalahan local dan nasional.*
- *Mendorong public untuk peduli politik*
- *Menyiapkan pemimpin berkompeten dan berintegritas.*



Gambar : Logo Gerakan TurunTangan

Sumber : Gerakan TurunTangan

Gerakan TurunTangan membuat kanal YouTube yang bernama Gerakan TurunTangan pada tanggal 5 Februari 2014 dengan nama Gerakan TurunTangan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *Awareness* publik dan relawan di daerah terhadap kampanye dan program yang mereka buat. Saat ini kanal YouTube tersebut berisi konten video yang membahas cerita-cerita relawan di daerah yang dikemas dalam konten SOWAN TT (Seputar Obrolan Relawan TurunTangan) dan juga konten InfoPop yang mengangkat isu-isu terkini yang berkaitan dengan 5 fokus bidang Gerakan TurunTangan. Selain itu ada juga konten *Women's Zone* yang memuat isu mengenai kesetaraan gender.

2.2 Konten InfoPop Gerakan Turun Tangan

Konten InfoPop ini merupakan sebuah konten *rebranding* dari konten yang pernah ada sebelumnya di YouTube Gerakan TurunTangan, yaitu konten Celotehan Politik.

Konten adalah merupakan konsep kreatif atau sering dikenal sebagai Konten Kreator adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk setiap informasi di media, terutama media digital dan memiliki target audiensi tertentu. Seorang konten kreator bertanggungjawab untuk selalu memunculkan ide konten baru dan melihatnya mulai dari konsep hingga produk akhir (Teguh Setiawan, 2023 : P.23).

Selanjutnya bahwa dalam sebuah program atau acara sangat diperlukan konten yang secara audio visual maka kesiapannya adalah bagaimana menentukan konsep yang tepat. Oleh sebab itu, menurut Teguh Setiawan (2023 : P.135) hal yang paling penting adalah bagaimana jenis

konten videonya. Konten video merujuk pada semua jenis video yang dibuat dan dipublikasikan untuk dikonsumsi oleh masyarakat (penonton). Konten video bisa berupa vlog, tutorial, video music, klip film, dan banyak lagi. Konten video saat ini sangat populer dikalangan pengguna internet dengan berbagai platform media sosial.

Konten InfoPop sendiri berdurasi sekitar 2 sampai 3 menit yang ditawarkan secara monolog oleh satu *presenter*, di mana setiap minggunya akan ada pergantian menyesuaikan dengan kategori topic pembahasan. Konten tersebut disertai dengan visual pendukung untuk memberikan kesan menarik agar konten tersebut tidak monoton. Bukan hanya menyertai gambar-gambar yang berkaitan, pada proses *editing* juga menyertai *highlight subtitle* atau kalimat kutipan. Selain itu, konten tersebut juga didukung dengan *subtitle* guna memperjelas informasi yang disampaikan.



Gambar : Logo konten InfoPop

Sumber : Gerakan TurunTangan

Konten infopop secara konsisten digaungkan dan selalu berfokus pada isu-isu mengenai sosial kemanusiaan, lingkungan, pendidikan, kesehatan, dan edukasi politik.

2.3 DIGITALISASI INFORMASI

Komunikasi adalah bagian penting dari kehidupan sehari-hari dan terjadi selama interaksi antara dua orang atau lebih. Komunikasi dapat dilakukan dengan asumsi kelompok yang disertakan memiliki pemahaman yang sama tentang bahasa yang digunakan. Selanjutnya, West dan Turner (West & Turner, 2007) mengungkapkan bahwa motivasi utama di balik komunikasi adalah pemahaman. Komunikasi gagal ketika sulit untuk memahami apa yang sedang dikomunikasikan (Andi Asari, dkk, 2023: P.1).

Menurut Koontz dalam Nawi Rusdin (2017: P.61) yang dimaksud Komunikasi adalah penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima dan informasi itu dimengerti oleh yang

belakangan, kemudian menurut Yudith dalam Nawi Rusdin (2017: P.61) mengartikan komunikasi sebagai pemindahan informasi, gagasan, pengertian, atau perasaan antar orang. Pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi atau penyampaian warta dari komunikator ke komunikan.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, informasi yang diolah dari data sebelumnya oleh berbagai latar belakang yang berbeda, kemudian didistribusikan melalui berbagai cara. Ada diantaranya yang menyampaikan atau mendistribusikan informasi secara langsung kepada para penerima. Namun, banyak diantaranya memilih untuk menggunakan media untuk mendistribusikan informasi tersebut. Bak gayung bersambut, kehadiran new media saat ini semakin mengokohkan kebutuhan distribusi informasi yang kemudian disebut sebagai digitalisasi informasi (Andi Asari, dkk, 2023: P.11-12)

2.4 MULTIMEDIA

Pengertian multimedia menurut Turban dkk, dalam buku Suyanto (2005) yang dikutip oleh Tedi Gunawan (2024 : P.1) multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video, dengan kata lain multimedia dapat diartikan sebagai seperangkat media yang merupakan kombinasi dari beberapa media yang relevan dalam hubungannya dengan tujuan-tujuan instruksional.

Selain itu, Multimedia dalam pemanfaatan computer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak dengan link dan tool yang memungkinkan pemakai dapat melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi. Menurut Hofstetter dalam Juhaeri (2012), multimedia merupakan gabungan gambar bergerak yang dibuat dengan bantuan komputer dan dapat memanipulasi bentuk informasi dalam gambar bergerak.

Dalam proses pendistribusian multimedia dapat digunakan dengan dua cara yaitu secara online yang didistribusikan melalui jaringan internet dan secara offline yang didistribusikan menggunakan perangkat penyimpanan seperti CD, DVD dan media penyimpanan lainnya serta menggunakan saluran komunikasi multimedia seperti siaran televisi, radio dan satelit (Tedi Gunawan, 2024 : P.97).

Multimedia terdiri dari dua kata yaitu multi dan media. Multi artinya bisa lebih dari satu sedangkan media merupakan sarana untuk menampilkan atau mendistribusikan informasi

dalam bentuk teks, gambar, suara, musik, dan lain-lain. Jika digabungkan kedua kata tersebut dapat diartikan secara harfiah, multimedia adalah kombinasi berbagai sarana baik berupa teks, gambar, suara, animasi maupun video untuk menampilkan atau sebagai medium untuk mendistribusikan informasi dalam berbagai bentuk melalui peralatan digital (Yulyani Arifin; Michael Yosep Ricky; Violitta Yesmaya, 2015, P:3).

2.5 VIDEO

Video merupakan media elektronik yang mampu menggabungkan teknologi audio dan visual secara bersama sehingga menghasilkan suatu tayangan yang dinamis dan menarik. Video dapat dikemas dalam bentuk VCD dan DVD sehingga mudah dibawa kemana-mana, mudah digunakan, dapat menjangkau audiens yang luas dan menarik untuk ditayangkan.

Media video memiliki fungsi sebagai media pembelajaran yaitu fungsi atensi, fungsi afektif, fungsi kognitif dan fungsi kompensatoris (Arsyad 2003). Fungsi atensi yaitu media video dapat menarik perhatian dan mengarahkan konsentrasi audiens pada materi video. Fungsi afektif yaitu media video mampu menggugah emosi dan sikap audiens. Fungsi kognitif dapat mempercepat pencapaian tujuan pembelajaran untuk memahami dan mengingat pesan atau informasi yang terkandung dalam gambar atau lambang. Sedangkan fungsi kompensatoris adalah memberikan konteks kepada audiens yang kemampuannya lemah dalam mengorganisasikan dan mengingat kembali informasi yang telah diperoleh. Dengan demikian media video dapat membantu audiens yaitu peserta didik yang lemah dan lambat menangkap suatu pesan menjadi mudah dalam menerima dan memahami inovasi yang disampaikan, hal ini disebabkan karena video mampu mengkombinasikan antara visual (gambar) dengan audio (suara).

2.6 VIDEOGRAPHER

Dengan perkembangan teknologi industry media, berpengaruh juga pada terminologi gambar bergerak. Dengan perkembangan perekaman gambar bergerak, film bisa direkam dengan videotape. Bersama dengan itu munculah terminologi videografi (*videography*), yaitu merekam gambar bergerak menggunakan kamera video. Video adalah teknologi elektronik untuk merekam, menangkap, memproses, dan mentransmisikan serta mengatur ulang gambar yang bergerak. Video fungsinya sama dengan film, hanya saja penggunaan video lebih praktis dan efisien dalam aplikasinya (Rusman Latief & Yusiati Utud, 2023, P: 27).

Firdiansyah Abrar (2020), Videografer adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk merekam atau membuat produksi video. Videografi merupakan media yang digunakan untuk merekam kejadian menjadi satu gambar dalam bentuk suara atau video. Untuk membuat videografi yang berkualitas, dibutuhkan keahlian dan pengetahuan yang mendalam mengenai teknik pengambilan gambar, karena hasil videografi dapat dinikmati oleh semua orang.

Dalam videografi, kejadian yang direkam dapat diedit sesuai kebutuhan. Video tersebut dapat ditambahkan berbagai efek dan filter yang mendalam, tambahan suara, teks dan sebagainya. Editing dapat dilakukan menggunakan aplikasi khusus yang banyak tersedia saat ini. Setelah pengeditan selesai video dapat dibagikan sebagai konten Youtube atau kebutuhan lainnya.

Tujuan videografi adalah untuk membuat video yang menarik. Semua orang dapat membuat videografi sesuai kebutuhan masing-masing. Videografi dapat digunakan untuk instansi, perusahaan, organisasi, maupun individu.

2.7 YOUTUBE

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berupa video yang akhir-akhir ini sedang naik daun. Berdasarkan dari statistik dalam situsnya sendiri, Youtube memiliki lebih dari satu milyar pengguna (Juitania dan I Gede Adi Indrawa (2020 : P.36). Pada tahun 2017 terdapat lebih dari 65.000 video telah diunggah setiap hari ke Youtube (Helena Anggidesialamia, 2020 : P.77). Hal ini karena dengan membuat akun atau channel di Youtube dan banyak memperoleh viewers akan dapat menghasilkan uang (Juitania dan I Gede Adi Indrawan, 2020: P.36). Youtube ini merupakan salah satu situs yang dapat digunakan untuk sharing video, selain itu video tersebut juga dapat di download (Tri Weda Raharjo, 2020 : P.49).

Situs Youtube ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Youtube ini merupakan situs web berbagi video yang dibuat oleh 3 mantan karyawan PayPal pada bulan Februari 2005 yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Pada bulan November 2006, Youtube dibeli oleh Google dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. Situs Youtube ini mempunyai slogan “Broadcast Yourself” ini berusaha menciptakan image sebagai situs multimedia, dimana pengunjungnya bisa menikmati sajian video-video dengan beragam tema dan kategori. Dengan kata lain Youtube ingin agar pengunjung merasa

sedang menonton tayangan televisi. Dalam situs Youtube ini penonton dapat menyaksikan tayangan baik dari lokal maupun mancanegara (Media laksana, 2009: P.83).

Dengan adanya Youtube ini dapat membawa pengaruh yang luar biasa pada masyarakat, khususnya masyarakat yang tertarik di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki tempat untuk mempublikasikan video karyanya. Penggunaan Youtube ini sangat mudah, tidak membutuhkan banyak biaya, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan menggunakan gadget yang kompatibel. Hal ini menjadikan pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah video karyanya untuk dipublikasikan (Perdana Surya, 2018 : P.3).

Youtube merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan produk. Oleh sebab itu, semakin banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk mengiklankan produk mereka melalui Youtube. Iklan tersebut tidak dapat dihindari, sehingga penonton harus menonton iklan tersebut sebelum menonton video yang diinginkan (Shela dan Tri, 2017 : P.135-136).

2.8 EDITOR

Editor atau penyunting gambar adalah sebutan bagi orang yang bertanggung jawab memotong gambar dan suara yang dihasilkan dari *tape*. Disebut juga *picture editor* atau *video tape editor*. Pada sisten *editing linier* ada yang disebut *editor offline* dan *editor online*, namun setelah perkembangan teknologi *editing nonlinear*, seorang editor tugasnya menjadi sebagai *editor offline* dan *editor online* sekaligus melakukan *mixing* program (Rusman Latief dan Yusiati Utud, 2015: P.140). Selanjutnya dikatakan oleh Rusman Latief dan Yusiati Utud (2015 : P.141), bahwa seorang editor harus memperhatikan tujuan dan kepentingan program yang diedit, dengan memperhatikan unsur-unsur, gerak, kata, irama dan aspek-aspek artistik. Tidak hanya dapat mengikuti alur alur seritanya tetapi juga merangkai kesatuan informasi, unsur seni dengan memperhatikan keindahan dan motivasi setiap gambar. Dengan demikian ditor bertanggung jawab dengan gambar yangditentukannya. Dia harus tahu makna, tujuan dan informasi gambar agar orang yang menonton dapat mengerti gambar yang ditampilkan.

3. METODE PENELITIAN

Menurut pendekatannya penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam mengamati, bertanya, menelusuri dan mengabstraksikan (Nana Syaodih Sukmadinata, 2005;

P.26). Selain itu, peneliti mengadakan sendiri pengamatan dan wawancara mendalam (depth interview) atau wawancara secara intenal (intensive interview) dan tak berstruktur dengan tujuan untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam terhadap terhadap objek dan subjek penelitian (Rachmat Kriyantono, 2008; P.98).

Objek dalam penelitian ini adalah optimalisasi Videography terhadap Peningkatan Kualitas Konten Infopop YouTube. Sedangkan Subjek penelitian dalam penelitian adalah Gerakan TurunTangan. Adapun subjek pada penelitian ini dari narasumber atau informan. Pemilihan informan didasarkan terhadap orang-orang yang dianggap mengerti dan mengikuti hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, adapun informan pada penelitian ini yaitu : Direktur Eksekutif, dan Divisi Media dan Komunikasi di Gerakan TurunTangan yang memiliki tanggung jawab sebagai Videography.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program atau suatu situasi sosial. Penelitian studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode: wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, (hasil) survei dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci (Deddy Mulyana, 2011: P.21).

Menurut Sugiyono (2013: P.2) mengatakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

Metode atau teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini, terdiri atas : Wawancara mendalam (Depth Interview) adalah suatu cara atau informasi dengan carang langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam dan biasanya dilakukan dalam waktu yang lama dan berkali-kali guna memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan orang yang diwawancarai (Rachmat Kriyantono, 2008; P.100-101); Observasi kualitatif merupakan sebuah pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti di lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian.

Dalam pengamatan ini peneliti merekam/mencatat, baik dengan cara terstruktur mau semi terstruktur, misalnya dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan yang diketahui oleh peneliti (John W. Creswell, 2010; P.266); Teknik dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang

diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap dan bukan berdasarkan perkiraan (Budi Kustoro dan Basrowi, 2006: P.142).

Menurut Sugiyono, studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah (Sugiyono, 2008 : P.291). Dengan teknik kepustakaan ini penulis mempelajari literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, yaitu terkait dengan kajian tentang Optimalisasi Videographer terhadap Peningkatan Kualitas Konten InfoPop Youtube Gerakan TurunTangan.

Selain dengan data primer, penulis juga menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data penunjang penelitian. Data sekunder diperoleh dari buku-buku, majalah, website resmi, maupun literatur yang berkaitan dengan penelitian untuk dijadikan bahan referensi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah teknik dokumentasi, dimana peneliti mencari data dari subjek yang berupa tulisan.

4. HASIL TEMUAN PENELITIAN

4.1 Optimalisasi Videographer Terhadap Kualitas Infopop

Dalam proses produksi pada konten video InfoPop, pelaksanaannya dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu tahap pra-produksi, produksi dan tahap paska produksi, yang pelaksanaannya sebagai berikut.

1. Pra-Produksi.

Proses pra-produksi merupakan tahap perencanaan sebelum memasuki tahap produksi suatu program atau konten. Pada proses ini perlu menentukan alur dari video yang akan dibuat dengan mempersiapkan *script* atau naskah berdasarkan data yang diperoleh. Pengumpulan data tersebut dilakukan oleh tim *content creator*, pada pengelolaan data sehingga menjadi sebuah *script* dilakukan oleh tim *content creator* juga. Pada tahap ini, tim *content creator* juga bertanggung jawab untuk menambahkan beberapa visual pendukung kedalam *script* yang telah dibuat sehingga pada proses paska produksi nantinya, dapat memudahkan *editor* dalam mencantumkan visual-visual pendukung tersebut.

2. Produksi;

Pada tahap ini focus pada pengambilan gambar/visual (*shooting*) beserta audio. Proses ini berpacu pada *script* yang telah disusun pada tahapan sebelumnya, maka dapat dipastikan bahwa proses pra-produksi menjadi sangat penting untuk kelancaran proses produksi. Konten InfoPop yang merupakan tayangan dapat membantu untuk membuat proses produksinya menjadi sangat sederhana tanpa berpindah-pindah *angle* kamera atau berpindah lokasi shooting. Kemudian dapat dikatakan cukup, apabila pada prosesnya dilakukan hanya dengan 1 kamera yang dipasangkan pada tripod berupa *microphone* dan pencahayaan yang secukupnya. Selain itu dibutuhkan juga televisi sebagai latar yang memutar *logo looping* InfoPop dan diposisikan pada bagian belakang presenter. Tentu dalam tahap produksi ini menjadi sangat penting untuk menata kamera, audio, pencahayaan dan artistic yang dibutuhkan pada konten tersebut.

Pada proses produksi kamera yang digunakan adalah *Panasonic lumix G DMC-G7K* dan kamera dan kamera Sony ZV-1. Selain itu, alat pendukung lainnya yang digunakan adalah *microphone saramonic blink 500 B2* dengan *transmitter* dan dilengkapi dengan *memory card SanDisk* yang memiliki kapasitas 64 GB, 32 GB dan 16 GB.

3. Paska Produksi;

Menurut Rusman Latief dan Yustiatie Utud (2015: P. 155) bahwa paska produksi (*post production*) adalah tahapan terakhir dari proses produksi program sebelum on air. Dalam tahapan paska produksi program yang sudah direkam harus melalui beberapa proses, diantaranya :

a. *Back data;*

Pada tahap ini perlu dilakukan pencadangan fiel atau hasil proses *shooting*. Pencadangan melibatkan pemindahan data dari *memory card* ke computer, kemudian file *shooting* tersebut disalin dan dimasukkan ke dalam penyimpanan *google drive* yang dikategorikan berdasarkan folder bulan dan tanggal tayang

b. *Offline editing;*

Pada tahapan ini dilakukan penyuntingan gambar dan merangkai semau *footage* hasil *shooting* menjadi satu bagian.. Selain itu, juga dilakukan proses menyuisipkan visual pendukung dan menambahkan *template video bumper-in* program InfoPop. Selanjutnya dalam tahapan ini, rangkaian video tersebut masih terbilangb kasar, namun urutan video tersebut telah menjadi sebuah *blueprint*, dimana rangkaian dari pesan yang ingin disampaikan sudah mulai terlihat. Selain itu, pada *offline editing* di paska produksi juga menggunakan *software Adobe Premiere Pro*.

c. *Online editing;*

Tahapan online editing adalah tahapan penyuntingan sebuah video dengan tujuan untuk menyempurnakan visual audio, dengan menambahkan transisi, *sound effect*, *subtitle* dan *watermark*, juga memanfaatkan software CapCut PC, guna mempercantik video dengan menambahkan *motion graphic* sehingga konten pada tayangan tersebut tidak memiliki kesan monoton.

d. *Rendering*;

Tahapan selanjutnya setelah *offline editing* dan *online editing* adalah melakukan *rendering*. *Rendering* merupakan proses akhir dari pembuatan karya video visual dan hasil tersebut merupakan *output* yang dapat dinikmati. Umumnya proses *rendering* memerlukan waktu yang cukup lama, hal ini tergantung pada *output* resolusi video. Pada konteks ini resolusi Full HD 1080p. Kemudian setelah video siap di *render*, maka video tersebut telah siap untuk masuk ke dalam tahapan uji mutu atau *quality control*.

e. *Quality control*;

Pada tahap ini dilakukan uji mutu terhadap konten yang telah selesai disunting. Biasanya tahap ini melibatkan uji mutu terhadap ketepatan visual pendukung dan *subtitle* oleh Divisi Media Komunikasi di Gerakan Turun Tangan.

4.2 Optimalisasi video Editing Terhadap YouTube Gerakan TurunTangan

Menjadi seorang *videographer* di Gerakan TurunTangan ini sudah sesuai dengan apa yang dipelajari dimana seorang *videographer* bertanggung jawab terhadap proses produksi. Selain sebagai *Videographer*, kaitannya dalam menyiapkan video editing tidak terlepas dari tanggungjawab untuk mengoptimalkan berbagai tugas terutama mengoptimalkan sumber daya manusia di Gerakan TurunTangan dengan tanpa mengabaikan mutu dari sebuah konten. Untuk itu sangat membutuhkan pengalaman yang luas serta didukung oleh keahlian dan kemampuan baik dari sisi teknis maupun sisi kreatif.

Sebagai *videographer* di YouTube Gerakan TurunTangan tidak begitu sulit untuk menyesuaikan berbagai tugas yang dijalankan karena berbagai aktivitas yang ada disesuaikan berdasarkan kaedah-kaedah dalam memproduksi sebuah acara terutama terkait dengan melakukan video editing terhadap YouTube Gerakan TurunTangan sehingga tidak menghambat proses pelaksanaan dan pengerjaan *video editing* agar seluruh hasil proses produksi pengolahan gambar

dan suara dapat menghasilkan video yang sesuai dengan keinginan. *Video editing* merupakan bagian dari proses pasca-produksi dalam pembuatan video. Proses *editing video* di Gerakan TurunTangan melibatkan sejumlah langkah, teknik, metode, hingga aplikasi pengeditan yang harus dikuasai seorang *editor*. Seorang *video editor* ini harus mampu mengolah gambar yang tepat dan memadukannya dengan suara, mengatur urutan serta transisi, hingga menambahkan berbagai efek, grafis, atau teks yang tepat.

Pada dasarnya, tugas editor video sendiri tidak mudah, karena harus memiliki keterampilan teknis hingga kemampuan berpikir kreatif, serta memiliki sejumlah tujuan seperti : (a) Membantu menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk video yang jelas dan efektif; (b) Meningkatkan kualitas video agar lebih nyaman saat ditonton; (c) Membangun identitas dari suatu merek; (d) Menarik perhatian penonton dengan membuat video yang kreatif dan inovatif.

Selain itu, terdapat beberapa cara membuat video editing, antar lain : (a) Menentukan tujuan dan target audiens terlebih dahulu agar video yang dibuat tepat sasaran; (b) Menyusun skenario serta storyboard yang berisi dialog, narasi, hingga aksinya yang harus ditunjukkan; (c) Memilih peralatan beserta lokasi perekaman video yang sesuai dengan skenario yang telah dibuat. Adapun beberapa bentuk peralatannya adalah tripod, kamera, lampu, hingga mikrofon; (d) Melakukan perekaman gambar dan suara untuk video. Perekaman ini juga harus disesuaikan dengan skenario yang telah dibuat. Saat melakukan perekaman videonya, pastikan bahwa gambar terambil dengan jelas; dan (e) Melakukan pengeditan video menggunakan aplikasi editing.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan judul serta isi pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa dalam sebuah tim, perlu dilakukan sebuah efisiensi terhadap sumber daya manusianya. Tidak selalu melibatkan banyak pihak untuk sama-sama mengambil peran. Namun dengan melakukan optimalisasi pun, sebuah tim tetap dapat bergerak mencapai tujuan bersama. Dalam konteks ini penulis yang berperan sebagai Videographer, juga perlu dilibatkan sebagai Video Editor. Tentunya pengalaman dan kemampuan pada bidang teknis maupun kreatif, menjadi sangat penting untuk mencapai optimal dalam berbagai tugas yang dijalankan.

Selain itu, untuk mencapai mutu sebuah konten, maka konten yang diproduksi harus memiliki daya saing tersendiri. Seperti halnya pada konten InfoPop di Gerakan TurunTangan, dimna mutu dari konten tersebut terjaga sejak tahap pra produksi sampai paska produksi, yakni dalam pembuatan script. Dengan menggali informasi yang lebih komprehensif, agar topik yang

disajikan pada konten tersebut bukan sekedar informasi yang aktual saja, tapi juga memiliki nilai berita yang mendalam. Pada tahap produksinya pun, penulis juga terlibat didalamnya. Melalui kualitas gambar dan audio yang telah diatur sedemikian rupa sehingga turut mendukung mutu dari kontennya. Hal ini dimaksudkan agar informasi yang ada dapat tersampaikan dengan baik hingga pada tahap pasca produksi tetap terjaga mutu, baik dari sisi gambar, audio maupun pencahayaan sehingga dapat dikatakan bahwa Konten InfoPop YouTube Gerkana TurunTangan yang diproduksi yang dihasilkan menjadi optimal dan sangat layak.

6. Daftar Pustaka

- Anggidesialamia, Helena, 2020. "Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi Youtube", Jurnal Comm-Edu. .
- Arifin, Yulyani, dkk, 2015. Digital Media. Cetakan Pertama, Penerbit : PT. WidiaInovasi Nusantara, Jakarta.
- Arsyad, Azhar. 2003. Media Pembelajaran. Penerbit : Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Anggidesialamia Helena, 2020. "Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi Youtube", Jurnal Comm-Edu.
- Creswell, W. John, 2010. Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta; Edisi Ketiga, Cetakan I, Penerbit: Pustaka Pelajar.
- Gunawan, Tedi, 2024. Buku Ajar Multimedia. Cetakan Pertama, Penerbit : Eureka Media Aksara, Jawa Tengah.
- I Gede Adi Indrawan dan Juitania, 2020. "Dampak Penggunaan Konten Youtube Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang", Susunan Artikel Pendidikan.
- Kustoro, Budi dan Basrowi, 2006. Strategi Penelitian Sosial dan Pendidikan. Surabaya; Yayasan Kampusina.
- Kriyantono, Rachmat, 2008. Teknik Praktis, Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta Edisi : 1. Cetakan ke 3, Penerbit : Kencana Prenada Media Group.
- Laksamana Media, 2009. Youtube dan Google Video. Yogyakarta : MediaKom.,
- Latife Rusman dan Yusiati Utud, 2015. Siaran Televisi Non Drama. Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan. Cetakan Ke-1, Penerbit : Prenadamedia Group.
- Latief, Rusman dan Yusiati Utud, 2023. Kreatif Film Iklan Layanan Masyarakat Era Digital. Cetakan Ke-1, Penerbit : Kencana, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2003. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Nawi, Rusdin. 2017. Perilaku Kebijakan Organisasi. Makassar: CV Sah Media.

- Sayugi. (2018, Juli 1). Content Creator, Apa sih artinya? From GR Project:<https://grproject.tech/2018/02/14/content-creator-apasihartinya/>.
- Setiawan Teguh, 2023. Menjadi Content Creator menggunakan Smartphone. Cetakan Pertama. Penerbit : CV. Diomedia, Pucangan Kartasura Sukoharjo Solo, Jawa Tengah.
- Shella Meilita Agata Sukamto dan Tri Indra Wijaksana, 2017. “Iklan Melalui Youtube dan Minat Beli Produk”, Riset dan Aplikasi, 135-136.
- Sianipar,A.P (2013) Pemanfaatan YouTube di Kalangan mahasiswa. Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW, 2 (3).
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Cetakan ke-5, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sukmadinata Syaodih, Nana, 2005. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Surya Perdana, et.al, 2018. “Motif Dan Kepuasan Subscribers Menonton Video Dalam Youtube Channel Londo Kampung”, Jurnal E-Komunikasi, 2(2018), 3.
- Raharjo Weda Tri, 2020. Respon Terhadap Merk Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan Di Youtube (Surabaya : CV Jakad Media Publishing.
- Widarti, W. 2021. Peran Vidoographer dan Editor dalam mengembangkan INEX Works. Jurnal Universitas Bina Sarana Informatika.